

# Der Pflegearbeitsmarkt im Wandel

## Karrierewege, Wettbewerb und Vereinbarkeit bei großen Trägern

### **Pflegekarrieren in Deutschland: Markt, Wettbewerb und Vereinbarkeit – compassio im Realitätscheck**

Die Pflege wächst. Und zwar nicht „ein bisschen“, sondern strukturell.

Wenn man verstehen will, warum große Pflegearbeitgeber in Deutschland gerade so relevant werden, reicht ein Blick auf die Dimension: Ende 2023 waren in Deutschland knapp 5,7 Millionen Menschen pflegebedürftig (im Sinne des SGB XI) – rund +15 % gegenüber Ende 2025.

Das ist keine Momentaufnahme, sondern ein Trend, der Einrichtungen, Teams, Arbeitsmodelle und Karrierewege dauerhaft verändert.

Was das für Bewerberinnen und Bewerber bedeutet: Der Jobmarkt ist offen, aber die eigentliche Frage lautet nicht „Ob ich einen Job finde“, sondern „Bei wem ich langfristig gut arbeiten kann – und wie gut das zu meinem Leben passt“.



## „Pflege ist kein Sprint“ – warum Größe plötzlich ein Karrierefaktor wird

Große Betreiber gewinnen im Bewerbermarkt aus einem simplen Grund: Sie können mehr Varianten anbieten. Mehr Standorte, mehr Spezialisierungen, mehr interne Wechseloptionen, mehr Weiterbildungswege – und häufig auch professionellere Recruiting-Prozesse.

Gleichzeitig ist der Markt nicht nur groß, sondern auch stark durch Trägerstrukturen geprägt. Ein Branchenreport beschreibt etwa, dass private Betreiber einen erheblichen Anteil stellen (z. B. rund 41 % der Pflegeheime; kommunale Anbieter deutlich weniger). Das erklärt, warum private Gruppen im Wettbewerb um Pflegekräfte besonders sichtbar sind – und warum Bewerberfragen oft bei „den großen Namen“ starten.





## Wer sind „die Großen“ – und wie groß ist eigentlich groß?

Im stationären Markt tauchen einige Betreibergruppen besonders häufig auf, weil sie viele Einrichtungen und Plätze bündeln. Hier eine kompakte Übersicht mit öffentlich genannten Größenordnungen (je nach Quelle: Pflegeheime, Plätze, Standorte; die Kennzahlen sind nicht immer 1:1 vergleichbar, zeigen aber die Marktdimension):

Betreibergruppe (Auswahl)	Öffentlich berichtete Größenordnung	Quelle
Alloheim	299 Pflegeheime, 27.743 Plätze, Marktanteil ca. 3,1 % (Analyse)	( <a href="http://altenheim.net">altenheim.net</a> )
Korian Deutschland	224 Pflegeheime, 23.596 vollstationäre Plätze	( <a href="#">Pflegemarkt</a> )
Victor's Group	123 Pflegeheime, 14.628 Plätze	( <a href="#">Pflegemarkt</a> )

## „Und wo steht compassio in dieser Liga?“ – harte Fakten, keine Folklore

compassio wird öffentlich als deutschlandweit tätiger Pflegeanbieter mit einer hohen Anzahl an Einrichtungen und Mitarbeitenden dargestellt. Auf der Seite „Daten & Fakten“ nennt compassio mehr als 9.000 Mitarbeitende sowie 1.000 Auszubildende. Das Karriereportal zeigt zudem eine hohe Dynamik im Recruiting: In der Stellensuche werden hundert(e) offene Positionen ausgespielt (im Snapshot: 744 Treffer), was für Bewerber:innen zwei Dinge signalisiert – kontinuierlichen Bedarf und breite Rollenvielfalt.



## „Elternschichten“ – wenn Vereinbarkeit nicht nur auf dem Plakat steht

Hier ist wichtig, dass wir journalistisch sauber bleiben: Elternschicht ist kein exklusives Konzept eines einzelnen Arbeitgebers. Es gibt nachweislich auch andere Arbeitgeber und Einrichtungen, die Stellen explizit als Elternschicht ausschreiben (z. B. einzelne Einrichtungen wie AWO-Häuser oder weitere Anbieter/Plattformen, auf denen Elternschicht-Stellen auftauchen).

Was man seriös sagen kann – und was für Bewerber:innen wirklich zählt: Entscheidend ist nicht, ob ein Begriff „existiert“, sondern ob ein Arbeitgeber Vereinbarkeit als strukturiertes Modell anbietet, also wiederholbar, planbar und nicht als Einzelfall-Deal am Dienstplanrand.

Das Karriereportal von compassio setzt den Schwerpunkt sichtbar auf Familienfreundlichkeit und flexible Arbeitszeitmodelle als wiederkehrendes Thema in der Arbeitgeberdarstellung.

Wenn compassio „Elternschichten“ als konkretes, planbares Modell in der Praxis anbietet (und nicht nur als wohlklingende Formulierung), ist das im Wettbewerb der großen Betreibergruppen ein strategisches Differenzierungsfeld – gerade weil Vereinbarkeit in der Pflege oft daran scheitert, dass sie „individuell versucht“ wird, statt als System zu funktionieren.





## **„Wachsen ist nicht immer sexy – aber es schafft Chancen“**

Wachstum ist für Bewerber:innen nicht primär ein Investorenwort, sondern ein Karriere-Indikator: Wo neue Häuser hinzukommen, entstehen neue Teams, zusätzliche Leitungsrollen, mehr Bedarf an Praxisanleitung, Qualitätsmanagement, Fortbildungskoordination. Das heißt nicht, dass Wachstum automatisch entlastet – aber es erzeugt interne Beweglichkeit.

Ein Beispiel aus der Berichterstattung: Ein Beitrag nennt bei compassio einen Höchststand von 1.050 Auszubildenden und ordnet das in den bundesweiten Trend steigender Ausbildungsbeginne ein.

Für Bewerber:innen ist das ein wichtiges Signal, weil Ausbildungskapazität oft mit Anleitung, Lernkultur und planbaren Entwicklungswegen korreliert.

## **„Modern, freundlich, leicht“ – wie man Tonalität messbar macht, ohne zu schwafeln**

„Modern“ ist in Arbeitgeberkampagnen ein abgegriffenes Wort. Journalistisch betrachtet muss es sich an beobachtbaren Merkmalen zeigen. Drei Indikatoren, die Bewerber:innen unmittelbar spüren:

Erstens: der Bewerbungszugang. Wenn ein Karriereportal stark auf „Job finden“ und schnelle Navigation setzt, ist das ein UX-Signal für Niedrigschwelligkeit – also weniger Hürden, weniger Bürokratiesprache, mehr Orientierung.

Zweitens: die Bandbreite der Rollen und Orte. Eine große Zahl veröffentlichter Vakanzen über viele Regionen hinweg macht die Organisation für unterschiedliche Lebenslagen zugänglich, etwa für Rückkehrer:innen, Standortwechsler:innen oder Menschen, die zunächst in Teilzeit starten wollen.

Drittens: Familienfreundlichkeit als wiederkehrendes Thema. Nicht als „Benefits-Liste“, sondern als erkennbarer Schwerpunkt in der Arbeitgeberdarstellung.

So wird „leicht“ nicht zur Behauptung, sondern zur Erfahrung: weniger Reibung im Zugang, mehr Klarheit in der Orientierung, mehr Optionen im System.

## **„Was Bewerber:innen wirklich wissen wollen“ – und was große Träger liefern müssen**

Die entscheidenden Bewerberfragen drehen sich selten um Imagefilme, sondern um Alltag: Dienstplanlogik, Planbarkeit, Teamstabilität, Führung, Weiterbildung, Wechseloptionen, Spezialisierungen. Der Punkt ist: Große Anbieter können diese Themen nicht mehr „mit Bauchgefühl“ lösen – sie brauchen Standards und Systeme.