



## Nachhaltige Personalgewinnung in der Pflege

Einfluss von Arbeitgeberattraktivität und Branchenimage auf die Berufswahl und das Personalmarketing

### Ziel:

- ⇒ Abgleich Selbstbild Pflegenden mit Fremdbild nicht pflegender Personen
- ⇒ Fokus auf Arbeitszufriedenheit, Attraktivitätsfaktoren eines Berufes, Branchenimage, Berufswahl
- ⇒ Erweiterung des Blickwinkels – gesellschaftliche Perspektive auf die Pflege
- ⇒ Gewinnung neuer Ansätze für ein nachhaltiges Personalmarketing

### Forschungsfragen:

- Wie wird der Pflegeberuf von Pflegenden im Vergleich zu nicht pflegenden Personen wahrgenommen?
- Was sind die Attraktivitäts- und Aversionsfaktoren des Pflegeberufes?
- Welchen Einfluss hat Arbeitszufriedenheit und Berufsattraktivität auf die Berufswahl?

### Forschungsdesign:

1. Qualitative Experteninterviews mit Personen aus der Pflegebranche
2. Qualitative Interviews mit Personen, die keine beruflichen Berührungspunkte mit Pflege haben
3. Qualitative Inhaltsanalyse des öffentlichen Auftretens ausgewählter Träger/Einrichtungen

Problemstellung:

Personalmangel

Pflegenotstand

Schlechtes Image

Unattraktive Arbeitsbedingungen

Frauenberuf

Systemrelevanz

### Ergebnisdiskussion:

Was ist uns gute Pflege wert?

Was sind Attraktivitätsfaktoren des Pflegeberufes?

Wie wird Pflege gesellschaftlich wahrgenommen?

Wie nimmt sich die Pflege selber wahr?

Welches Bild vermittelt Pflege in der Öffentlichkeit?

„Es sind die ganzen Stigmatisierungen,  
die davon abhalten Pflege zu lernen.“  
Pflegefachperson, Altenheim

„Pflege ist umfangreich, spannend,  
individuell und innovativ.“  
Pflegedienstleiterin, Ambulante Pflege

