



## TikTok für Pflegedienste

TikTok wächst rasant – und wird längst nicht mehr nur zur Unterhaltung genutzt. Auch Pflegedienste können die Plattform strategisch nutzen, um junge Zielgruppen zu erreichen und Sichtbarkeit zu gewinnen.

TikTok zählt zu den am schnellsten wachsenden sozialen Netzwerken weltweit. Mit über einer Milliarde aktiven Nutzer:innen monatlich hat sich die Plattform längst über ihren Ruf als reine Unterhaltungs-App hinausentwickelt. Für Unternehmen aller Branchen, auch für Pflegedienste, stellt sich deshalb die Frage: Lohnt sich TikTok als Kommunikations- und Marketingkanal?

### Potenziale von TikTok in der häuslichen Pflege

Ein Blick auf die Nutzerschaft von TikTok zeigt: Die Plattform spricht primär ein jüngeres Publikum an – darunter viele, die sich beruflich (neu) orientieren möchten. Damit ist TikTok ein interessanter Kanal zur Ansprache potenzieller Nachwuchskräfte und ganz generell zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit für pflegerische Themen. Besonders erfolgreich sind aufmerksamkeitsstarke Videos, die in wenigen Sekunden eine Botschaft transportieren. Für Pflegedienste bietet sich hier eine große Chance: Pflegethemen lassen sich in kompakte Clips verpacken. Neben unterhaltsamen Formaten sind

#### Praxistipp: Nutzen Sie TikTok-Trends

Pflegedienste können TikTok-Trends einsetzen, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und gleichzeitig über Pflege zu informieren. Ob Challenges oder Hashtags – viele Trends lassen sich so umsetzen, dass sie sowohl unterhaltsam als auch informativ sind. Wichtig ist, bei der Auswahl der Trends darauf zu achten, dass sie zur Marke und zum Pflegekontext passen – und dass sie die Werte und Professionalität des Pflegedienstes unterstreichen. So entsteht ein stimmiges Gesamtbild.



Foto: Adobe/Getty Images/Stock

auch aufklärende Inhalte erwünscht: Videos zu Arbeitsbedingungen, Einstiegsmöglichkeiten, Karrierepfaden oder Einblicke in den Pflegealltag können Interesse wecken, Vertrauen schaffen und ein realistisches Bild des Berufs zeichnen.

Ein großer Vorteil von TikTok ist die virale Dynamik. Gut gemachte, authentische und emotionale Inhalte können in kurzer Zeit große Reichweiten erzielen – ganz ohne großes Werbebudget. Wer es schafft, mit ehrlichen Botschaften und kreativen Ideen Interesse zu wecken, kann schnell viel Aufmerksamkeit generieren. Gleichzeitig bringt die Plattform Herausforderungen mit sich. Der Grundton ist locker und oft humorvoll – was auf den ersten Blick wenig mit der Seriosität der Pflegebranche zu tun hat. Hier gilt es, eine Balance zu finden: Inhalte dürfen unterhaltsam sein, sollten aber niemals respektlos wirken. Eine durchdachte Strategie und ein gutes Gespür für die Zielgruppe sind dabei entscheidend.

### Plattform bietet Reichweite und Sichtbarkeit

TikTok bietet für Pflegedienste spannende Möglichkeiten, wichtige Botschaften zu vermitteln und sich als moderne Arbeitgebermarke zu positionieren. Wer kreative Inhalte mit einem klaren Informationsauftrag kombiniert und die Plattform mit Fingerspitzengefühl bespielt, kann von hoher Reichweite und Sichtbarkeit profitieren. Voraussetzung ist jedoch eine strategische Herangehensweise. Richtig eingesetzt, kann TikTok ein wertvoller Baustein in der digitalen Kommunikation für die häusliche Pflege sein.



Foto: fokus digital GmbH

**Giovanni Bruno**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter fokus  
digital GmbH  
[www.fokus-d.de](http://www.fokus-d.de)