

Indeed White Paper

Recruiting und Retention in der Gesundheitsbranche

Erkenntnisse aus einer aktuellen Befragung von 1.000 Fachkräften in Medizin- und Gesundheitsberufen

 indeed



Inhalt

1 Einleitung	3
2 Über die Studie	4
3 Gründe, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden	5
4 Motive für den Jobwechsel	8
5 Informationsquellen zum Arbeitgeber	10
6 Best Practices zur Optimierung der Arbeitgeberkommunikation	12
7 Was Stellensuchende in Job-Ads interessiert	13
8 Best Practices für die Gestaltung von Stellenanzeigen	15
9 Erwartungen an die Führungskraft	16
10 Informationen zu Entwicklungsperspektiven	19
11 Digitales vs. persönliches Vorstellungsgespräch	20
12 Hinderungsgründe für eine Bewerbung	22
13 Best Practices für HR im Recruitingprozess	24
14 Gründe für den Abbruch des Bewerbungsprozesses	25
15 Best Practices zur Vermeidung von Bewerbungsabbrüchen	27
16 Fazit	28
17 Über Indeed	29

1 | Einleitung

Die aktuelle Jobsituation im Gesundheitswesen

Das deutsche Gesundheitswesen leidet nach wie vor unter massivem Fachkräftemangel, der sich in nahezu allen Berufsgruppen bemerkbar macht. Auch 2025 ist die Personaldecke in Gesundheitsberufen dünn: Nach Angaben des IW Köln können sechs von zehn offenen Stellen im Gesundheits- und Sozialbereich nicht besetzt werden. Mitte 2024 fehlten bundesweit rund 133.000 Fachkräfte in diesen Berufen. Zwar ist die Zahl der Beschäftigten in der Pflege in den letzten zehn Jahren um 22 % auf 1,72 Mio. gestiegen, doch dies ist ausschließlich dem Zuzug ausländischer Fachkräfte zu verdanken. Es herrscht weiterhin ein chronischer Mangel an qualifiziertem Personal.

Indeed beobachtet kontinuierlich den Jobmarkt im Gesundheitswesen und führt umfassende Studien mit Arbeitssuchenden und Arbeitgebern durch. In unserer neuesten Studie haben wir Fachkräfte im deutschen Gesundheitswesen nach ihren Wünschen und Bedürfnissen gefragt. Welche Faktoren machen Arbeitgeber für potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten attraktiv? Was erwarten Mitarbeitende im Gesundheitswesen von ihrem Arbeitgeber? Welche Hindernisse und Probleme gibt es bei der Stellensuche im Gesundheitswesen?

Die Ergebnisse sollen unseren Kunden dabei helfen, Stellenangebote bzw. Bewerberprofile zu optimieren. Sie sollen ihnen außerdem Anregungen für ihr Recruiting und Retention geben und ihnen so einen entscheidenden Vorteil im stark umkämpften Stellenmarkt verschaffen.



2 | Über die Studie

Zwischen dem 20. März und dem 15. April 2025 führte das Markt- und Meinungsforschungsinstitut Civey im Auftrag von Indeed eine Befragung unter 1.000 angestellten Fachkräften aus dem Gesundheitswesen durch – darunter Gesundheits- und Krankenpflegekräfte, Pflegehilfen, MTAs sowie Ärztinnen und Ärzte.

Die Fragen wurden von Indeed gemeinsam mit Arbeitgebervertretern aus dem Healthcare-Bereich in einem mehrstündigen Workshop erarbeitet und anschließend mit der Marktforschungsagentur im Detail abgestimmt. Sie spiegeln den Bedarf des Marktes daher sehr genau wider. Unter Berücksichtigung eines statistischen Fehlers von 5,5 Prozentpunkten gelten die Ergebnisse als demografisch repräsentativ für die genannte Zielgruppe. Ziel der Studie war es, zentrale Faktoren für die Arbeitgeberwahl, die Jobwechselformotivation und die Abbruchgründe im Bewerbungsprozess zu identifizieren.



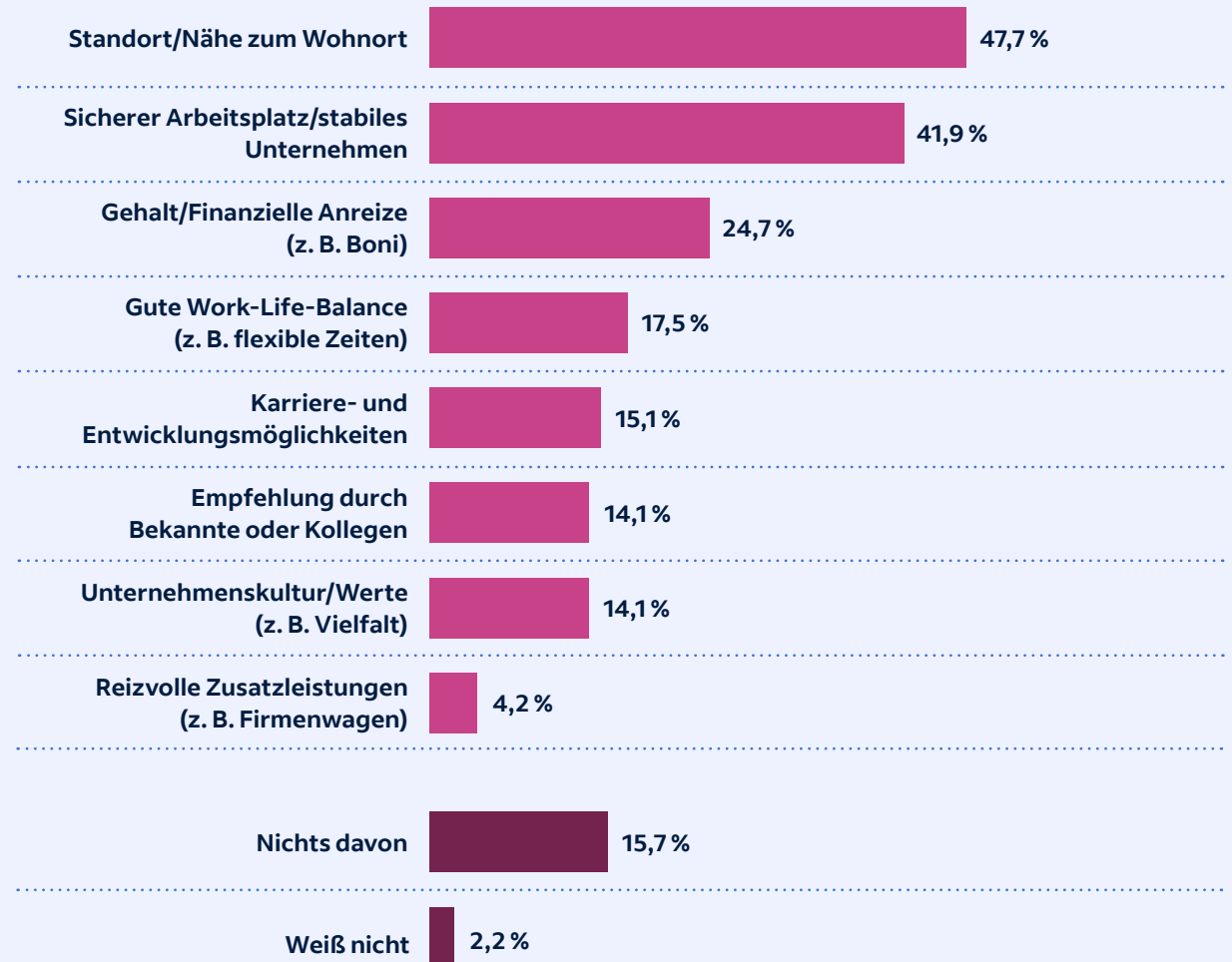
3 | Gründe, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden

In einem ersten Schritt wollten wir verstehen, was Bewerber*innen ursprünglich dazu motiviert hat, sich für ihren aktuellen Arbeitgeber zu entscheiden. Welche Faktoren waren für den Wechsel ausschlaggebend?

Der Standort des Unternehmens ist für die Mehrheit entscheidend

Mit 47,7 % wurde der Standort bzw. die Nähe zum Wohnort am häufigsten genannt. Die hohe Relevanz des Unternehmensstandortes hat sich im konkreten Nachfragen noch einmal klar bestätigt. Auf die Frage, wie wichtig es ihnen ist, dass ihr Arbeitgeber in ihrer Region eine Niederlassung hat, antworteten 63,3 % der Befragten mit „sehr wichtig“ und 11,5 % mit „eher wichtig“. Insgesamt halten somit fast drei Viertel der Teilnehmenden den Standort für ein wesentliches Kriterium bei der Arbeitgeberwahl.

Aus welchen dieser Gründe haben Sie sich für Ihren aktuellen Arbeitgeber entschieden? (Mehrfachnennungen möglich)

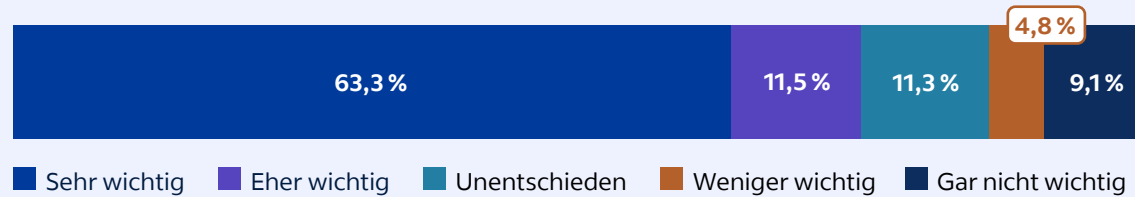


3 | Gründe, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden

Dass die Standortfrage ein zentraler Entscheidungsfaktor ist, deckt sich mit unseren bisherigen Erfahrungen: Kurze Arbeitswege sind für viele Bewerber*innen ein entscheidender Aspekt. Sie möchten weder umziehen noch lange Pendelzeiten in Kauf nehmen. Lange Anfahrtswege zählen zu den häufigsten Gründen für einen Arbeitgeberwechsel. Umso wichtiger ist es deshalb, diesen Aspekt in Stellenanzeigen, auf Karriereseiten und auf Jobplattformen transparent und möglichst konkret zu kommunizieren.

Für Arbeitgeber ergibt sich daraus ein klarer Handlungsauftrag zum Thema Standortkommunikation in Stellenanzeigen. Gerade in größeren Städten ist es entscheidend, die genaue Lage des Arbeitsplatzes präzise anzugeben. Die bloße Nennung der Stadt reicht oft nicht aus. Denn ob ein Job im Norden oder Süden Hamburgs, im Westen oder Osten Stuttgarts liegt, kann für Bewerber*innen einen erheblichen Unterschied machen – vor allem im Hinblick auf die täglichen Pendelzeiten.

Wie wichtig ist Ihnen, dass Ihr Arbeitgeber in Ihrer Region eine Niederlassung hat?



3 | Gründe, sich für einen Arbeitgeber zu entscheiden

Weitere Kriterien: Sicherer Arbeitsplatz und Gehalt

Mit 41,9% belegt die Sicherheit des Arbeitsplatzes den zweiten Platz, gefolgt von Gehalt bzw. finanziellen Anreizen mit 24,9%. Andere Aspekte wie flexible Arbeitszeiten (Work-Life-Balance) oder Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten spielen dagegen überraschenderweise nur eine untergeordnete Rolle.

Work-Life-Balance für Frauen besonders wichtig

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass sich die Entscheidungsfaktoren von Männern und Frauen in weiten Teilen ähneln. Die meisten Nennungen bewegen sich auf vergleichbarem Niveau, mit nur kleinen Abweichungen von etwa 4%.

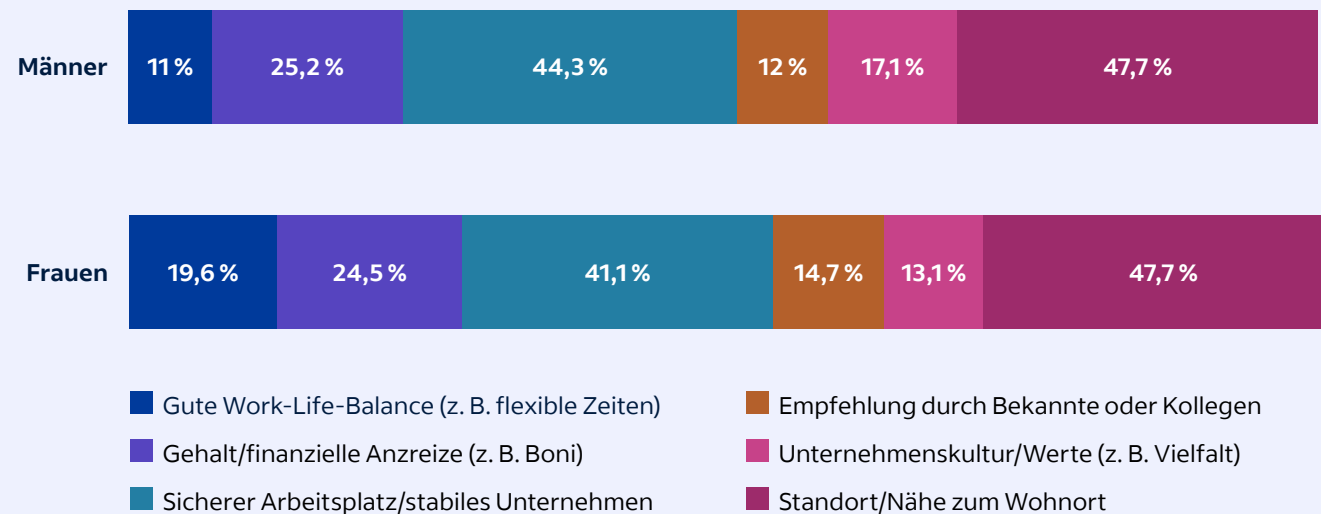
Eine auffällige Ausnahme bildet jedoch das Thema Work-Life-Balance: Dieser Aspekt wurde von den weiblichen Befragten nahezu doppelt so häufig genannt wie von den männlichen.

Das ist für Arbeitgeber ein wichtiger Hinweis, gezielt auf unterschiedliche Bedürfnisse einzugehen – insbesondere, wenn es um die Ansprache und Bindung weiblicher Fachkräfte geht.

Insgesamt zieht sich ein roter Faden durch die Ergebnisse: Standortnähe, Sicherheit und Vergütung sind nach wie vor die entscheidenden Faktoren bei der Arbeitgeberwahl – über alle Zielgruppen hinweg. Wer in diesen Bereichen überzeugend auftritt und transparent kommuniziert, wird im Bewerbungsprozess als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen.

Aus welchen dieser Gründe haben Sie sich für Ihren aktuellen Arbeitgeber entschieden?

(Mehrfachnennungen möglich)



4 | Motive für den Jobwechsel

Nachdem wir im ersten Schritt die Motive für den Wechsel zum aktuellen Arbeitgeber betrachtet haben, wollten wir nun wissen: Was würde Beschäftigte aktuell dazu bewegen, ihren Arbeitgeber zu wechseln? Die Ergebnisse zeigen deutlich: Die Gründe für einen Wechsel unterscheiden sich von jenen, die ursprünglich zur aktuellen Stelle geführt haben – und das auf interessante Weise.

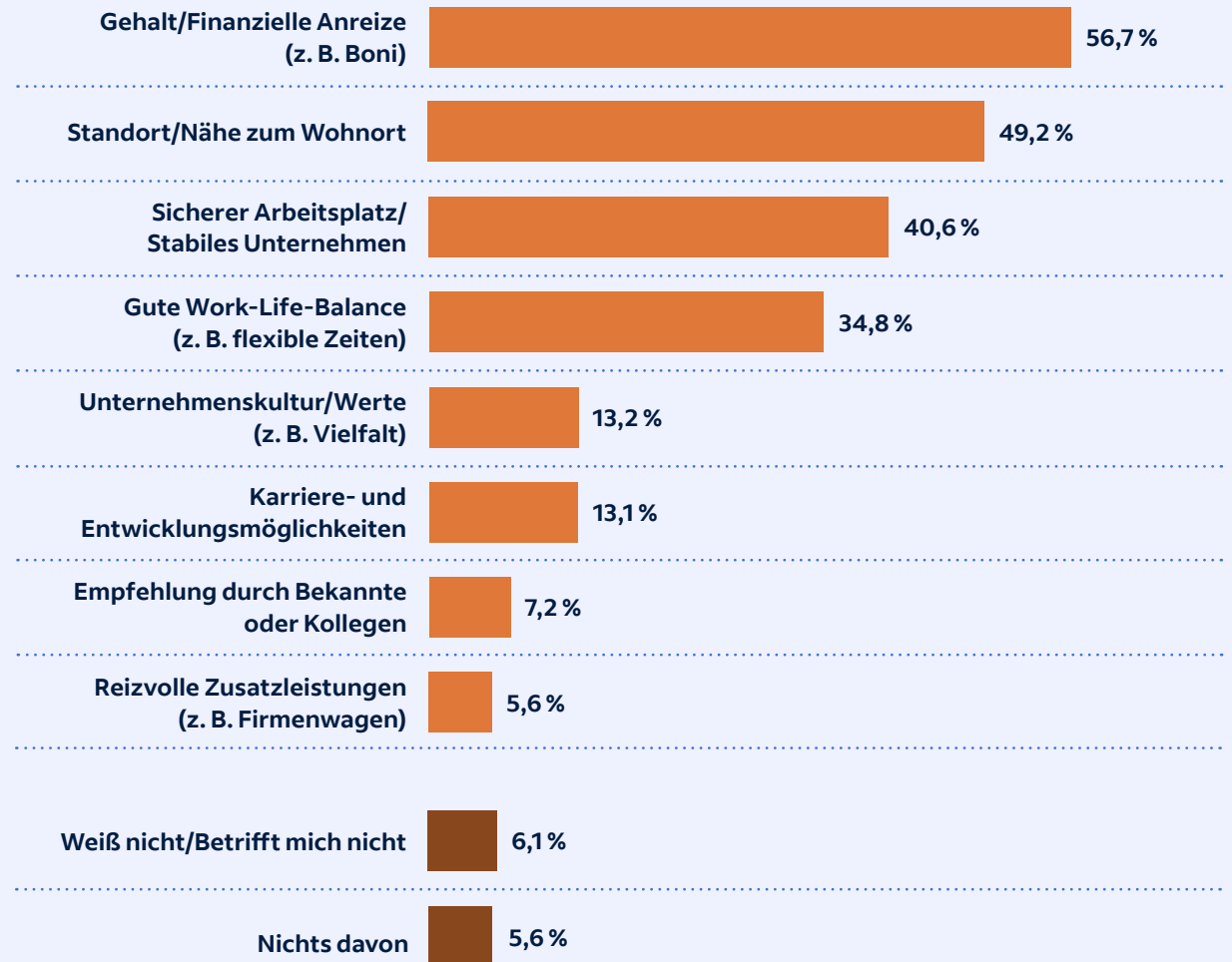
Zwar bleiben die drei wichtigsten Faktoren gleich (finanzielle Aspekte, Standortnähe, ein sicherer Arbeitsplatz), jedoch verändert sich ihre Reihenfolge signifikant. Stand bei der Wahl des aktuellen Arbeitgebers noch die Standortnähe im Vordergrund, so ist es beim potenziellen Wechselwunsch nun das Thema Geld.

Finanzielle Faktoren klar auf Platz eins

Mit großem Abstand am häufigsten wurde der Wunsch nach mehr Gehalt genannt. Neben dem Gehalt sind unter dem Begriff „finanzielle Anreize“ auch mögliche Boni, Antrittsprämien oder ähnliche monetäre Anreize gefasst. Dieser Aspekt ist aktuell für deutlich mehr als die Hälfte (56,7 %) der Befragten der zentrale Pain Point, der Wechselüberlegungen auslöst. Das ist nicht überraschend – aber es ist dennoch hilfreich, die Zahlen konkret zu sehen.

Angenommen, Sie würden einen Jobwechsel in Betracht ziehen: Welche der folgenden Motive wären für Sie am ehesten entscheidend?

(Mehrfachnennungen möglich)



Work-Life-Balance gewinnt an Bedeutung

Auf den weiteren Plätzen folgen erneut Standortnähe und ein sicherer Arbeitsplatz. Deutlich zugenommen hat bei dieser Fragestellung das Thema Work-Life-Balance: Während dieser Faktor bei der ursprünglichen Arbeitgeberwahl noch bei 17,5 % lag, nennen ihn nun 34,8 %, also gut doppelt so viele der Befragten, als möglichen Wechselgrund.

Daraus lässt sich ableiten: Viele Beschäftigte fühlen sich aktuell unterbezahlt und gleichzeitig nicht ausreichend entlastet. Zeit und Geld sind demnach zentrale Stellschrauben für die Wechselbereitschaft.

Geschlechtervergleich: Work-Life-Balance erneut für Frauen relevanter

Auch bei dieser Fragestellung zeigen sich nur geringe Unterschiede zwischen Männern und Frauen. Die Work-Life-Balance ist für Frauen jedoch wieder deutlich häufiger ausschlaggebend als für Männer – ein Muster, das sich bereits im ersten Teil der Erhebung gezeigt hat.

Standortnähe bleibt ein relevanter Faktor

Bemerkenswert ist auch, dass der Standortfaktor mit 49,2 % weiterhin sehr hoch gewichtet wird. Der

große Abstand der beiden erstplatzierten Motive zu den folgenden lässt sich teilweise dadurch erklären, dass Standortnähe und finanzielle Aspekte oft miteinander verknüpft sind. Wer längere Pendelzeiten in Kauf nehmen soll, erwartet im Gegenzug eine entsprechende Kompensation – sei es finanzieller oder zeitlicher Natur. Diese Wechselwirkung beobachten wir auch in anderen Erhebungen immer wieder.

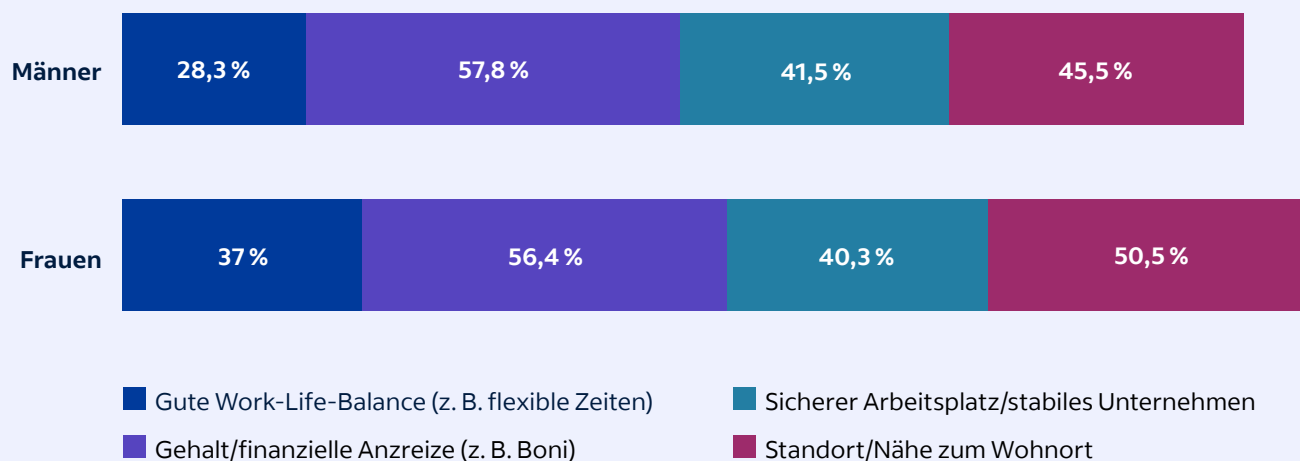
Empfehlungen spielen bei der finalen Entscheidung eine geringere Rolle

Etwas überraschend ist der vergleichsweise geringe Einfluss von Empfehlungen als konkreter Entscheidungsgrund: Weniger als 10 % der Befragten nannten diesen Faktor. Zwar war nicht zu erwarten, dass Empfehlungen zu den Top-Gründen gehören – dennoch fällt der Wert niedriger aus als angenommen.

Allerdings zeigt sich auch: Empfehlungen sind für die finale Jobentscheidung zwar nicht ausschlaggebend, sie spielen aber eine wichtige Rolle bei der ersten Beschäftigung mit einem potenziellen Arbeitgeber. Sie tragen also zur Aufmerksamkeit und Wahrnehmung bei, auch wenn sie nicht direkt zur Auswahlentscheidung führen.

Angenommen, Sie würden einen Jobwechsel in Betracht ziehen: Welche der folgenden Motive wären für Sie am ehesten entscheidend?

(Mehrfachnennungen möglich)



5 | Informationsquellen zum Arbeitgeber

Persönliches Umfeld liegt vorn

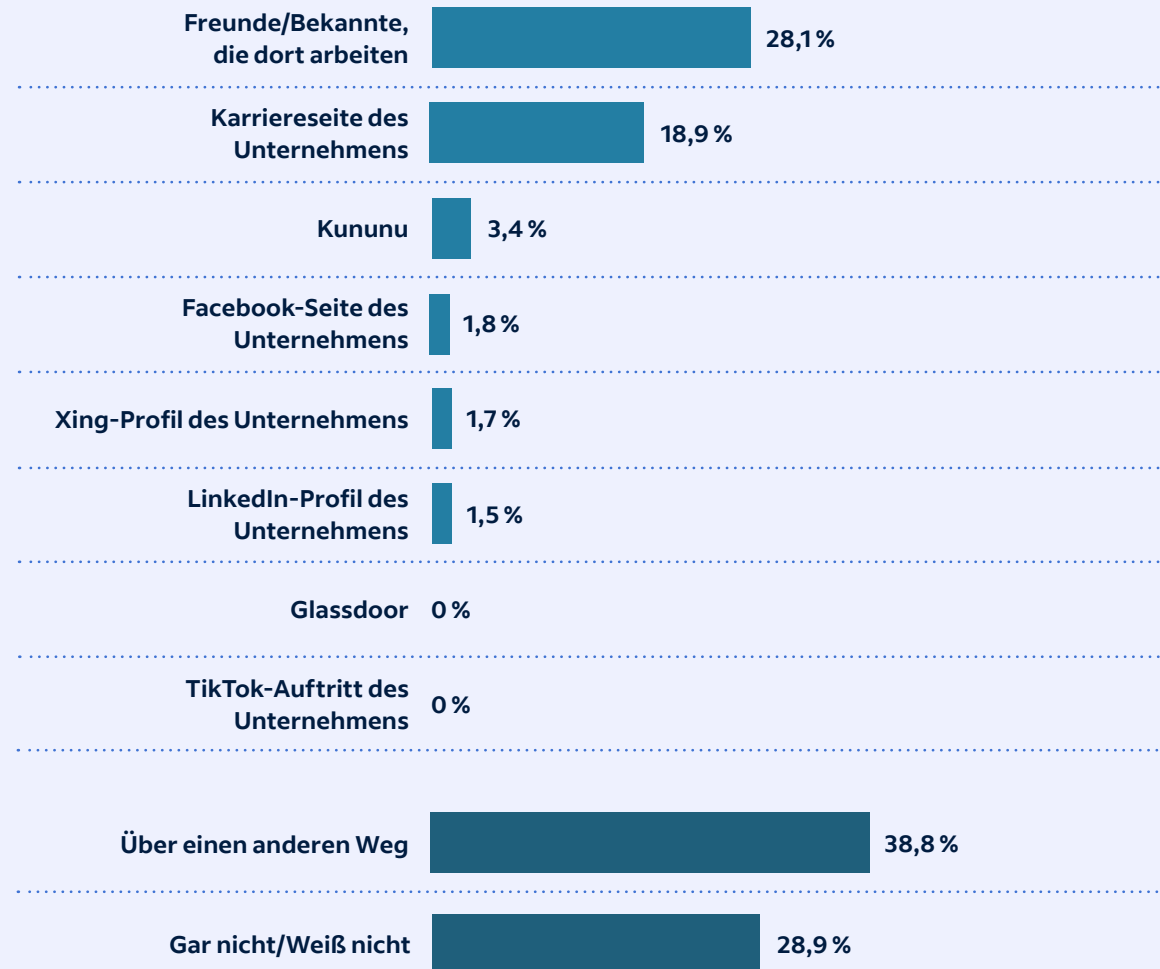
In einem weiteren Teil der Erhebung haben wir untersucht, über welche Kanäle sich Bewerbende über ihren aktuellen Arbeitgeber informiert haben. Dabei zeigt sich: Persönliche Kontakte spielen eine zentrale Rolle. Mit 28,1% stehen Angaben von Freunden und Bekannten, die bereits im Unternehmen tätig sind, an erster Stelle.

An zweiter Stelle folgt mit 18,9% die Karriereseite des Unternehmens. Mit weitem Abstand liegt die Arbeitgeberbewertungsplattform Kununu auf dem dritten Platz (3,4%), während alle weiteren Quellen – darunter LinkedIn und Glassdoor – mit Werten zwischen 1,8% und 0% auf den letzten Plätzen landen und damit offensichtlich weniger stark ins Gewicht fallen.

Am häufigsten wurde allerdings mit 38,8% die Antwortkategorie „Ein anderer Weg“ gewählt. Diese lag sogar vor den genannten Einzelquellen. Da in diesem Fall keine Freitextfelder zur Verfügung standen, lässt sich dieser Wert nicht weiter differenzieren. Deutlich wird jedoch: Testimonials und authentische Erfahrungsberichte spielen offenbar eine große Rolle. Wie diese konkret eingebunden werden können, wird im späteren Teil der Analyse näher beleuchtet.

Wie haben Sie sich über Ihren aktuellen Arbeitgeber informiert?

(Mehrfachnennungen möglich)



Überraschung: TikTok spielt keine Rolle

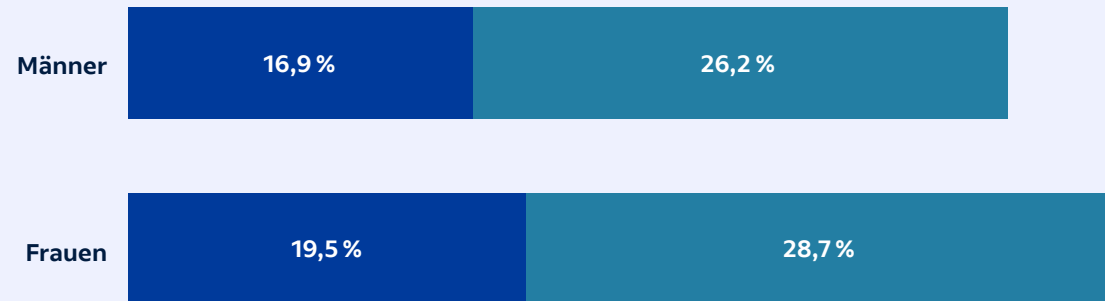
In Diskussionen über die Bedeutung neuer Kanäle wird TikTok zwar immer wieder als möglicher Touchpoint genannt, der Befund dieser Studie ist jedoch eindeutig: 0 % der Befragten gaben an, TikTok als Informationsquelle zu nutzen. Damit ist der Kanal in diesem Kontext gleichauf mit Plattformen wie Glassdoor, was ein überraschendes, aber aussagekräftiges Ergebnis ist. Trotz seiner hohen medialen Präsenz scheint TikTok bei der Arbeitgeberrecherche derzeit keine relevante Rolle zu spielen.

Kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern

Die Auswertung nach Geschlechtern zeigt: Die beiden führenden Informationsquellen, persönliche Kontakte und die Karriereseite eines Unternehmens, unterscheiden sich bei Männern und Frauen kaum. Auch bei den übrigen Kanälen sind die Abweichungen nur gering.

Wie haben Sie sich über Ihren aktuellen Arbeitgeber informiert?

(Mehrfachnennungen möglich)



- Karriereseite des Unternehmens
- TikTok-Auftritt des Unternehmens
- Freunde/Bekannte, die dort arbeiten

6 | Best Practices zur Optimierung der Arbeitgeberkommunikation

1. Persönliche Netzwerke gezielt aktivieren

- Nutzen Sie den Einfluss bestehender Mitarbeitender als glaubwürdige Informationsquelle. Fast ein Drittel der Befragten informierte sich über Freunde oder Bekannte im Unternehmen.
- Entwickeln Sie Empfehlungsprogramme und machen Sie diese sichtbar, beispielsweise mit Prämienmodellen oder automatisierten Empfehlungslinks.
- Binden Sie Mitarbeitende als Testimonials ein, zum Beispiel in Form von kurzen Video-Statements, O-Tönen auf der Karriereseite oder in Social-Media-Kampagnen.

2. Karriereseite optimieren und gezielt ausbauen

- Die Karriereseite ist die zweitwichtigste Informationsquelle – sie sollte aktuell, für mobile Geräte optimiert und authentisch sein.
- Legen Sie den Fokus auf Einblicke in den Arbeitsalltag, Werte und Kultur sowie konkrete Benefits.
- Stellen Sie Standortinformationen präzise dar. Nennen Sie nicht nur die Stadt, sondern auch den Stadtteil, die Erreichbarkeit und mögliche Pendelzeiten (z. B. durch Karten oder Angaben zum Nahverkehr).

3. Bewertungsplattformen nicht vernachlässigen, aber realistisch einordnen

- Kununu, Glassdoor & Co. werden zwar genutzt, sind aber keine Hauptquelle. Dennoch sollten Einträge dort gepflegt und aktuell gehalten werden.
- Antworten auf Bewertungen zeigen Transparenz und Dialogbereitschaft.
- Motivieren Sie aktive Mitarbeitende zu freiwilligen Bewertungen – beispielsweise nach der Probezeit.

4. TikTok und andere trendige Kanäle: Chancen prüfen, aber Erwartungen anpassen

- TikTok spielt derzeit zwar keine relevante Rolle als Rechercheplattform, kann aber dennoch strategisch als Awareness-Kanal (nicht als Informationsquelle) für das Employer Branding bei Jüngeren genutzt werden, etwa für Imagekampagnen oder um Einblicke ins Azubi-Leben zu geben.
- Investitionen sollten datenbasiert und zielgruppenabhängig erfolgen.

5. Kommunikationsstrategie differenzieren: Infoquelle ≠ Entscheidungskriterium

- Persönliche Empfehlungen wirken in der Frühphase der Bewerbung, jedoch nicht bei der finalen Entscheidung.
- HR-Kommunikation muss beide Phasen abdecken:
Phase 1 (Aufmerksamkeit): Nahbare Einblicke, persönliche Geschichten, authentische Mitarbeiterstimmen.
Phase 2 (Entscheidung): Klare Fakten zu Gehalt, Work-Life-Balance, Sicherheit und Entwicklungsmöglichkeiten.

7 | Was Stellen-suchende in Job-Ads interessiert

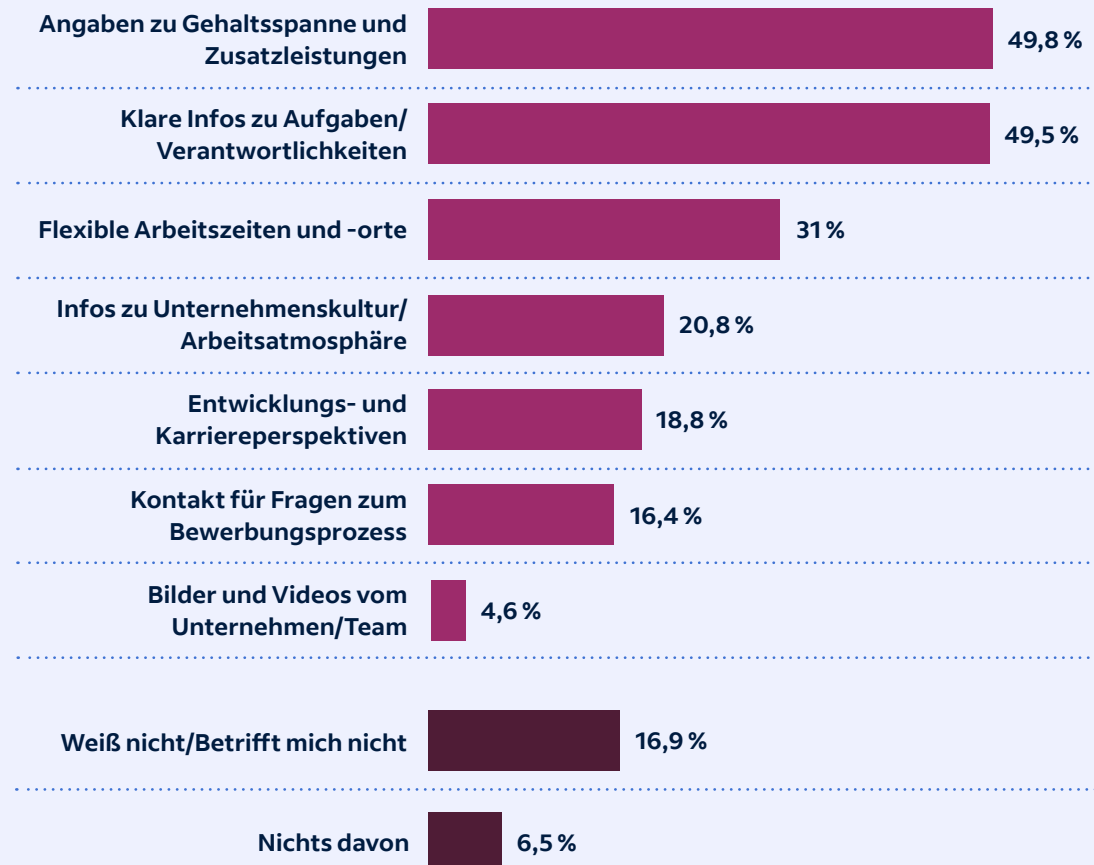
Ein weiterer Schwerpunkt der Studie lag auf der Frage, welche Informationen Stellensuchende in Stellenanzeigen oder auf Karrierewebsites als besonders wichtig empfinden. Dieses Thema diskutieren wir mit unseren Kunden häufig. Die aktuelle Auswertung liefert ein klares Bild der Prioritäten – mit einigen signifikanten Unterschieden zwischen den Geschlechtern.

Gehalt ist und bleibt der zentrale Entscheidungsfaktor

Das Thema Gehalt steht eindeutig an erster Stelle: Angaben zu Gehaltsspannen wurden am häufigsten als besonders relevant eingestuft und rangieren damit auf Platz eins. Das ist nicht überraschend, zeigt aber erneut, wie wichtig Transparenz bei finanziellen Aspekten ist – gerade im aktuellen Arbeitsmarktumfeld, in dem Stellensuchende zunehmend Vergleiche anstellen und über Gehälter verhandeln.

Knapp dahinter folgt ein Aspekt, der auf den ersten Blick weniger spektakulär wirkt, für viele Bewerbende aber offensichtlich ausschlaggebend ist: klare Informationen zu Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Die hohe Platzierung dieses Punktes verdeutlicht, dass viele nicht nur wissen wollen, was sie verdienen, sondern auch, was konkret von ihnen erwartet wird.

Welche dieser Informationen sind Ihnen bei Stellenanzeigen oder auf Karrierewebsites besonders wichtig? (Mehrfachnennungen möglich)



Flexibilität wird zunehmend entscheidend

Zu den wichtigsten Punkten gehören ebenfalls flexible Arbeitszeiten und Arbeitsorte. In der Befragung wurden diese beiden Aspekte gemeinsam abgefragt. Bemerkenswert daran ist, dass diese Flexibilität – insbesondere im Gesundheitswesen – eher nicht selbstverständlich ist, aber offenbar ein klar geäußerter Wunsch vieler potenzieller Bewerber*innen bleibt.

Gerade im pflegerischen Umfeld, in dem flexible Arbeitszeitmodelle oft nur eingeschränkt möglich sind, ist die Bedeutung flexibler Arbeitszeiten besonders groß. Beispiele aus der Praxis zeigen, dass Pflegeeinrichtungen, die individuelle Schichtmodelle oder flexible Einsatzzeiten anbieten, deutlich mehr Bewerbungen erhalten.

Dahinter steht eine einfache Erkenntnis: Menschen haben unterschiedliche Lebensmodelle, die passende Schichtangebote erfordern. Ob Nachtschicht, Frühdienst oder Arbeitszeiten mit klaren Endpunkten – die Bedarfsorientierung bei den Arbeitszeiten wird zunehmend zum entscheidenden Faktor im Recruiting.

Frauen legen mehr Wert auf Aufgabenklarheit und flexible Arbeitsmodelle

Ein genauerer Blick auf die Geschlechterunterschiede offenbart zwei interessante Ausprägungen: Klare Aufgabenbeschreibungen sind für Frauen deutlich wichtiger als für Männer. 51,8 % der weiblichen Befragten gaben diesen Punkt als besonders relevant an, gegenüber 42,4 % der Männer. Auch beim Thema flexible Arbeitszeiten und -orte zeigt

sich ein ähnliches Bild: 33,9 % der Frauen nannten diesen Punkt, verglichen mit 22 % der Männer.

Diese Unterschiede lassen darauf schließen, dass Frauen stärker auf Planbarkeit und Vereinbarkeit mit anderen Lebensbereichen achten, sei es durch nachvollziehbare Aufgaben oder Flexibilität im Arbeitsalltag.

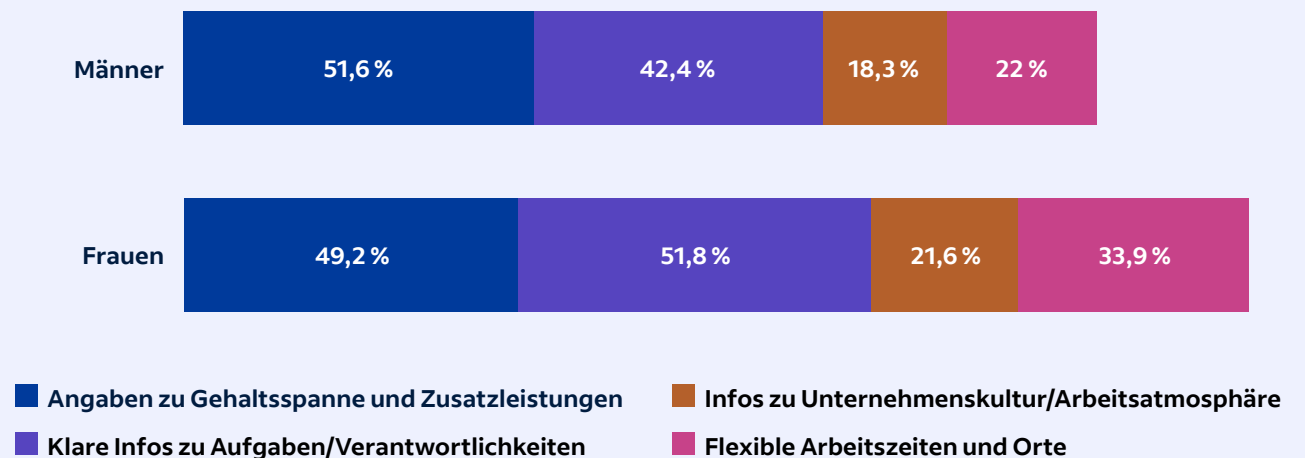
Zweitrangige Inhalte: Bilder, Videos und Bewerbungsprozess

Deutlich weiter unten rangieren Themen wie Bilder und Videos vom Unternehmen, Informationen zum Bewerbungsprozess oder ein Ansprechpartner für

Rückfragen. Diese Inhalte sind zwar „nice to have“, haben jedoch eine deutlich geringere Priorität, wenn es um die konkrete Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung geht.

HR kann hier zielgruppenspezifische Kommunikation in Stellenanzeigen bewusst einsetzen, insbesondere wenn weibliche Fachkräfte angesprochen werden sollen.

Welche dieser Informationen sind Ihnen bei Stellenanzeigen oder auf Karrierewebsites besonders wichtig? (Mehrfachnennungen möglich)



8 | Best Practices für die Gestaltung von Stellenanzeigen

1. Gehalt transparent angeben

Nennen Sie in jeder Stellenanzeige konkrete Gehaltsspannen. Transparenz bei den finanziellen Rahmenbedingungen erhöht die Bewerbungsbereitschaft und spart Nachfragen im Prozess.

2. Aufgaben und Verantwortlichkeiten klar beschreiben

Vermeiden Sie vage oder generische Formulierungen und geben Sie stattdessen konkrete Tätigkeiten, Entscheidungsräume und Verantwortungsgebiete an. Das schafft Vertrauen und Orientierung.

3. Flexibilität offensiv kommunizieren

Weisen Sie gezielt auf mögliche Modelle für flexible Arbeitszeiten und Arbeitsorte hin – auch in Bereichen mit Schichtbetrieb. Betonen Sie individuelle Gestaltungsspielräume (z. B. Wunschschichten, Teilzeioptionen, Arbeitszeitfenster).

4. Wichtige Informationen priorisieren

Platzieren Sie die entscheidungsrelevanten Inhalte (Gehalt, Aufgaben, Flexibilität) im oberen Drittel der Anzeige oder Landingpage. Reduzieren Sie visuelle Inhalte wie Imagevideos auf unterstützende Funktionen – sie sind kein Entscheidungskriterium.

5. Karrierewebsites strategisch ausrichten

Bauen Sie die Karriereseite um die drei Top-Themen herum auf. Nutzen Sie dort den Raum für weiterführende Inhalte, aber bleiben Sie in der Navigation klar und strukturiert.

6. Inhalte regelmäßig auf Zielgruppenbedürfnisse prüfen

Fragen Sie regelmäßig Nutzerfeedback ab oder führen Sie kurze Umfragen durch. So finden Sie heraus, welche Informationen fehlen oder unnötig sind. Analysieren Sie außerdem die Absprungraten und testen Sie verschiedene Varianten (A/B-Testing).



9 | Erwartungen an die Führungskraft

Wenn es um Zufriedenheit am Arbeitsplatz geht, spielt die unmittelbare Führungskraft eine zentrale Rolle. Deshalb haben wir die Beschäftigten gefragt, welche Eigenschaften sie sich von ihren Vorgesetzten besonders wünschen. Die Antworten zeigen ein klares Bild:

Platz 1: Anerkennung und Wertschätzung

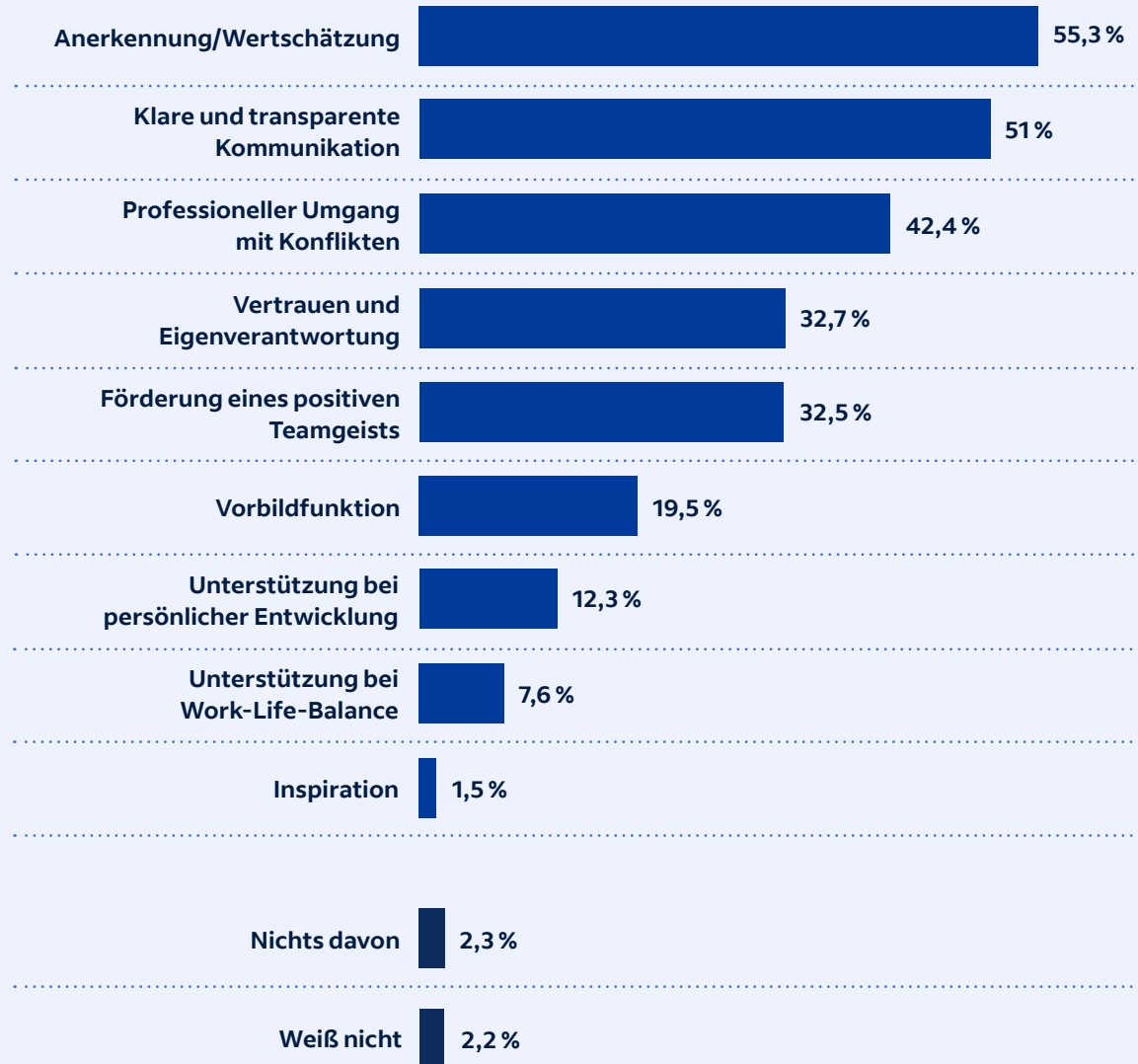
Platz 2: Klare und transparente Kommunikation

Platz 3: Professioneller Umgang mit Konflikten

Bemerkenswert ist insbesondere die hohe Relevanz des Konfliktmanagements: Dass der professionelle Umgang mit Konflikten auf Platz 3 landet, ist für das Gesundheitswesen eher ungewöhnlich. In vergleichbaren Erhebungen taucht dieses Thema selten so weit oben auf. Dies unterstreicht, dass sich die Beschäftigten im Arbeitsalltag nicht nur gesehen und respektiert fühlen möchten, sondern auch einen konstruktiven und offenen Umgang mit schwierigen Situationen erwarten.

Welche dieser Aspekte sind Ihnen bei Ihrer Führungskraft besonders wichtig?

(Mehrfachnennungen möglich)



9 | Erwartungen an die Führungskraft

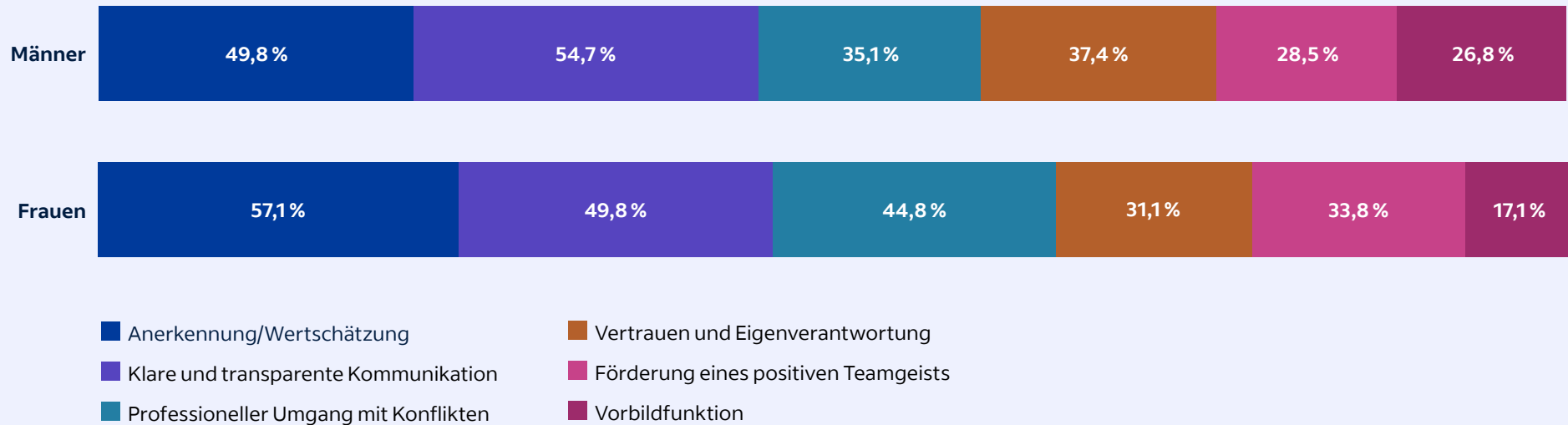
Weniger bedeutsam sind Aspekte wie „Unterstützung bei der Work-Life-Balance“ oder „Inspiration durch die Führungskraft“. Letzteres wurde nur sehr selten genannt, was darauf hindeutet, dass inspirierende Führung in der Pflege nicht als vorrangig wahrgenommen oder gewünscht wird. Die Ergebnisse spiegeln somit ein praxisnahes, alltagsbezogenes Verständnis von Führung wider, in dessen Mittelpunkt Verlässlichkeit, Kommunikation und Respekt stehen.

Führung in der Pflege – realistisch statt visionär

Insbesondere in Pflegeberufen, so zeigt sich, spielen zwischenmenschliche Stabilität und fachliche Zusammenarbeit eine größere Rolle als modern geprägte Führungsideale, wie sie etwa in den sozialen Medien propagiert werden.



Geschlechtsspezifische Unterschiede bei Führungserwartungen



Betrachtet man die Antworten getrennt nach Männern und Frauen, zeigen sich, wenn auch keine grundlegend abweichenden Prioritäten, so doch teils unterschiedliche Gewichtungen:

- **Anerkennung und Wertschätzung** sind Frauen deutlich wichtiger als Männern.
- **Transparente Kommunikation** wird dagegen etwas häufiger von Männern genannt.
- **Förderung des Teamgeistes** wünschen sich mehr der weiblichen als der männlichen Befragten.
- **Vertrauen und Eigenverantwortung** spielen bei Männern eine etwas größere Rolle.
- **Vorbildfunktion** ist insgesamt gar nicht so wichtig, bei Männern aber stärker ausgeprägt. Dies könnte unter anderem daran liegen, dass sie sich in höheren Führungspositionen häufiger mit männlichen Vorbildern identifizieren.
- **Konfliktmanagement:** Ein spannender Befund ist, dass Frauen deutlich mehr Wert auf einen professionellen Umgang mit Konflikten legen. Für die männlichen Befragten ist dieses Thema deutlich weniger relevant.

Die Geschlechterunterschiede könnten zum Teil strukturell bedingt sein, beispielsweise durch den höheren Anteil männlicher Führungskräfte in den oberen Hierarchieebenen, der die Wahrnehmung und Erwartungshaltung beeinflusst. **Gleichzeitig zeigen sie, wie wichtig eine differenzierte und zielgruppenorientierte Gestaltung der Führungskräfteentwicklung ist.**

10 | Informationen zu Entwicklungsperspektiven

Die Frage, wie früh Unternehmen über Entwicklungsperspektiven informieren sollten, ist für Bewerber*innen von großer Relevanz. Fast 70 % der Befragten erwarten bereits zum Einstieg klare Aussagen zu ihren Perspektiven. 37,3 % bewerten diese Information sogar als „sehr wichtig“ und 32,6 % als „eher wichtig“.

Im Vergleich zu anderen Entscheidungskriterien wie Gehalt oder Standortnähe fällt die Relevanz jedoch etwas geringer aus. Nur etwas mehr als ein Drittel stuft das Thema als sehr wichtig ein. Damit liegt es deutlich unter dem Niveau der Spitzenfaktoren. Aus Sicht der Bewerber*innen gehören

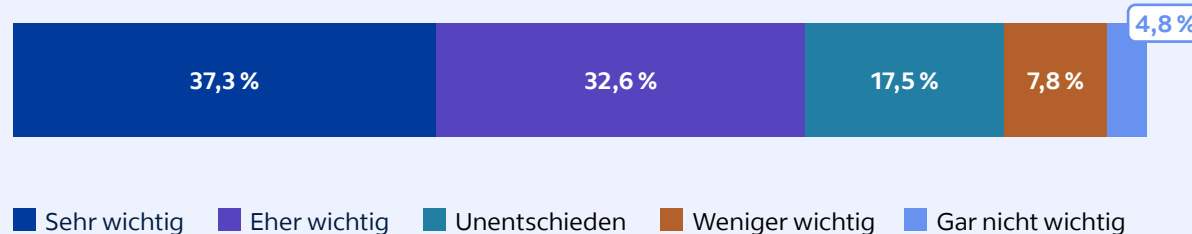
Entwicklungsmöglichkeiten also klar zum Gesamtpaket, sind aber nicht das erste Entscheidungskriterium. Für Arbeitgeber bedeutet das: Sie sollten Entwicklungsperspektiven kommunizieren, jedoch nicht als Hauptbotschaft, sondern als ergänzenden Bestandteil eines attraktiven Gesamtangebots.

Besondere Relevanz für die 30- bis 39-Jährigen

Ein differenzierter Blick auf die einzelnen Altersgruppen zeigt interessante Unterschiede: So geben 81,6 % der 30- bis 39-Jährigen an, dass ihnen Entwicklungsperspektiven beim Einstieg wichtig oder sehr wichtig sind – ein überdurchschnittlich hoher Wert. Jüngere Befragte (unter 30 Jahre) bewerten diesen Aspekt deutlich seltener als prioritär.

Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass der Fokus bei jüngeren Menschen, die gerade erst in den Beruf einsteigen, zunächst auf Sicherheit, Orientierung und erste Praxiserfahrung liegt. Die Karriereentwicklung spielt zu diesem Zeitpunkt meist noch eine untergeordnete Rolle. Bei den 30- bis 39-Jährigen ist das anders: Hier rückt die berufliche Weiterentwicklung stärker in den Fokus, häufig auch im Zusammenhang mit familiären oder finanziellen Lebenszielen.

Wie wichtig ist es Ihnen, von Anfang an über Entwicklungsmöglichkeiten informiert zu sein, wenn Sie einen neuen Job antreten?



Auch wenn die Entwicklung nicht immer an erster Stelle steht, schaffen transparente Perspektiven Vertrauen und stärken langfristig die Bindung an das Unternehmen. Es empfiehlt sich beispielsweise, Entwicklungsperspektiven gezielt nach Altersgruppen zu kommunizieren. So könnte bei Jüngeren der Fokus eher auf Orientierung und Lernmöglichkeiten liegen, bei 30- bis 39-Jährigen hingegen stärker auf gezielten Karrierepfaden.

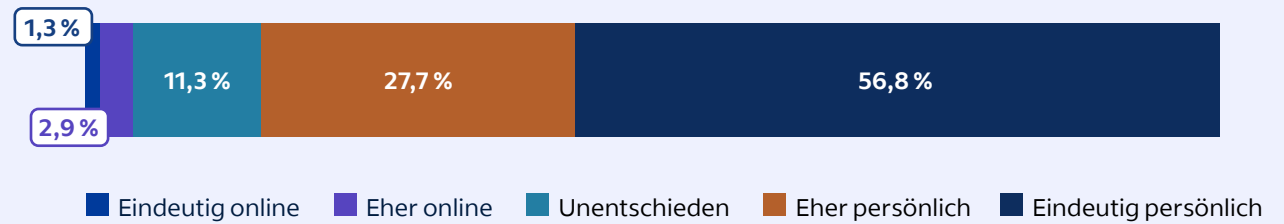
11 | Digitales vs. persönliches Vorstellungsgespräch

Persönliche Gespräche bevorzugt – auch von Jüngeren

Im Rahmen der Befragung wurde auch die bevorzugte Form des Vorstellungsgesprächs ermittelt, sollte ein Jobwechsel in Betracht gezogen werden. Konkret haben wir die Teilnehmenden gefragt, ob sie ein persönliches Gespräch oder ein Online-Gespräch bevorzugen.

Das Ergebnis ist eindeutig: Die Mehrheit der Teilnehmenden (84,5 %) tendiert zu einem persönlichen Gespräch – deutlich häufiger als zu Online-Formaten (4,2%). Der Wunsch nach persönlichem Kontakt im Bewerbungsprozess bleibt damit auch in zunehmend digitalisierten Arbeitswelten bestehen. Das gilt für Frauen und Männer gleichermaßen. Die Analyse der Antworten nach Geschlecht zeigt nur geringe Unterschiede: 85,6 % der Frauen und 81,4 % der Männer präferieren ein persönliches Gespräch.

Angenommen, Sie würden einen Jobwechsel in Betracht ziehen: Sollte Ihr Vorstellungsgespräch eher online oder eher persönlich stattfinden?



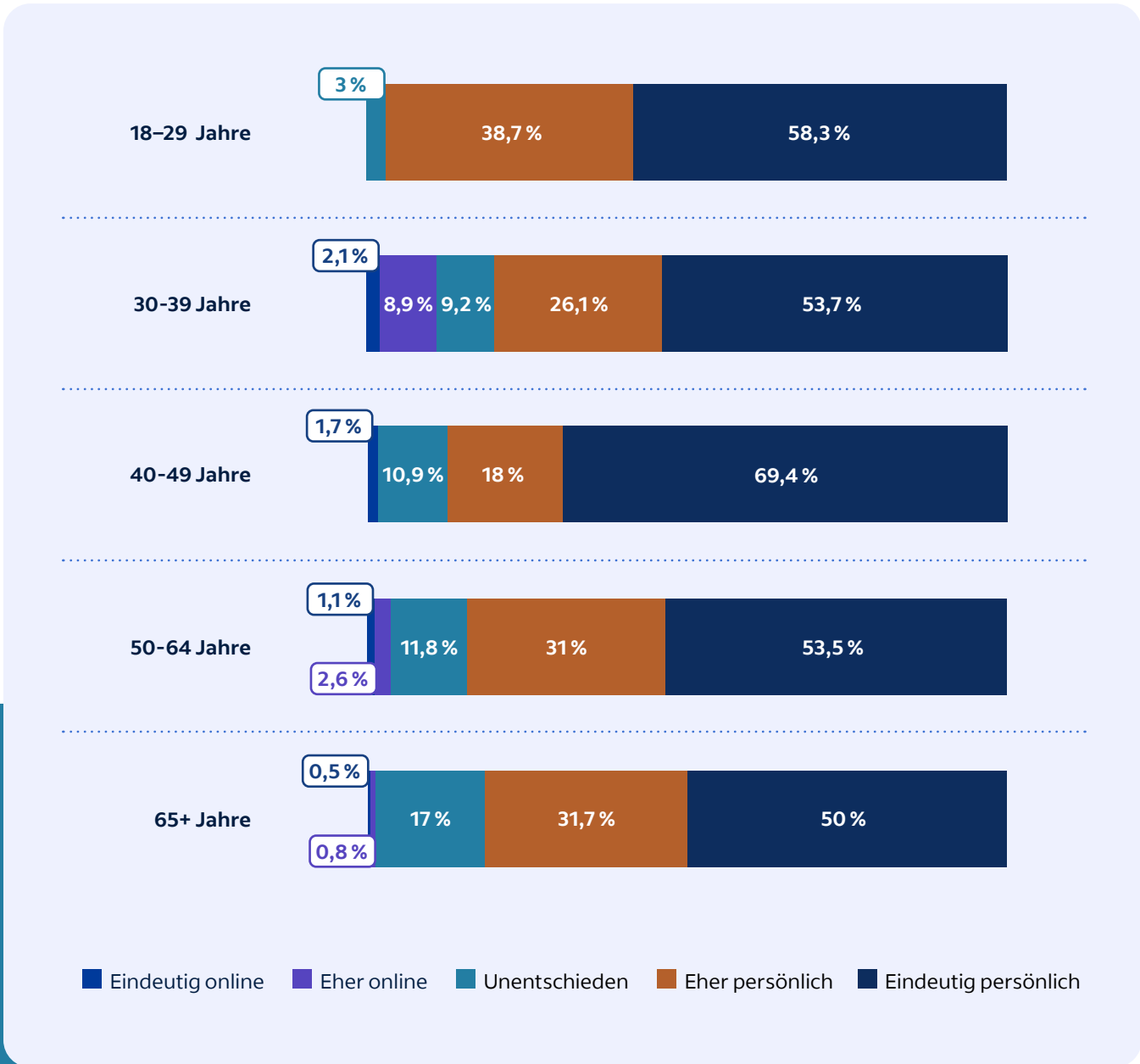
Überraschung: Jüngere lehnen Online-Gespräche besonders deutlich ab

Ausgehend von der Annahme, dass jüngere Generationen eine höhere Affinität zu digitalen Formaten aufweisen, haben wir das Antwortverhalten zusätzlich nach Altersgruppen analysiert. Das Ergebnis widerspricht der ursprünglichen These deutlich. In der jüngsten Altersgruppe (18–29 Jahre) gaben 0 % der Befragten an, ein Vorstellungsgespräch „eindeutig online“ führen zu wollen. Auch sie bevorzugen persönliche Gespräche.

Zwar spielen digitale Kanäle wie Karrierewebsites oder Bewertungsportale bei der Informationssuche eine wichtige Rolle, doch das Vorstellungsgespräch ist offensichtlich ein besonders wertgeschätztes Moment des persönlichen Kontakts. Selbst bei digital-affinen jüngeren Altersgruppen besteht der Wunsch, einen unmittelbaren und echten Eindruck vom Gegenüber und der Arbeitsumgebung zu gewinnen.

Fazit für das Recruiting

Gerade im Gesundheitsbereich scheint eine persönliche Begegnung für den Vertrauensaufbau entscheidend zu sein. Unabhängig vom Alter sind persönliche Gespräche nach wie vor der Standard. Online-Formate können als Ergänzung für erste Vorgespräche sinnvoll sein, sollten aber nicht den finalen Entscheidungsprozess ersetzen. Auch für die Generation Z ist das persönliche Kennenlernen ein zentrales Element bei der Wahl des Arbeitgebers – ein wichtiger Hinweis für die Ausgestaltung des Recruiting-Prozesses.



12 | Hinderungsgründe für eine Bewerbung

Nicht nur die Anreize, sondern auch die Hindernisse auf dem Weg zum neuen Job sind entscheidend. Deshalb haben wir untersucht, welche Faktoren Jobsuchende im Gesundheitswesen davon abhalten, sich überhaupt auf eine Stelle zu bewerben. Die Ergebnisse geben Einblick in typische Ausschlusskriterien, insbesondere am Anfang der Candidate Journey.

Hauptgründe gegen eine Bewerbung: Gehalt, Unklarheit und Bewertungen

Der mit Abstand häufigste Grund, eine Bewerbung gar nicht erst in Erwägung zu ziehen, ist ein fehlender oder zu niedriger Gehaltsrahmen. Für die Mehrheit der Befragten (63,6 %) ist dieser Punkt das größte Ausschlusskriterium.

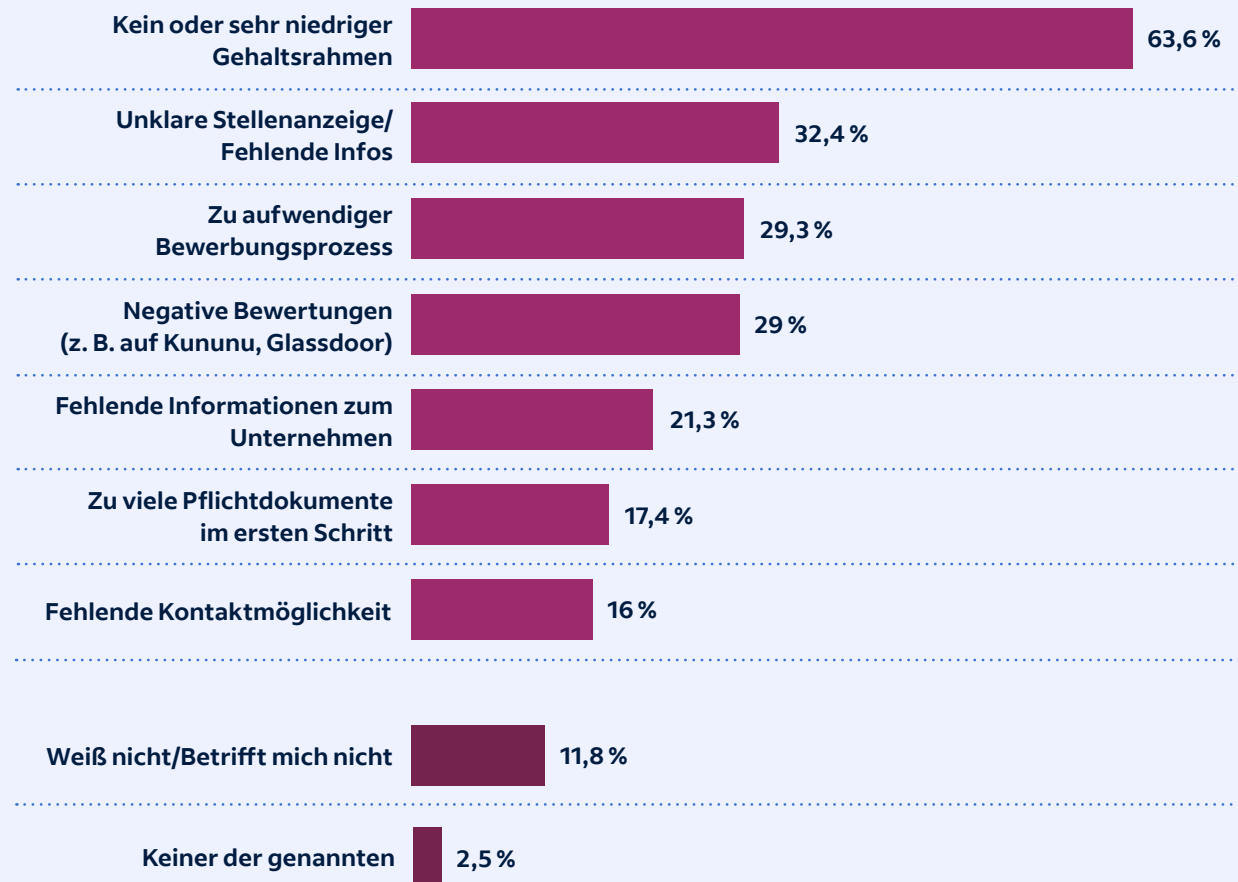
Auf den weiteren Plätzen folgen:

- Unklare Stellenanzeigen bzw. fehlende Informationen (32,4 %)
- Ein zu aufwendiger Bewerbungsprozess (29,3 %)
- Negative Bewertungen auf Arbeitgeberbewertungsportalen wie Kununu oder Glassdoor (29 %)

Letzteres ist besonders interessant: Bewertungen auf entsprechenden Plattformen spielen zwar als aktiver Wechselgrund keine herausragende Rolle, als negativer Ausschlussfaktor sind sie aber für fast ein Drittel der Befragten ausschlaggebend. Das bedeutet, dass schlechte Bewertungen dazu führen können, dass sich geeignete Kandidatinnen und Kandidaten gar nicht erst bewerben.

Angenommen, Sie würden einen Jobwechsel in Betracht ziehen: Welche dieser Gründe würden am ehesten dazu führen, dass Sie sich auf einen bestimmten Job nicht bewerben?

(Mehrfachnennungen möglich)



Bewertungsportale: Reputationsmanagement gewinnt an Bedeutung

Diese Ergebnisse verdeutlichen, wie wichtig ein aktives Bewertungsmanagement für Arbeitgeber ist. Negative Erfahrungsberichte schrecken Stellensuchende ab, selbst wenn sie sonst interessiert wären. Es geht dabei weniger darum, ausschließlich Höchstbewertungen zu generieren, sondern vielmehr um ein glaubwürdiges und ausgewogenes Bild. Eine realistische Durchschnittsbewertung von etwa vier Sternen wirkt oft vertrauenswürdiger als eine auffällig perfekte Darstellung.

Altersunterschiede: Jüngere achten stärker auf Bewertungen

Ein Blick auf die verschiedenen Altersgruppen zeigt: Vor allem die jüngeren Zielgruppen (18–39 Jahre) legen großen Wert auf Bewertungen auf Plattformen wie Kununu und Glassdoor. In diesen Alterskohorten sind negative Bewertungen für die Bewerbungsentscheidung deutlich relevanter als bei älteren Befragten.

Dies legt nahe, dass ein authentisches, aktives Bewertungsmanagement insbesondere für die Ansprache jüngerer Fachkräfte unerlässlich ist.



13 | Best Practices für HR im Recruitingprozess

- **Gehaltsangaben transparent kommunizieren:** Fehlende oder unklare Informationen zum Gehalt schrecken Bewerber*innen ab. Eine Angabe sollte Standard sein.
- **Stellenanzeigen klar formulieren:** Aufgaben, Anforderungen und Rahmenbedingungen sollten eindeutig beschrieben werden.
- **Bewerbungsprozesse verschlanken:** Zu komplexe Verfahren wirken abschreckend – insbesondere in Zeiten eines Fachkräftemangels.
- **Aktives Bewertungsmanagement etablieren:** Reagieren Sie auf Kritik, fördern Sie ausgewogene Bewertungen und zeigen Sie sich offen, insbesondere auf Plattformen wie Kununu oder Glassdoor.
- **Zielgruppenspezifisch denken:** Gerade jüngere Zielgruppen nutzen digitale Rechercheinstrumente. Achten Sie hier besonders auf Ihren Online-Ruf.



14 | Gründe für den Abbruch des Bewerbungsprozesses

Im vorigen Kapitel haben wir erläutert, was potenzielle Kandidatinnen und Kandidaten davon abhält, einen Bewerbungsprozess überhaupt erst zu starten. Eine weitere spannende Frage lautet: Was führt dazu, einen laufenden Bewerbungsprozess abzubrechen? Die Analyse zeigt, welche Faktoren Bewerber*innen nach einer bereits eingereichten Bewerbung wieder aussteigen lassen – etwa nach einem Vorstellungsgespräch oder im weiteren Verlauf.

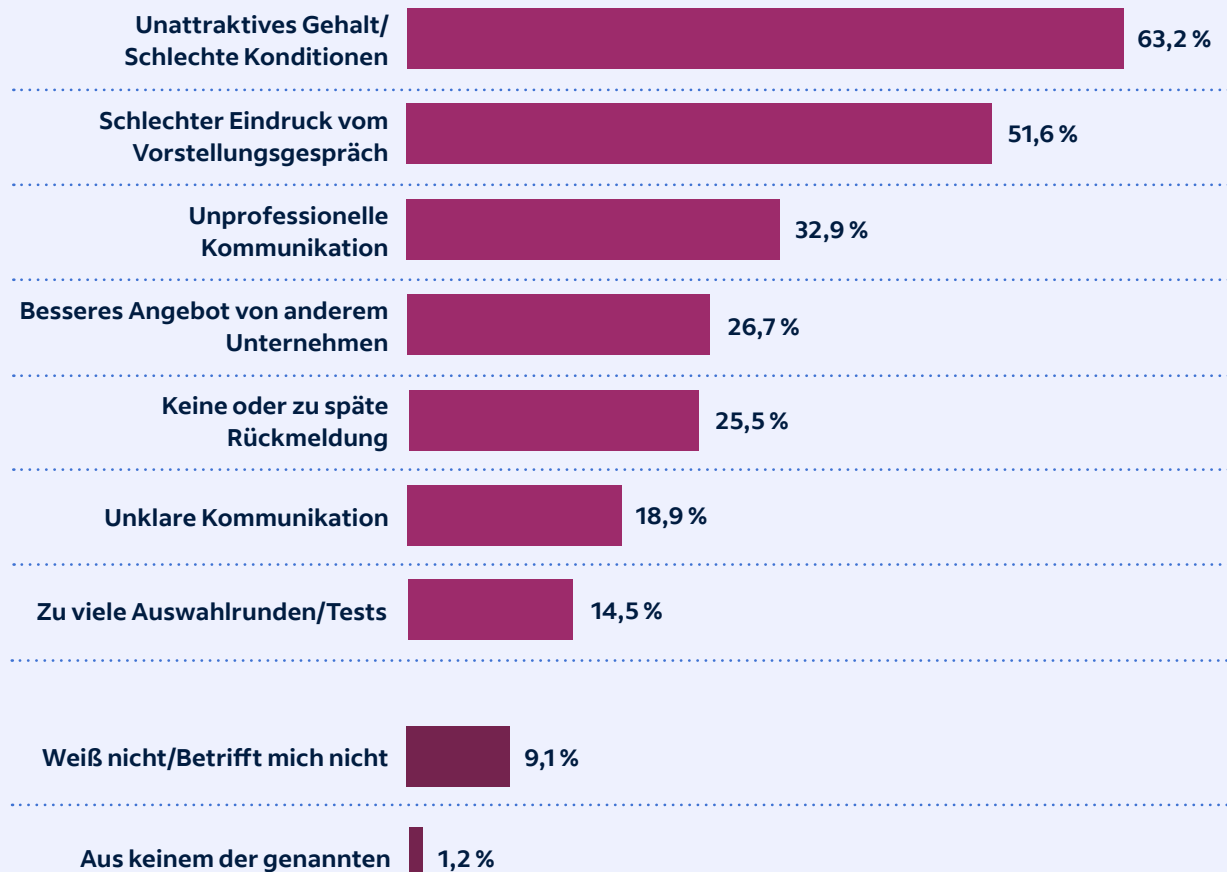
Hauptgründe für einen Abbruch nach der Bewerbung

An der Spitze steht – wie bereits beim Bewerbungsstart – mit 63,2 % das Thema unattraktives Gehalt oder schlechte Konditionen. Knapp dahinter folgt mit 51,6 % ein negativer Eindruck im Vorstellungsgespräch.

Weitere relevante Gründe

- Unprofessionelle Kommunikation im Prozess
- Ein besseres Angebot eines anderen Unternehmens
- Keine oder zu späte Rückmeldung durch das Unternehmen

Angenommen, Sie würden einen Jobwechsel in Betracht ziehen:
Aus welchen dieser Gründe würden Sie die Bewerbung im laufenden Prozess am ehesten abbrechen? (Mehrfachnennungen möglich)



Überraschung: Auswahlrunden oder Tests kaum ein Hindernis

Entgegen häufiger Annahmen ist die Anzahl der Auswahlrunden oder Tests für die meisten Bewerber*innen kein wesentlicher Abbruchgrund. Diese Option wird mit 14,5 % vergleichsweise selten genannt.

Zwar kann die Wahrnehmung dessen, was als „zu viel“ empfunden wird, je nach Branche und individueller Erfahrung variieren – in der Gesundheitsbranche ist der Bewerbungsprozess in der Regel deutlich schlanker als etwa in der Unternehmensberatung. Dennoch zeigt die Erhebung: Das Thema hat in der Wahrnehmung der Bewerber*innen nur geringe Relevanz für einen Abbruch des Bewerbungsprozesses.

Unterschiede nach Altersgruppen: Langsame Prozesse frustrieren vor allem Jüngere

Ein Blick auf die Altersverteilung der Abbruchgründe zeigt deutliche Unterschiede bei einzelnen Aspekten. Besonders relevant:

- **Jüngere Bewerber*innen (18–29 Jahre)** brechen mit 46,6 % mehr als doppelt so häufig ab wie die höheren Altersgruppen, wenn keine oder eine zu späte Rückmeldung erfolgt. Für sie spielt die Schnelligkeit des Prozesses eine entscheidende Rolle.
- **Zu viele Auswahlrunden oder Tests** scheinen für die jüngste Altersgruppe überhaupt kein Problem darzustellen: 0 % sehen darin einen Grund, die Bewerbung abzubrechen. Bei den übrigen Altersgruppen schwankt der Wert ohne klare Korrelation zwischen 12,3 % und 23,9 %.
- **Beim Abbruch aufgrund eines unattraktiven Gehalts** sind die Zahlen insgesamt hoch und es sind kleinere Unterschiede zwischen den Altersgruppen erkennbar, jedoch ohne klare Muster.

15 | Best Practices zur Vermeidung von Bewerbungsabbrüchen

- **Gehalt bleibt entscheidend:** Auch im weiteren Bewerbungsprozess ist eine klare und faire Vergütung das zentrale Kriterium.
- **Bewerbungsgespräche sorgfältig gestalten:** Der persönliche Eindruck zählt – unprofessionelle oder unsympathische Gespräche führen schnell zum Absprung.
- **Reaktionszeiten optimieren:** Besonders bei jüngeren Zielgruppen ist eine schnelle Rückmeldung entscheidend. Verzögerungen senken die Abschlusswahrscheinlichkeit deutlich.
- **Kommunikation als Erfolgsfaktor:** Freundliche, strukturierte und professionelle Kommunikation macht einen wesentlichen Unterschied.
- **Bewusst mit Auswahlrunden umgehen:** Auch wenn sie selten als Hauptgrund für einen Abbruch genannt werden, sollte der Aufwand stets verhältnismäßig bleiben – insbesondere für Berufseinsteiger.



16 | Fazit

Die Studie macht deutlich: Pflege- und Gesundheitsfachkräfte handeln pragmatisch. Sie priorisieren Standortnähe, Gehalt, und planbare Arbeitsbedingungen. Persönliche Kommunikation und echte Wertschätzung sind dabei zentrale Führungsaufgaben. Arbeitgeber, die diese Bedürfnisse transparent und authentisch adressieren – insbesondere in Stellenanzeigen und Bewerbungsprozessen –, steigern ihre Chancen auf qualifizierte Bewerbungen deutlich.

Was die Zielgruppe wirklich will – und was das fürs Recruiting bedeutet

Stellensuchende in der Gesundheitsbranche haben sehr konkrete Erwartungen an Stellenanzeigen, Bewerbungsprozesse und Führung. Am wichtigsten sind ihnen transparente Informationen, insbesondere zu Gehalt, Aufgaben und Arbeitsort. Rund 75 % nennen die Nähe zum Wohnort als entscheidendes Kriterium. Ein fehlender Gehaltsrahmen ist der häufigste Grund, sich gar nicht erst zu bewerben.

Bewertungsportale wie Kununu und Glassdoor wirken sich zunehmend auf die Entscheidung aus, gerade bei jüngeren Menschen. Unternehmen sollten diese Portale nicht als reine Marketingfläche begreifen, sondern aktiv managen, um Bewerbungsabbrüche zu vermeiden. Auch Vorstellungsgespräche sind ein entscheidender Punkt: Überraschenderweise bevorzugt die Mehrheit, darunter auch viele Jüngere, persönliche Treffen statt Online-Formate.

Die häufigsten Abbruchgründe im laufenden Bewerbungsprozess sind unattraktive Konditionen, schlechte Kommunikation und lange Reaktionszeiten. Besonders jüngere Bewerber*innen erwarten hier Tempo und klare Strukturen. Auf Führungsebene wünschen sich Mitarbeitende vor allem Wertschätzung, transparente Kommunikation und einen professionellen Umgang mit Konflikten statt inspirierender Floskeln oder „Purpose-Botschaften“.

Personal- und Recruitingverantwortliche können daraus konkrete Konsequenzen ziehen: Prozesse verschlanken, Kommunikation klarer gestalten, Führungskräfte als glaubwürdige Kulturträger schulen und mutiger, ehrlicher und näher an der Lebensrealität der Mitarbeitenden agieren.



Über Indeed

Indeed ist mit über 615 Millionen Bewerberprofilen¹ die weltweit führende Jobseite.² Menschen in mehr als 60 Ländern und 28 Sprachen nutzen Indeed, um einen Job zu finden, ihren Lebenslauf zu veröffentlichen und Unternehmen zu recherchieren. Über 3,3 Millionen Arbeitgeber setzen Indeed ein, um neue Mitarbeitende zu gewinnen und einzustellen. Mithilfe künstlicher Intelligenz und umfangreicher eigener Stellenanzeigen- und Recruiting-Daten verändert Indeed die Art und Weise, wie Menschen und Arbeitgeber zueinanderfinden. Jeden Tag unterstützen wir Millionen von Jobsuchenden dabei, neue Stellenangebote zu entdecken, und helfen Arbeitgebern, passende Talente zu erreichen – mit innovativen, KI-gesteuerten Lösungen, die den Recruiting-Prozess vereinfachen und beschleunigen. Indeed ist eine Tochtergesellschaft der Recruit Holdings, einem globalen Marktführer für HR-Technologie und Geschäftslösungen.

615 Mio.+

Bewerberprofile weltweit¹

Nr. 1

Jobsuche-App auf iPhone oder Android in 25+ Ländern

Business Category, SimilarWeb, Juni 2023

27

Einstellungen pro Minute³

60+

Länder mit Indeed-Standorten

3,3 Mio.+

Arbeitgeber rekrutieren über Indeed

28

Sprachen

6,3 Mio.

Bewerbungen über „Indeed Bewerben“ werden jeden Tag weltweit per Handy abgeschlossen

24,1 Mio.

Telefoninterviews über Indeed weltweit

¹Indeed-Daten (weltweit), Konten von Stellensuchenden mit einer eindeutigen, verifizierten E-Mail-Adresse

²ComScore, Besuche insgesamt, März 2025

³Indeed-Daten, Durchschnitt 2024

indeed