



Nachhaltige Personalgewinnung in der Pflege

Einfluss von Arbeitgeberattraktivität und Branchenimage auf die Berufswahl und das Personalmarketing

Ziel:

- ⇒ Abgleich Selbstbild Pflegenden mit Fremdbild nicht pflegenden 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

