

YOUNG Betriebswirtschafts lehre 8 ACADEMICS

Felix Brinkmann

Personalmarketing im Rettungswesen

Eine Analyse des Employer Brandings
in Rettungsdiensten der Deutschschweiz

YOUNG ACADEMICS

Betriebswirtschaftslehre | 8

Felix Brinkmann

Personalmarketing im Rettungswesen

Eine Analyse des Employer Brandings
in Rettungsdiensten der Deutschschweiz

Mit Vorworten von Ass. Prof. Keanu Moseler und Samuel Zünd

Tectum Verlag



ASSOCIATION OF
PREHOSPITAL
RESEARCH
PROMOTION

Die Herausgabe dieser Publikation wurde von der *Association for Prehospital Research Promotion* gefördert. Der Autor dankt der APRP ganz herzlich für ihre Unterstützung.

Felix Brinkmann
Personalmarketing im Rettungswesen
Eine Analyse des Employer Brandings in Rettungsdiensten der Deutschschweiz

© Tectum Verlag – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2024
ISBN 978-3-68900-182-7
ePDF 978-3-68900-183-4

ISSN: 2940-0805

Young Academics: Betriebswirtschaftslehre; Bd. 8

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783689001827>

Gesamtherstellung:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
Waldseestraße 3–5 | 76530 Baden-Baden



Onlineversion
Tectum eLibrary

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet
www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung
– Nicht kommerziell – Keine Bearbeitungen 4.0 International Lizenz.

<https://doi.org/10.5771/9783689001834>, am 20.12.2024, 11:50:19
Open Access –  <https://www.nomos-elibrary.de/agn>

Vorwort von Ass.Prof. Keanu Moseler

Die vorliegende Veröffentlichung von Felix Brinkmann, verfasst im Rahmen seines Professional MBA, thematisiert die Sicherung und Förderung von langfristigen Bindungen der Rettungsanitäterinnen und Rettungsanitäter in der deutschsprachigen Schweiz.

Felix Brinkmann hat sich in seiner Arbeit intensiv mit den Herausforderungen des Fachkräftemangels im Rettungswesen auseinandergesetzt. Durch eine detaillierte Analyse des Personalmarketings und der Arbeitgebermarke liefert die Arbeit wertvolle Erkenntnisse und praxisnahe Empfehlungen. Die solide Methodik der Arbeit verschafft einen umfassenden Überblick über die aktuelle Situation und die Bedürfnisse der Rettungskräfte und Führungskräfte in diesem Bereich.

Besonders hervorzuheben sind die gründliche Recherche und die empirische Untersuchung, die von Felix Brinkmann durchgeführt wurden. Die Kombination aus Online-Befragungen und Interviews ermöglicht eine repräsentative Darstellung der Situation in den Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz. Die Ergebnisse der Arbeit unterstreichen die Notwendigkeit, Personalmarketingstrategien und Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung weiterzuentwickeln und zu stärken, um einen funktionierenden Rettungssektor aufrechtzuerhalten.

Diese Masterarbeit ist nicht nur im akademischen Kontext von Bedeutung, sondern vor allem in der Praxis von großem Nutzen. Die Empfehlungen liefern fundierte Ansätze zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen und Karrieremöglichkeiten für Rettungsanitäterinnen und Rettungsanitäter und tragen damit zur langfristigen Bindung an den Beruf bei.

Mein Dank gilt Felix Brinkmann für seine engagierte und gründliche Arbeit. Die Veröffentlichung wird mit Sicherheit auf breite Resonanz stoßen und einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung des Personalmanagements im Rettungswesen leisten.

Ass.Prof. Keanu Moseler, LL.B. LL.M. MBA MBA

Vorwort von Samuel Zünd

Die Forschung ist seit vielen Jahren ein integraler Bestandteil der akademischen Medizin, indem es jedes Jahr viele bedeutende Fortschritte zu verzeichnen gibt. Das betrifft aber vor allem innerklinische Ergebnisse und Erkenntnisse, die prähospitale Versorgung hat hingegen nur in einem geringen Maße von diesen Ergebnissen profitiert. Leitlinien und Handlungsempfehlungen werden oft aus Forschungsarbeiten verwandter Themen abgeleitet und dann in der prähospitalen Praxis umgesetzt.

In der letzten Zeit hat die wissenschaftliche Forschung im Rettungsdienst erfreulicherweise zugenommen. Diese Ergebnisse wurden aber nicht nur durch Ärztinnen und Ärzte realisiert, sondern auch dank einiger motivierter Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter, die inzwischen als Hauptautoren Forschungsprojekte leiten und publizieren. Diese Entwicklung ist sehr erfreulich und auch spannend, da die publizierten Forschungsergebnisse zum einen die Qualität der prähospitalen Versorgung aufzeigen und die Qualität durch konkrete wissenschaftliche Ergebnisse noch weiter verbessern können.

Andere Fachleute haben sich für Forschungsthemen im Management oder Human Resources von Rettungsdiensten entschieden, so auch Felix Brinkmann. Seine berufliche Expertise und sein Alltag als Rettungsdienstler ermöglichen es ihm, die Ergebnisse seiner Forschung durch die Perspektive eines Praktikers zu bewerten, was seine Forschungsarbeit mit relevanten Beiträgen versieht und ihr eine Feinheit verleiht, die man nur in Arbeiten von Klinikerinnen und Klinikern findet, die sich für eine Forschungskarriere entscheiden.

Als Forschungskoordinator kann ich Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter nur ermutigen, sich in der Forschung weiterzubilden,

um die Rettungswissenschaften auszubauen, qualitativ hochwertige Artikel zu verfassen und diese zu publizieren. Ein grosses Lob an Felix für die Energie, die er in diese Forschungsarbeit investiert hat. Die Rettungsgemeinschaft ist stolz darauf, einen so qualifizierten Fachmann in ihren Reihen zu haben.

Mit besten Rettungsgrüssen
Samuel Zünd

Abstract

In dieser Masterarbeit an der FH Burgenland in Zusammenarbeit mit der Austrian School of Applied Studies (ASAS) geht es vor dem Hintergrund eines zunehmenden Fachkräftemangels um die Frage, wie das Personal in den Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz durch Personalmarketing und die Stärkung der Arbeitgebermarke gehalten und besser motiviert werden kann. Deutlich wird dabei die Herausforderung, die langfristige Bindung der hochqualifizierten Rettungskräfte aufrecht zu erhalten. Die Beschäftigten im Rettungswesen sind immer noch mit eingeschränkten Karrieremöglichkeiten, hohen körperlichen und psychischen Belastungen konfrontiert. Ziel dieser Forschungsarbeit ist es, einen umfassenden Überblick über die aktuelle Situation von Personalmarketing und der Bedeutung der Arbeitgebermarke bei den Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz zu geben.

Um zu verhindern, dass viele erfahrene Rettungsanwältinnen und Rettungsanwält den Rettungsdienst verlassen und damit Fachwissen und Routine verloren gehen, sollten Ausbildungen, Weiterbildungen und Karrieremöglichkeiten sowohl verbessert wie auch wichtige Merkmale der Arbeitgebermarke konsequent ausgebaut werden. Um den verschiedenen Altersgruppen und ihren Bedürfnissen gerecht zu werden, ist auch über eine flexiblere Planung der Dienste sowie über verschiedene Arbeitszeitmodelle nachzudenken.

Der Fokus dieser Masterarbeit liegt auf verschiedenen Aspekten des Personalmarketings, Employer Brandings, Talentmanagements und der Employer Value Proposition. Im theoretischen Teil werden die verschiedenen Grundlagen des Personalmarketings und der Arbeitgebermarke behandelt. Der empirische Forschungsteil besteht aus einem

Mixed-Approach. Für die induktive Forschung kommen sowohl quantitative wie auch qualitative Forschungsmethoden zum Einsatz. Es wurde eine Online-Befragung von Führungskräften sowie Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern durchgeführt. So konnte ein realistisches und repräsentatives Bild über die aktuelle Situation in den Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz abgebildet werden. Die Ergebnisse wurden in einem qualitativen Interview mit Michael Schumann, dem Bereichsleiter Sanität von Schutz & Rettung Zürich und zeitgleich Präsidenten der Swiss Paramedic Association, besprochen und durch ihn beurteilt.

Trotz ihrer entscheidenden Rolle, die Funktionsfähigkeit kritischer Infrastruktur sicherzustellen, ist die Personalfrage im Bereich der Rettungsdienste bisher noch ein deutlich unterrepräsentiertes Thema in der Forschung in der neuen Wissenschaftsdisziplin „Rettungswissenschaften“.

Keywords: Personalmarketing, Arbeitgebermarke, Rettungswissenschaften, Personalbindung, Talentmanagement, Employer Value Proposition, Rettungsdienst, Rettungsdienstmanagement

Vorwort des Autors

In meiner Kindheit bin ich an einer großen Hauptstraße aufgewachsen, wo täglich Rettungswagen mit Blaulicht und Martinhorn zum benachbarten Spital fahren. Mir ist die Begeisterung für das Rettungswesen so von klein auf mitgegeben worden. Das Blaulichtvirus hat mich schon früh infiziert und ab da stand für mich fest, dass dies meine Berufung werden sollte. Nach meiner Schulzeit habe ich zuerst die Ausbildung zum staatlich anerkannten Rettungsassistenten in Deutschland gemacht. Seitdem habe ich mich beruflich sowie persönlich ständig weiterentwickelt und kontinuierlich weitergebildet, auf dem Weg wertvolle Erfahrungen sowie diverse Zertifikate und Diplome erworben. Schließlich hat mich mein Weg in die wunderschöne Schweiz geführt, wo ich heute auch lebe und zuhause bin.

Trotz meiner großen Begeisterung für das gesamte Blaulichtmilieu, bemerke ich auch zunehmend die Schwierigkeiten, mit denen das Rettungswesen konfrontiert ist. Mir wurde klar, dass es diverse Probleme gibt, mit denen Rettungskräfte in der Schweiz täglich konfrontiert sind. Einerseits stellt der Fachkräftemangel das gesamte Gesundheitswesen vor große Herausforderungen. Andererseits sind die Laufbahn- und Karrieremöglichkeiten für Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter begrenzt. Ich habe viele talentierte Kolleginnen und Kollegen erlebt, die inzwischen den Rettungsdienst verlassen haben und ihre hohen Kompetenzen inzwischen in anderen Tätigkeitsfeldern einbringen. Jede Person im Rettungsdienst kann zahlreiche solcher Beispiele nennen. Viele spielen zeitgleich mit dem Gedanken, wie es für sie selbst weitergehen soll. Jeder dieser Weggänge stellt einen schmerzlichen Verlust für das Rettungswesen dar. Anstatt der Lethargie resigniert zu erliegen und in Passivität zu verfallen, habe ich beschlossen, dass ich meinen Teil zur

Weiterentwicklung und zum Fortschritt im Schweizer Rettungsdienst beitragen will. Daher freut es mich, dass ich mich in dieser Masterarbeit mit diesem wichtigen Thema beschäftigen konnte.

An dieser Stelle möchte mich bei allen Personen, die mir beim Verfassen der Masterarbeit und auch über den gesamten Prozess des Masterstudiums geholfen haben, herzlich bedanken. Besonderer Dank geht allen Rettungssanitäterinnen, Rettungssanitätern und Rettungsdienstleitungen, deren Teilnahme an meinen Umfragen maßgeblich zu den umfassenden und repräsentativen Ergebnissen dieser Arbeit beigetragen hat.

Ich bin sehr dankbar für die wertvolle Betreuung durch Frau Jeannine Madeleine Ölschuster, die mich während der gesamten Zeit begleitet und jederzeit mit Rat und Tat zur Seite gestanden hat.

Ein herzliches Dankeschön geht an Michael Schumann, den Bereichsleiter Sanität von Schutz & Rettung Zürich und Präsidenten der Swiss Paramedic Association, der mich nicht nur bei der Verteilung der Umfragen unterstützt, sondern sich auch als Interviewpartner zur Verfügung gestellt hat.

Ein besonderer Dank gilt auch Miró Gächter für das fachliche Feedback und die Pretests meiner Fragebögen sowie Andi Müller, dem Leiter Rettungsdienst Schutz & Rettung Zürich, für den fachlichen Austausch, den Pretest der Fragebögen sowie der wertvollen Unterstützung während des gesamten Masterstudiums.

Ich möchte mich auch bei Herrn Dr.med. Benedikt Florian Scherr bedanken, dessen Expertise im Bereich wissenschaftlicher Publikationen für mich von unschätzbarem Wert war.

Ohne die großzügige finanzielle Unterstützung durch die Association for Prehospital Research Promotion (APRP) und ihren Präsidenten Samuel Zünd wäre diese Publikation so nicht möglich gewesen.

Ebenso gilt mein aufrichtiger Dank meinen Eltern, Ulrike Maria Brinkmann und Dr. phil. Heribert Brinkmann, die mich immer unterstützt haben.

Ich möchte mich bei meinen Schwiegereltern, Irene und Hubert Rizzi, dafür bedanken, dass sie mich während des Studiums immer motiviert haben.

Besonders hervorheben will ich zum Schluss die Unterstützung meiner Ehefrau Alessandra Victoria Brinkmann, die mich über die gesamte Zeit hinweg begleitet und unterstützt hat. Ihre Begeisterung, ihre Aufmunterungen in schwierigen Phasen und ihre Motivation haben mich stets zu Höchstleistungen angespornt.

Felix Brinkmann

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Problemstellung	1
1.2	Ziel der Masterarbeit	3
1.3	Abgrenzung	4
1.4	Forschungsfragen	4
1.5	Hypothesen	5
1.6	Methode	5
1.7	Aufbau der Arbeit	6
2	Systembeschreibung Rettungsdienst Schweiz	7
2.1	Ausbildungsniveaus	8
2.1.1	HF-Studium: Diplomierte/r Rettungssanitäter/in HF	8
2.1.2	Einordnung im D-A-CH-Raum	10
2.2	Tätigkeiten diplomierte/r Rettungssanitäter/in HF	11
2.3	Aktuelle Daten für den Rettungsdienst in der Schweiz	11
2.4	Wissenschaft und Akademisierung im Rettungsdienst	14
2.5	Überblick über aktuelle Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten	14
2.5.1	Empfohlene Weiterbildungen der Swiss Paramedic Association	15

Inhaltsverzeichnis

2.5.2	Akademische Bildungsangebote	16
2.5.3	Durchlässigkeit in die Nachdiplomstudiengänge HF AIN	17
2.6	Laufbahnentwicklung im Schweizer Rettungsdienst	17
2.6.1	Berufsbildung	18
2.6.2	Teamführung und Rettungsdienstleitung	19
2.7	Post-&-Pray: Stellenausschreibungen im Rettungsdienst	19
3	Personalmarketing	23
3.1	Aufgaben des Personalmarketings	25
3.2	Recruiting versus Personalmarketing	26
3.3	Internes Personalmarketing	28
3.4	Externes Personalmarketing	29
3.5	Laufbahnentwicklung	31
3.6	Talentmanagement	32
3.6.1	Gallup-Engagement-Index	34
3.6.2	Quiet-Quitting	35
3.6.3	Quiet-Hiring	36
3.6.4	Auswirkungen von Talenten und überqualifizierten Personen auf Unternehmen	36
3.6.5	Umgang mit Demotivation	37
3.6.6	Ethische Blindheit	38
3.6.7	PTED – Worst Case Szenario	39
3.7	Talentmanagement im Rettungsdienst	41
3.8	Employer Brand	43
3.8.1	Unterschied Employer Brand und Employer Branding	44
3.8.2	Hauptelemente Employer Branding	45
3.8.3	Interne Faktoren im Employer Branding	46

3.8.4	Ziele des Employer Branding	48
3.8.5	Herausforderungen des Employer Brandings in der Schweiz	49
3.8.6	Kosten- und Zeitansatz für Employer Branding im Rettungsdienst	50
3.9	Konsequenzen des Fachkräftemangels in der Schweiz	52
4	Methodische Vorgehensweise Forschungsarbeit	55
4.1	Fragebogenerstellung	55
4.1.1	Likert-Skala	56
4.1.2	Fragebogen-Plattform	56
4.1.3	Fragebögen-Pretest	57
4.1.4	Zielgruppen	58
4.1.5	Verteilung und Rekrutierung	58
4.1.6	Automatischer Ausschluss von der Befragung	59
4.1.7	Ausschluss aus der Datenerhebung	59
4.1.8	Repräsentativität	59
4.1.9	Zeitlicher Verlauf	60
4.2	Planung Interview	61
5	Umfrageergebnisse RS-Umfrage	63
5.1	Deskriptive Daten RS-Umfrage	63
5.1.1	Pensionierung als RS	65
5.1.2	Aktuelle Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für RS	66
5.1.3	Gewünschte Aus- und Weiterbildung im Rettungsdienst	66
5.1.4	BORS-Vergleich	67
5.1.5	Aktuelle Zufriedenheit am Arbeitsplatz	68
5.1.6	Zufriedenheit mit der Rettungsdienstleitung	69
5.1.7	Mitarbeiterbefragungen	71
5.1.8	Jobwechsel	71

5.1.9	Mund-zu-Mund-Propaganda	72
5.1.10	Bewerbungskanal	73
5.1.11	Wahrnehmung des Arbeitgebers vor der Bewerbung	73
5.2	Hard- und Soft-Facts Arbeitgebermarke	74
5.2.1	Details Hard-Facts	75
5.2.2	Details Soft-Facts	77
5.3	Berufliche Laufbahnberatung	78
6	Umfrageergebnisse Leadership-Umfrage	81
6.1	Deskriptive Statistik Leadership-Umfrage	81
6.2	Daten zu den Leitungspersonen	82
6.2.1	Regulärer Einsatzdienst durch Führungskräfte	84
6.2.2	Art des Rettungsdienstes	84
6.2.3	Anzahl von Mitarbeitenden	85
6.2.4	Durchschnittliche Einsatzzahlen	85
6.2.5	Einschränkungen durch vorgesetzte Stellen	86
6.3	Einschätzungen durch RD-Leitungen	87
6.3.1	Rettungsdienst bis zur Pensionierung	87
6.3.2	Aktuelle Lage Personalrekrutierung	87
6.4	Kanäle zur Anwerbung von neuem Personal	89
6.5	Social-Media-Aktivität durch Rettungsdienste	90
6.6	Aktueller Stand: Personalmarketing und Arbeitgebermarke	90
6.6.1	Gewichtung der Hard- und Soft-Facts in der Leadership-Umfrage	91
6.6.2	Laufbahnberatung und Talentpool	93
6.6.3	Beurteilung der Mitarbeiterzufriedenheit	94
6.6.4	Gewünschte Aus- und Weiterbildungen	96

7 Experteninterview Michael Schumann	97
7.1 Planung des Interviews	97
7.2 Technik	97
7.3 Postskript	98
7.4 Interviewdurchführung	98
7.5 Hauptergebnisse Experteninterview	98
7.6 Erkenntnisse aus dem Interview	101
8 Conclusio	103
8.1 Limitationen	103
8.2 Hypothesentest I	104
8.3 Beantwortung Forschungsfrage I	105
8.4 Hypothesentest II	105
8.5 Beantwortung Forschungsfrage II	106
8.6 Hypothesentest III	108
8.7 Forschungsfrage III	109
8.8 Persönliche Entwicklung Masterarbeit	110
8.9 Fazit	111
9. Literaturverzeichnis	117
Anhang	125

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	„Kein Job von der Stange“ – Employer Branding Kampagne von Schutz & Rettung Zürich (Quelle: (DIE ANTWORT, 2023))	21
Abbildung 2:	Gallup-Engagement-Index Schweiz (Quelle: Eigene Darstellung nach (Gallup®, 2024))	35
Abbildung 3:	Zusatzbedarf an Gesundheitsberufen (Quelle: (Wunsch, Buchmann, & Wedel, 2014, S. 59))	53
Abbildung 4:	Zeitlicher Verlauf Umfragen (Quelle: Eigene Darstellung)	61
Abbildung 5:	Teilnahmen nach Kantonen RS-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)	63
Abbildung 6:	Verteilung der Generationen in der RS-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)	64
Abbildung 7:	Beschäftigungspensum in Prozent (Quelle: Eigene Darstellung)	64
Abbildung 8:	Berufserfahrung als RS in Jahren (Quelle: Eigene Darstellung)	64
Abbildung 9:	Höchster Bildungsabschluss in der RS-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)	65
Abbildung 10:	Art des Rettungsdienstes (Quelle: Eigene Darstellung)	65

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 11:	Verteilung der Lohnunzufriedenheit nach Kanton (Quelle: Eigene Darstellung)	76
Abbildung 12:	Aktueller Stand berufliche Laufbahnberatung aus Sicht RS (Quelle: Eigene Darstellung)	78
Abbildung 13:	Teilnahmen Leadership-Umfrage nach Kanton (Quelle: Eigene Darstellung)	82
Abbildung 14:	Generationenverteilung in der Leadership-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)	82
Abbildung 15:	Berufserfahrung als RS und Führungserfahrung (Quelle: Eigene Darstellung)	83
Abbildung 16:	Höchster Bildungsabschluss Führungskräfte (Quelle: Eigene Darstellung)	83
Abbildung 17:	Art des Rettungsdienstes Leadership-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)	85
Abbildung 18:	Einsatzzahlen 2023 inklusive MW der Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)	86
Abbildung 19:	Art des Rettungsdienstes bei Einschränkungen durch vorgesetzte Stellen (Quelle: Eigene Darstellung)	87
Abbildung 20:	Schwierigkeiten bei Rekrutierung und Halten von Fachpersonal (Quelle: Eigene Darstellung)	88
Abbildung 21:	Direktvergleich effektive versus geschätzte Mitarbeiterzufriedenheit (Quelle: Eigene Darstellung)	94

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bildungsanteile und Lernstunden Dipl. RS HF	9
Tabelle 2:	Gewichtung der Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten durch RS	67
Tabelle 3:	Verteilung „Wohin führt ein Jobwechsel“	72
Tabelle 4:	Gewichtung Hard- und Soft-Facts der Arbeitgebermarke in der RS-Umfrage	74
Tabelle 5:	Verteilung der Lohnunzufriedenheit nach Art des Rettungsdienstes	75
Tabelle 6:	Schwierigkeitsgrade bei der Rekrutierung von RS	88
Tabelle 7:	Direktvergleich Hauptrekrutierungskanal RS- und Leadership-Umfrage	89
Tabelle 8:	Durch Rettungsdienste genutzte Social-Media-Plattformen	90
Tabelle 9:	Kumulierte Darstellung zum aktuellen Stand des Personalmarketings in Rettungsdiensten	91
Tabelle 10:	Gewichtung Hard-Facts durch Rettungsdienstleitungen	92
Tabelle 11:	Gewichtung Soft-Facts durch Rettungsdienstleitungen	92
Tabelle 12:	Gewichtung von Hard- und Soft-Facts im Direktvergleich	93

Tabellenverzeichnis

Tabelle 13:	Direktvergleich der Vorhaltung von Laufbahnmodellen	93
Tabelle 14:	Gewünschte Weiterbildungen im Vergleich von RS- und Leadership-Umfrage	96
Tabelle 15:	Mittelwerte der Hard- und Soft-Facts aus der RS- und der Leadership-Umfrage	108
Tabelle 16:	t-Wert und p-Werte der Hard- und Soft-Facts	109

Abkürzungsverzeichnis

AIN	<i>Anästhesie-, Intensiv- und Notfallpflege</i>
ÄLRD	<i>Ärztliche Leitung Rettungsdienst</i>
APRP	<i>Association of Prehospital Research Promotion</i>
BBV	<i>Berufsbildungsverordnung</i>
BORS	<i>Behörden und Organisationen für Rettung und Sicherheit</i>
CAS	<i>Certificate of Advanced Studies</i>
DACH	<i>Deutschland-Österreich und die Schweiz</i>
DAS	<i>Diploma of Advanced Studies</i>
DGRe	<i>Deutsche Gesellschaft für Rettungswissenschaften e.V.</i>
DSGVO	<i>Datenschutz Grundverordnung</i>
ECTS	<i>European Credit Transfer System</i>
EQF	<i>European Qualifications Framework</i>
EVP	<i>Employer Value Proposition</i>
FA	<i>Eidgenössischer Fachausweis</i>
FH	<i>Fachhochschule</i>
HF	<i>Höhere Fachschule</i>
HFP	<i>Höhere Fachprüfung</i>
HFRB	<i>Höhere Fachschule für Rettungsberufe Zürich</i>
HR	<i>Human Resources</i>
IVR	<i>Interverband für Rettungswesen</i>
MAS	<i>Master in Advanced Studies</i>
MW	<i>Mittelwert</i>
NDS	<i>Nachdiplomstudium</i>
NKI	<i>Notfallsanitärer Notfallkompetenz Intubation (Ausbildung in Österreich)</i>
Obsan	<i>Schweizerisches Gesundheitsobservatorium</i>
PTED	<i>Posttraumatic Embitterment Disorder</i>
PTSD	<i>Posttraumatische Belastungsstörung</i>

Abkürzungsverzeichnis

RD	<i>Rettungsdienst</i>
RS	<i>diplomierte/r Rettungssanitäter/in HF oder Rettungssanitäter/in NHF</i>
SD	<i>Standard deviation</i>
SGNOR	<i>Schweizerische Gesellschaft für Notfall- und Rettungsmedizin</i>
SPA	<i>Swiss Paramedic Association</i>
SPI	<i>Schweizerisches Polizei-Institut</i>
SRZ	<i>Schutz & Rettung Zürich</i>
SVEB	<i>Schweizerischer Verband für Erwachsenen Bildung</i>
SWOT	<i>Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats-Analyse</i>
TN	<i>Teilnehmende</i>
TS	<i>Transportsanitäter/in mit eidg. FA</i>
USP	<i>Unique Selling Point</i>
VRIO	<i>Valuable-Rare-Inimitable-Organized-Analyse</i>
WOM	<i>Word-of-Mouth</i>
ZHAW	<i>Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften</i>

1 Einleitung

Der Fachkräftemangel im Schweizer Rettungswesen ist ein Problem, das seit Jahren bekannt ist und bereits sehr gut quantifiziert werden konnte. Allerdings gibt es noch kaum Ursachenforschung oder Vorschläge, wie dagegen effektiv vorgegangen werden könnte. Hier setzt der empirische Teil dieser Masterarbeit an, um wichtige Erkenntnisse zu Ansatzpunkten gewinnen.

1.1 Problemstellung

Die Notfallversorgung ist ein elementarer Bestandteil unseres Schweizer Gesundheitssystems. Ihre Gewährleistung spielt eine wesentliche Rolle für die Gesundheit der Bevölkerung. Rund um die Uhr, an sieben Tagen der Woche und an 365 Tagen im Jahr, leisten Rettungsanitäterinnen und Rettungsanitäter in der Schweiz einen unverzichtbaren Beitrag zur Sicherheit und Gesundheit der Bevölkerung. Trotz dieser Wichtigkeit steht der Rettungsdienst hierzulande vor diversen Herausforderungen, die sich auf die langfristige Bindung von Rettungsanitäterinnen und Rettungsanitätern auswirken. Es gibt einen relevanten Fachkräftemangel, der sich auch auf die Einsatzbereitschaft und Versorgungsqualität auswirken kann.

Bereits 2009 erschien der Artikel „Rettungsanitäter als Mangelware“ in der Verbandszeitschrift Star of Life der Swiss Paramedic Association (SPA). Im Artikel wurde der Fachkräftemangel als großes Problem für den Schweizer Rettungsdienst prognostiziert.

„Dass es seit Jahren schwierig ist offene Stellen im Rettungsdienst qualifiziert zu besetzen, ist ein viel diskutiertes Thema. Dass sich dieser Umstand in den kommenden 10 bis 20 Jahren vermutlich noch verschärfen wird, wird derzeit allenfalls zur Kenntnis genommen. Eine übergreifende Strategie, diesem sich abzeichnenden Missstand zu begegnen, ist momentan nicht erkennbar.“¹

Seit diesem Artikel sind inzwischen mehr als 14 Jahre vergangen, und der Fachkräftemangel hat sich weiter verschärft. Das schweizerische Gesundheitsobservatorium (Obsan) führte 2016 eine Umfrage bei den Leitungen von Rettungsdiensten durch. Hier konnte nachgewiesen werden, dass rund zwei Drittel aller Schweizer Rettungsdienste Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von ausgebildeten Fachkräften haben.² Seitdem sind sechs Jahre vergangen, und die Situation hat sich – nicht zuletzt auch durch die SARS-CoV-2-Pandemie – weiter verschärft. In Interviews mit dem Schweizer Radio und Fernsehen schlug die SPA Alarm und unterstrich nochmals die Probleme bei der Personalrekrutierung sowie dem Halten von Personal.³

In diesem Beruf gibt es begrenzte Laufbahnentwicklungen, was dazu führt, dass viele Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter nach einiger Zeit aus dem Beruf ausscheiden, um in anderen Bereichen bessere Entwicklungsmöglichkeiten zu finden. Durch den Verlust von erfahrener Fachpersonal gehen wichtige Kompetenzen wie auch Erfahrungen verloren. Dazu kommen noch die hohe physische und psychische Belastung, die unregelmäßigen Arbeitszeiten, die Bezahlung sowie die fehlende Anerkennung und Wertschätzung der Arbeit hinzu. All dies kann dazu führen, dass die Motivation und Begeisterung für den Beruf schwindet und letztendlich der Wunsch entsteht, in andere Berufsfelder zu wechseln. Um den Problemen im Schweizer Rettungsdienst entgegenzuwirken und den Beruf attraktiver zu gestalten, sind dringende Maßnahmen wie bessere Weiter- und Fortbildungsmöglichkeiten, Karrierechancen sowie angemessene Vergütung notwendig.

1 Vgl. Trede, Regener & Cianella, 2009

2 Vgl. Frey, Lobsiger & Trede, Seite 7, (2017)

3 Vgl. Schweizer Radio und Fernsehen, (2023)

1.2 Ziel der Masterarbeit

Das Ziel der Masterarbeit ist es, einen wissenschaftlichen Überblick über die aktuelle Situation für das Personalmarketing und Mitarbeiterbindung in Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz aufzuzeigen. Hierbei sind sowohl die persönlichen Einstellungen und Erfahrungen der Beschäftigten in den Rettungsdiensten aber auch von Leitungspersonen wichtig. Die wissenschaftliche Begleitung ist in den deutschsprachigen Rettungsdiensten kaum üblich. Es gibt noch sehr wenig wissenschaftliche Arbeiten im Kontext des Rettungswesens, einem wichtigen Bestandteil der kritischen Infrastruktur. Durch den Mangel an Personen mit einem wissenschaftlichen Abschluss im Rettungsdienst gibt es auch keine entsprechenden Forschungsergebnisse.

„Rettungswissenschaft kann einen Beitrag zur wissenschaftlichen Aufarbeitung des Status quo und zur Entwicklung von Zukunftsmodellen leisten. Sie bietet dabei den Ansatz, strukturelle Veränderungen auf Basis klar definierter Fragestellungen sowie transparenter und anerkannter Methoden zu bewerten und diese auf der Grundlage belastbarer Erkenntnisse umzusetzen. Sie könnte so der Motor für die Vereinheitlichung der Systeme werden.“⁴

Diese Masterarbeit soll eine Pionierarbeit für die deutschsprachige Schweiz sein, um die Relevanz des Themas zu verdeutlichen. Durch deren Resultate soll die Relevanz von Laufbahnentwicklung, Personalmarketing und Mitarbeiterbindung aufgezeigt werden. Die Swiss Paramedic Association unterstützt das Thema der Masterarbeit. Die wissenschaftlichen Erkenntnisse, die im Rahmen dieser Masterarbeit gewonnen werden, können und sollen den Expertinnen und Experten bei Bedarf zur Verfügung gestellt werden.

4 Vgl. Prescher, Bauer, Dubb, Hofmann & Koch, Seite 263, (2023)

1.3 Abgrenzung

Die Schweiz ist zwar ein kleines Land, aber zählt insgesamt 26 Kantone, die sich stark voneinander unterscheiden. Wenn man nur von der reinen Anzahl von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern ausgeht, könnte man annehmen, dass es sich um eine homogene Gruppe handelt. Das föderale System der Schweiz, verschiedene politische Strukturen und die Mehrsprachigkeit erschweren die Erhebung von Forschungsdaten. Diese kantonsspezifischen Besonderheiten werden umgangssprachlich auch als „Kantönligest“ bezeichnet. Der „Kantönligest“ kann durch den sogenannten „Röstigraben“ sogar noch getoppt werden. Er steht für die sprachliche Grenze zwischen der deutsch- und französischsprachigen Schweiz. In der politischen Geografie ist der „Röstigraben“ darüber hinaus die Grenze im Abstimmungsverhalten zwischen Deutschschweizern und der frankophonen Bevölkerung in der Schweiz. Um die Skalierbarkeit der Forschungsergebnisse zu optimieren, beschränkt sich diese Masterarbeit auf die deutschsprachige Schweiz.

1.4 Forschungsfragen

Hat sich die Rekrutierung von geeignetem Rettungsfachpersonal im Vergleich zur Erhebung von 2016 weiter verschärft?

Welche Maßnahmen des Personalmarketings und der Arbeitgebermarke zur langfristigen Mitarbeiterbindung sind bereits implementiert und erfolgreich?

Wie sehr stimmen die Wünsche und Bedürfnisse der Mitarbeitenden zur Arbeitgebermarke mit den Einschätzungen der Rettungsdienstleitungen zu den Bedürfnissen der Mitarbeitenden überein?

1.5 Hypothesen

Hypothese I: Die Rekrutierung von geeignetem Fachpersonal hat sich im Vergleich zur Erhebung von 2016 weiter verschärft.

Hypothese II: Die meisten Rettungsdienste wenden noch nicht flächendeckend und konsequent Maßnahmen aus dem Personalmarketing und der Arbeitgebermarke für die langfristige Mitarbeiterbindung an.

Hypothese III: Die Einschätzungen der Rettungsdienstleitungen stimmen mit den Wünschen und Bedürfnissen der Mitarbeitenden überein.

1.6 Methode

In der Primärforschung wurde sich für einen Mixed-Approach entschieden. Es wurden somit quantitative wie auch qualitative Forschungsinstrumente verwendet, um so einen möglichst holistischen Überblick zu gewährleisten.

Für den ersten Forschungsteil wurde eine quantitative Sozialforschung in Form einer Online-Umfrage vorgesehen. Durch die quantitative Auswertung wird dabei Analyse einer größeren Zielgruppe ermöglicht, die möglichst verschiedene Bereiche der deutschsprachigen Schweiz abbildet. Die Befragung von nur einem Betrieb oder von einzelnen Personen aus verschiedenen Organisationen würde zu vielen Biases führen, die das Forschungsergebnis beeinträchtigen könnten.

Die Ergebnisse der Umfrage werden in einem Interview mit Michael Schumann, Präsident der SPA und Bereichsleiter Sanität bei Schutz & Rettung Zürich (SRZ), besprochen. Seine fachliche Einschätzung und Aussagen werden transkribiert und fließen in das Fazit ein. Damit kommt auch ein qualitatives Forschungsinstrument in dieser Masterarbeit zum Einsatz.

1.7 Aufbau der Arbeit

Der Aufbau dieser Masterarbeit gliedert sich folgendermaßen:

- Teil 1 Einleitung
- Teil 2 Theorie I (Systembeschreibung des Schweizer Rettungsdienstes)
- Teil 3 Theorie II (Theoretische Auseinandersetzung mit dem Personalmarketing und der Arbeitgebermarke)
- Teil 4 Methodisches Vorgehen in der empirischen Forschung (Methodisches Vorgehen, Erstellung der Fragebögen, Beschreibung des Untersuchungsgegenstandes, Interviewplanung)
- Teil 5 Ergebnisse RS-Umfrage (Dateninterpretation in Referenz zur ausgearbeiteten Literatur)
- Teil 6 Ergebnisse Leadership-Umfrage (Dateninterpretation in Referenz zur ausgearbeiteten Literatur)
- Teil 7 Experteninterview mit Michael Schumann
- Teil 8 Conclusio (Limitationen, Beantwortung der Forschungsfragen, Hypothesenüberprüfung, Erkenntnisgewinn, Reflexion, Konsequenzen dieser Masterarbeit)

2 Systembeschreibung Rettungsdienst Schweiz

Der Rettungsdienst der Schweiz spielt eine wichtige Rolle bei der Versorgung und Betreuung von Notfallpatienten und -patientinnen. Er ist gut organisiert und hat hohe Qualitätsstandards, um eine effektive, professionelle und schnelle Hilfe bei medizinischen Notfällen im prähospitalen Umfeld zu gewährleisten.

Die Qualitätssicherung wird durch den Interverband für Rettungswesen (IVR) vorangetrieben. Die kantonalen Gesundheitsdirektorinnen und -direktoren erteilten dem IVR hierzu ein Mandat, Systeme für Qualitätssicherung von Rettungsdiensten sowie Sanitätsnotrufzentralen zu entwickeln, einzuführen und für Anerkennungsverfahren auch entsprechend durchzuführen.⁵ Aufgrund der föderalen Struktur der Schweiz sind nicht alle Kantone an den IVR angeschlossen, einige haben eigene kantonale Gesetze und Vorgaben, die für die vorgehaltenen Rettungsdienste gelten. Die Rettungsdienste in Kantonen, die nicht an die Qualitätssicherung durch den IVR gebunden sind, unterhalten zum Teil auch eigene Qualitätsmanagementsysteme nach der Norm ISO 9001:2015, die allerdings durch Unternehmen wie zum Beispiel die Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme zertifiziert werden.

Während Hilfsorganisationen in Österreich und Deutschland eine große und relevante Rolle spielen, gibt es in der Schweiz keine Rettungsdienste, die durch das rote Kreuz oder eine christliche Hilfsorganisation unterhalten werden. Man kann von einer ausschließlichen Berufsrettung sprechen. Ehrenamtliche Kräfte werden lediglich in der Nothilfe-Breitenausbildung, Sanitätsdiensten an Events und Veranstaltungen

5 Vgl. Interverband für Rettungswesen, Seite 4, (2023)

sowie teilweise im Rahmen der Großereignisbewältigung oder des Katastrophenschutzes eingesetzt. Die Rettungsdienste in der Schweiz sind häufig direkt an Spitäler angebunden, privat, städtisch oder kantonale organisiert. Nur in seltenen Fällen sind Stiftungen und Vereine Träger von Rettungsdiensten.

2.1 Ausbildungsniveaus

In der Schweiz ist das Forum Berufsbildung Rettungswesen für die Organisation der Arbeitswelt und die Berufsausbildung zuständig. Ausgenommen davon ist lediglich die Notarzausbildung, diese wird durch die Schweizerische Gesellschaft für Notfall- und Rettungsmedizin (SGNOR) verwaltet. Durch den IVR werden insgesamt zwei Ausbildungen anerkannt: den diplomierte/n Rettungssanitäter/in (RS) höhere Fachschule (HF) und den Transportsanitäter wie die Transportsanitäterin (TS) mit eidgenössischen Fachausweis (FA).⁶ Nach dem erfolgreichen Abschluss der einjährigen Ausbildung zum TS, werden diese in den meisten Kantonen, im Bereich der Sekundärverlegungen eingesetzt oder als Assistenz vom RS in der Primärrettung.

2.1.1 HF-Studium: Diplomierte/r Rettungssanitäter/in HF

RS machen mit 84% den größten Anteil bei den Qualifikationen im Rettungsdienst aus.⁷ Damit Personen zum Diplomstudium an der höheren Fachschule zugelassen werden können, müssen sie ein erfolgreich abgeschlossenes eidgenössisches Berufsattest oder Fähigkeitszeugnis der Sekundarstufe II oder eine Berufs- oder gymnasiale Maturität vorweisen können. Viele Bildungsanbieter und Rettungsdienste verlangen ein Mindestalter von mindestens 22 bis 23 Jahren.

In der deutschsprachigen Schweiz gibt es vier höhere Fachschulen, an der die theoretische Ausbildung stattfindet. Die praktische Ausbildung

6 Vgl. Interverband für Rettungswesen, Seite 20–21, (2023)

7 Vgl. Regener & Wilmes, Seite 6–7. (2023)

2.1 Ausbildungsniveaus

findet in den Rettungsdiensten und in verschiedenen Praktika statt. An den höheren Fachschulen gibt es unterschiedliche Zulassungsvoraussetzungen für die Aufnahme des Diplomstudiums. An der höheren Fachschule für Rettungsberufe (HFRB) von SRZ wird zum Beispiel ein schriftlicher Eignungstest durchgeführt. Diese Kompetenzanalyse Gesundheit HF stellt die Eignung der Kandidaten und Kandidatinnen fest. Hierfür werden verschiedene Themengebiete überprüft, dazu gehören Grundwissen, Potenzial und berufsspezifische Fähigkeiten.

Die Diplomausbildung umfasst 5.400 Lernstunden und dauert insgesamt 3 Jahre. Die Studierenden sind direkt bei einem Rettungsdienst angestellt, der gleichzeitig der praktische Ausbildungsort ist. Spezialpraktika in benachbarten Bereichen (Sanitätsnotruf, Anästhesie, etc.) finden während der Ausbildung in einem Umfang von 540 bis 810 Stunden statt. Die theoretische Ausbildung an den höheren Fachschulen wird in verschiedene Schulblöcke über die gesamten 3 Jahre verteilt. Die Gewichtung der einzelnen Bildungsteile teilt sich wie folgt auf:

Tabelle 1: Bildungsanteile und Lernstunden Dipl. RS HF

Bildungsteile	Prozent	Lernstunden
Theoretische und praktische Ausbildung in der höheren Fachschule	35–40 %	1890–2160
Praktische Ausbildung in einem Rettungsdienst	40–55 %	2160–2970
Praktische Ausbildung in benachbarten Berufen (Spezialpraktika)	10–15 %	540–810
Total	100%	5400

(Quelle: Eigene Darstellung nach (Forum Berufsbildung Rettungswesen, 2022, S. 35))

Jedes Ausbildungsjahr schließt mit einem theoretischen und praktischen Qualifikationsnachweis ab. Zum Ende des Diplomstudiums findet ein abschließendes dreiteiliges Qualifikationsverfahren statt. Initial beginnt es mit einer vertieften praxisorientierten Diplomarbeit zu einem rettungsdienstspezifischen Thema. Bei erfolgreichem Bestehen der Arbeit qualifizieren sich die Studierenden zur Teilnahme an der

Abschlussprüfung. Diese Abschlussprüfung setzt sich aus einem praktischen Teil und einem mündlichen Prüfungsgespräch zusammen. Jede dieser Prüfungen zum Qualifikationsverfahren kann maximal einmal wiederholt werden. Bei einer zweiten ungenügenden Prüfung gilt das Qualifikationsverfahren als definitiv nicht bestanden.

TS und diplomierte Pflegefachpersonen HF/FH bekommen 1.800 Lernstunden für die Ausbildung zum RS angerechnet, wodurch das Diplomstudium von 3 auf 2 Jahre verkürzt werden kann.⁸

2.1.2 Einordnung im D-A-CH-Raum

Als DACH-Raum werden die deutschsprachigen Länder Europas – Deutschland, Österreich und die Schweiz – bezeichnet. So wie sich dort die Sprachen und Mundarten stark voneinander unterscheiden, genauso unterschiedlich sind auch deren rettungsdienstlichen Berufsqualifikationen.

In Europa wurde das European Qualification Framework (EQF) eingeführt, um die Kompetenzniveaus von Ausbildungen in Europa vergleichbar zu machen. RS in der Schweiz haben das EQF-Niveau 6.⁹ Im Vergleich dazu liegt der/die deutsche Notfallsanitäter/in beim Niveau 4.¹⁰ Die höchste gesetzliche Ausbildungsstufe in Österreich ist der Abschluss Notfallsanitäter/in Notfallkompetenz Intubation (NKI), der allerdings lediglich 940 Stunden Ausbildung umfasst. Die Qualifikation als Notfallsanitäter oder Notfallsanitäterin kann in Österreich in einem halben bis maximal einem Jahr Ausbildungszeit erreicht werden.¹¹

8 Vgl. Forum Berufsbildung Rettungswesen, Seite 6, (2022)

9 Vgl. Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI), Seite 76, (2021)

10 Vgl. Deutscher Qualifikationsrahmen (DQR), Seite 23–24, (2022)

11 Vgl. Bundesverband Rettungsdienst AT, (2023)

2.2 Tätigkeiten diplomierte/r Rettungssanitäter/in HF

Diplomierte Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter sind hochqualifiziert und können Patienten und Patientinnen umfassend betreuen sowie behandeln. Hierfür erhalten sie durch die zuständige ärztliche Leitung Rettungsdienst (ÄLRD) umfassende invasive medizinische Kompetenzen, damit sie die ihnen anvertrauten Patientinnen und Patienten adäquat betreuen können.

Während in Deutschland und Österreich flächendeckende Notarztsysteme vorgehalten werden und das nicht-ärztliche Personal nur begrenzte invasive Techniken durchführen darf, besteht in der Schweiz nur zu 66% ein Notarztsystem.¹² RS sind somit im Vergleich zu ihren Kollegen und Kolleginnen im DACH-Raum höher qualifiziert, was sich auch in ihren Kompetenzen widerspiegelt.

Die ÄLRD kann für ihren Rettungsdienstbereich vorgeben, was die RS selbstständig und ohne Nachforderung eines Notarztes oder einer Notärztin durchführen können. Je nach Bereich und entsprechender Zusatzqualifikation, dürfen sie sogar selbstständig Kurz- sowie Vollnarkosen durchführen. Durch das hohe Qualifikationsniveau in der Schweiz ist ein Ehrenamt im Rettungsdienst nicht möglich.

2.3 Aktuelle Daten für den Rettungsdienst in der Schweiz

Auch wenn es bereits mehrere Artikel und Studien zum Fachkräftemangel im Rettungsdienst gibt, wurde die Ursachenforschung noch nicht groß vorangetrieben. Die Umfrage, die durch das Obsan publiziert wurde, schlussfolgerte, dass es eine Vertiefungsstudie geben müsste, um den Fachkräftemangel besser zu klassifizieren zu können.¹³ Besonders kleine Rettungsdienste haben in dieser Erhebung bei der Rekrutierung Schwierigkeiten gehabt. Der Mangel an Fachpersonal hat nun aber auch schon längst die großen Rettungsdienstorganisationen erfasst. Während die meisten kleineren Rettungsdienste noch per Post-

12 Vgl. Regener, Trede & Schumann, Seite 326, (2023)

13 Vgl. Frey, Lobsiger & Trede, (2017)

&-Pray-Methodik ihre Stellen ausschreiben, sind die großen Rettungsdienste zu aufwändigen Personalmarketingkampagnen übergegangen. Der demographische Wandel führt zu einer geringeren Anzahl an qualifiziertem Fachpersonal bei gleichzeitig kontinuierlich steigenden Einsatzzahlen. Dieses Problem wird sich künftig weiter verschärfen. Die Quote der Arbeitnehmer in Europa im Alter von 55 bis 64 Jahren wird 2035 vermutlich zwischen 12 bis 27% liegen. Zum Vergleich lag diese 2014 bei 10 bis 18%.¹⁴ Diese Zahlen zeigen eindrücklich die Auswirkungen der Babyboomer-Generation auf die Arbeitswelt. Auch wenn 2035 noch 11 Jahre entfernt ist, muss man sich schon heute Gedanken darum machen, wie man diesen Umstand berücksichtigt und den Impact optimal reduziert. Als wichtiges Mitglied der kritischen Infrastruktur müssen hier sinnvolle Konzepte erarbeitet werden, um die adäquate, hochwertige und zeitnahe prähospitalen Notfallversorgung in der Schweiz sicherzustellen.

RS ist ein anspruchsvoller Beruf mit hoher Verantwortung, welcher zudem physisch wie auch psychisch belastend ist. Mitarbeitende von Rettungsdiensten sind stärker gefährdet, eine posttraumatische Belastungsstörung (PTSD) zu entwickeln als Mitarbeitende der Polizei oder der Feuerwehr.¹⁵

Die Zukunft des Rettungsdienstes in der Schweiz hängt maßgeblich davon ab, wie es den einzelnen Organisationen gelingt, den „War for Talents“ möglichst erfolgreich zu bewältigen. Denn nur mit einem motivierten und qualifizierten Team kann die hochwertige Versorgung aller Patientinnen und Patienten sichergestellt werden. Eine gut funktionierende Zusammenarbeit im Team ist von einer gewissen Kontinuität der Stellen abhängig. Es ist daher wichtig, dass die Beschäftigung im Rettungsdienst weiterhin als attraktive berufliche Perspektive wahrgenommen wird und die Anstrengungen im Bereich des Personalmarketings, vor allem aber auch der Berufsbildentwicklung, kontinuierlich gefördert werden.

14 Vgl. Aiyar, Ebeke & Shao, (2016)

15 Vgl. Berger, et al., (2011)

Der IVR hat festgestellt, dass auf nationaler Ebene aktuelle und konsolidierte Daten fehlen. Hierfür wurde im ersten Quartal 2023 durch den IVR eine Umfrage bei insgesamt 102 Rettungsdiensten durchgeführt. Die Rücklaufquote lag bei 63%. Im Rahmen dieser Umfrage wurden insgesamt 2.857 Mitarbeitende erfasst, die zu 84% RS, 9% TS und zu 7% Transporthelfer/innen sind.¹⁶ Mithilfe dieser Ergebnisse sollen den Entscheidungsträgern und Entscheidungsträgerinnen relevante Daten zur Verfügung gestellt, die für Entscheidungsprozesse oder Strategieplanungen herangezogen werden können. Die Pilotumfrage lief im Frühjahr 2023, dabei wurde festgestellt, dass 7,7% der Stellen, die im Stellenplan vorgesehen waren, nicht besetzt werden konnten.¹⁷

Das Problem des Fachkräftemangels ist kein neu aufgetretenes Problem, sondern wird bereits in einem Artikel 2009 sehr prägnant auf den Punkt gebracht:

„Dass es seit Jahren schwierig ist offene Stellen im Rettungsdienst qualifiziert zu besetzen, ist ein viel diskutiertes Thema. Dass sich dieser Umstand in den kommenden 10 bis 20 Jahren vermutlich noch verschärfen wird, wird derzeit allenfalls zur Kenntnis genommen. Eine übergreifende Strategie, diesem sich abzeichnenden Missstand zu begegnen, ist momentan nicht erkennbar.“¹⁸

In einem Follow-Up zu diesem Artikel, wird bemängelt, dass sich auch 15 Jahre später an dieser Aussage nichts geändert hat.¹⁹ Eine Studie aus Maastricht stellt zudem für den Rettungsdienst in Deutschland fest, dass zwar kein Mangel an Defizit- oder Reformanalysen besteht, dafür aber ein progredient wachsendes Umsetzungsdefizit.²⁰ Für den Schweizer Rettungsdienst gibt es bisher nur das Bulletin des Obsan und seit 2024 auch neu die Erfassung durch den IVR.

Esther Hagen, diplomierte Rettungssanitäterin HF, hat 2014 die Ergebnisse ihrer Diplomarbeit mit dem Titel „Als RS wird niemand pensio-

16 Vgl. Regener & Wilmes, (2023)

17 Vgl. Regener & Wilmes, Seite 6, (2023)

18 Vgl. Trede, Regener & Cianella, (2009)

19 Vgl. Regener, Trede & Schumann, (2023)

20 Vgl. Krafft, Neuerer, Böbel & Reuter-Oppermann, Seite 18, (2022)

niert“ im „Star of Life“ publiziert. Dabei befragte sie RS aus insgesamt 40 Betrieben in der Schweiz. Hierbei konnte aufgezeigt werden, dass die durchschnittliche Berufsverweildauer bei nur 8 bis 9 Jahren lag.²¹

2.4 Wissenschaft und Akademisierung im Rettungsdienst

Dass es noch keine große wissenschaftliche Datenlage für den Rettungsdienst gibt, lässt sich vor allem dadurch erklären, dass den RS die Kompetenz zum wissenschaftlichen Arbeiten fehlt. In der Konsequenz ergibt sich dementsprechend wenig valide Datenlage. In der Schweiz gibt es vereinzelte wissenschaftliche Publikationen von Organisationen wie dem IVR. Weitere betreffen zudem notfallmedizinische Themen und werden hauptsächlich durch ärztliches Fachpersonal verfasst. Hier besteht allerdings das Problem, dass an diesen kaum RS beteiligt werden.

Bei aktuellen Stellenausschreibungen für Führungstätigkeiten in größeren Rettungsdiensten wird immer häufiger ein Hochschul- oder FH-Abschluss gefordert. Nur wenige Arbeitgeber in der Schweiz unterstützen allerdings ihre Mitarbeitenden aktiv bei der Erlangung eines wissenschaftlichen Abschlusses. Und dies meist nur dann, wenn diese bereits eine entsprechende Führungsposition besetzen. Ist dies nicht der Fall, muss die Finanzierung oft selbst getragen werden.

Aktuell gibt es noch keine rettungsdienstspezifischen Masterprogramme in der Schweiz. Deutschland und Österreich hingegen bieten eine größere Auswahl, sogar teilweise rettungsdienstspezifisch.

2.5 Überblick über aktuelle Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Es gibt zwar zahlreiche Fort- und Weiterbildungen, die durch RS besucht werden können, um weitere Aufgabenfelder eröffnen zu können. Häufig sind diese Ausbildungen im Bereich der Berufsbildung oder

21 Vgl. Hagen, (2014)

einsatztaktische Kurse, wie zum Beispiel der Einsatzleiter Sanität. Diese Qualifikationen sind sehr häufig im Rettungsdienst vertreten, ermöglichen aber keinen direkten Quereinstieg in andere Berufszweige. Hierbei handelt es sich zudem um einen Ausbildungsaufwand von Tagen bis wenigen Monaten.

2.5.1 Empfohlene Weiterbildungen der Swiss Paramedic Association

Auf der Seite der SPA werden zwei Ausbildungen genannt, mit denen sich RS weiterbilden und -qualifizieren können. Zum einen ist das die diplomierte Führungsperson in Rettungsorganisationen mit einer höheren Fachprüfung (HFP) zum anderen die Ausbildung zum Disponenten oder Disponentin in Notrufzentralen mit eidgenössischen Fachausweis.

Die diplomierte Führungsperson in Rettungsorganisationen ist für Mitarbeitende der Rettungsdienste und Feuerwehren gedacht, welche bereits eine Führungsposition wahrnehmen. Hierbei handelt es allerdings um eine HFP und nicht um einen akademischen Abschluss. Die Ausbildung umfasst 28 Präsenztage, zuzüglich 420 Stunden Selbststudium.

Die Möglichkeit einen FA-Abschluss für den Bereich der Notrufzentrale zu erlangen, besteht noch nicht lange. Die erste reguläre Prüfung hat im Juni 2024 stattgefunden.²² Der Vorbereitungslehrgang auf die eidgenössische Prüfung liegt bei 23 Präsenztagen zuzüglich circa 120 Stunden für das Selbststudium, Transferaufgaben sowie das Erbringen von Leistungsnachweisen.²³

Durch diese Ausbildung eröffnet sich für RS ein neues Aufgabenfeld abseits von der Rettung auf der Straße. Aber nur einige große Rettungsdienstorganisationen haben ihre eigenen Sanitätsnotrufzentralen, wodurch es für deren Mitarbeitende einfacher sein kann, in diesen Bereich zu wechseln. Dazu gehören zum Beispiel Schutz & Rettung Zü-

22 Vgl. Forum Berufsbildung Rettungswesen, (2024)

23 Vgl. Stadt Zürich Sicherheitsdepartement, 2024

rich, Schutz & Rettung Bern, das Kantonsspital Aarau und die Sanität Basel.

2.5.2 Akademische Bildungsangebote

Für RS besteht zudem die Möglichkeit an der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaft (ZHAW) ein Certificate of Advanced Studies (CAS) als klinischer Fachspezialist oder klinische Fachspezialistin zu belegen. Dieser CAS hat nach dem European Credit Transfer System (ECTS) eine Wertigkeit von 15 ECTS. Bei entsprechendem Interesse ist es möglich, dass RS sogar einen Master in Advanced Studies (MAS) mit der Vertiefung Physician Associate in einem Umfang von 60 ECTS erlangen können. Dieser setzt sich aus drei verschiedenen CAS zusammen.

RS sind nur im MAS Physician Associate explizit als Zielgruppe für einen Studiengang angesprochen. Die Einsatzmöglichkeiten in Schweizer Rettungsdiensten sind allerdings aktuell allerdings noch begrenzt. Natürlich können andere CAS- und MAS-Lehrgänge besucht werden. Hier werden vor allem häufig CAS in Leadership und Betriebswirtschaft nachgefragt. Hierfür gibt es unterschiedliche Anbieterinnen und Anbieter in der Schweiz. Lediglich rettungsdienstspezifische akademische Angebote fehlen. Im Blaulichtmilieu der Schweiz hat die Polizei mit drei eigenen CAS und einem Diploma of Advanced Studies (DAS) am schweizerischen Polizei-Institut (SPI) zumindest Pionierarbeit geleistet.

In Deutschland hat sich in den letzten 5 Jahren sehr viel getan. Mittlerweile gibt es dort viele verschiedene rettungsdienstspezifische Angebote. Ein Beispiel ist das Rettungswesen, welches man mit einem Bachelor oder Master in Engineering abschließt. Die Bildungspalette geht über postgraduierte Studiengänge (CAS/MAS) hinaus und bietet auch Bachelor-Studiengänge in Arts, Science, Education und Engineering mit direktem rettungsdienstlichem Bezug an. Inzwischen gibt es weiterqualifizierende Masterstudiengänge. Die Entwicklung von akademischen Bildungsangeboten ist zeitaufwändig. Im Februar 2024 gab

2.6 Laufbahnentwicklung im Schweizer Rettungsdienst

es in der Schweiz keine ordentlichen Studiengänge mit rettungsdienstlichem Bezug.

2.5.3 Durchlässigkeit in die Nachdiplomstudiengänge HF AIN

Bis 2018 konnten RS durch Absolvieren eines einjährigen Praktikums in einer Akutpflegeabteilung eines Spitals, in die Nachdiplomstudiengänge (NDS) Anästhesiepflege, Intensivpflege oder Notfallpflege (AIN) aufgenommen werden. Mit den Änderungen und dem Inkrafttreten der neuen Zulassungsbedingungen wurden RS ausgeschlossen, da nur noch diplomierte Pflegefachpersonen mit HF-Abschluss oder einem Bachelor in Pflegewissenschaften (FH) zugelassen werden. Dazu müssen zusätzlich mindestens 6 Monate Berufserfahrung nach Diplomabschluss, bei einem Beschäftigungspensum von 100% im Akutpflegebereich eines Spitals nachgewiesen werden.²⁴

RS müssten nun ein verkürztes Diplomstudium von 1 bis 2 Jahren zur diplomierten Pflegefachperson HF oder ein Vollzeitstudium in Pflegewissenschaften auf sich nehmen, um zu den NDS-Studiengängen zugelassen zu werden. Die SPA engagiert sich dafür, dass RS im nächsten Rahmenlehrplan wieder zugelassen werden.

2.6 Laufbahnentwicklung im Schweizer Rettungsdienst

Nach erfolgreichem Abschluss des Diplomstudiums beginnt die eigenverantwortliche Tätigkeit im Rettungsdienst. Die zuständige ÄLRD legt die medizinischen Kompetenzniveaus fest. Je nach Rettungsdienst existieren unterschiedlich weitreichende Kompetenzlevel. Die Kompetenzen werden im Rahmen einer Kompetenzprüfung erteilt und für eine befristete Zeit erteilt. Nach Ablauf der Frist wird eine erneute Prüfung fällig. Ein Nicht-Bestehen dieser Prüfungen resultiert in begrenzten Kompetenzen und kann bei wiederholtem Nicht-Bestehen zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen führen.

24 Vgl. OdaSanté – Nationale Dachorganisation der Arbeitswelt Gesundheit, Seite 31, (2022)

In den meisten Rettungsdiensten ist es üblich, dass Mitarbeitende neben ihrer Tätigkeit im Rettungsdienst kleinere Aufgabengebiete, selbstständig bearbeiten und verwalten. Hierzu gehören zum Beispiel Lager-, Materialverwaltung, Gerätewartung, Fahrzeuginstandhaltung wie diverse andere Aufgabengebiete. Je nach Struktur des Betriebes unterscheiden sich diese aber bezüglich eigenverantwortlicher Bearbeitung und Kompetenzen, insbesondere im Rahmen von finanzieller Entscheidungskompetenz.

In der Regel gibt es begrenzte Laufbahnentwicklungen in den Rettungsdiensten. Diese Limitation gilt insbesondere bei denen, mit niedrigen Einsatzzahlen und einer geringen Anzahl an Mitarbeitenden. Je größer der Rettungsdienst ist, desto mehr Laufbahnentwicklungsmöglichkeiten und Stellen stehen zur Verfügung.

2.6.1 Berufsbildung

Nicht jeder Rettungsdienst kann die Diplomausbildung an seinem Standort anbieten. Hierfür müssen die Mindestvorschriften des Artikels 10 Absatz 3 der Berufsbildungsverordnung (BBV) erfüllt sein.²⁵ Im Diplomstudium sind die Rettungsdienste der praktische Ausbildungsort. Die Studierenden müssen von speziell ausgebildeten RS begleitet und entsprechend qualifiziert werden. Hierfür gibt es Berufsbildende, die einem oder einer Bildungsverantwortlichen unterstellt sind. Die Anforderungen an die Berufsbildenden sind im Artikel 44 lit. a–c BBV festgehalten, der vor allem eine berufspädagogische Qualifikation vorsieht.²⁶ Für diese berufspädagogische Qualifikation durchlaufen Berufsbildende eine Ausbildung nach den Richtlinien des Schweizerischen Verbands für Erwachsenen Bildung (SVEB). Die SVEB-Module erstrecken sich auf insgesamt vier Stufen. Stufe I reicht für die Praxisbegleitung im Rettungsdienst aus und umfasst insgesamt 405 Stunden, die sich auf Präsenzunterricht, Selbststudium und Praxis aufteilen. Es

25 Vgl. Das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF), (2023)

26 Vgl. Der Schweizerische Bundesrat, (2022)

2.7 Post-&-Pray: Stellenausschreibungen im Rettungsdienst

ist aber auch möglich alle SVEB-Module bis zum FA Ausbilder/in zu absolvieren, der mit einer Berufsprüfung abschließt. In einigen Rettungsdiensten gehören Berufsbildnerinnen und Berufsbildner zum Führungskader des Rettungsdienstes.

2.6.2 Teamführung und Rettungsdienstleitung

Ein anderes großes Standbein für die Weiterqualifikation im Rettungsdienst ist eine Laufbahnentwicklung im Bereich der Führung. Abhängig von der Größe des Betriebes gibt es unterschiedliche Führungsstrukturen mit mehreren Hierarchieebenen. In kleineren Rettungsdiensten sind eine Leitung, inklusive einer Stellvertretung ausreichend, um die Führung und Personalverantwortung wahrzunehmen. In größeren Rettungsdiensten gibt es meist mehrere Führungsebenen, weswegen sich hier mehr Entwicklungsmöglichkeiten im Rahmen der Laufbahnentwicklungen für RS ergeben. In den unteren Führungsebenen übernehmen diese Führungskräfte die Personalverantwortung für 5 bis 10 Mitarbeitende.

Es gibt keine gesetzlich vorgeschriebene Mindestqualifikation für Rettungsdienstleitungen. Das Angebot an Fachaus- und -weiterbildungen in diesem Bereich sind daher vielfältig. In den meisten Fällen beginnen diese erst mit der erfolgten Einstellung in eine Führungsfunktion. Hier ist vor allem die diplomierte Führungsperson in Rettungsorganisationen sowie CAS mit Vertiefungen in Leadership und Management üblich.

2.7 Post-&-Pray: Stellenausschreibungen im Rettungsdienst

Rettungsdienste benötigen für ihre Dienstleistungen geeignetes und qualifiziertes Personal. Es ist daher von entscheidender Wichtigkeit, dass ein Rettungsdienst über einen ausreichenden Personalbestand verfügt, um seine vertraglich geregelte Vorhaltung von Rettungsmitteln jederzeit zu gewährleisten.

Ganz klassisch können Rettungsdienste ihre Stellenausschreibungen in der Zeitschrift „Star of Life“ publizieren. Sie erscheint vierteljährlich und wird an alle Mitglieder der SPA versendet. Der IVR und die SPA verfügen über ein Online-Stellenportal, in dem aktuelle Stellenausschreibungen ersichtlich sind. Auch über gängige Jobportale lassen sich die Ausschreibungen der Rettungsdienste finden. Trotz der angespannten Personallage im Fachkräftemangel und dem „War for Talents“ wird in den meisten Fällen die Post-&-Pray-Methode angewendet. Dabei wird eine Stellenausschreibung in Fachmedien oder in Jobbörsen ausgeschrieben. Danach wird bis zum Ablauf der Bewerbungsfrist abgewartet, während dafür „gebetet“ wird, dass sich unter den Bewerbenden eine passende Person befindet. Im Arbeitgebermarkt war das in Zeiten von vielen Bewerbungen unproblematisch. Der Fachkräftemangel hat sich zunehmend verschärft, sodass man längst im Arbeitnehmermarkt angekommen sind. In der Fachliteratur wurde bereits 2012 beschrieben, dass das Post-&-Pray-Prinzip ausgedient habe und es mehr zum aktiven Recruiting kommen sollte.²⁷ Im Rahmen ihrer Dissertation, konnte Dr. Tanja Gluding feststellen, dass das Post-&-Pray-Prinzip immer noch die gängigste Rekrutierungspraktik und sogar der Hauptrekrutierungskanal von den befragten Unternehmen war.²⁸

Durch den verschärften Fachkräftemangel werden die Rekrutierungsmethoden der Rettungsdienste immer innovativer und aufwändiger. Der größte Rettungsdienst der Schweiz, Schutz & Rettung Zürich, lancierte zum Beispiel seine Employer Branding Kampagne „Kein Job von der Stange“. Die Entfernung vom „Post-&-Pray-Prinzip“ hin zum Lancieren einer Kampagne hat sich für sie gelohnt. Bereits in den ersten vier Kampagnenwochen konnten insgesamt 800% mehr Blindbewerbungen gemessen werden.²⁹

Diese Kampagnen stellen bisher Ausnahmen dar und werden hauptsächlich von größeren Rettungsdiensten durchgeführt. Neben der oben

27 Vgl. Dannhäuser, (2017)

28 Vgl. Gluding, (2020)

29 Vgl. DIE ANTWORT, (2023)

beschriebenen Kampagne, sind aktuell die Kampagnen der Rettung Basel-Stadt, sowie Schutz & Rettung Bern, des Kantonsspitals Aarau, Luzern und Winterthur die präsentesten Personalmarketingkampagnen von Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz. Diese setzen vor allem auf Videosequenzen mit ihren Mitarbeitenden.



Abbildung 1: „Kein Job von der Stange“ – Employer Branding Kampagne von Schutz & Rettung Zürich (Quelle: (DIE ANTWORT, 2023))

Neu führt auch SRZ erstmalig den Pilotlehrgang „Zurück in die Zukunft“ aus. Dabei werden ausgebildete RS gesucht, die seit längerer Zeit nicht mehr im Rettungsdienst tätig sind. Mit diesem Projekt an der HFRB in Zürich, soll der Wiedereinstieg in den rettungsdienstlichen Alltag vereinfacht werden.

3 Personalmarketing

„Personalmarketing ist ein Prozess, der bei der Ansprache potenzieller Bewerber beginnt und bis zu den Bemühungen um einen dauerhaften Verbleib neuer Mitarbeiter in der Organisation reicht.“³⁰

Humankapital ist das wertvollste Kapital eines Unternehmens. Mitarbeitende sind maßgeblich am Erfolg eines Unternehmens beteiligt. Der deutsche Industriemanager und Rechtsanwalt Hans Christoph von Rohr unterstreicht diese Theorie: *„Kapital lässt sich beschaffen, Fabriken kann man bauen, Menschen muss man gewinnen.“*

Seit einigen Jahren zeichnet sich ein Wandel auf dem Arbeitsmarkt ab, bei dem sich die Machtverhältnisse von den Arbeitgebern zu den Arbeitnehmenden verschieben.

Das Recruiting, die gängige Praxis im Arbeitgebermarkt, wird vom Personalmarketing abgelöst. Die Auswahl der passenden Mitarbeitenden ist längst zum entscheidenden Faktor für den Unternehmenserfolg geworden. Dennoch hält sich der Glaube hartnäckig, hochqualifizierte Arbeitskräfte immer noch durch Post-&-Pray zu finden.

Modernes Personalmarketing umfasst verschiedenartige Strategien und Instrumente, die alle darauf abzielen, die Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen zu stärken und gleichzeitig für potenzielle Bewerbende attraktiv zu gestalten. Hauptziel ist es, hochqualifizierte und motivierte Mitarbeitende zu gewinnen und langfristig zu binden. Hierbei wird zwischen zwei Formen des Personalmarketings unterschieden: dem internen Personalmarketing, welches sich auf die bestehenden Mitarbeitenden konzentriert und dem externen Personalmarketing,

30 Vgl. Moser & Zempel, Seite 70, (2006)

das sich auf das Ansprechen von neuen potenziellen Mitarbeitenden konzentriert. Die Ziele des Personalmarketings können vereinfacht in Mitarbeiterbindung (internes Personalmarketing) und Arbeitgeberattraktivität (externes Personalmarketing) unterteilt werden. Internes und externes Personalmarketing sind eng miteinander verbunden und beeinflussen sich gegenseitig.

Das Konzept des Personalmarketings basiert auf den allgemeinen Prinzipien des Marketings. Während im herkömmlichen Marketing der Verkauf von Produkten und Dienstleistungen im Mittelpunkt steht, muss man im Personalmarketing die Perspektive ändern. Bei letzterem geht es um erfolgreiche Personalbeschaffung qualifizierter Mitarbeitender und das Vermeiden von unerwünschten Fluktuationen, indem die offenen Stellen adäquat besetzt werden. Unternehmen, die ein Produkt verkaufen, ist es in der Regel egal, wer ihre Produkte kauft, Hauptsache das Produkt wird von möglichst vielen Personen gekauft. Das Personalmarketing ist deutlich selektiver, da es nicht möglichst große Massen anziehen möchte, sondern die wenigen qualifizierten Mitarbeitenden. Erfolgreiches, professionelles Personalmarketing positioniert ein Unternehmen so, dass es als „Employer of Choice“ wahrgenommen wird. Daher hat das Personalmarketing für das Personalmanagement von Organisationen in den letzten Jahren stark an Bedeutung gewonnen.³¹ Lohaus und Rietz bezeichnen das Personalmarketing als eines der wichtigsten Themen des Human Resources Managements, welches in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat.³²

Es gibt zahlreiche wissenschaftliche Publikationen, die sich mit der Verbindung von Personalmarketing, Talentmanagement und Employer Branding befassen und diskutieren, welches dieser Gebiete zu welchem dazugehörig ist und wer nur das Teilgebiet eines anderen Gebietes ist. Hierbei ist relevant, aus welchem wissenschaftlichen Fachgebiet die Autorinnen und Autoren kommen. Dabei macht es einen Unterschied, ob die Themengebiete aus Sicht von Spezialisten aus den Human-Ressources (HR) oder dem Marketing begutachtet wurden. Für HR-Spezialis-

31 Vgl. Ryan & Derous, (2016)

32 Vgl. Lohaus & Rietz, Seite 87, (2020)

3.1 Aufgaben des Personalmarketings

ten ist Employer Branding ein Instrument des Personalmarketingmixes und damit dem Personalmarketing zugehörig. Der Prozess der Etablierung einer Employer Brand durch Marketing-Spezialisten bezieht sich auf ein viel früheres, tiefer verankertes Engagement im Bereich der Organisation sowie des Managements. Im Vergleich zum HR umfasst es nach dieser Auffassung eine größere Anzahl an Handlungsfeldern.³³

3.1 Aufgaben des Personalmarketings

Wie das klassische Marketing, ist das Personalmarketing auf Kundinnen und Kunden fixiert. Die Kundschaft für Personalmarketingverantwortliche sind zukünftige und gegenwärtige Mitarbeitende des Unternehmens. Der deutsche Wirtschaftspsychologe Prof. Dr. Uwe Kanning hat in seiner Publikation zu Personalmarketing die drei wichtigen Perspektiven Forschung, Entwicklung und Werbung beschrieben.³⁴ Im Bereich der Forschung sollen Unternehmen genau evaluieren, welche Anforderungen sie für ihre gewünschte Zielgruppe erfüllen müssen. Hierfür muss analysiert werden, wie es um die aktuelle Außenwirkung des Unternehmens steht. Besonders, wenn weitere Unternehmen im Arbeitsmarkt miteinander konkurrieren, kommt dem Außenimage mitunter eine entscheidende Rolle zu. Daher lohnt es sich, die Images aller konkurrierenden Unternehmen zu analysieren. Ein erster Ansatz kann dabei die klassische Stärken-Schwächen-Analyse (SWOT) sein. Mit diesem Instrument können Unternehmen ihre Stärken und Schwächen im Vergleich ausloten, sowie Chancen und Risiken gegeneinander abwägen. Sehr wichtig ist ein Alleinstellungsmerkmal (**Unique Selling Proposition USP**), welches die Einzigartigkeit des Unternehmens herausarbeitet, was sich entscheidend auf das Image auswirkt und die Arbeitgebermarke von der Konkurrenz abhebt. Ein weiteres Instrument für die unternehmensinterne Analyse stellt die neuere VRIO-Analyse dar. Das Akronym steht für **V**aluable, **R**are, **I**nimitable und **O**rganized.

33 Vgl. Gutmann & Gatzke, Externes Personalmarketing, Seite 84, (2015)

34 Vgl. Kanning, (2016)

Dieses Tool wurde durch Jay Barney, einem amerikanischen Wissenschaftler für strategisches Management, entwickelt. In der originalen Publikation 1991 spricht er noch von „Substitutability“, die er in seinen folgenden Publikationen konsequent durch „Organized“ ersetzt, sodass man heute nur noch von der VRIO-Analyse spricht.^{35 36}

In der Entwicklung müssen betriebsinterne Strukturen evaluiert werden. Mitunter ist Mut zur Veränderung gefragt. Vor allem, wenn dabei festgestellt wird, dass die aktuellen Strukturen veraltet und überarbeitungswürdig sind. Viele Ergebnisse, die durch Forschung gewonnen werden, helfen, die richtigen Entwicklungen anzustoßen, damit die Attraktivität als Arbeitgeber im Vergleich zu den Mitbewerbern signifikant steigen kann. Durch eine adäquate und suffiziente Werbung müssen nun die Ergebnisse aus Forschung und Entwicklung für die Bewerbenden sichtbar und letztlich kommunizierbar gemacht werden.

3.2 Recruiting versus Personalmarketing

Mitarbeitende im Personalmarketing stehen in Zeiten des Fachkräftemangels vor diversen Herausforderungen. Wie sich bereits in anderen Bereichen deutlich gezeigt hat, wird in Marktsituationen, in denen das Machtgefälle in einen Käufer- beziehungsweise Kundenmarkt shiftet, aktives Marketing notwendig. Dieser Paradigmenwechsel hat den Fokus im Personalmanagement auf die qualifizierten Fachkräfte ausgerichtet. Stülb von Klimesch und von Klimesch haben sich in ihrem Buch mit dem Recruiting-Dilemma beschäftigt:

„Wie kann es sein, dass bei der Personalgewinnung noch immer von „Recruiting“ gesprochen wird? Kaum ein Unternehmen würde sich trauen, im Markt „Kunden-Recruiting“ zu betreiben. Aber die wenigen Fachkräfte, die im Markt verfügbar sind, glaubt man „rekrutieren“ zu können.“³⁷

35 Vgl. Barney, (1991)

36 Vgl. MindTools®, (2023)

37 Vgl. Stülb von Klimesch & von Klimesch, Seite 16, (2014)

Beim klassischen Recruiting ist das Mindset noch ein komplett anderes. Hier standen nicht die Bewerbenden im Vordergrund, sondern es herrschte die Auffassung, dass es einen stets gut gefüllten Bewerberpool gibt, mit einer großen Auswahl an geeigneten und qualifizierten Arbeitskräften. Wenn am Ende das Recruiting eines Unternehmens feststellte, dass keine geeigneten und qualifizierten Arbeitskräfte rekrutiert werden konnten, dann wendete man sich an Personalvermittlungen oder Zeitarbeitsfirmen. Ergebnisse einer Studie aus Deutschland von Krebs et al., die sich mit Fachkräften aus Krankenpflege, Rettungsdienst und Geburtshilfe beschäftigte, zeigte deutlich die Konsequenzen von Zeitarbeit auf. Neben den zusätzlich entstehenden Kosten für das Zeitarbeitspersonal, sinkt die fachliche und soziale Akzeptanz gegenüber dem Fremdpersonal, sodass sich die Personalsituation im Betrieb noch weiter verschlechtern kann, weil langjährige Mitarbeitende zusätzlich frustriert werden.³⁸

Der Fachkräftemangel hat die Spielregeln auf dem Arbeitsmarkt komplett verändert. Insbesondere junge Bewerbende haben ihre eigenen Wertvorstellungen entwickelt und nutzen täglich soziale Netzwerke. Positive wie auch negative Erfahrungen mit Unternehmen können dort schnell, unkontrollierbar und reichweitenstark geteilt werden. Mitarbeitende können sich zunehmend aussuchen, bei wem sie arbeiten möchten und sind dabei sehr motiviert sich fort- und weiterzubilden sowie ihre persönliche Karriereentwicklung voranzutreiben. Klassisches Recruiting reicht da bei Weitem nicht mehr aus. Es wird vielmehr ein Personalmarketing mit Employer Branding benötigt und inzwischen auch die „Candidate Experience“, um positiv bei den potenziellen Mitarbeitenden anzukommen. Unternehmen sollten daher unbedingt prüfen, welchen Eindruck sie bei Kandidaten und Kandidatinnen hinterlassen wollen oder haben – vor allem bei jenen, die eine Absage erhalten haben.

Ein angepasstes Recruiting führt dazu, dass das Unternehmen neue Mitarbeitende gewinnen kann. Hierbei liegt der Fokus auf den konkre-

38 Vgl. Krebs, Hasseler & Lietz, (2020)

ten Bewerbungen. Das Personalmarketing bezieht sich auf die Adaption des Marketingansatzes auf das Personalwesen. Die Mitarbeitenden werden im Personalmarketing nicht mehr als simple Ressource, sondern als Kundinnen und Kunden betrachtet. Ein effektives Personalmarketing stellt sicher, dass potenzielle Mitarbeitende das Unternehmen als attraktiv wahrnehmen und sich sogar damit identifizieren können. Folglich sind beide Komponenten von großer Bedeutung für den Aufbau einer hochwertigen Arbeitgebermarke und das Anwerben sowie das Halten von qualifiziertem Personal.

Abschließend muss man sagen, dass das Recruiting nicht grundsätzlich schlecht ist, vorausgesetzt es gehört in ein komplexes, größeres Personalmarketing-Maßnahmenpaket. Vor allem in Branchen, in denen der Mangel an Fachkräften besonders spürbar ist, sollten Unternehmen verstärkt an beiden Maßnahmen arbeiten, um erstklassige Mitarbeitende für sich zu gewinnen – und möglichst langfristig zu binden.

3.3 Internes Personalmarketing

Das interne Personalmarketing fokussiert sich auf erfolgreiche und langfristige Mitarbeiterbindung, die als „Employee Retention“ bezeichnet wird. Auch wenn sich das interne Personalmarketing primär auf bereits vorhandenes Personal fokussiert, darf man die Wirkung eines positiven internen Personalmarketings nach außen nicht unterschätzen.³⁹

Im modernen internen Personalmarketing stehen die Mitarbeiterbedürfnisse im Mittelpunkt mit Blick auf eine möglichst langfristige Motivation und Bindung an das Unternehmen. Eine positive Arbeitgebermarke kann nur über ein erfolgreiches und gezielt eingesetztes internes Personalmarketing funktionieren. Positive Erfahrungen von Mitarbeitenden eines Unternehmens unterstreichen die positive Außenwirkung eines Unternehmens und können die Arbeitgebermarke glaubhafter machen. Es sollte klar sein, dass Maßnahmen des internen Personal-

39 Vgl. Felser, Seite 15, (2010)

marketings bereits ab dem ersten Arbeitstag für Mitarbeitenden spürbar sein müssen und sie über die gesamte Zeit im Betrieb begleiten sollten.

Die Ziele und Vorteile des internen Personalmarketings lassen sich unter dem Oberbegriff „Employee-Retention“ zusammenfassen. Diese zielt darauf ab, die Fluktuationsrate zu senken, Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern, Loyalität und Engagement zu erhöhen, sowie Talente und Entwicklungspotenzial von Mitarbeitenden zu erkennen und zu fördern.

3.4 Externes Personalmarketing

Das zentrale Ziel eines professionellen externen Personalmarketings sollte sein, die Arbeitgeberattraktivität in Verbindung mit dem Employer Branding möglichst optimal darzustellen und so die relevanten Bewerbergruppen anzusprechen.⁴⁰ Um in den Augen der Bewerbenden ein Unternehmen mit hoher Arbeitgeberattraktivität zu sein, benötigt es viele unterschiedliche Schritte, um den hohen Standards gerecht zu werden. Dafür muss initial festgestellt werden, was die Attraktivitätsfaktoren für den eigenen Bereich sind. Hierbei muss man aus Personalmarketing-Sicht auch an die Kunden und Kundinnen denken, weil sie die Zielgruppe für das externe Personalmarketing sind. Der Kommunikation kommt hierbei eine Schlüsselfunktion zu: Sie muss sowohl adressatengerecht und ansprechend sein, aber auch authentisch wirken. Durch eine authentische Kommunikation, anhand von realen Beispielen, wird die Arbeitgeberattraktivität glaubhafter und nachvollziehbarer. Hierbei kann eine Corporate Language auch sehr hilfreich sein.

Im externen Personalmarketing unterscheiden Gutmann und Gatzke zwischen vier verschiedenen operativen Umsetzungsphasen: In der ersten Phase werden Strategien entwickelt, um relevante Zielgruppen auf das Unternehmen als Arbeitgeber aufmerksam zu machen, ohne dabei

40 Vgl. Gutmann & Gatzke, Externes Personalmarketing, Seite 83, (2015)

mit potenziellen Kandidatinnen oder Kandidaten direkt zu interagieren. Dazu gehören beispielsweise Imageanzeigen, Firmenbroschüren, Online- und Social-Media-Präsenz sowie Präsentationen an Schulen und Hochschulen. Ziel der ersten operativen Umsetzungsphase ist es, die Stärken, Vorzüge und Fähigkeiten des Unternehmens hervorzuheben und seine Präsenz in den Köpfen von der gewünschten Zielgruppe zu erhöhen.

In der zweiten Phase erfolgt die Kontaktaufnahme. Hierbei tritt das Unternehmen in einen ersten Austausch mit interessierten Kandidatinnen und Kandidaten. In dieser Phase geht es primär um ein „Beschnuppern“ und Kennenlernen, was nicht zwangsläufig in ein Bewerbungsverfahren oder eine Anstellung im Unternehmen führen muss. Zu den bereits genannten Instrumenten aus der ersten Phase können nun gezielte Kontaktaufnahmen, Organisation von Betriebsbesichtigungen und der Informationsaustausch in sozialen Netzwerken sowie Fach- oder Branchenveranstaltungen hinzukommen.

Die dritte Phase dient der Intensivierung des Kontakts und wird auch als Kontaktverdichtung bezeichnet. Die Beziehung, die sich aus der ersten und zweiten Phase entwickelt hat, wird nun weiter intensiviert. Durch Praktika, Zusammenarbeit in gemeinsamen Projekten oder Abschlussarbeiten sollen sich die Interessenten und die Organisation besser kennenlernen.

Die Kontaktpflege ist die letzte Phase, welche im besten Fall zu einer Anstellung führen soll. Im krassen Gegensatz zu den vorherigen Phasen kommen hier keine weiteren Instrumente zur Kontaktpflege zum Einsatz, sondern es wird sich nur auf den direkten Austausch fokussiert.⁴¹

41 Vgl. Gutmann & Gatzke, Seite 85–86, (2015)

3.5 Laufbahnentwicklung

In Industrieländern geht man davon aus, dass circa 15 bis 20% aller Erwerbstätigen für ihre Stellen überqualifiziert sind.⁴² Man unterscheidet im Rahmen der Überqualifizierung einen subjektiven und einen objektiven Anteil. Bei subjektiver Überqualifizierung hat die Person das Gefühl, über mehr Kenntnisse, Qualifikationen oder fachliche Expertise zu verfügen, als sie laut Stellenbeschreibung mitbringen müsste. Auf der objektiven Ebene hingegen ist der höchste erworbene Abschluss oder die höchst erworbene Qualifikation relevant. In der arbeitspsychologischen Forschung liegt der Fokus vorrangig auf der subjektiven Ebene, da sie als relevanter für die Einstellungen und Empfindungen der betroffenen Personen ist.

Wenn sich eine Fachperson auf ihrer aktuellen Stelle eingeschränkt fühlt und den Eindruck hat, dass sie nicht ihr volles Potenzial ausschöpfen kann, führt das schnell zu Frustration und progredienter Verärgerung. Im Rahmen der Person-Environment-Fit-Theory haben Mitarbeitende immer dann eine hohe Zufriedenheit und ein hohes Wohlbefinden, wenn es zu einem Ausgleich zwischen ihren Qualifikationen und den Anforderungen des Arbeitgebers, sowie den Angeboten ihrer Arbeitsstelle kommt.⁴³ Arbeitgeber sollten von Anfang an darauf achten, Stellen so besetzen, dass keine Unzufriedenheit aufkommt, die schließlich zur Kündigung der Mitarbeitenden führt.

In Zeiten des Fachkräftemangels sind allerdings neue qualifizierte und geeignete Fachkräfte nur schwer zu finden. Daher kommt der Laufbahnentwicklung ein besonderer Stellenwert zu. Das Gefühl der Überqualifizierung, kann zu einem kontraproduktiven Verhalten und sogar zum Wunsch anderen Mitarbeitenden, dem Leitungsteam oder dem Unternehmen schaden zu wollen führen.⁴⁴ Weder Kündigungen noch kontraproduktives oder schädliches Verhalten sind Ziele eines erfolgreichen Unternehmens. Wenn sich Mitarbeitende auf ihrer aktu-

42 Vgl. Debus & Körner, (2018)

43 Vgl. Van Harrison, (1978)

44 Vgl. Harari, Manapragada & Viswesvaran, (2017)

ellen Stelle überqualifiziert fühlen und dieses zudem auch objektiv belegbar ist, müssen Maßnahmen getroffen werden, um diesen Kreislauf zu beenden. Dies kann durch Job-Enlargement, Job-Enrichment oder Job-Rotation-Maßnahmen erfolgen. Aber auch durch eine individuelle Laufbahn- und Karriereplanung, in der effektive Maßnahmen vereinbart und durchgeführt werden. Die Laufbahn- und Karriereplanung im Rahmen der Qualifizierung von Mitarbeitenden ist ein geeignetes Tool, um Überqualifizierung zu erkennen und damit eine Kündigung oder kontraproduktives Verhalten zu verhindern. Laufbahnplanung sollte in jedem Fall für alle Mitarbeitenden betrieben werden.

3.6 Talentmanagement

Talentmanagement ist Teil des internen Personalmarketings und hat einen Einfluss auf die Employer Brand. Alle Mitarbeitende tragen ihren persönlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg bei. Gerade im Rettungsdienst wird der Erfolg nur durch Zusammenarbeit im Team realisiert. In jedem Team gibt es Talente, die auch als High-Potentials bezeichnet werden. Sie haben einen signifikanten Einfluss auf das Unternehmen. Sie realisieren Ideen und sind für das Vorantreiben und innerbetriebliche Innovationen verantwortlich.⁴⁵ Faix und Mergenthaler definieren Talents folgendermaßen:

„Die Talents gelten gemeinhin als diejenigen, die ein überragendes und fundiertes Fachwissen besitzen. Neben diesem Talents eine breite Allgemeinbildung. Erst durch diese ist es möglich, unterschiedliche Zugänge zu einem Problem zu nutzen oder verschiedene Wirkungen einer Entscheidung/Handlung etc. zu erkennen.“⁴⁶

45 Vgl. Faix & Mergenthaler, Seite 25, (2009)

46 Vgl. Faix & Mergenthaler, Seite 25, (2009)

Sie charakterisieren Talents folgendermaßen: Talents streben immer danach, ...

- sich ihrer selbst mehr bewusst zu werden, d.h. Talents versuchen sich selbst zu erkennen, ihre persönlichen Verhaltensmuster aufzudecken, Stärken und Schwächen zu begreifen, ein immer differenzierteres und genaueres Selbst- und Fremdbild zu entwickeln.⁴⁷
- immer verantwortungsbewusster zu werden, d.h. Talents versuchen auf der Basis ihrer persönlichen Einschätzung unter Berücksichtigung ihrer Eingebundenheit in ethisch-moralische Wertesysteme, tatsächlich realisierbare Ziele zu definieren.⁴⁸
- immer mündiger zu werden, d.h. Talents erkennen sich selbst, geben sich Ziele vor und setzen alles daran, diese Ziele auch zu erreichen.⁴⁹

Talents sind Personen, die in der Lage sind, Wachstum zu fördern, indem sie innovative Unternehmensziele definieren und diese entschlossen, reflektiert und kompetent umsetzen.⁵⁰ Dadurch sichern sie langfristig die Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsfähigkeit von Unternehmen und tragen zu deren Ausbau bei. Talents gibt es nicht wie Sand am Meer, sondern sind eher mit der Nadel im Heuhaufen zu vergleichen.

Für Unternehmen ist es heutzutage elementar wichtig, diese Talente aufzuspüren, zu fördern und vor allem zu halten. Denn das Wissen und Know-How in Unternehmen ist eng mit diesen Mitarbeitenden verbunden und kann daher bei deren Weggang aus dem Betrieb verloren gehen. Diese Verluste können zu erheblichen Einbußen bezüglich Innovationskraft und Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen führen. Es ist daher bedeutsam, dass vorhandenes Wissen bewahrt und wenn möglich weiterentwickelt wird. Daher müssen Talente, die über spezielles Wissen und Know-How verfügen, gezielt gefördert werden. Die

47 Vgl. Faix & Mergenthaler, Seite 33, (2009)

48 Vgl. Faix & Mergenthaler, Seite 33, (2009)

49 Vgl. Faix & Mergenthaler, Seite 33, (2009)

50 Vgl. Faix & Mergenthaler, Seite 25, (2009)

Unternehmensstrategie sollte im Idealfall die Ziele eines Unternehmens festlegen, aus der sich auch die Anforderungen an die benötigten Talente abgeleitet werden, weil diese einen erheblichen Einfluss auf die Erreichung der Unternehmensziele haben.

Beim internen Talentmanagement werden die bereits im Unternehmen tätigen Mitarbeitenden befähigt und weiterqualifiziert, damit diese Führungsfunktionen oder andere Positionen übernehmen können. Im externen Talentmanagement wird nach Talenten gesucht, die aktuell noch in anderen Unternehmen beschäftigt sind, aber aufgrund ihrer Leistungen oder Expertise passgenau für die eigenen Unternehmensziele sind.

3.6.1 Gallup-Engagement-Index

Der Gallup-Engagement-Index ist ein Befragungstool, welches von der Gallup Organization, einem Markt- und Meinungsforschungsinstitut, entwickelt wurde. Der Index besteht aus insgesamt zwölf Kriterien, die anhand vom Arbeitsplatz und dem Arbeitsumfeld, Rückschlüsse auf die emotionale Bindung sowie die Arbeitsmotivation zulassen. Hierbei wird in insgesamt drei Gruppen unterschieden:

- Beschäftigte, die sich stark mit ihrem Arbeitgeber verbunden fühlen, setzen sich für ihre Arbeit ein und engagieren sich freiwillig für die Ziele des Unternehmens. Sie gelten als „Engaged“.⁵¹
- Mitarbeitende, die zwar stets ihre vorgegebenen Aufgaben erledigen, sich aber nicht aktiv für ihren Arbeitgeber engagieren, werden als „Not-engaged“ bezeichnet.⁵²
- Als „Actively-disengaged“ werden Personen bezeichnet, die innerlich bereits gekündigt haben. Sie können den Erfolg und Zielerreichung des Unternehmens durch ihr Verhalten beeinträchtigen.⁵³

51 Vgl. Gutmann & Gatzke, Externes Personalmarketing, Seite 106–107, (2015)

52 Vgl. Gutmann & Gatzke, Externes Personalmarketing, Seite 106–107, (2015)

53 Vgl. Gutmann & Gatzke, Externes Personalmarketing, Seite 106–107, (2015)

Wie in vielen anderen Ländern auch, wird der Gallup-Engagement-Index in der Schweiz über einen Zeitraum von drei Jahren erhoben. Die Gruppe "Engaged" verzeichnete von 2010 bis 2022 den signifikantesten Rückgang von 16,46% auf 10,76%. Dies führte zu einer Zunahme der Gruppen "Actively Disengaged" und "Not Engaged". In derselben Zeitspanne nahm der Anteil der Gruppe "Not Engaged" von 75,89% auf 79,34% zu. Zudem stieg der Anteil der Gruppe "Actively Disengaged" von 7,64% auf 9,90% in 2020–2022 an.⁵⁴

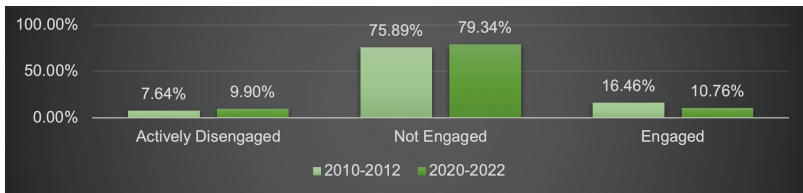


Abbildung 2: Gallup-Engagement-Index Schweiz (Quelle: Eigene Darstellung nach (Gallup®, 2024))

3.6.2 Quiet-Quitting

Durch die Social-Media-Plattform TikTok wurde 2022 das Konzept des Quiet-Quitting einer großen Öffentlichkeit bekannt. Beim Quiet-Quitting erledigen Mitarbeitende nur die ihnen aufgetragenen Arbeiten während der festgelegten Dienstzeiten. Sie vermeiden weitere Arbeiten sowohl als auch Arbeiten, die über das geforderte Maß hinausgehen. Inzwischen kann man beim Quiet-Quitting nicht mehr von einem Trend sprechen, sondern zunehmend von einem globalen Phänomen, welches vor allem durch die Generation Z beeinflusst wird.⁵⁵ Es wird spannend sein, ob sich die Werte des Gallup Employment Engagement Indexes durch das Quiet-Quitting noch weiter in Richtung von „not-engaged“ und „actively disengaged“ verändern.

⁵⁴ Vgl. Gallup®, (2024)

⁵⁵ Vgl. Atalay & Dağistan, Seite 3, (2023)

3.6.3 Quiet-Hiring

Das Quiet-Hiring ist ein Phänomen aus der Praxis und beschreibt den Prozess, in dem ein Unternehmen interne Versetzungen oder Umstrukturierungen vornimmt, ohne neue Mitarbeitende einzustellen oder zusätzliche Fachkräfte von außen anzuwerben. Die bestehenden Mitarbeitenden müssen temporär oder schlimmstenfalls sogar langfristig neue Positionen oder zusätzliche Aufgaben übernehmen. Die Methode des Quiet-Hiring mag dem Unternehmen kurzfristig ermöglichen Kosten zu reduzieren und einen Engpass zu kompensieren. Allerdings sollte es keinesfalls als langfristige Lösung angesehen werden. Quiet-Hiring kann zwar durch das begleitende Job-Enlargement oder -Enrichment durchaus positiv angesehen werden.⁵⁶ Allerdings steigt die Arbeitsbelastung der Mitarbeitenden signifikant an und kann zu einer Überlastung bis hin zu Unzufriedenheit führen.⁵⁷ Daher ist Quiet-Hiring weder Allheilmittel noch eine geeignete langfristige Option gegen den Fachkräftemangel sowie die Probleme in der Personalbeschaffung.

3.6.4 Auswirkungen von Talenten und überqualifizierten Personen auf Unternehmen

Talente neigen häufig zu einem proaktiven Verhalten, welches sich im Phänomen des Job Craftings zeigt.⁵⁸ Beim Job Crafting nimmt eine Person eigenständig Änderungen an ihren Aufgaben und Verantwortlichkeiten am Arbeitsplatz vor und sieht sich gezielt nach herausfordernden Tätigkeiten um. Diese Tätigkeiten werden dann in die bestehende Rolle integriert. Die Anpassungen der eigenen Rolle und dazugehörigen Tätigkeiten können bei Mitarbeitenden langfristig zu einer höheren Wertschätzung der Arbeit und Zufriedenheit führen.⁵⁹ Hier ist eine gewisse Vorsicht geboten, da das zu Arbeitstätigkeiten ohne Auftrag führen

56 Vgl. Lindzon, (2023)

57 Vgl. Hadley, (2023)

58 Vgl. Parker & Collins, (2008)

59 Vgl. Wrzesniewski & Dutton, (2001)

kann. Das kann sich nachteilig auswirken, da die Führungskräfte im laufenden Tagesgeschäft diese Ideen und Arbeiten nicht weiterumsetzen können oder diese nicht entsprechend wertschätzen.

Überqualifizierung und die daraus entstehenden Herausforderungen werden als hinderlich, beziehungsweise als primär negatives Phänomen angesehen. Überqualifizierte Mitarbeitende wurden durch Teilnehmende in Studien als arrogant und schlechter führbar angesehen.^{60 61} In einer weiteren Studie wurde dieser Eindruck bestätigt, es wurde aber nachgewiesen, dass 20 von 24 der befragten Personen überqualifizierte Personen einstellen würden.⁶² Gründe für die Einstellung von überqualifizierten Personen war deren wertvolles Humankapital, sowie deren Eigenschaft, neue Entwicklungen voranzutreiben und sich stark zu engagieren.⁶³

3.6.5 Umgang mit Demotivation

Es ist eine Option einen Talentpool aufzubauen, um so Talente zu erkennen, sie aktiv zu fördern und zu fordern, um sie auf entsprechende Aufgaben vorzubereiten. Irgendwann kommt es dann zur entsprechenden Stellenausschreibung im Betrieb, für welche die Talente qualifiziert und gefördert wurden. Da es aber meist nur eine dieser Stellen gibt und diese im Rettungsdienst, meist jahrelang besetzt ist, gibt es nach Personalentscheidungen oft enttäuschte und nicht berücksichtigte Mitarbeitende.

Demotivation und Verbitterung von Mitbewerbenden, die bei einer Stellenbesetzung gegenüber einer anderen Person den Kürzeren zieht, sind unbedingt zu vermeiden. Natürlich kann eine Enttäuschung nicht hundertprozentig vermieden werden. Aber ein Leitungsteam muss klug die Weichen für die weitere Zusammenarbeit mit den nichtberücksichtigten Mitarbeitenden stellen. Gutmann und Gatzke haben daraus eine

60 Vgl. Maynard, Hakel & Taylor, (2009)

61 Vgl. Debus & Körner, Seite 38, (2018)

62 Vgl. Kulkarni, Lengnick-Hall, & Martinez, (2015)

63 Vgl. Kulkarni, Lengnick-Hall, & Martinez, (2015)

Checkliste entwickelt, mit der sich das gesamte Verfahren sowie die daraus resultierende Entscheidung objektivieren lässt (vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, 2015):

- Die Auswahl wird so offen und transparent wie möglich gehandhabt.⁶⁴
- Die Kriterien der Vorgehensweise sind für interne und externe Bewerber gleich.⁶⁵
- Im Gespräch wird mit einem objektiven Kriterienkatalog gearbeitet, auf dessen Basis die Bewertung erfolgt.⁶⁶
- Alle Prozesse sind standardisiert und folgen dem „Vier-Augen-Prinzip“.⁶⁷
- Das Ergebnis des Gesprächs wird protokolliert und in einem Leistungspotenzial-Portfolio festgehalten.⁶⁸
- Der Teilnehmer erhält ein vorbereitetes und abgesprochenes Feedback, das auch kommuniziert werden kann.⁶⁹
- Konkrete Entwicklungsmaßnahmen werden vereinbart und schriftlich festgehalten.⁷⁰

3.6.6 Ethische Blindheit

Besondere Vorsicht ist bei der sogenannten ethischen Blindheit geboten. Hierbei ist die Ausnutzung von besonders loyalen Mitarbeitenden durch ihre Vorgesetzten gemeint. Im Gegensatz zu Führungskräften, die wissentlich Mitarbeitende ausnutzen, ist mit der ethischen Blindheit eine unbewusste Ausnutzung gemeint. Positive loyale Gesten der Mitarbeitenden gegenüber dem Unternehmen, wie das Leisten von freiwilligen Überstunden für ein Projekt oder ähnliches werden durch die

64 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

65 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

66 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

67 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

68 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

69 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

70 Vgl. Gutmann & Gatzke, Talent Review: Checkliste, Seite 121, (2015)

Führungskräfte wahrgenommen, was darin resultiert, dass diese Mitarbeitenden immer häufiger um Gefallen gebeten werden. Diese ethische Blindheit konnte durch amerikanische Wissenschaftler in einer Studie nachgewiesen werden.⁷¹ Die loyalen Mitarbeitenden sind in der Regel sehr höflich, engagiert und bereit, alles für das Unternehmen zu tun. Wenn sie bei Beförderungen oder Gehaltserhöhungen übergangen werden, schlägt dies schnell in Demotivation und Frustration um. Dies wird von Führungskräften schneller als unfreundlich und illoyal, als bei den weniger loyalen Arbeitskräften, wahrgenommen.

3.6.7 PTED – Worst Case Szenario

Die Posttraumatic Embitterment Disorder (PTED) ist der Worst Case, welcher eintreten kann, wenn sich Mitarbeitende im Rahmen der Laufbahnentwicklung als subjektiv ungerecht behandelt fühlen. PTED lässt sich als posttraumatische Verbitterungsstörung übersetzen. Klaus Lewandowski und Kurt W. Schmidt definieren die PTED wie folgt:

„Der Erkrankte wird von einem einzigen signifikanten Ereignis belastet, das er als Ungerechtigkeit, Erniedrigung und Beleidigung empfindet. Bei Erinnerung an das Ereignis löst das Gefühle von Verbitterung, Wut und Hilfslosigkeit aus. Er leidet unter häufigen intrusiven Erinnerungen und einer anhaltenden Beeinträchtigung des seelischen Wohlbefindens. Die Fähigkeit zur Modulation der Stimmung bleibt intakt und bei Ablenkung zeigt sich eine normale Stimmungslage.“⁷²

62% aller kritischen Trigger für PTED finden sich in der Arbeitswelt, aufgeteilt in 38% Arbeitsplatzverluste und 24% Arbeitsplatzkonflikte.⁷³ Im Vergleich zur PTSD, die nach lebensbedrohlichen oder besonders belastenden Situationen auftritt, bestehen neben depressivem Verhal-

71 Vgl. Stanley, Neck & Neck, (2023)

72 Vgl. Lewandowski & Schmidt, Seite 1835, (2020)

73 Vgl. Linden, Schippan, Baumann & Spielberg, Seite 55, (2004)

ten, Vermeidungsverhalten, Suizidalität, Antriebsverlust bei der PTED auch Aggressionsfantasien.⁷⁴

Dr. Anja Beitinger beschreibt in ihrer Dissertation zur PTED, dass die Gefahr für eine PTED vor allem Personen betrifft, die ihrem Beruf eine wesentliche Priorität in ihrem Leben geben, uneingeschränkten Einsatz gezeigt haben und dann aus für sie unerklärlichen Gründen bei einer Beförderung übergangen werden. Die Wertvorstellung, dass viel und guter Arbeitseinsatz zur Berücksichtigung bei der Beförderung führt, wird hier erschüttert.⁷⁵ PTED wirkt sich nachteilig auf alle Anteile der beruflichen Vertrauens-Triasis aus. Dazu zählen das soziale Vertrauen in die Vorgesetzten, Kolleginnen und Kollegen, Vertrauen in die berufliche Zukunft sowie das berufliche Selbstvertrauen.⁷⁶

Führungskräfte sollten dafür sensibilisiert sein, entsprechende Tendenzen einer PTED bei übergangenen Mitarbeitenden zu erkennen, um entsprechende Hilfestellungen anbieten zu können. Ein mögliches Hilfsmittel ist die PTED-Skala, die 2013 durch das Leibniz-Institut für Psychologie publiziert wurde. Insgesamt enthält der Fragebogen insgesamt 19 Items, die insgesamt eine hohe Reliabilität und Validität aufweisen.⁷⁷ Dieser Fragebogen hat sich durchgesetzt, sodass er in verschiedenen Sprachen übersetzt wurde, während das ältere Berner Verbitterungsinventar nur auf Deutsch verfügbar ist.⁷⁸

PTED und Demotivation führen schnell zu einem kontraproduktivem, abweichenden, unzivilisierten oder vergeltendem Arbeitsverhalten.⁷⁹ Durch verringerten Arbeitseinsatz, häufige Krankmeldungen, Verbreitung von schlechter Stimmung oder Parolen gegen Führungskräfte, oder sogar durch kriminelle Handlungen, kann dem Unternehmen spürbar geschadet werden.⁸⁰ Deshalb sollten PTED und Demotivation unbedingt vermieden werden. Hier zählt nicht nur das Eigeninteresse,

74 Vgl. Linden, Schippan, Baumann & Spielberg, Seite 55, (2004)

75 Vgl. Beitinger, Seite 26–27, (2014)

76 Vgl. Beitinger; Seite 61–65, (2014)

77 Vgl. Linden, Baumann, Lieberei & Rotter, (2013)

78 Vgl. Znoj, (2008)

79 Vgl. Nerdinger, Seite 3, (2008)

80 Vgl. Bechtoldt & Welk, (2005)

damit dadurch die innerbetrieblichen Abläufe und Strukturen nicht gestört werden, sondern auch die Fürsorgepflicht, die Arbeitgeber gegenüber ihren Mitarbeitenden haben. Diese ergibt sich primär aus Artikel 328 des Obligationenrechts und besagt:

„Der Arbeitgeber ist verpflichtet, die erforderlichen Massnahmen {sic!} zu treffen, um die Gesundheit, die Persönlichkeit und das Eigentum des Arbeitnehmers zu schützen.“⁸¹

Abschließend lässt sich feststellen, dass kontraproduktives Arbeitsverhalten zahl- und weitreichende negative Auswirkungen hat. Hierzu zählen direkte Kosten, die beispielsweise durch die Instandsetzung beschädigter Vermögenswerte oder die Entgeltfortzahlung bei absichtlichem Absentismus entstehen. Indirekte Folgekosten sind hingegen schwerwiegender. Die Folge von kontraproduktiven Verhalten können die Erhöhung von Versicherungsprämien, Dienstleistungsausfälle oder Konventionalstrafen sein. Zudem können betroffene Mitarbeitende das Image des Unternehmens nachhaltig negativ beeinflussen, Geschäftsbeziehungen stören oder das Angebot von Dienstleistungen beeinträchtigen. Eine negative Arbeitsatmosphäre und die Beeinträchtigung der Teamstimmung sind unvermeidliche Folgen. Ein Beispiel ist der ungerechtfertigte Absentismus, bei dem die zusätzliche anfallende Arbeit von anderen Mitarbeitenden aufgefangen werden muss, was für diese zu einer höheren Arbeitsbelastung und zugleich zu sinkender Motivation wie Arbeitsmoral führen kann.⁸²

3.7 Talentmanagement im Rettungsdienst

Wer Karriere in einem Rettungsdienst machen möchte, muss sich bewusst sein, dass es dort nur wenige Laufbahnentwicklungen gibt. Häufig ist ein Arbeitgeberwechsel notwendig, da in den meisten Rettungsdiensten nicht genügend Stellen vorhanden sind oder keine begleitete Laufbahnentwicklung praktiziert wird. Talente sind besonders

81 Vgl. Artikel 328 Absatz 1 OR

82 Vgl. Nerdinger, Seite 6, (2008)

gefährdet sich an ihrem Arbeitsplatz unterfordert oder überqualifiziert zu fühlen. Das Ziel sollte immer sein, dass Mitarbeitende mit hohem Potenzial in relevanten Bereichen aktiv gefördert und gefordert werden, um diesen Mitarbeitenden eine entsprechende Perspektive sowie neue Herausforderungen anzubieten, um sie an den Betrieb zu binden.

Der Rettungsdienst des Kantonsspitals Winterthur hat im „Star of Life“ seine Maßnahmen zur Talent- und Karriereplanung als Teil ihrer Personalentwicklung publiziert. Ihre Entwicklungspfade zeigen sehr eindrücklich, wie die Wege für eine Stelle in der Bereichsleitung oder Berufsbildung vorgesehen sind.⁸³ Mit Minimal- und Maximalqualifikationen können die Mitarbeitenden sich weiterqualifizieren und werden immer weiter in ihrem Aufgabengebiet gefördert und gefordert. Voss beschreibt bereits 2019, dass sich die neue Generation von RS mit einer kürzeren Verweildauer im Unternehmen und sogar im Rettungswesen allgemein bemerkbar macht.⁸⁴ Um die Anforderungen im Rettungswesen erfüllen zu können, müssen den Mitarbeitenden spezielle Perspektiven geboten werden, die sie bei anderen Rettungsdiensten nicht vorfinden, und sie dabei unterstützen, für die wachsenden beruflichen Ansprüche gewappnet zu sein.

Die Weiterqualifikation und das Talentmanagement benötigten nicht nur zeitliche, sondern auch finanzielle Ressourcen, bei gleichzeitigem Risiko, dass die Mitarbeitenden den Betrieb verlassen könnten. Aus diesen Gründen ist ein Talentmanagement im Rettungsdienst unverzichtbar. Dies beschreibt Sir Richard Branson, Gründer der Virgin Group sehr gut:

„Train people well enough so they can leave, treat them well enough so they don't want to.“⁸⁵

Man sieht an der Entwicklung des Gallup-Engagement-Indexes deutlich, dass engagierte Arbeitskräfte immer rarer werden, weswegen die

83 Vgl. Voss, (2019)

84 Vgl. Voss, Seite 20, (2019)

85 Vgl. Branson, (2014)

Rettungsdienste vor allem dem internen Talentmanagement eine hohe Bedeutung beimessen sollten.

3.8 Employer Brand

In der heutigen Wirtschaftswelt, geprägt von Konkurrenz und Angebotsvielfalt gewinnt eine starke Marke an Bedeutung. Sie ist nicht nur Symbol für Qualität und Wiedererkennbarkeit, sondern auch ein entscheidender Faktor für den Unternehmenserfolg. Sie repräsentiert die Identität eines Unternehmens und steht für die mit ihr verbundenen Werte wie Versprechen. Sie schafft Vertrauen und Bindung bei den Kundinnen und Kunden und ermöglicht Unternehmen sich von ihrer Konkurrenz abzuheben.

Neben der Kundenbindung und der Differenzierung im Wettbewerb ist eine Marke auch für die Mitarbeitergewinnung von Relevanz. Mit einer starken Arbeitgebermarke, positioniert sich ein Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber und kann im besten Fall hochqualifizierte Fachkräfte anziehen. Sie repräsentiert dabei die Werte und die Unternehmenskultur und unterstützt somit die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen.

Aufgrund des sinkenden Angebots an qualifizierten Fachkräften und der prognostizierten Verschärfung des Fachkräftemangels beschäftigen sich immer mehr Unternehmen mit dem Aufbau und der Steuerung der Arbeitgebermarke. Es ist eine herausfordernde Aufgabe für jedes Personalmarketing – darüber hinaus auch für übergeordnete Managementabteilungen – nicht nur die Arbeitgebermarke zu definieren und sie effektiv auf dem Arbeitsmarkt zu vermitteln, sondern auch deren einzigartige Eigenschaften langfristig zu gewährleisten. Das Employer Branding besteht nicht nur darin, sich als attraktiven Arbeitgeber gegenüber anderen Mitbewerbern zu präsentieren, sondern dieses Versprechen in der täglichen Unternehmenspraxis zu leben und entsprechend umzusetzen. Funktioniert der Praxistransfer nicht, ist die Arbeitgebermarke unglaubwürdig und kann sich gegenteilig auswirken. Personen entscheiden sich wegen der Arbeitgebermarke für ein Un-

ternehmen. Wenn sich diese nicht bewahrheitet, verlassen sie dieses auch schnell wieder. Das Employer Branding wirkt sich auch – oder gerade – im Sozialbereich aus und stellt insbesondere für sozialwirtschaftliche Organisationen vor besondere Anforderungen und Herausforderungen.⁸⁶

3.8.1 Unterschied Employer Brand und Employer Branding

Die Bedeutung der Employer Brand und das Konzept des Employer Branding werden häufig synonym genutzt. Dennoch besteht zwischen beiden Termini ein relevanter Unterschied. Dieser ist auch logisch zu begründen. Denkt man an das klassische Markenmanagement, gibt es eine Brand und das dazugehörige Branding oder Brandmanagement.

Das Employer Branding kann als Prozess betrachtet werden, aus dem die Arbeitgebermarke entwickelt, gepflegt und optimiert wird. Das Unternehmen implementiert diverse strategische Maßnahmen zur Repräsentation als attraktiver Arbeitgeber und zur Anziehung von qualifizierten Mitarbeitenden. Dabei spielt das Konzept des Employer Brandings eine essenzielle Rolle. Eine effektive Arbeitgebermarke zeichnet sich dadurch aus, Aspekte von Marketing und Personalmarketing sinnvoll mit dem Personal- und Markenmanagement, dem Leitbild sowie der Vision des Unternehmens miteinander zu verknüpfen. Dies erfordert heutzutage die Fähigkeit, sämtliche Maßnahmen des Employer Brandings und Personalmarketings zu identifizieren, zu beherrschen, anzuwenden und umzusetzen.⁸⁷

Die Employer Brand ist das Ergebnis dieses Prozesses. Die Arbeitgebermarke kann auch als Image bezeichnet werden, da sie eine Imagefunktion hat. Die Employer Brand ist stark abhängig von den Erfahrungen der Beschäftigten sowie von ehemaligen Mitarbeitenden und Bewerbern. Die externe Wahrnehmung der Employer Brand kann somit von der tatsächlichen Gestaltung des Employer Brandings abweichen.

86 Vgl. Christa, (2019)

87 Vgl. Fehrringer, Seite 294, (2019)

Eine groß angelegte Studie aus Belgien, an dem 235 Unternehmen mit insgesamt 2.123 Personen teilgenommen haben, beschäftigte sich mit der Interaktion zwischen dem Inhalt und dem Prozess der Employer Brand. Es erwies sich, dass der Inhalt der Employer Brand und der Prozess des Employer Brandings eng miteinander verknüpft sein müssen, damit die Attraktivität eines Arbeitgebers optimiert werden kann.⁸⁸

3.8.2 Hauptelemente Employer Branding

Das Employer Branding besteht aus drei Hauptelementen, die alle gleichsam bewirtschaftet und beachtet werden müssen.⁸⁹ Es ist ein komplexes multidisziplinäres Vorhaben, an dem das Personalmarketing, die Personalabteilung und auch die Geschäftsleitung gemeinsam zusammenarbeiten müssen.

Als Bestandteil des ersten Hauptelements, muss zuerst die Employer Value Proposition (EVP) definiert werden. Die EVP ist ein Konzept, welches die Vorteile und Werte beschreibt, die ein Unternehmen seinen Mitarbeitenden bietet. Sie beinhaltet verschiedene Aspekte wie Firmenkultur, Sozialleistungen, Entwicklungsmöglichkeiten und Vergütung. Eine starke, glaubwürdige Employer Value Proposition ist für Unternehmen wichtig, da sie entscheidenden Einfluss auf die Mitarbeiterbindung und -gewinnung hat. Die Darstellung der Unternehmenswerte muss konsistent und überzeugend sein, um qualifiziertes Fachpersonal anzulocken sowie das Engagement und die Zufriedenheit der Angestellten zu steigern. Letztendlich fördert eine gut durchdachte EVP die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens auf dem Arbeitsmarkt und trägt zu seinem langfristigen Erfolg bei.

Hierbei muss unbedingt zwischen der EVP und einem Unique Selling Point (USP) unterschieden werden, auch wenn diese eng miteinander verbunden sind. Während der USP ein bestimmtes Alleinstellungsmerkmal oder einen bestimmten Vorteil eines Unternehmens hervorhebt, beschreibt die EVP die Gesamtheit dessen, was ein Unternehmen

88 Vgl. Ghielen, De Cooman & Sels, Seite 302, (2021)

89 Vgl. Stritzke, Seite 49–50, (2010)

als Arbeitgeber ausmacht und warum es für potenzielle Bewerberinnen wie Bewerber attraktiv ist. Zusammen bilden sie das Grundgerüst der Arbeitgebermarke und helfen dabei, qualifizierte Mitarbeitende zu finden, anzuziehen und langfristig zu binden.

Der zweite Hauptbestandteil ist die Kommunikation der EVP an die gewünschten Zielgruppen, sodass diese außerhalb eines Unternehmens wahrnehmbar ist.

Dem dritten Hauptbestandteil, der internen Verankerung der Arbeitgebermarke, kommt eine besondere Bedeutung zu. Die Darstellung von USPs und EVPs auf dem Arbeitsmarkt ist einfacher als die interne Verankerung. Hier gilt es, diese Versprechungen und Alleinstellungsmerkmale entsprechend einzusetzen, konsequent weiterzuentwickeln und kontinuierlich zu gewährleisten, als Beweis, dass die USP und EVP des Unternehmens in der Realität existieren und keine leeren Anwerbepotschaften sind. Insgesamt zielt Employer Branding darauf ab, die Wahrnehmung der Arbeitgebermarke im Rahmen des Personalmarketings zu optimieren. Mithilfe von internem Branding wird ein authentisches Bild des Arbeitsplatzes geschaffen und gezielt bei ausgewählten Zielgruppen präsentiert, um das Markenimage zu stärken.⁹⁰ Nach Wiese bedient sich das Employer Branding bei verschiedenen Personalmarketinginstrumenten und implementiert diese in die HR-Funktion, mit dem Ziel das personalwirtschaftliche Angebot besonders zu betonen.⁹¹

3.8.3 Interne Faktoren im Employer Branding

Die Merkmale des Employer Brandings können in vier Gruppen unterteilt werden: Die weichen und harten Hygienefaktoren und Motivatoren. Dadurch, dass die Soft Facts durch Arbeitsatmosphäre, Nachhaltigkeit des Unternehmens und dem gelebten Umgang mit den Mitarbeitenden sehr individuell und subjektiv sind, können diese schlechter quantifiziert werden. In der Aufstellung nach Petkovic gehören zu den

90 Vgl. Stritzke, Seite 56, (2010)

91 Vgl. Wiese, (2005)

vier Gruppen unter anderem folgende Items, die im Rahmen des Employer Brandings herausgearbeitet werden können:⁹²

Weiche Hygienefaktoren:

- Gutes Betriebsklima
- Work-Life-Balance
- Flexible Arbeitszeiten
- Förderung von Freizeit- und Kulturaktivitäten

Harte Hygienefaktoren:

- Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung
- Arbeitsplatzsicherheit
- Arbeitsumgebung und -organisation

Weiche Motivatoren:

- Gestaltung der Tätigkeit (Grad der Selbstständigkeit und Verantwortung, Inhalt, Abwechslung)

Harte Motivatoren:

- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Aufstiegschancen
- Auslandstätigkeit möglich

Die Motivatoren und Hygienefaktoren stammen aus der Zwei-Faktoren-Theorie zur Motivation durch Frederick Herzberg, die 1959 publiziert wurde und damals zu einem Perspektivenwechsel geführt hatte.⁹³ Nach dieser Theorie werden durch die Hygienefaktoren Unzufriedenheit bei Mitarbeitenden vermieden und mit den Motivatoren wird die Zufriedenheit gesteigert. Ziel dieser Theorie ist es, dass immer genug Motivatoren und Hygienefaktoren gemeinsam vorhanden sind, sodass die Mitarbeitenden motiviert und zufrieden sind. Die Hygienefaktoren und Motivatoren nach Petkovic können auf zwei Gruppen gekürzt werden, den sogenannten Hard und Soft Facts des Employer Brandings,

92 Vgl. Petkovic, (2008)

93 Vgl. Becker, (2019)

dabei entfällt die Kategorisierung auf Hygienefaktoren und Motivatoren.

3.8.4 Ziele des Employer Branding

Das Employer Branding setzt sich wie das Personalmarketing auch, aus einem internen und einem externen Part zusammen. Im externen Bereich geht es um das Anwerben qualifizierter und talentierter Fachkräfte sowie das Unternehmensimage, um es für potenzielle Bewerbende attraktiv zu gestalten. Eine effektive externe Arbeitgebermarke hat den Vorteil, dass sie dazu beitragen kann, qualifizierte Bewerberinnen und Bewerber anzuziehen und den Rekrutierungsprozess zu verbessern. Sie unterstützt zudem die Unterscheidung im Konkurrenzkampf und ermöglicht es, sich als attraktiver Arbeitgeber zu etablieren. In der Endkonsequenz trägt eine starke Arbeitgebermarke dazu bei, die besten Arbeitssuchenden anzuziehen, die sich wiederum positiv auf die Leistungsfähigkeit des Unternehmens und die Erreichung der Unternehmensziele auswirken können.

Im internen Bereich des Employer Brandings ist das Ziel, die langfristige Zufriedenheit und Bindung von bestehenden Mitarbeitenden zu optimieren. Eine starke interne Arbeitgebermarke fördert eine stärkere Verbundenheit der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen, eine größere Identifikation mit den Unternehmenswerten und somit auch eine höhere Motivation.⁹⁴ Im besten Fall engagieren sich die Mitarbeitenden stärker und verbleiben länger im Unternehmen, da sie die angebotenen Karrieremöglichkeiten und Perspektiven zur persönlichen Weiterentwicklung aktiv wahrnehmen. Das führt wiederum zur Steigerung der Gesamtleistung des Unternehmens, denn engagierte und motivierte Mitarbeitende sind produktiver und erbringen höhere Leistungen.⁹⁵ Zufriedene und motivierte Mitarbeitende sprechen zudem positiv über ihre Erfahrungen und Eindrücke in ihrem Unternehmen und können

94 Vgl. Strässner, Merdzanovic & Suvada, Seite 8, (2023)

95 Vgl. Strässner, Merdzanovic & Suvada, Seite 8, (2023)

es anderen potenziellen Bewerbenden weiterempfehlen. Diese positive Mund-zu-Mund-Propaganda, als Ergebnis der getroffenen Maßnahmen internen Employer Brandings, bezeichnet man als „Employer Advocacy“. Die Mitarbeitenden werden selbst zu Markenbotschaftern und Markenbotschafterinnen, was die Arbeitgebermarke besonders überzeugend glaubwürdig macht. Eine Employer Brand, die nicht die Beteiligung der eigenen Mitarbeitenden berücksichtigt, wird keinen Erfolg haben. Auch im Rettungsdienst ist es wichtig, dass die eigenen Mitarbeitenden am Employer Branding beteiligt sind. Zum einen als Informationsquelle und Impulsgeber, aber auch als Kommunikationskanäle und Markenbotschafterinnen oder Markenbotschafter. Denn niemand kann besser beweisen, dass die präsentierte Arbeitgebermarke mit der Realität übereinstimmt, als die eigenen Mitarbeitenden. Nur so ist glaubwürdiges und ehrliches Employer Branding möglich.⁹⁶

3.8.5 Herausforderungen des Employer Brandings in der Schweiz

Strässner et al. sehen für das Employer Branding in der Schweiz verschiedene Problemfelder: Auf dem Arbeitsmarkt sind vor allem Nachwuchskräfte im Gesundheits- und Sozialsektor Mangelware.⁹⁷ Für alle diese Beschäftigungsfelder müssen nun adäquate Strategien gefunden werden, um diesen Bedarf zu decken oder die mangelhafte Stellungsbesetzung zu kompensieren.

Der Fachkräftemangel macht sich bereits in der Schweiz bemerkbar, es gaben 56% der von Strässner et al. befragten Unternehmen (n=584) an, dass sie den Fachkräftemangel eher stark bis sehr stark bemerken. Im Durchschnitt sind 36% aller Stellen unbesetzt.⁹⁸ Auch hier konnte das Post-&-Pray-Prinzip nachgewiesen werden, da 52% aller Unternehmen die Stellenausschreibung als Antwort auf eine erfolglose

96 Vgl. Wagner, Seite 32–33, (2018)

97 Vgl. Strässner, Merdzanovic & Suvada, Seite 8, (2023)

98 Vgl. Strässner, Merdzanovic & Suvada, Seite 11, (2023)

Ausschreibung, noch auf weiteren üblichen Kanälen publizieren. Nur 19% nutzen Employer Branding und 14% Talentpooling.⁹⁹

Die langfristige Bindung von Mitarbeitenden wird progredient schwieriger für Unternehmen. Daher ist unter den aktuellen sowie zukünftig zu erwartenden Bedingungen eine starke Arbeitgebermarke wichtiger denn je.¹⁰⁰ Die Rettungsdienste beschäftigen sich erst in der letzten Zeit intensiver mit Personalmarketing und beim Etablieren von Arbeitgebermarken müssen erst Erfahrungen gesammelt werden. Selbst erfahrenere Unternehmen bekunden noch Lernpotenzial. Aus der Marketing-Review der Hochschule St. Gallen lässt sich dazu folgendes zitieren:

„Unternehmen verlieren auf dem Arbeitsmarkt zunehmend die Hoheit über die Markenkommunikation und sind mit Mund-zu-Mund-Propaganda in sozialen Netzwerken und auf Arbeitgeberbewertungsportalen konfrontiert.“¹⁰¹

Das Home-Office, welches als Folge der COVID-19-Pandemie zunehmend häufiger zu einer gängigen Praxis wurde, erschwert das Employer Branding und als Konsequenz auch die Employer Brand. Für den Rettungsdienst ist die Arbeit – abgesehen von der Administration – im Home-Office weniger ein Thema.

3.8.6 Kosten- und Zeitansatz für Employer Branding im Rettungsdienst

Sobald es um Maßnahmen für Personalmarketing und das Employer Branding geht, müssen die Kosten sowie die voraussichtliche Dauer eingeplant werden. Für den rettungsdienstlichen Bereich in der Schweiz liegen zu den Kosten bisher keine validen Daten vor. Bei der Literaturrecherche konnte aber eine Aufstellung von Stefan Wagner gefunden werden, welche den Prozess des Employer Brandings in einen zeitlichen und finanziellen Bezug gesetzt hat. Hierbei muss

99 Vgl. Strässner, Merdzanovic & Suvada, Seite 14, (2023)

100 Vgl. Immerschitt & Stumpf, (2022)

101 Vgl. Walter, Seite 23, (2021)

berücksichtigt werden, dass der Autor aus Deutschland stammt und seine Ergebnisse, im Hinblick auf die finanzielle Belastung nicht 1:1 für die Schweiz zu übernehmen sind. Dennoch bietet die Aufstellung erste Anhaltspunkte für den zeitlichen Aufwand und einen groben Überblick über finanzielle Spielräume. Wagner geht bei dieser Aufstellung davon aus, dass externe Agenturen und Anbieter im Aufbau der Employer Brand involviert sind. Bei größeren Rettungsdiensten mit eigener Marketingabteilung sind daher Einsparungen möglich. Der Zeit- und Kostenrahmen nach Wagner:

- Entwicklung einer Arbeitgebermarke stellt eine essenzielle Grundlage für das interne und externe Employer Branding dar, mit einer geplanten Dauer von 3 Monaten und einem zu erwartenden Budget ab 35.000,00 Euro.¹⁰²
- Ein kreatives Konzept und eine passende Kommunikationsstrategie definieren den Rahmen für die Gestaltung und den Kontakt mit den Zielgruppen. Diese Phase dauert mindestens 2 Monate und erfordert ein Budget von mindestens 35.000,00 €. ¹⁰³
- Die Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmitteln wie Anzeigen, Messeauftritten und der Karriere-Website beträgt rund 3 Monate und erfordert ein Budget ab 75.000,00 €. ¹⁰⁴
- Das interne Roll-Out der Employer Brand zielt darauf ab, die Mitarbeitenden mit der Arbeitgebermarke vertraut zu machen und sie als Botschafter für die Arbeitgebermarke zu gewinnen. Dieser Prozess findet kontinuierlich statt und erfordert kein konkret zu definieren-des Budget. ¹⁰⁵
- Das externe Roll-Out der Employer Brand hat zum Ziel, die potenziellen Mitarbeitenden im Arbeitsmarkt für die eigene Organisation zu begeistern und sie mit den angebotenen Stellen anzusprechen.

102 Vgl. Wagner, Seite 35, (2018)

103 Vgl. Wagner, Seite 35, (2018)

104 Vgl. Wagner, Seite 35, (2018)

105 Vgl. Wagner, Seite 35, (2018)

Es handelt sich wie beim internen Roll-Out um einen fortlaufenden Prozess, für den kein pauschales Budget festgelegt werden kann.¹⁰⁶

Der Autor schließt seine Ausführungen über den finanziellen und zeitlichen Rahmen des Employer Brandings:

„In jedem Fall gilt aber: Wenn Ihre Organisation nichts unternimmt und zukünftig schlichtweg nicht in der Lage sein wird, benötigte Leistungen anzubieten, da die Menschen nicht mehr für Ihre Rettungsdienstorganisation zu gewinnen sind, ist diese Investition um eine {sic!} vielfaches größer als ein angemessenes Budget für ein starkes Employer Branding.“¹⁰⁷

3.9 Konsequenzen des Fachkräftemangels in der Schweiz

In der Studie von Wunsch et al. aus dem Jahr 2014, welche die erwartbaren Entwicklungen im Gesundheitssystem der Schweiz ins Visier nimmt, wurden verschiedene Szenarien simuliert. Hier zeigt sich ein eindrücklicher Gap zwischen dem vorhandenen Personal versus dem benötigten Arbeitskräftebedarf. Wegen des demographischen Wandels wird sich, selbst ohne jegliche zusätzliche Einwanderung, ein unmittelbarer Zusatzbedarf von 50.000 Arbeitskräften im Gesundheitswesen bis 2060 ergeben. Je nach Szenario kann dieser Bedarf durch die Zuwanderung auf bis zu 100.000 bis 130.000 zusätzlich benötigte Arbeitskräfte ansteigen. Bei einer hohen Nettozuwanderung kann sich der Bedarf sogar verdoppeln.¹⁰⁸ Fast 10 Jahre später ist bereits der Fachkräftemangel im Gesundheitswesen bereits deutlich spürbar: Abbildung 3 zeigt eindrücklich, wie hoch der Zusatzbedarf an Gesundheitspersonal ist und noch weiter werden wird.

106 Vgl. Wagner, Seite 35, (2018)

107 Vgl. Wagner, Seite 35, (2018)

108 Vgl. Wunsch, Buchmann & Wedel, (2014)

3.9 Konsequenzen des Fachkräftemangels in der Schweiz

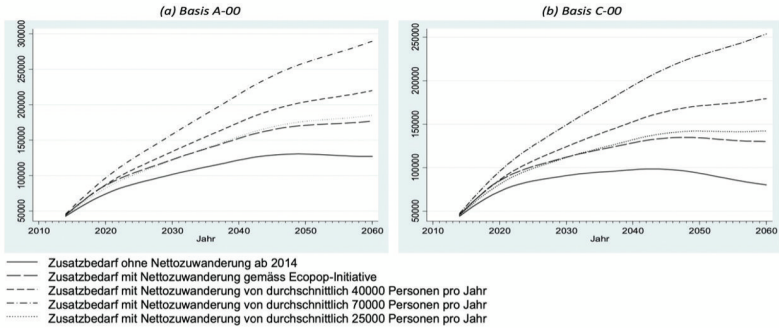


Abbildung 3: Zusatzbedarf an Gesundheitsberufen (Quelle: (Wunsch, Buchmann, & Wedel, 2014, S. 59))

4 Methodische Vorgehensweise Forschungsarbeit

Um die Forschungsfragen zu beantworten, sowie die dazugehörigen Hypothesen zu überprüfen, wurde eine Untersuchung unter Rettungskräften in der deutschsprachigen Schweiz durchgeführt. Die Resultate dieser quantitativen sozialwissenschaftlichen Erhebung wurden in einem Interview mit dem Präsidenten der Swiss Paramedic Association, Michael Schumann, erörtert und bilden den qualitativen Forschungsteil dieser Masterarbeit.

4.1 Fragebogenerstellung

Vor der Erstellung der Fragebögen wurde eine ausführliche Recherche zu geeigneter Fachliteratur und wissenschaftlichen Publikationen durchgeführt. Dabei wurden Fachliteratur und Umfragen mit ähnlichen Themenbereichen berücksichtigt. Obwohl es zahlreiche Umfragen zur Arbeitgebermarke und Arbeitgeberattraktivität gibt, konnte man in der Literaturrecherche wissenschaftliche Publikationen aus diversen Gebieten finden, die Suche nach rettungsdienstlichem Bezug gestaltete sich deutlich schwerer. Letztendlich gab es eine empirische Untersuchung zur Arbeitgeberattraktivität aus Deutschland von Thomas Hofmann, Vorsitzender der deutschen Gesellschaft für Rettungswissenschaften e.V.¹⁰⁹ Aus dieser Aufstellung konnten wertvolle Erkenntnisse für die Erstellung der Fragebögen gewonnen werden.

Anhand des theoretischen Teils dieser Masterarbeit wurden Fragen generiert, welche die Aussagen aus dem theoretischen Teil untersuchen, sowie bei der Beantwortung der Forschungsfragen in punkto Falsifi-

109 Vgl. Hofmann, (2022)

zierung oder Bestätigung der Hypothesen helfen sollten. Alle Fragen sind mit mindestens einem Kapitel dieser Masterarbeit verknüpft. Es entstanden zwei Fragebogentypen, einer für RS (45 Fragen) und einer für Führungskräfte (41 Fragen).

4.1.1 Likert-Skala

Thomas Hofmann hat in seiner Untersuchung zur Arbeitgeberattraktivität im deutschen Rettungsdienst eine fünfstufige Likert-Skala für die Befragung seiner Zielgruppe verwendet.¹¹⁰ Die Gliederung der Likert-Skala erfolgt auf einer graduellen Antwortskala, in welcher die Teilnehmenden (TN) ihre Überzeugungen bezüglich eines bestimmten Themas angeben können. Diese Methode wird hauptsächlich für Unternehmensbefragungen verwendet und ist nach dem amerikanischen Sozialwissenschaftler Rensis Likert benannt.¹¹¹

Die Likert-Skala gibt es mit fünf oder sieben Merkmalausprägungen. Im Rahmen dieser Masterarbeit fiel die Entscheidung auf fünf Merkmale. Die Endpunkte der Fragen, bei denen die Likert-Skala eingesetzt wurde, sind bipolar formuliert. In der ungraden Likert-Skalierung, können sich die TN, durch den Mittelwert, neutral äußern. Im Gegensatz zu binären Fragen, die nur zwei Antwortmöglichkeiten zulassen, kann die Likert-Skala detailliertere Einblicke ermöglichen. An einigen Stellen im Fragebogen war es allerdings sinnvoller, binäre Fragen zu stellen.

4.1.2 Fragebogen-Plattform

Für die Erstellung der Umfrage wurden diverse Anbieter für Online-Umfragen ausgewertet. Diese Plattformen sollten einen umfassenden Datenschutz gewährleisten können, sowie für empirische Umfragen und wissenschaftliche Auswertung geeignet sein.

110 Vgl. Hofmann, (2022)

111 Vgl. Britannica, (2023)

4.1 Fragebogenerstellung

Hier wurde die Plattform „Findmind“ ausgewählt. Sie ist für die Schweiz optimal, da alle Daten auf Servern der Firma cyon GmbH gehostet werden, deren Sitz in Basel ist. Die Umfragen sind anonym, es gibt somit keine explizit persönlichen Angaben, die durch die TN angegeben werden müssen. Die Server verfügen über eine SSL-Verschlüsselung, sodass die Erstellung, die Teilnahme und die Auswertung nicht durch unberechtigte Dritte einsehbar sind. Darüber hinaus werden keine Trackingtools verwendet. Die Kriterien der europäischen Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) sind nicht vollständig in der Schweiz anwendbar, Findmind erfüllt dennoch deren Kriterien.

Sobald die Umfrage abgeschlossen wurde, kann die Umfrage kein zweites Mal durchgeführt werden. Dies verhindert Findmind durch die Erkennung von Cookies. Diese Funktion wurde im Pretest der Fragebögen bestätigt.

Hofmann erwähnt in seiner empirischen Forschungsarbeit, dass Online-Befragungen in der Literatur mit diversen Kritikpunkten behaftet sind, diese Bedenken allerdings im Kontext zur digitalen Entwicklung als veraltet angesehen werden können.¹¹² Um die Jahrtausendwende machten Online-Befragungen gerade einmal 3% aller Befragungen aus, 2020 hingegen lag der Anteil bereits bei 55%, was deutlich die voranschreitende Digitalisierung aufzeigen konnte.¹¹³

4.1.3 Fragebögen-Pretest

Funktionalität, Sinnhaftigkeit sowie fachliche Korrektheit wurden in beiden Umfragen durch vier Personen überprüft – jede mit einem wissenschaftlichen Abschluss. Zwei davon verfügen zudem über Führungserfahrung und Personalverantwortung im Rettungsdienst. Die Rückmeldungen dieser Personen führten zu Anpassungen der Rechtschreibung und zur Elimination von 10 Fragen im RS-Fragebogen.

112 Vgl. Hofmann; Seite 35, (2022)

113 Vgl. Wagner-Schelewsky & Hering, Seite 1051, (2022)

4.1.4 Zielgruppen

Für die Beantwortung der Forschungsfragen und die Hypothesenprüfung wurden folgende Zielgruppen definiert: RS (RS-Umfrage) und Führungspersonen in Rettungsdiensten (Leadership-Umfrage). Teilnahmebedingungen RS:

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Berechtigung zum Tragen des geschützten Titels: Dipl. Rettungssanitäter/in HF oder Rettungssanitäter/in NHF
- Mindestens 20% Arbeitspensum im Rettungsdienst
- Die Haupttätigkeit liegt im Rettungsdienst (Nebenbeschäftigung in Ausbildung, Sanitätsnotruf, etc. möglich)
- Keine Kaderfunktion mit Mitbestimmungsrecht für strategische und personalpolitische Entscheidungen

Folgende Kriterien wurden für die Leadership-Umfrage definiert:

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Leiter/in Rettungsdienst oder stellvertretene/r Leiter/in Rettungsdienst
- Führungsposition im Kader, die im Leitungsteam aktiv an Entscheidungsprozessen im Personalmarketing mitwirken

4.1.5 Verteilung und Rekrutierung

Die Leadership-Gruppe erhielt die Einladung zur Leadership-Umfrage direkt persönlich per E-Mail. Durch die direkte Verteilung konnte die Teilnahme exklusiv von qualifizierten Personen sichergestellt werden. Die Verteilung des Fragebogens für die RS-Umfrage erfolgte über den E-Mail-Verteiler der SPA, welcher über insgesamt 890 Mitglieder verfügt.¹¹⁴

114 Vgl. Boschian, (2024)

4.1.6 Automatischer Ausschluss von der Befragung

Es gibt insgesamt drei Fragen, die nach der Antwort beide Umfragen abschließen und die TN automatisch auf eine Seite weiterleiten, die ihnen den Abschluss der Umfrage mitteilt. Wenn bei den folgenden bipolaren Fragen mit „Nein“ geantwortet wird, kommt es zur automatischen Beendigung der Teilnahme:

- Erfüllen Sie die im Einleitungstext aufgeführten Teilnahmebedingungen?
- Ich habe den Willkommenstext gelesen und verstanden. Ich bin mit der Speicherung meiner Antworten einverstanden.

Bei der Frage „In welchem Kanton sind Sie tätig?“ wird automatisch die Teilnahme von Personen beendet, die aus Kantonen außerhalb der deutschsprachigen Schweiz kommen. Alle Fragen, die zu einem direkten Ausschluss führen, wurden alle am Anfang der Umfrage gestellt.

4.1.7 Ausschluss aus der Datenerhebung

Als Ausschlusskriterium aus der Auswertung wurden Beantwortungen definiert, bei denen mehr als 10% der Fragen ausgelassen wurden. Diese Teilnahmen wurden bereinigt und die entsprechenden Datensätze nach den oben genannten Kriterien gelöscht. Dies gilt gleichermaßen für den RS- wie auch den Leadership-Fragebogen.

4.1.8 Repräsentativität

Laut dem Obsan Bulletin sind in der Schweiz insgesamt 2.500 RS im Rettungsdienst tätig.¹¹⁵ Allerdings ist unbekannt, wie viele Personen davon in der deutschsprachigen Schweiz tätig sind. Die Ermittlung der Stichprobengröße für repräsentative Ergebnisse war daher initial mit Schwierigkeiten verbunden. Mit Unterstützung durch die SPA konnte

115 Vgl. Frey, Lobsiger & Trede, Seite 5, (2017)

dieses Problem allerdings mit hoher quantitativer Genauigkeit behoben werden. Die SPA hat insgesamt 890 deutschsprachige aktive Mitglieder, welche in deren deutschsprachigen E-Mail-Verteiler registriert sind. Für ein Konfidenzniveau von 95%, einer Standardabweichung von 50% und einer Fehlerspanne von 5%, benötigt man eine Stichprobengröße von 270. Dafür wäre eine Beteiligung von 30,34% notwendig.

Die Ermittlung der Stichprobengröße für die Leadership-Gruppe gestaltete sich ebenfalls schwierig. Die Führungsstruktur in Schweizer Rettungsdiensten variiert zwischen einer Einzelperson bis zu einem größeren Stab. Mit Ausnahme von wenigen größeren Rettungsdiensten, werden die meisten von ein bis zwei Personen geleitet. Daher wurde bei der Studienplanung mit durchschnittlich zwei qualifizierten TN pro kontaktierten Rettungsdienst gerechnet. Insgesamt wurden 58 Rettungsdienste in der deutschsprachigen Schweiz angeschrieben, was 116 Personen entsprechen würde. Um ein äquivalentes Konfidenzniveau wie in der RS-Umfrage zu erreichen, wären insgesamt 90 Beantwortungen erforderlich, was einer Beteiligung von 77,59% entspräche. Daher fiel die Entscheidung auf ein Konfidenzniveau von 90% und einer Fehlerspanne von 10%. Die Stichprobengröße liegt bei 44 Personen. Damit mussten 37,93% der angeschriebenen Rettungsdienstleitungen an der Umfrage teilnehmen.

4.1.9 Zeitlicher Verlauf

Die Umfragen wurden beide am Freitag, dem 19. Januar 2024, initiiert. Für beide Umfragen wurden Erinnerungs-E-Mails verschickt, nachdem die Teilnahme in beiden Fragebögen stagnierte. In beiden Fragebögen wurde nach den Erinnerungs-E-Mails das angepeilte Konfidenzniveau erreicht. Der zeitliche Verlauf wurde in Abbildung 4 visualisiert.

4.2 Planung Interview

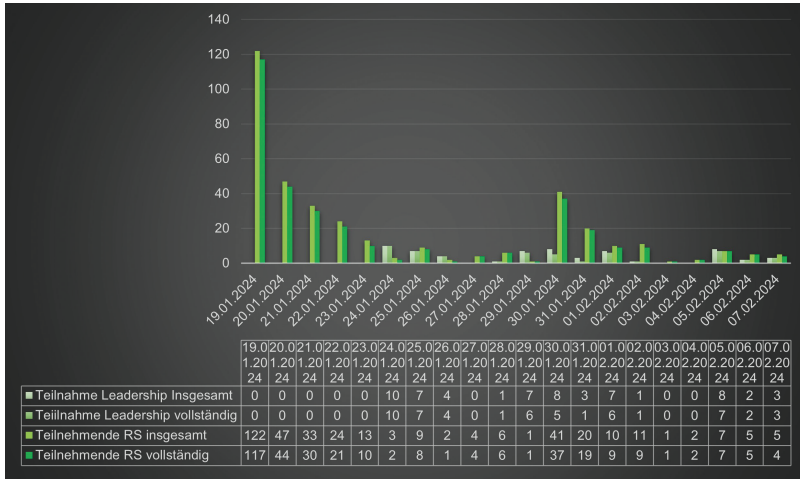


Abbildung 4: Zeitlicher Verlauf Umfragen (Quelle: Eigene Darstellung)

4.2 Planung Interview

Für das Experteninterview wurde Michael Schumann angefragt. Durch seine Position als Bereichsleiter Sanität bei Schutz & Rettung Zürich, sowie seiner Funktion als Präsident der Swiss Paramedic Association, ist er besonders geeignet, um qualitativ hochwertige Antworten und Einschätzungen zu geben.

Im Rahmen der Vorbereitung wurde die Reflexivität des Autors selbst evaluiert. Um die Neutralität und Objektivität der Ergebnisse gewährleisten zu können, ist es nämlich sehr wichtig, Verzerrungen und Voreingenommenheit zu vermeiden.

Im Vorfeld vor dem Interview wurde ein strukturierter Interviewleitfaden erstellt. Hier wurde darauf geachtet, dass die offenen Fragen alle relevanten Themen abdecken und genügend Zeit für spontane Nachfragen eingeplant wurde.

Das gesamte Interview wird transkribiert und ist im Anhang ersichtlich.

5 Umfrageergebnisse RS-Umfrage

Der Fragebogen, inklusive aller Beantwortungen ist im Anhang ersichtlich. Insgesamt nahmen 366 RS an der RS-Umfrage teil, wovon 337 Beantwortungen, in die Auswertung eingeflossen sind. Dadurch konnte ein Konfidenzniveau von 95%, einer Standardabweichung von 50% und einer Fehlerspanne von 5%, erreicht werden. Die Rücklaufquote lag bei 37,86%.

5.1 Deskriptive Daten RS-Umfrage

Aus jedem, in der Umfrage zugelassenen Kantonen, konnte mindestens eine Beantwortung verzeichnet werden. Die höchste Beteiligung zeigte sich in den Kantonen Zürich (n=72), Bern (n=57) und Aargau (n=30).

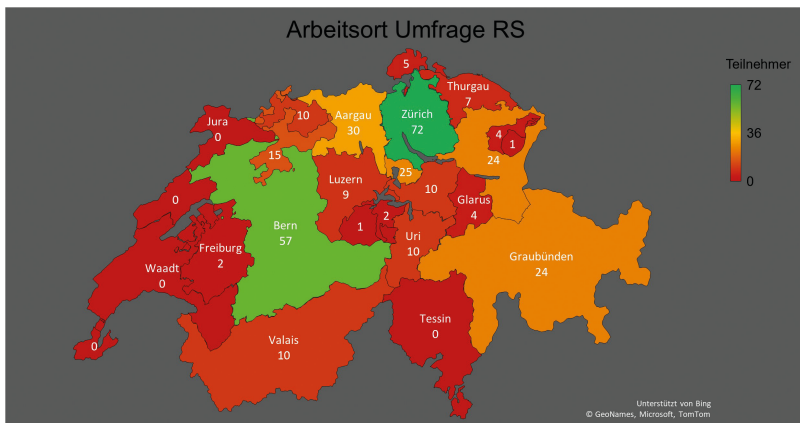


Abbildung 5: Teilnahmen nach Kantonen RS-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

5 Umfrageergebnisse RS-Umfrage

An der Umfrage beteiligten sich insgesamt 131 Rettungssanitäterinnen (38,76%), 206 Rettungssanitäter (60,95%) und eine Person identifiziert sich als Divers (0,29%).

Weitere deskriptive Daten wurden grafisch in den Abbildungen 6 bis 10 dargestellt.

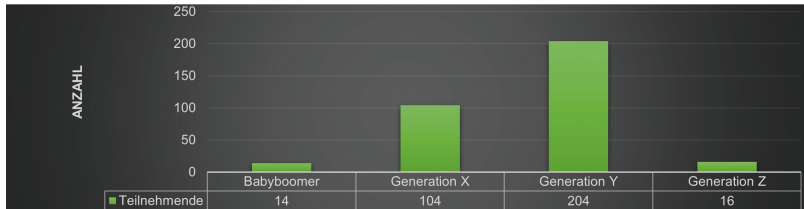


Abbildung 6: Verteilung der Generationen in der RS-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

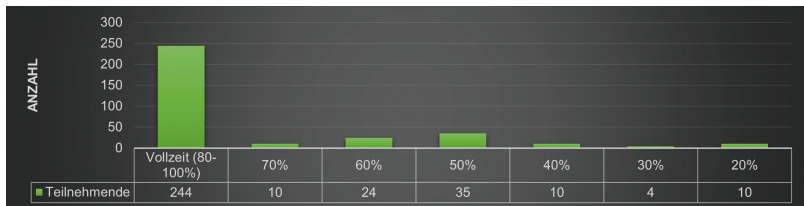


Abbildung 7: Beschäftigungspensum in Prozent (Quelle: Eigene Darstellung)

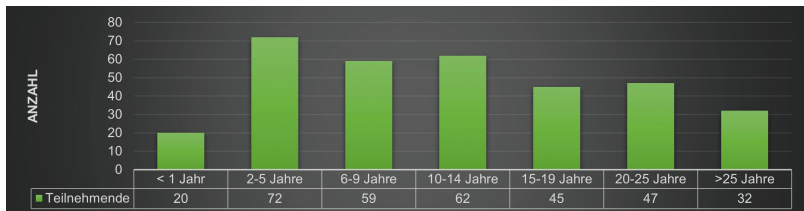


Abbildung 8: Berufserfahrung als RS in Jahren (Quelle: Eigene Darstellung)

5.1 Deskriptive Daten RS-Umfrage

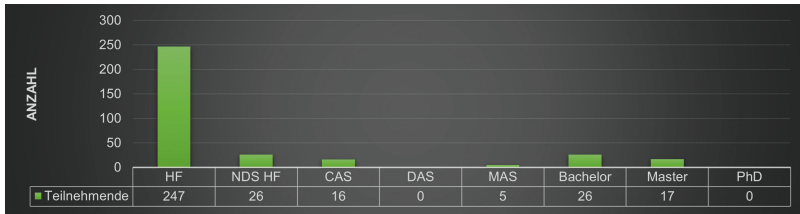


Abbildung 9: Höchster Bildungsabschluss in der RS-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

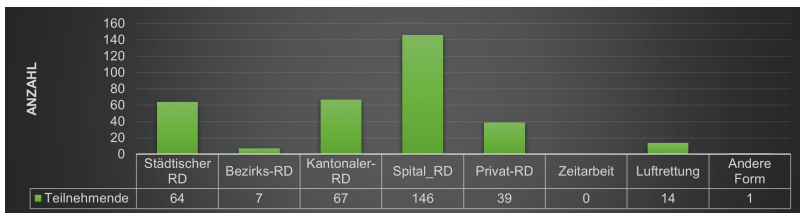


Abbildung 10: Art des Rettungsdienstes (Quelle: Eigene Darstellung)

5.1.1 Pensionierung als RS

Alle Teilnehmenden (TN) wurden befragt, ob sie sich vorstellen könnten, den Beruf als RS bis zu ihrer Pensionierung auszuüben. 10,09% (n=34) stimmten absolut, 29,97% (n=101) mehrheitlich zu, dass sie sich das vorstellen können. 21,07% (n=71) stimmten weder zu noch dagegen. 26,11% (n=88) stimmten mehrheitlich nicht und 12,76% (n=43) stimmten absolut nicht zu. Insgesamt 40,06% (n=135) der TN können sich vorstellen, den RS-Beruf bis zur Rente auszuüben (*MW* 2.98; *SD* 0.146). Demgegenüber stehen kumulativ 38,87% (n=131), die das nicht für realisierbar halten. Diese Ergebnisse legen nahe, dass eine signifikante Anzahl der TN Bedenken hinsichtlich der Ausübung des Berufes bis zur Rente hat. Die meisten TN der RS-Umfrage gehören zur Generation Y (n=204). Werden nur deren Antworten berücksichtigt dann lässt sich feststellen, dass 49,04% (n=100) sich nicht vorstellen und 25,98% (n=53) sich vorstellen können als RS pensioniert zu werden.

Durch eine hinterlegte Regel wurden alle TN befragt, die sich keine oder eher keine Pensionierung als RS vorstellen könnten, ob sie unter anderen Voraussetzungen, ihre Meinung ändern könnten: Beispielsweise, ob sie in einer anderen Position als RS im Einsatzdienst bis zur Rente bleiben würden. Die Mehrheit stimmte mit 53,19% zu, dass sie es sich unter diesen Umständen vorstellen können im Rettungsdienst pensioniert zu werden (n=109). 25,61% stimmten mehrheitlich nicht oder absolut nicht zu (n=52). Hier zeigt sich ein deutlicher Unterschied zur vorhergegangenen Frage, zwar können sich die TN keine Pensionierung im Einsatzdienst, dafür aber eine Pensionierung in einer anderen Funktion im Rettungsdienst durchaus vorstellen (MW 3.317; SD 0.228).

5.1.2 Aktuelle Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für RS

Mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für RS in der Schweiz sind 7,69% absolut (n=26) und 35,80% mehrheitlich zufrieden (n=121). 17,46% sind damit weder zufrieden, noch sind sie unzufrieden (n=59). Dagegen stehen 29,29% mehrheitlich unzufriedene (n=99) und 9,76% absolut unzufriedene RS (n=33). Kumulativ liegt die Zufriedenheit bei 43,49% (n=147) und die Unzufriedenheit bei 39,05% (n=132) (MW 3.018; SD 0.172).

5.1.3 Gewünschte Aus- und Weiterbildung im Rettungsdienst

Den TN wurden 8 verschiedene Ausbildungsmöglichkeiten zur Auswahl gestellt, deren Attraktivität sie auf einer Likert-Skala von 1 bis 5 mit einem Slider bewerten konnten. 1 stand für die geringste und 5 für die höchste Attraktivität. Zwei der Ausbildungen werden auf dem Internetauftritt der SPA empfohlen. 4 weitere, die gängigen Aus- und Weiterbildungen im Rettungsdienst entsprechen, wurden durch den Autor vorgegeben. Da diese Aufstellung aber unvollständig wäre und Meinungen ausschließen könnte, gab es die Möglichkeit über die Kommentarfunktion im letzten Punkt seine Wunschausbildung einzutragen. Die Ergebnisse sind in Tabelle 2 dargestellt. Mit Ausnahme

5.1 Deskriptive Daten RS-Umfrage

des Ausbilder/in FA, sind die am höchsten gewichteten Aus- und Weiterbildungen akademische Angebote. Die niedrige Gewichtung unter „Andere Aus- und Weiterbildungen“ zeigt, dass die wichtigsten Aus- und Weiterbildungen in dieser Umfrage bereits abgebildet waren. In den Kommentaren wurde bemängelt, dass es für RS keine Möglichkeit gibt in die Nachdiplomstudiengänge aufgenommen zu werden. Weitere Kommentare betreffen bereits bestehende CAS und kleinere Weiterbildungen, die innert einer Woche absolviert werden können.

Tabelle 2: Gewichtung der Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten durch RS

Bezeichnung	Ø	SD	1	2	3	4	5
Diplomierte Führungsperson in Rettungsorganisationen (HFP)	2.69	0.17 6	28.78 %	20.47 %	18.99 %	16.02 %	15.73 %
Disponent/in Notrufzentrale	2.4	0.18 7	37.09 %	19.29 %	20.18 %	13.65 %	9.79%
Ausbildner/in mit eidg. FA (SVEB)	3.04	0.17 2	23.74 %	15.43 %	16.91 %	21.36 %	22.55 %
Expert/in in Gesundheitsinstitutionen (H+Bildung)	2.27	0.19 4	35.61 %	26.41 %	20.18 %	10.98 %	6.82%
Advanced Studies (CAS, DAS, MAS)	3.21	0.17 4	22.55 %	10.09 %	16.62 %	25.52 %	25.22 %
Bachelor in relev. Fachrichtung	2.79	0.17 4	28.78 %	17.21 %	15.43 %	23.15 %	15.43 %
Master in relev. Fachrichtung	2.76	0.17 5	29.08 %	19.29 %	16.91 %	16.02 %	18.69 %
Andere Aus- oder Weiterbildung	1.93	0.21 6	67.36 %	6.53%	5.34%	7.12%	13.65 %

(Quelle: Eigene Darstellung)

5.1.4 BORS-Vergleich

Der Rettungsdienst gehört zu den Behörden und Organisationen für Rettung und Sicherheit (BORS). Andere BORS-Mitglieder sind unter anderem die Feuerwehr, der Zivilschutz und die Polizei. Die Mitarbeitenden dieser Organisationen haben allesamt unterschiedliche Laufbahn- und Karrieremöglichkeiten sowie gleichzeitig Aus- oder Weiter-

bildungsmöglichkeiten. Im Einsatzalltag stehen die BORS gemeinsam im Einsatz, wodurch man die Gegebenheiten der Kollegen und Kolleginnen kennenlernt.

Hierbei stellte sich die Frage, ob RS die Karriere- und Laufbahnmodelle der anderen BORS attraktiver empfinden, als die ihnen im Rettungsdienst geboten werden können.

Im Vergleich zu den Laufbahn- und Karrieremodellen von anderen Blaulichtorganisationen, zeigen sich 1,78% absolut zufrieden ($n=6$) und 12,17% mehrheitlich zufrieden ($n=41$) mit den bestehenden Möglichkeiten in den Rettungsdiensten. 32,05% haben einen neutralen Standpunkt und sind weder zufrieden noch unzufrieden ($n=108$). 35,01% sind mehrheitlich unzufrieden ($n=118$) und 18,99% absolut unzufrieden ($n=64$) mit den Laufbahn- und Karrieremodellen im Rettungsdienst im direkten Vergleich zu den anderen BORS. Die Unzufriedenheit zeigt sich deutlich mit einer Mehrheit von 54% ($n=182$) (*MW 2.432; SD 0.186*).

5.1.5 Aktuelle Zufriedenheit am Arbeitsplatz

Mit ihrem aktuellen Arbeitsplatz sind 18,93% absolut zufrieden ($n=64$) und 59,17% sind mehrheitlich zufrieden ($n=200$). 10,36% sind weder zufrieden noch zu unzufrieden ($n=35$). 9,47% sind mehrheitlich unzufrieden ($n=32$) und 2,07% sind absolut unzufrieden ($n=7$). Kumulativ sind 78,1% aller RS an ihrem aktuellen Wirkungsort zufrieden, 11,54% hingegen unzufrieden ($n=39$) (*MW 3.834; SD 0.172*).

38,17% der RS haben noch nie einen Arbeitgeberwechsel in ihrer Rettungsdienstkarriere vorgenommen ($n=129$). 29,29% haben mindestens einmal ($n=99$), 12,72% zweimal ($n=43$) sowie 10,95% dreimal ($n=37$) den Rettungsdienst gewechselt. 8,88% haben mehr als dreimal die Arbeitsuniform gewechselt ($n=30$).

Mit der aktuellen Position im Team sind 29,59% der RS absolut ($n=100$) und 51,48% mehrheitlich zufrieden ($n=174$). 12,72% sind weder unzufrieden noch zufrieden ($n=43$). Lediglich 4,73% sind mehrheitlich

unzufrieden (n=16) und 1,48% absolut unzufrieden (n=5) (MW 4.03; SD 0.213).

Die Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber widerspiegelt sich in den Umfrageergebnissen zur Frage, ob aktuell ein Arbeitgeberwechsel angestrebt werde. Für 67,75% ist ein Wechsel des Rettungsdienstes aktuell kein Thema (n=229). 21,30% hingegen würden den Rettungsdienst wechseln, sobald sich eine passende Chance für sie ergeben würde (n=72). Konkreter wechselfreudig zeigten sich 5,92% (n=20), die entweder innert der nächsten 6 Monate (2,37%, n=8) oder innert der nächsten 12 Monate (3,55%, n=12) einen Arbeitgeberwechsel anstreben. Unter den Teilnehmenden befanden sich insgesamt 17 Personen, die bereits bei ihrem aktuellen Arbeitgeber gekündigt hatten, was 5,03% entspricht. Von diesen 5,03% lässt sich noch differenzieren, dass 47,06% eine Stelle in einem anderen Rettungsdienst übernehmen (n=8) und 52,94% eine Stelle außerhalb des Rettungsdienstes aufnehmen werden (n=9).

5.1.6 Zufriedenheit mit der Rettungsdienstleitung

Die Rettungsdienstleitungen haben einen relevanten Anteil bei der Steuerung der Arbeitsplatzzufriedenheit. Durch geeignete Maßnahmen und der bewussten Lenkung sowie Optimierung von Prozessen kann die Zufriedenheit optimiert werden. Diese Möglichkeiten und Maßnahmen lernt man nicht im Diplomstudium zum RS. Die Qualifikationsniveaus der Rettungsdienstleitungen in der Schweiz sind unterschiedlich. Da sie einen relevanten Einfluss auf die Steuerung der Zufriedenheit haben können, wurden die TN befragt, wie zufrieden sie mit der fachlichen Qualifikation ihrer Rettungsdienstleitungen sind: 9,47% der RS sind absolut zufrieden (n=32) und 41,12% sind mehrheitlich zufrieden (n=139). 21,60% der Teilnehmenden sind weder zufrieden noch unzufrieden (n=73). 21,01% sind mehrheitlich unzufrieden (n=70) und 6,80% absolut unzufrieden (n=23) mit der fachlichen Qualifikation der Rettungsdienstleitung. Zusammenfassend lässt sich sagen,

dass 50,74% zufrieden (n=171) und 27,6% unzufrieden (n=93) mit der fachlichen Qualifikation ihrer Leitungen sind (*MW* 3.258; *SD* 0.175).

Eine hohe fachliche Qualifikation allein garantiert nicht zwangsläufig die Zufriedenheit der Arbeitnehmenden. Um dies genauer zu untersuchen, wurden die Teilnehmenden zu ihrer Zufriedenheit mit den Entscheidungen und Tätigkeiten der Leitung zu personalpolitischen Themen und Förderungsmaßnahmen befragt. 4,75% (n=16) gaben an, absolut zufrieden zu sein, während 31,16% mehrheitlich zufrieden sind (n=105). Ebenfalls 31,16% stehen neutral zu diesen Aspekten (n=105) und 23,44% sind mehrheitlich (n=79) und 9,50% sind absolut unzufrieden (n=32). Zusammenfassend waren 35,90% zufrieden (n=121), während 32,94% unzufrieden (n=111) und 31,16% neutral (n=105) zu den Tätigkeiten und Entscheidungen der Rettungsdienstleitungen stehen (*MW* 2.985; *SD* 0,173).

Während die vorherige Frage das große Ganze der Tätigkeiten der Rettungsdienstleitungen im Personalmarketing analysiert, muss auch die individuelle aktive Förderung der beruflichen Weiterentwicklung durch die Rettungsdienstleitungen beleuchtet werden. 7,12% sind absolut zufrieden (n=24) und 23,74% sind mehrheitlich zufrieden (n=80) mit der individuellen Förderung ihrer beruflichen Weiterentwicklung. Den größten Teil der Umfrage machte mit 37,09% die Gruppe aus, die weder zufrieden noch unzufrieden ist (n=125). 23,14% sind mehrheitlich unzufrieden (n=78) und 8,90% sind absolut unzufrieden (n=30). Die Gruppe der zufriedenen RS (n=104) liegt somit mit insgesamt 30,77% an letzter Stelle hinter der Gruppe der unzufriedenen RS mit 31,96% (n=108). Wobei den größten Anteil die Gruppe der unentschiedenen RS ausmacht (*MW* 2.98; *SD* 1,093).

Rettungsdienstleitungen legen für ihren Rettungsdienst das Leitbild und die Unternehmensvision fest. Anhand derer wird der Rettungsdienst geleitet und weiterentwickelt. Die RS wurden nach ihrer Zustimmung gefragt, ob das Leitbild und die Unternehmensvision wichtig für ihren Rettungsdienst sind und diese auch in der Praxis gelebt werden. 13,95% der RS stimmen absolut (n=47) und 45,10% stimmten mehrheitlich zu (n=152). 16,02% stimmten weder zu noch stimmten sie nicht

zu (n=54). 16,91% stimmten mehrheitlich nicht zu (n=57) und 8,01% stimmten absolut nicht zu (n=27) (*MW 3.408; SD 0.180*).

5.1.7 Mitarbeiterbefragungen

Um die Zufriedenheit der Mitarbeitenden beurteilen zu können, werden in Unternehmen Mitarbeiterbefragungen vorgenommen. Diese haben eine Analysen-, Evaluations- und Kontrollfunktion für Unternehmen oder je nach Literatur auch eine Diagnose-, Interventions- oder Partizipationsfunktion.¹¹⁶ Laut IVR sind Patientenbefragungen oder Mitarbeiterumfragen durchzuführen.¹¹⁷ Durch die Umfrage sollte festgestellt werden, ob regelmäßige Befragungen der Mitarbeitenden durchgeführt werden. Regelmäßige Mitarbeiterumfragen, in einem Zeitraum von 1 bis 5 Jahren, finden bei 56,80% der Teilnehmenden statt (n=192). 21,30% ist nicht bekannt, ob durch ihren Arbeitgeber regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt werden (n=74). Bei 21,89% der befragten Personen werden keine Mitarbeiterbefragungen durchgeführt (n=72).

5.1.8 Jobwechsel

Um Gründe für einen Wechsel des Arbeitgebers näher zu betrachten, wurden den TN mehrere Antwortmöglichkeiten geboten. Anhand der Frage „Stellen Sie sich vor, dass Sie einen Jobwechsel vor sich haben, wohin wird dieser Sie voraussichtlich führen?“ hatten die Teilnehmenden verschiedene Auswahlmöglichkeiten, anhand derer sie sich entscheiden konnten:

116 Vgl. Michaelis, Seite 9, (2023)

117 Vgl. Interverband für Rettungswesen IVR – IAS, (2022)

Tabelle 3: Verteilung „Wohin führt ein Jobwechsel“

Wohin führt der Jobwechsel?	%	Anzahl
Anderer RD: Höheres Einsatzaufkommen	6.82%	23
Anderer RD: Niedrigeres Einsatzaufkommen	8.90%	30
Anderer RD: Mehr Karrieremöglichkeiten	11.28%	38
Anderer RD: Übernahme Führungsaufgabe	12.46%	42
Anderer RD: Tätigkeit ohne Patientenkontakt (Ausbildung/Sanitätsnotruf)	8.90%	30
In WB: Akademischer Abschluss	4.15%	14
In WB: Rettungsdienstliche WB	3.86%	13
In WB: Dipl. Pflegefachperson	0.59%	2
In WB: NDS AIN HF	6.82%	23
Ausscheiden RD: Tätigkeit in anderer BORS	2.37%	8
Ausscheiden RD: RS auf Notfallstation	6.23%	21
Ausscheiden RD: Tätigkeit ausserhalb RD o.ä.	27.60%	93

(Quelle: Eigene Darstellung)

Hierbei ist besonders anzumerken, dass für 43,61% (n=147) ein Jobwechsel in eine Beschäftigung außerhalb des Rettungsdienstes führen würde.

5.1.9 Mund-zu-Mund-Propaganda

Das höchste Ziel der Arbeitgebermarke ist, dass die Mitarbeitenden von ihrem Arbeitgeber so begeistert sind, dass sie das auch nach außen tragen und im besten Fall künftige, potenzielle Mitarbeitende anwerben, indem sie positiv von ihrem Unternehmen berichten. Diese Mund-zu-Mund-Propaganda (Word-of-Mouth=WOM) soll positiv sein, daher ist der Arbeitgeber verpflichtet, gewissenhaft daran zu arbeiten. Fällt das WOM negativ aus, zeigt sich das besonders reichweitenstark auf Bewertungsportalen im Internet. Durch Arbeitgeberbewertungsportale, die Online-Mund-zu-Mund-Propaganda für jeden sichtbar machen, ist besonders darauf zu achten, dass man über gute Bewertungen verfügt.

Die TN wurden daher befragt, ob sie ihren Arbeitgeber, ihren Kollegen sowie Kolleginnen als Arbeitgeber weiterempfehlen könnten. Die Ergebnisse zeigen, dass 44,67% dieser Aussage absolut zustimmten ($n=151$), während 37,57% teilweise zustimmten ($n=127$). Für 8,28% der Befragten traf weder eine Zustimmung noch eine Ablehnung zu ($n=28$). Im Gegensatz dazu stimmten 6,51% teilweise nicht zu ($n=22$) und 2,96% gaben an, absolut nicht zuzustimmen ($n=10$). Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Teilnehmenden eine positive Einstellung gegenüber ihrem Rettungsdienst haben hat und diese auch gerne nach außen kommunizieren (*MW 4.142; SD 0.221*).

5.1.10 Bewerbungskanal

Die RS wurden weiter befragt, welche Beweggründe sie zur Bewerbung in ihrem aktuellen Rettungsdienst hatten. 5,33% reagierten auf die Stellenausschreibung in einer Zeitschrift oder eines Aushanges ($n=18$), 17,69% bewarben sich auf eine Stellenausschreibung, welche online auf einer Website oder in einem Stellenportal publiziert worden war ($n=59$). 0,89% reagierten auf ein Posting in sozialen Netzwerken, wie zum Beispiel Facebook, Instagram, LinkedIn oder ähnliche ($n=3$). 26,92% haben sich mit einer Initiativbewerbung direkt beim Rettungsdienst beworben, ohne dass eines der anderen genannten Kriterien aktiv war ($n=91$). 11,54% bewarben sich, nach dem sie eine Empfehlung durch die Rettungsdienstleitung bekommen hatten ($n=39$). Den größten Anteil von 37,87% machten Empfehlungen von Mitarbeitenden aus diesen Rettungsdiensten aus ($n=128$).

5.1.11 Wahrnehmung des Arbeitgebers vor der Bewerbung

Es ist wichtig, dass sich Unternehmen attraktiv im Arbeitsmarkt darstellen, um sich so einen Vorteil beim Anwerben von neuem und qualifiziertem Personal zu verschaffen. Den TN wurde folgende Frage gestellt: „Stimmen Sie zu, dass der Rettungsdienst, bei dem Sie aktuell beschäftigt sind, durch strategisches Personalmarketing und herausra-

gende Qualitäten im Vergleich zu anderen zeitgleich ausgeschriebenen Stellen, schon vor Ihrem Bewerbungsprozess attraktiv auf Sie gewirkt hat?“

Hierbei stimmten 6,80% absolut zu (n=23) und 22,40% stimmten mehrheitlich zu (n=76). Den größten Anteil mit 40,24% machten die RS aus, die weder zustimmten noch ablehnten (n=136). 19,82% stimmten der Aussage mehrheitlich nicht zu (n=67) und 10,65% stimmten absolut nicht zu (n=36). Die Zustimmungsgruppe mit 29,2% (n=99) ist nicht signifikant kleiner als die 30,47% der RS, welche der Aussage nicht zustimmen (n=103) (*MW* 2.953; *SD* 0.172).

5.2 Hard- und Soft-Facts Arbeitgebermarke

Anhand der Aufstellung von Petkovic zu den weichen und harten Fakten der Arbeitgebermarke wurde die Wichtigkeit nach individueller Einschätzung durch die TN eingeteilt.¹¹⁸ Dazu konnten sie die entsprechenden Items mit einem Slider auf der Likert-Skala mit 1 (unwichtig) bis 5 (Sehr wichtig) bewerten. Die Ergebnisse sind in Tabelle 4 ersichtlich.

Tabelle 4: Gewichtung Hard- und Soft-Facts der Arbeitgebermarke in der RS-Umfrage

Hard Facts RS	MW	SD	1	2	3	4	5
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	4.39	0.241	1.19%	1.19%	5.64%	41.54%	50.45%
Weiterbildungsmöglichkeiten	4.21	0.227	0.59%	2.67%	10.98%	46.59%	39.17%
Aufstiegchancen	3.37	0.178	2.67%	13.35%	38.58%	34.72%	10.68%
Arbeitsumgebung und -organisation	4.43	0.245	0.59%	1.48%	6.82%	36.50%	54.60%

118 Vgl. Petkovic, (2008)

5.2 Hard- und Soft-Facts Arbeitgebermarke

Soft Facts RS	MW	SD	1	2	3	4	5
Wertesystem	3.8	0.1 98	1.78%	5.93%	28.19 %	38.28 %	25.82 %
Interne Kommunikation	4.4	0.2 43	1.19%	0.89%	10.98 %	30.27 %	56.68 %
Gutes Betriebsklima	4.6	0.2 60	0.89%	2.08%	2.97%	24.33 %	69.73 %
Work-Life-Balance	4.3	0.2 34	1.19%	3.86%	11.57 %	30.56 %	52.82 %
Flexible Arbeitszeiten	3.73	0.1 94	4.15%	10.68 %	22.85 %	32.94 %	29.38 %
Gestaltungsmöglichkeiten Sekundärbereich	3.59	0.1 87	2.97%	11.87 %	27%	39.76 %	18.40 %

(Quelle: Eigene Darstellung)

5.2.1 Details Hard-Facts

Bezüglich der angemessenen Vergütung sowie dem aktuellen Gehalt waren 10,65% absolut zufrieden (n=36) und 42,60% sind zufrieden (n=144). 21,60% sind weder zufrieden noch unzufrieden (n=73). 22,78% sind unzufrieden (n=77) und 2,37% absolut unzufrieden (n=8) (MW 3.362; SD 0.178). Mit 25,15% ist rund ein Viertel der RS mit ihrem Gehalt (n=85) unzufrieden. Die Art des Rettungsdienstes und der Arbeitskanton wirken sich auf das Lohnniveau aus. Daher wurde genauer analysiert, in welchen Rettungsdiensten und in welchen Kantonen die Unzufriedenheit am höchsten liegt.

Tabelle 5: Verteilung der Lohnunzufriedenheit nach Art des Rettungsdienstes

Art RD	Anzahl	%
Städtischer RD	12	14.12%
Bezirks RD	3	3.53%
Kantonaler RD	14	16.47%
Spital RD	46	54.12%
Privater RD	7	8.23%
Luftrettung	3	3.53%

(Quelle: Eigene Darstellung)

5 Umfrageergebnisse RS-Umfrage

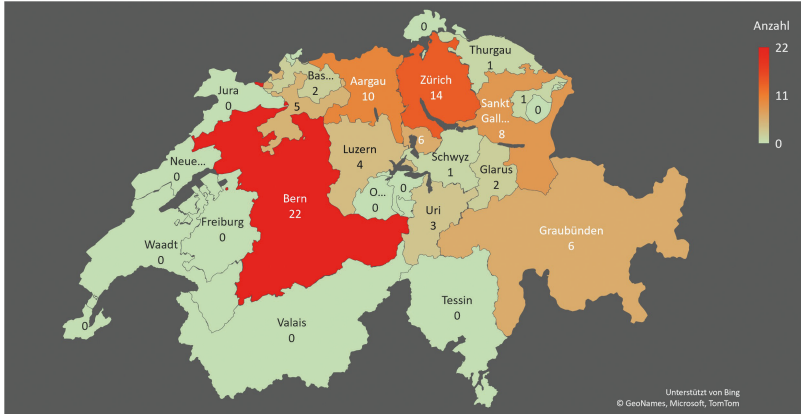


Abbildung 11: Verteilung der Lohnzufriedenheit nach Kanton (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Lohnzufriedenheit ist in den Kantonen Bern, Zürich und Luzern am stärksten ausgeprägt. Bei der Art des Rettungsdienstes sind spitzengebundene Rettungsdienste die signifikanteste Rettungsdienstform bei Lohnzufriedenheit.

Außenstehende könnten meinen, dass die RS nur im Einsatzgeschehen ihre Arbeit verrichten und ansonsten auf der Wache auf den nächsten Einsatz warten. In der einsatzfreien Zeit müssen aber Sekundärarbeiten erledigt werden. Zusatzaufgaben des Sekundärbereichs sind häufig Berufsbildung, Verwaltung der Medizinprodukte, Fahrzeugtechnik und weitere. Je nach Bereich können diese Aufgaben sehr viel Arbeit bedeuten, weswegen die RS befragt wurden, inwiefern sie zufrieden mit der Honorierung dieser Zusatzaufgaben sind. 7,99% sind damit absolut ($n=27$) und 23,67% mehrheitlich zufrieden, während 26,92% weder zufrieden noch unzufrieden sind ($n=91$). Dagegen sind 25,15% mehrheitlich ($n=85$) und 16,27% absolut unzufrieden ($n=55$) mit der Honorierung von Zusatzaufgaben. Hier ist die Gruppe der unzufriedenen RS ($n=140$) mit 41,42% signifikant größer als die Gruppe der zufriedenen RS ($n=107$) mit 31,66% ($MW 2.819$; $SD 0.174$).

Bei der Zufriedenheit mit Karrierechancen im Betrieb sind 4,73% der RS absolut zufrieden ($n=16$), 31,36% mehrheitlich zufrieden ($n=106$),

38,46% sind weder zufrieden noch unzufrieden ($n=130$), 17,16% sind unzufrieden ($n=58$) und 8,28% sind absolut unzufrieden ($n=28$). 36,09% sind somit zufrieden mit den Karrierechancen in ihrem Betrieb ($n=122$) und 25,44% der RS sind unzufrieden ($n=86$) ($MW 2.881$; $SD 0.173$).

5.2.2 Details Soft-Facts

Die interne Kommunikation ist ein sehr wichtiger Parameter bei den Soft Facts, die auch einfach durch die Rettungsdienstleitungen beeinflusst werden kann. Die Teilnehmenden wurden zu ihrer Zufriedenheit der internen Kommunikation im Betrieb befragt. 3,86% der RS sind absolut zufrieden ($n=13$) und 35,31% sind mehrheitlich zufrieden ($n=119$). 24,33% sind weder zufrieden noch unzufrieden ($n=82$). Mehrheitlich unzufrieden sind 24,93% ($n=84$) und 11,57% sind absolut unzufrieden ($n=39$) ($MW 2.949$; $SD 0.172$). Im Vergleich zu den zufriedenen RS mit 39,06% ($n=132$), ist die Gruppe an unzufriedenen RS mit 36,39% ($n=123$) fast gleich groß, weswegen der hohe Anteil an Unzufriedenheit durch Anpassungsmaßnahmen möglichst zu verbessern ist. Bei den Gestaltungsmöglichkeiten und dem Wertesystem ist es wichtig zu überprüfen, inwiefern Meinungen, Ideen und Vorschläge von den Mitarbeitenden durch die Rettungsdienstleitungen berücksichtigt werden. In 1,18% ist dieses immer das Fall ($n=4$), 28,70% der RS gibt an, dass ihre Inputs meistens Beachtung finden ($n=97$). Den größten Anteil mit 43,49% macht die Gruppe an RS aus, deren Inputs manchmal berücksichtigt werden ($n=76$). 22,49% geben an, dass ihre Anmerkungen und Ideen nur manchmal ($n=76$) berücksichtigt werden. Bei 4,14% werden die Inputs der RS nie durch ihre Leitungen berücksichtigt ($n=14$) ($MW 3.003$; $SD 0.172$).

Im Generationenmanagement bekommt die Work-Life-Balance immer mehr Gewicht. Die RS wurden befragt, wie zufrieden sie mit der Work-Life-Balance in ihrem Rettungsdienst sind. 19,82% geben an, dass sie absolut ($n=67$) und 49,41%, dass sie mehrheitlich zufrieden sind ($n=167$). 19,23% sind weder zufrieden noch unzufrieden ($n=65$). 9,47%

hingegen sind mehrheitlich unzufrieden (n=32) und 2,07% sind absolut unzufrieden mit der Work-Life-Balance (n=7) (MW 3.754; SD 0.195).

Damit die Work-Life-Balance umgesetzt werden kann, gibt es verschiedene Dienstplanmodelle. Damit möglichst viele Freiwünsche sowie fixe Tage für Vater-, Muttertage, ein Studium, Hobbies oder Vereinsengagement ermöglicht werden können, braucht es eine möglichst flexible Dienstplanung. Die RS wurden dahingehend befragt, wie wichtig ihnen eine möglichst flexible Dienstplanung ist. Für 44,97% ist die flexible Dienstplanung absolut wichtig (n=152) und für 40,83% mehrheitlich wichtig (n=138). Für 8,28% ist es weder wichtig noch unwichtig (n=28) und für 5,92% ist es mehrheitlich unwichtig (n=20). Unter den Teilnehmenden der RS-Umfrage gab es keine einzige Angabe, dass die flexible Dienstplanung absolut unwichtig ist (MW 4.255; SD 0.230).

5.3 Berufliche Laufbahnberatung

Viele Rettungsdienste haben erkannt, dass der Bedarf nach beruflicher Weiterentwicklung gestiegen ist. Einige Rettungsdienste, vor allem die größeren Rettungsdienste der deutschsprachigen Schweiz, bieten inzwischen eine berufliche Laufbahnberatung an. Allerdings zeigen die Ergebnisse eindrücklich (siehe Abbildung 12), dass in den meisten Rettungsdiensten weder ein Laufbahn-/Karriereschema vorhanden ist, noch eine berufliche Laufbahnberatung durchgeführt oder ein Talentmanagement vorgehalten wird.

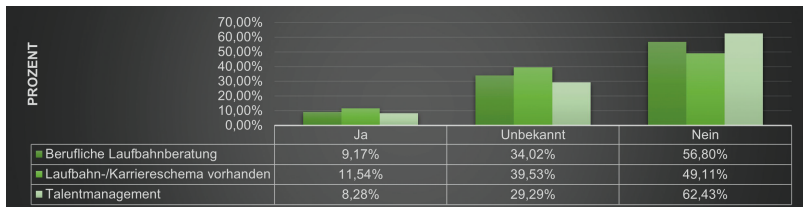


Abbildung 12: Aktueller Stand berufliche Laufbahnberatung aus Sicht RS (Quelle: Eigene Darstellung)

5.3 Berufliche Laufbahnberatung

Die große Anzahl von Personen, die angegeben haben, dass es ihnen unbekannt ist, ob solche Modelle vorgehalten werden, ist in allen drei Bereichen sehr hoch. Laufbahnplanung sollte bereits im Onboarding im Betrieb und danach im Rahmen jeder Mitarbeiterqualifikation durchgeführt werden. Man kann dabei davon ausgehen, dass der Großteil der „unbekannt“-Nennungen eher zu „nein“ zugeordnet werden kann.

6 Umfrageergebnisse Leadership-Umfrage

Für die Leadership-Umfrage wurden alle deutschsprachigen Rettungsdienste der Schweiz durch eine Online-Recherche gesucht und in einem Word-Dokument erfasst. Insgesamt wurden 58 Rettungsdienste in der deutschsprachigen Schweiz angeschrieben. Die Repräsentativität mit einem Konvidenzniveau von 90%, konnte mit 53 Beantwortungen erreicht werden. Die Rücklaufquote lag bei 45,69%.

Der Fragebogen wurde zudem mit einem Passwort geschützt, um unautorisierte Teilnahmen zu verhindern, welche die Ergebnisse verfälschen könnten.

6.1 Deskriptive Statistik Leadership-Umfrage

Insgesamt nahmen 61 Personen an der Leadership-Umfrage teil, wovon 53 Beantwortungen, nach Elimination von Datensätzen, welche die Kriterien in 4.1.7 erfüllten, in die Auswertung eingeflossen sind. Die meisten Ausstiege aus der Befragung traten bei der Frage zur Geschlechtszugehörigkeit auf (n=6).

Im Gegensatz zur RS-Umfrage sind nicht alle Kantone in der Leadership-Umfrage vertreten. Die Kantone Nidwalden, Obwalden und Fribourg (deutschsprachiger Teil) verzeichneten keine Teilnahme der Rettungsdienstleitungen.

6 Umfrageergebnisse Leadership-Umfrage

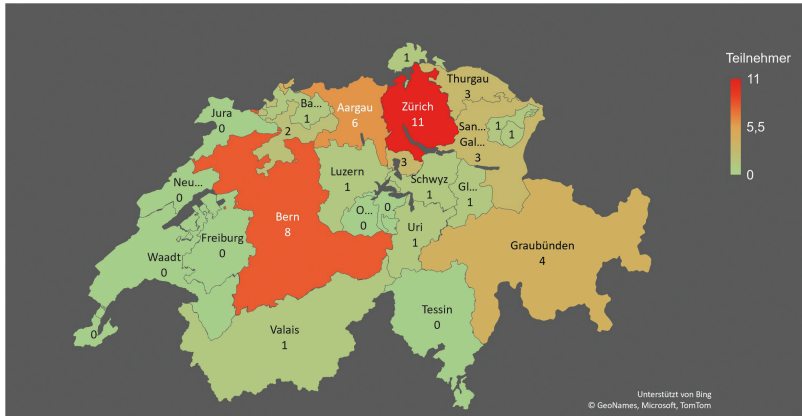


Abbildung 13: Teilnahmen Leadership-Umfrage nach Kanton (Quelle: Eigene Darstellung)

Von 53 Teilnehmenden gaben 83,02% ihre Geschlechtszugehörigkeit als männlich ($n=44$) und 16,98% als weiblich ($n=9$) an. Keine Person identifizierte sich als divers. Während in der RS-Umfrage ein Frauenanteil von fast 40% dargestellt werden konnte, wird dieser Anteil in der Leadership-Umfrage nicht erreicht.

6.2 Daten zu den Leitungspersonen

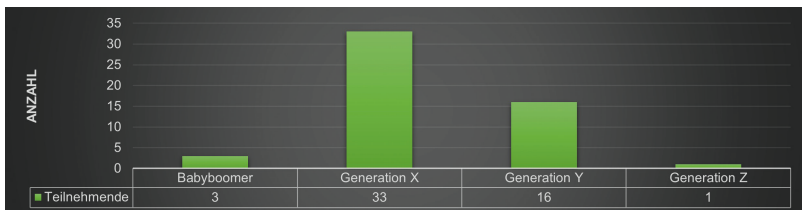


Abbildung 14: Generationenverteilung in der Leadership-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

Die Generation Y ist bei den RS die am meisten vertretene Gruppe aller Generationen, geführt werden sie vor allem aber durch Personen aus der Generation X (62,26%, $n=33$). Die gesamte Berufserfahrung

6.2 Daten zu den Leitungspersonen

im Rettungsdienst von Leitungspersonal lag bei 83,33% der Teilnehmenden (n=45) über 10 Jahre. Nicht nur die Berufserfahrung im Rettungsdienst ist relevant für Rettungsdienstleitungen, sondern auch die Berufserfahrung als Führungsperson. Wie in Abbildung 15 deutlich zu sehen ist, nimmt die Anzahl der Führungserfahrung, im Gegensatz zur Rettungsdienst-Erfahrung, nach 10 bis 14 Jahren signifikant ab.

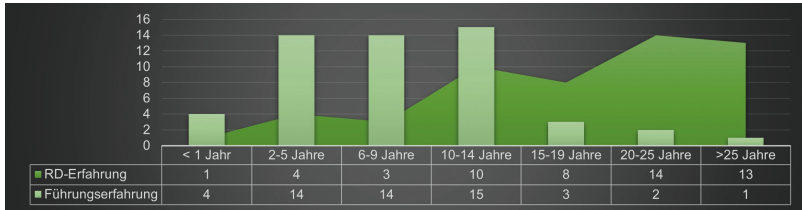


Abbildung 15: Berufserfahrung als RS und Führungserfahrung (Quelle: Eigene Darstellung)

Je nach Betrieb und Stellenausschreibung gibt es unterschiedliche Anforderungen an den höchsten Bildungsabschluss für Leitungspersonen. In größeren Rettungsdiensten wird immer häufiger ein Abschluss auf Stufe Fachhochschule gefordert. Die angegebenen Bildungsabschlüsse sind in Abbildung 16 zu sehen.

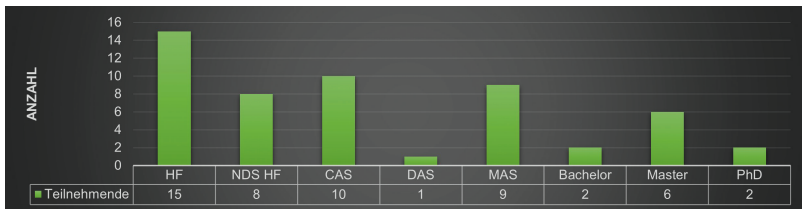


Abbildung 16: Höchster Bildungsabschluss Führungskräfte (Quelle: Eigene Darstellung)

Insgesamt 69,81% gaben an, dass sie ihren höchsten Bildungsabschluss bereits vor der Übernahme ihrer Führungsfunktion hatten (n=37). Der größte Anteil dieser Gruppe von 37 Personen, fällt mit 56,76% auf

Personen mit einem Diplomabschluss einer höheren Fachschule (n=14) oder einem Nachdiplomstudium HF (n=7).

30,19% haben ihren höchsten Bildungsabschluss erst nach der Übernahme einer Führungsfunktion übernommen (n=16). Davon fallen nur 12,5% auf nicht akademische Aus- und Weiterbildungen (n=2), wie eine Diplomausbildung HF oder ein NDS HF. 87,50% haben eine akademische Ausbildung absolviert, während sie bereits in der Führungsposition tätig waren (n=14).

6.2.1 Regulärer Einsatzdienst durch Führungskräfte

In den meisten Rettungsdiensten der deutschsprachigen Schweiz rücken die Führungskräfte aktiv im Einsatzdienst aus. Es gibt aber auch Rettungsdienste, in denen die Rettungsdienstleitungen gar nicht im Regelrettungsdienst ausrücken und höchstens die Einsatzleitung oder den Leitungsdienst im Rahmen von geplanten und ungeplanten Großereignissen übernehmen. Die Mehrheit machen mit 79,25% Rettungsdienstleitungen aus, die weiterhin im regulären Einsatzdienst ausrücken (n=42). Lediglich 20,75% rücken nicht mehr regulär im Einsatzdienst aus.

6.2.2 Art des Rettungsdienstes

Bei der Art des Rettungsdienstes wurde initial insgesamt viermal „andere Form“ angegeben. Hier erfolgte eine deskriptive Anpassung, woraufhin insgesamt 3 Antworten zu den privaten Rettungsdiensten eingeteilt worden sind. In einem Fall lässt sich keine deskriptive Anpassung vornehmen, weswegen dieser Rettungsdienst weiterhin als „andere Form“ klassifiziert ist. Wie in Abbildung 17 zu sehen ist, machen spitalebundene Rettungsdienste den größten Anteil in der Leadership-Umfrage aus. Mit Ausnahme der Luftrettung, die keine einzige Teilnahme verzeichnete, sind alle Rettungsdienstformen vertreten.

6.2 Daten zu den Leitungspersonen

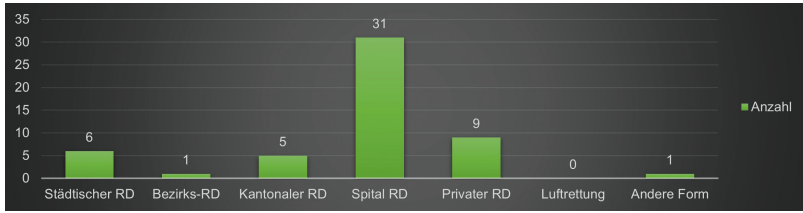


Abbildung 17: Art des Rettungsdienstes Leadership-Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

6.2.3 Anzahl von Mitarbeitenden

Insgesamt 53 Teilnehmende haben die Anzahl an Mitarbeitenden in ihrem Betrieb numerisch eingetragen. Der Mittelwert lag bei 69,19 Mitarbeitenden pro Betrieb, bei einer Standardabweichung von 42,58. Die kleinste Anzahl lag bei 13 und die größte Anzahl bei 150 Mitarbeitenden, was auch die große Spanne bei der Standardabweichung erklärt.

6.2.4 Durchschnittliche Einsatzzahlen

Das durchschnittliche Einsatzaufkommen in dieser Stichprobe lag 2023 bei 9755,67 Einsätzen mit einer hohen Standardabweichung von 8512,42 Einsätzen. Das geringste Einsatzaufkommen lag bei 583 und das höchste Einsatzaufkommen bei 36.000 Einsätzen, die Spannweite ergibt 35.417. Dadurch, dass sich vor allem die großen Rettungsdienste an dieser Stichprobe beteiligt haben, liegt der Mittelwert dieser Stichprobe deutlich über dem Durchschnitt von 5.200 Einsätzen im Obsan Bulletin von 2016.¹¹⁹

119 Vgl. Frey, Lobsiger & Trede, (2017)

6 Umfrageergebnisse Leadership-Umfrage

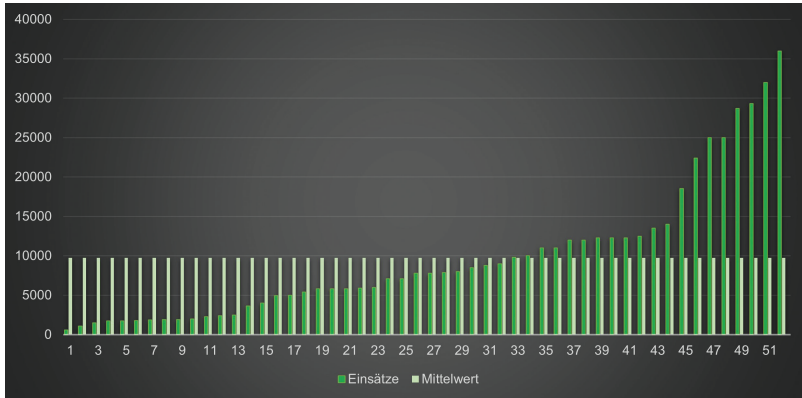


Abbildung 18: Einsatzzahlen 2023 inklusive MW der Umfrage (Quelle: Eigene Darstellung)

6.2.5 Einschränkungen durch vorgesetzte Stellen

Mit Ausnahme von privaten Rettungsdiensten haben die meisten Rettungsdienstleitungen selbst eine vorgesetzte Führungsebene, die Einfluss auf den Entscheidungsspielraum innerhalb des Rettungsdienstes hat. 33,96% gaben an, dass sie mit starken ($n=6$) oder mehrheitlichen Einschränkungen ($n=12$) ihres Entscheidungsspielraums konfrontiert sind. 20,75% äußerten sich neutral zu dieser Fragestellung ($n=11$). 45,29% erfahren kaum Einschränkungen ($n=20$) und oder keine Einschränkungen ($n=4$) ihres Entscheidungsspielraums (MW 3.975; SD 0.435). Die Form des Rettungsdienstes, von den 18 Teilnehmenden, die mehrheitlich oder stark eingeschränkt werden, ist in Abbildung 17 ersichtlich. Spitalgebundene Rettungsdienste geben signifikant mehr Einschränkungen durch vorgesetzte Stellen an. Vorgesetzte sind meistens Pflegedienstleitungen, wobei diese meist über kein vertieftes Wissen und Kenntnisse im Rettungsdienst verfügen.

6.3 Einschätzungen durch RD-Leitungen

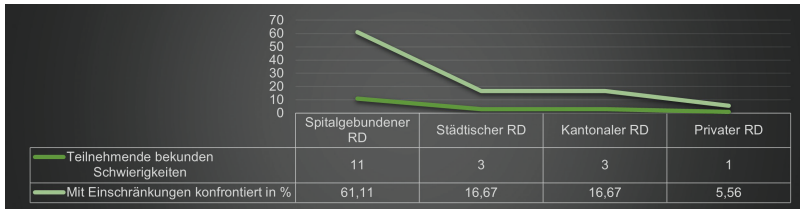


Abbildung 19: Art des Rettungsdienstes bei Einschränkungen durch vorgesetzte Stellen (Quelle: Eigene Darstellung)

6.3 Einschätzungen durch RD-Leitungen

Zusammenfassung zu den Einschätzungen durch die Rettungsdienstleitungen dieser Leadership-Umfrage.

6.3.1 Rettungsdienst bis zur Pensionierung

64,15% der Leitungsmitglieder können sich vorstellen, dass der Beruf als RS im Einsatzdienst bis zur Rente durchführbar ist (n=34). 35,85% hingegen können sich nicht vorstellen, dass man im regulären Einsatzdienst pensioniert werden kann (n=19).

71,70% der Leitungspersonen können sich vorstellen, in ihrer aktuellen Position pensioniert zu werden und 28,30% antworteten mit „nein“ (n=15).

6.3.2 Aktuelle Lage Personalrekrutierung

Die Rekrutierung und das Halten von qualifizierten RS ist das Hauptziel des Personalmarketings im Rettungsdienst. Für 88,68% hat sich die Rekrutierung und für 54,72% auch das Halten der Mitarbeitenden erschwert (siehe Abbildung 20). Die Rekrutierung von qualifizierten RS, die eine Zusatz- oder Führungsaufgabe übernehmen sollen, wurde im Obsan Bulletin nicht berücksichtigt. Die Ergebnisse wurden zusammen mit der Rekrutierung von RS ohne Zusatzaufgabe in Tabelle 6 dargestellt.

6 Umfrageergebnisse Leadership-Umfrage

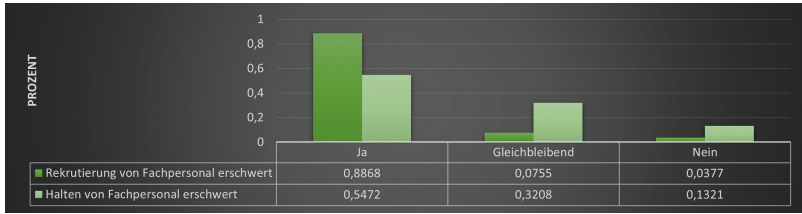


Abbildung 20: Schwierigkeiten bei Rekrutierung und Halten von Fachpersonal (Quelle: Eigene Darstellung)

Tabelle 6: Schwierigkeitsgrade bei der Rekrutierung von RS

Rekrutierung RS	Anzahl	Leicht	Erschwert	Schwer	Nicht rekrutierbar
Städt. RD	6	0%	66.67%	33.33%	0%
Bezirks RD	1	0%	100%	0%	0%
Kantonaler RD	5	20%	40%	40%	0%
Spital RD	31	6.45%	35.48%	58.06%	0%
Privater RD	9	16.67%	66.67%	16.67%	0%
Luftrettung	0	0%	0%	0%	0%
Andere Form	1	0%	0%	100%	0%
Rekrutierung Zusatzaufgabe	Anzahl	Leicht	Erschwert	Schwer	Nicht rekrutierbar
Städt. RD	6	16.67%	83.33%	0%	0%
Bezirks RD	1	0%	100%	0%	0%
Kantonaler RD	5	20%	20%	60%	0%
Spital RD	31	19.35%	48.39%	29.03%	3.23%
Privater RD	9	16.67%	66.67%	16.67%	0%
Luftrettung	0	0%	0%	0%	0%
Andere Form	1	0%	0%	100%	0%

(Quelle: Eigene Darstellung)

6.4 Kanäle zur Anwerbung von neuem Personal

Die Rettungsdienstleitungen und die RS wurden in ihrer Umfrage nach dem primären Kanal befragt, für die sich neue Mitarbeitende oder sie sich selbst entschieden haben, um in das Unternehmen zu kommen. Die Ergebnisse sind Tabelle 7 ersichtlich. Bemerkenswert ist, dass die Leitungen zu 60,38% Online-Stellenausschreibungen nannten, die RS aber angegeben haben, dass das sie nur zu 17,51% deswegen ins Unternehmen gekommen sind. Die Wichtigkeit der Empfehlung durch Mitarbeitende ließ sich in beiden Umfragen gut darstellen, was zeigt, welche Relevanz eine aktive Arbeitgebermarke und die daraus resultierenden Mitarbeiterbotschafterinnen und -botschafter haben können.

Tabelle 7: Direktvergleich Hauptrekrutierungskanal RS- und Leadership-Umfrage

Hauptrekrutierungskanal	%-Lead	Anzahl Lead	Σ	%-RS	Anzahl RS	Σ
Stellenausschreibung (Zeitschrift, Aushang)	1.89%	1	53	5.34%	18	337
Stellenausschreibung (Online)	60.38%	32	53	17.51%	59	337
Posting auf sozialen Netzwerken	11.32%	6	53	0.89%	3	337
Empfehlungen durch eigene Mitarbeitende	26.42%	14	53	37.69%	127	337
Empfehlungen durch eigene Leitung	0%	0%	53	11.57%	39	337
Initiativbewerbung	0%	0%	53	27.00%	91	337

(Quelle: Eigene Darstellung)

6.5 Social-Media-Aktivität durch Rettungsdienste

28 TN gaben an, dass sie eine aktive Präsenz in sozialen Netzwerken unterhalten. Die verschiedenen Kanäle sind in Tabelle 8 ersichtlich. 78,57% der Leitungsmitglieder teilen Stellenausschreibungen über diese Plattformen, während 21,43% diese für andere Zwecke nutzen.

Tabelle 8: Durch Rettungsdienste genutzte Social-Media-Plattformen

Plattform	Prozent	Anzahl	Σ
LinkedIn	25.93%	21	28
X	4.94%	4	28
Xing	1.23%	1	28
Facebook	25.93%	21	28
Instagram	32.10%	26	28
Youtube	6.17%	5	28
Tiktok	3.70%	3	28

(Quelle: Eigene Darstellung)

6.6 Aktueller Stand: Personalmarketing und Arbeitgebermarke

Zum aktuellen Stand ihres Personalmarketings und dem Aufbau einer Arbeitgebermarke in ihrem Rettungsdienst befragt, ergaben sich folgende Ergebnisse, kumuliert in Tabelle 9 dargestellt. Das Leitbild und die Unternehmensvision gelten als Grundbausteine der Arbeitgebermarke, und in dieser Stichprobe als das am stärksten und häufigste ausgebildete Merkmal. Immer mehr Rettungsdienste beschäftigen sich darauf aufbauend offensichtlich aktiv mit dem Personalmarketing, der Arbeitgebermarke und der EVP. Dennoch existiert ein relevanter Anteil der Rettungsdienstleitungen, der noch nicht aktiv mit EVP, Arbeitgebermarke und Personalmarketing agiert.

6.6 Aktueller Stand: Personalmarketing und Arbeitgebermarke

Tabelle 9: Kumulierte Darstellung zum aktuellen Stand des Personalmarketings in Rettungsdiensten

	Stimme absolut zu	Stimme mehrheitlich zu	Weder noch	Stimme mehrheitlich nicht zu	Stimme absolut nicht zu	Begriff nicht bekannt	MW (SD)
Wichtigkeit Leitbild & Unternehmensvision	47.17 %	37.74%	9.43%	5.66%	0%		4.624 (0.583)
Beschäftigung mit Personalmarketing & Arbeitgebermarke	18.87 %	32.08%	22.64 %	22.64%	3.77%		3.396 (0.451)
Beschäftigung mit EVP	26.42 %	22.64%	18.87 %	18.87%	5.66%	7.55%	3.302 (0.444)

(Quelle: Eigene Darstellung)

6.6.1 Gewichtung der Hard- und Soft-Facts in der Leadership-Umfrage

Genau wie in der RS-Umfrage, wurde die Wichtigkeit der Hard und Soft Facts auf der Likert-Skala durch die Führungsfachkräfte beurteilt. 1 ist das niedrigste und 5 das höchste Ranking. Der Direktvergleich mit der RS-Umfrage wurde in Tabelle 12 und die detaillierten Ergebnisse wurden in Tabelle 10 und 11 dargestellt.

6 Umfrageergebnisse Leadership-Umfrage

Tabelle 10: Gewichtung Hard-Facts durch Rettungsdienstleitungen

Hard Facts Leadership	MW	SD	1	2	3	4	5
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	4.26	0.5 83	0.00%	1.89%	5.66%	56.60 %	35.85 %
Weiterbildungsmöglichkeiten	4.23	0.5 75	0.00%	0.00%	5.66%	66.04 %	28.30 %
Aufstiegschancen	3.49	0.4 60	0.00%	7.55%	45.28 %	37.74 %	9.43%
Arbeitsumgebung und -organisation	4.49	0.6 31	0.00%	1.89%	7.55%	30.19 %	60.38 %

(Quelle: Eigene Darstellung)

Tabelle 11: Gewichtung Soft-Facts durch Rettungsdienstleitungen

Soft Facts Leadership	MW	SD	1	2	3	4	5
Wertesystem	3.87	0.5 10	1.89%	3.77%	24.53 %	45.28 %	24.53 %
Interne Kommunikation	4.47	0.6 27	0.00%	0.00%	3.77%	45.28 %	50.94 %
Gutes Betriebsklima	4.77	0.6 97	0.00%	0.00%	1.89%	18.87 %	79.25 %
Work-Life-Balance	4.42	0.6 14	0.00%	0.00%	5.66%	47.17 %	47.17 %
Flexible Arbeitszeiten	3.83	0.5 04	1.89%	7.55%	26.42 %	33.96 %	30.19 %
Gestaltungsmöglichkeiten Sekundärbereich	3.7	0.4 84	0.00%	13.21%	21%	49.06 %	16.98 %

(Quelle: Eigene Darstellung)

Tabelle 12: Gewichtung von Hard- und Soft-Facts im Direktvergleich

Hard Facts	RS	Leadership
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	4.39	4.26
Weiterbildungsmöglichkeiten	4.21	4.23
Aufstiegschancen	3.37	3.49
Arbeitsumgebung und – organisation	4.43	4.49
Soft Facts	RS	Leadership
Wertesystem	3.8	3.87
Interne Kommunikation	4.4	4.47
Gutes Betriebsklima	4.6	4.77
Work-Life-Balance	4.3	4.42
Flexible Arbeitszeiten	3.73	3.83
Gestaltungsmöglichkeiten Sekundärbereich	3.59	3.7

(Quelle: Eigene Darstellung)

6.6.2 Laufbahnberatung und Talentpool

Die Leitungsmitglieder wurden zur beruflichen Laufbahnberatung für ihre Mitarbeitenden befragt. Zur besseren Vergleichbarkeit wurden die Ergebnisse zusammen mit denen der RS-Umfrage in der Tabelle 13 dargestellt.

Tabelle 13: Direktvergleich der Vorhaltung von Laufbahnmodellen

RS	Ja	Unbekannt	Nein
Berufliche Laufbahnberatung	9.17%	34.02%	56.80%
Laufbahn-/Karriereschema vorhanden	11.54%	39.53%	49.11%
Talentmanagement	8.28%	29.29%	62.43%
Leadership	Ja	Unbekannt	Nein
Berufliche Laufbahnberatung	26.42%		75.38%
Laufbahn-/Karriereschema vorhanden	24.53%		75.47%
Talentmanagement	15.09%		84.91%

(Quelle: Eigene Darstellung)

Wie in Tabelle 13 ersichtlich ist, war die Anzahl von RS, die angegeben haben, dass Ihnen die Vorhaltung solcher Modelle unbekannt war, überall sehr hoch. Bereits ab dem Onboarding sollten diese im Rahmen jeder Mitarbeiterqualifikation bekannt sein. Gründe für diese abweichenden Werte zwischen der RS- und Leadership-Umfrage, können eine nicht ausreichende Kommunikation oder Etablierung im Betriebsalltag Gründe für die inkongruenten Ergebnisse sein.

6.6.3 Beurteilung der Mitarbeiterzufriedenheit

Die Befragungsergebnisse zur aktuellen Mitarbeiterzufriedenheit in den Rettungsdiensten bezüglich aktiver Förderung und beruflicher Weiterentwicklung durch die Rettungsdienstleitungen wurden hier ebenfalls zum Vergleich mit den effektiven Werten der RS-Umfrage herangezogen und sind in Abbildung 21 ersichtlich.

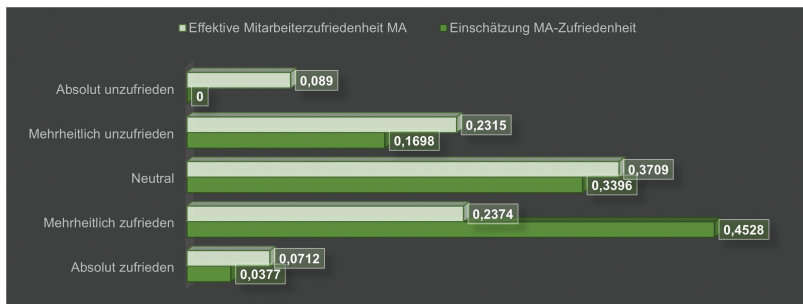


Abbildung 21: Direktvergleich effektive versus geschätzte Mitarbeiterzufriedenheit (Quelle: Eigene Darstellung)

Die effektive absolute Unzufriedenheit von RS liegt bei 8,90%, während bei den TN der Leadership-Gruppe dieser Parameter nicht erwartet wurde (0%). Dies kann darauf hindeuten, dass es möglicherweise Mitarbeitende gibt, die unzufrieden sind, dies aber nicht äußern oder nicht als unzufrieden wahrgenommen werden. Dies könnte einerseits auf bestehende Probleme in der Kommunikation oder auf ein mangelndes Vertrauensverhältnis zwischen Mitarbeitern und Leitungen hinweisen.

Andererseits ist es ein Indiz für Verbesserungsmöglichkeiten in der Kommunikation und der Feedback-Kultur sein.

Bei der Leadership-Umfrage zur Mitarbeiterzufriedenheit mit Blick auf die anzubietenden Karrierechancen zeigte sich eine Mehrheit von 33,96% mehrheitlich zufrieden mit ihren gebotenen Chancen sind ($n=18$). 30,19% gaben an, dass sie weder zufrieden noch unzufrieden seien ($n=16$), während ebenfalls 30,19% mehrheitlich unzufrieden sind ($n=16$). 3,77% beurteilen die Karrierechancen, die sie anbieten können, als absolut zufriedenstellend ($n=2$). Nur eine einzelne Person gab an, absolut unzufrieden mit den anzubietenden Karrierechancen zu sein, was 1,89% ausmacht ($MW\ 3.075$; $SD\ 0.454$). Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit den personalpolitischen Prozessen und Förderungsmaßnahmen innerhalb des Rettungsdienstes sollte aus Sicht der Mitarbeitenden durch die Rettungsdienstleitungen beurteilt werden. Die Ergebnisse zeigen, dass 47,17% der TN angaben, dass sie einschätzten, dass ihre Mitarbeitende mehrheitlich zufrieden sind ($n=25$). 37,74% gaben an, dass die Zufriedenheit weder positiv noch negativ ausfällt ($n=20$). 13,21% der Befragten gaben an, dass die Mitarbeitenden mehrheitlich unzufrieden sind ($n=7$). Nur ein Teilnehmer (1,89%) gab an, dass die Mitarbeitenden absolut unzufrieden sind. Keine befragte Person gab an, dass die Mitarbeitenden absolut zufrieden sind ($MW\ 3.302$; $SD\ 0.444$).

Folgende Einschätzungen der TN zu Zufriedenheit mit den Laufbahn- und Karrieremodellen im Rettungsdienst im Vergleich zu anderen BORS befragt, gab es: Von insgesamt 53 TN gaben 28,3% an, mehrheitlich zufrieden zu sein ($n=15$). Für 30,19% der Befragten äußerten sich neutral ($n=16$). 35,85% waren mehrheitlich unzufrieden ($n=19$) und 5,66 sind absolut unzufrieden ($n=3$) mit den bestehenden Modellen im Vergleich zu anderen Blaulichtorganisationen.

6.6.4 Gewünschte Aus- und Weiterbildungen

In Tabelle 14 sind die Ergebnisse zu den gewünschten Weiterbildungen durch RS und die Einschätzungen durch die TN der Leadership-Umfrage ersichtlich.

Tabelle 14: Gewünschte Weiterbildungen im Vergleich von RS- und Leadership-Umfrage

Bezeichnung	M W RS	M W LS	SD LS	1	2	3	4	5
Diplomierte Führungsfachperson in Rettungsorganisationen (HFP)	2.6 9	2.8 9	0.4 36	9.43%	20.75 %	49.06 %	13.21 %	7.55%
Disponent/in Notrufzentrale	2.4	2.3 2	0.4 82	24.53 %	33.96 %	30.19 %	7.55%	3.77%
Ausbildner/in mit eidg. FA (SVEB)	3.0 4	3.8 9	0.5 13	3.77%	9.43%	16.98 %	33.96 %	35.85 %
Expert/in in Gesundheitsinstitut.	2.2 7	2.7 4	0.4 42	15.09 %	24.53 %	33.96 %	24.53 %	1.89%
Advanced Studies (CAS,MAS)	3.2 1	3.8 3	0.5 04	3.77%	13.21 %	15.09 %	32.08 %	35.85 %
Bachelor in relev. Fachrichtung	2.7 9	2.7 9	0.4 39	11.32 %	33.96 %	26.42 %	20.75 %	7.55%
Master in relev. Fachrichtung	2.7 6	2.7 2	0.4 43	13.21 %	35.85 %	26.42 %	15.09 %	9.43%

(Quelle: Eigene Darstellung)

7 Experteninterview Michael Schumann

Durch die quantitative Datenerhebung konnten in dieser Masterarbeit bereits spannende Erkenntnisse und ein erster fundierter Überblick über die aktuelle Situation dargestellt werden. Der Fachkräftemangel, seine Ursachen und möglichen Strategien zur Bekämpfung sind sehr komplex. Daher ist es wichtig, dass man sich nicht nur auf die rein quantitativen Daten verlässt und das Thema ganzheitlich aus verschiedenen Blickrichtungen beleuchtet. Deswegen fiel die Entscheidung, ein Experteninterview mit dem Präsidenten der SPA durchzuführen. Durch die Beurteilung der Ergebnisse durch einen Experten, werden die präsentierten Daten noch glaubwürdiger.

7.1 Planung des Interviews

Für das Interview wurde 1 Stunde geplant, wovon 30 Minuten für das aufgezeichnete Interview vorgesehen waren. Insgesamt wurden 19 offene Fragen für das Interview formuliert. Dazu wurde ein Leitfaden durch den Autor erstellt, der sich in 4 Bereiche unterteilte. Im ersten Teil geht es um die Begrüßung und Klärung des Datenschutzes. Daran schließt die Präsentation der provisorischen Ergebnisse an. Im dritten Teil beginnt die Aufnahme und damit gleichzeitig die Informationserhebungsphase des Interviews, welche sich in 5 Abschnitte gliedert. Der vierte und letzte Teil ist die Interview-Abschlussphase.

7.2 Technik

Zur Gewährleistung einer umfassenden Absicherung und redundanter Dokumentation wurde das Interview mithilfe der Verwendung der

App «Sprachmemos» zeitgleich auf einem iPhone 13 Pro Max und parallel auf einem iPad Pro 2020 aufgezeichnet. So konnte die Sicherung der Daten auf zwei unterschiedlichen wie voneinander unabhängigen Geräten vorgenommen werden. Dies ermöglichte eine erhöhte Ausfallsicherheit und reduzierte das Risiko eines Datenverlustes signifikant.

Im Hinblick auf den Datenschutz wurde das Interview ohne die Verwendung von künstlicher Intelligenz vom Interviewer schriftlich zusammengefasst. Dadurch werden die Daten des Interviewpartners geschützt, da keine automatisierte Verarbeitung durch künstliche Intelligenz erfolgte. Damit wurde die Integrität und Vertraulichkeit der Aussagen gewährleistet.

7.3 Postskript

Das gesamte Interview wurde anschließend transkribiert und in einem Word-Dokument zusammengefasst. Zur Prüfung, sowie zu allfälligen Änderungen wurde dem Experten das Postskript, per E-Mail zugestellt. Es gab hierbei keine Änderungsanmerkungen und wurde zur Publikation freigegeben.

7.4 Interviewdurchführung

Am 21. Februar 2024 um 13:00 Uhr fand das Interview im Büro von Michael Schumann, im Rettungsdienststützpunkt von Schutz & Rettung Zürich am Neumühlequai 40, 8006 Zürich statt. Start der Aufzeichnung um 13:31 Uhr, bei einer gesamten Aufnahmedauer von 30 Minuten und 28 Sekunden.

7.5 Hauptergebnisse Experteninterview

Michael Schumann ist 48 Jahre alt und arbeitet als Bereichsleiter Sanität bei Schutz & Rettung Zürich (SRZ). Dabei ist er für die Abteilungen Rettungsdienst, Verlegungsdienst wie ärztliche Leitung, mit insgesamt

240 Mitarbeitenden zuständig.¹²⁰ Er ist diplomierter Rettungsanwärter HF und hat erfolgreich einen Executive MBA an der Fachhochschule St. Gallen abgeschlossen. Darüber hinaus ist er der Präsident der Swiss Paramedic Association und engagiert sich berufspolitisch vor allem auch im Bereich des Fachkräftemangels stark.

Wichtig war vor allem seine Aussage zum Fachkräftemangel und den zu erwartenden Konsequenzen:

„Wenn wir das Gefühl haben, dass die Spitze 2022 erreicht war, als die Einsatzzahlen in allen Rettungsdiensten nach oben geschossen sind und der Fachkräftemangel Post-COVID erst richtig spürbar wurde, dann täuschen wir uns. Das plätschert jetzt nicht einfach vor sich hin. Das kann sich alles sehr schnell ändern und noch weiter verschärfen. Dann müssten wir diskutieren, wie wir unseren Grundauftrag in dieser Qualität überhaupt noch erfüllen können.“¹²¹

Die Bekämpfung des Fachkräftemangels ist für ihn keine One-Man-Show, Teamwork und eine multidisziplinäre Zusammenarbeit sind obligatorisch:

„Ich glaube nicht, dass sich jeder Rettungsdienst für sich selbst um diese Problematik kümmern soll. Man muss in jedem Rettungsdienst hart daran arbeiten, aber die Massnahmen müssten koordiniert sein. Die Interessensgemeinschaften und Verbände sind gefragt, die dann Ideen einbringen. Die Interessensgemeinschaften müssen sich bezüglich der Massnahmen absprechen.“¹²²

Die Arbeitgebermarke und das Personalmarketing spielen für ihn eine wichtige Rolle, dabei ist es aber wichtig, dass diese authentisch bleibt und nicht übertrieben wird. Ein gutes Beispiel ist die Interessensgruppe Schaffhausen, Schwyz, Zug und Zürich, die in der Fachgruppe „Fachkräftemangel“ entsprechende Maßnahmen planen und koordinieren.¹²³

120 Vgl. Schumann, Seite 3, (2024)

121 Vgl. Schumann, Seite 11, (2024)

122 Vgl. Schumann, Seite 5, (2024)

123 Vgl. Schumann, Seite 5, (2024)

Aktuell fehlen in der Schweiz wissenschaftliche Arbeit und Datenlage, hierzu befragt sagte Michael Schumann:

„Seit Jahren versuchen wir das zu pushen. Aber uns fehlen in der Schweiz aktuell genau diese Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter, die akademisch arbeiten können und das auch wollen {...} wissenschaftliche Arbeit durch RS ist sehr zu unterstützen: Denn nur so können wir aufzeigen, was es zukünftig für den Beruf braucht und wie die Qualität unserer Arbeit ist.“¹²⁴

Andere Fachdisziplinen des Gesundheitswesens verfügen bereits über entsprechende akademische Angebote und entwickeln sich dort stark weiter. Es stimmt, dass die Schweizer Rettungsszene dort Gefahr läuft, abgehängt zu werden, allerdings gibt es keine rettungsdienstspezifischen Studiengänge. „{...}wenn man sieht, wie sich die anderen Disziplinen innerhalb des Gesundheitswesens entwickeln, dann dürfen wir hier den Anschluss nicht verlieren.{...} Wir hätten Potenzial,{...}es wird sich ähnlich wie in den Pflegewissenschaften entwickeln. Es braucht eine HF-Ausbildung und wahrscheinlich zusätzlich eine Weiterbildung im Rahmen eines Bachelors.“¹²⁵

Über 40% der RS-Umfrage würde es im Falle eines Jobwechsels aus dem Rettungsdienst herausführen. Daher wurde Michael Schumann die Frage gestellt, wie diesem Phänomen begegnet werden soll:

„Es ist ganz klar, wir müssen Entwicklungsmöglichkeiten in der eigenen Branche fördern. Wieso möchten die Leute wechseln? Weil sie keine Möglichkeiten mehr sehen, sich innerhalb der Rettungsdienste zu entwickeln. Da muss es mehr Möglichkeiten geben.“¹²⁶

54% der RS zeigten sich in der Umfrage unzufrieden mit den Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Vergleich zu anderen BORS. Hier ist zuerst einmal festzuhalten, dass der Rettungsdienst eine kleine spezialisierte Gruppe im Gesundheitswesen darstellt. Michael Schumann

124 Vgl. Schumann, Seite 7, (2024)

125 Vgl. Schumann, Seite 8, (2024)

126 Vgl. Schumann, Seite 9, (2024)

wurde die Frage gestellt, ob er sich vorstellen könnte, dass man in der Zukunft diesen Wert reduzieren könnten:

„Ich glaube, dass wir den Wert senken können. Das braucht aber Zeit, das geht nicht von heute auf morgen. Wir haben beispielsweise weniger Möglichkeiten als die Polizei, {...} dort sind die Entwicklungsmöglichkeiten extrem vielfältig. Das ist dem Auftrag der Polizei geschuldet.“¹²⁷ Es ist klar, dass Veränderungen, wie die Akkreditierung von Studiengängen oder ähnliches nicht von heute auf morgen möglich sind. Dennoch ist es wichtig, dass der Veränderungsprozess jetzt begonnen wird. Angesprochen auf den voraussichtlichen Zeitplan, wann sich oben genannter Wert wieder reduzieren könnte, sagte Michael Schumann: *„In den nächsten 2 bis 3 Jahren wird man merken, dass sich das Rettungswesen entwickelt.“¹²⁸*

Dafür braucht es laut ihm jetzt vor allem fachliche und medizinische Entwicklungsmöglichkeiten.¹²⁹

7.6 Erkenntnisse aus dem Interview

Bei der Präsentation der Masterarbeit und den bereits ausgewerteten Umfrageergebnissen, inklusive Hypothesentests sowie Beantwortung der Forschungsfragen wurden durch den Experten keine Fehler oder Abweichungen erkannt. Die erhobenen Daten decken sich mit den subjektiven Einschätzungen des Experten und weichen in keinem Bereich ab.

Die Swiss Paramedic Association und die Interessensgruppen sehen den Fachkräftemangel als große Gefahr. Die Konsequenzen daraus waren die Gründung von Fachgruppen zur koordinierten Maßnahmenplanung, sowie die Weiterentwicklung des Berufsbildes. Durch das Interview konnte man zum einen erfahren, welche Anstrengungen aktuell unternommen werden und zeitgleich aufzeigen, wie hoch komplex die Planung und Konzeption von geeigneten Gegenmaßnahmen sind.

127 Vgl. Schumann, Seite 10, (2024)

128 Vgl. Schumann, Seite 10, (2024)

129 Vgl. Schumann, Seite 9, (2024)

Eine Veränderung geht nicht von heute auf morgen. Das Wichtigste jedoch ist, dass bereits Maßnahmen in der Vorbereitung sind. Die Bekämpfung des Fachkräftemangels durch geeignete Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen muss koordiniert laufen. Die verschiedenen Rettungsdienste müssen hier zusammenarbeiten und gemeinsame Synergien nutzen. Für das Personalmarketing und die Arbeitgebermarke hingegen ist jeder Rettungsdienst selbst verantwortlich. Die Notwendigkeit von Personalmarketing und einer Arbeitgebermarke wurde durch Michael Schumann sehr unterstrichen. Diese müssen aber glaubhaft und authentisch bleiben, damit sie erfolgreich wirken und überzeugen können.

Es gibt erste Bestrebungen, dass ein akademischer Abschluss mit rettungsdienstlichem Bezug in der Schweiz aufgebaut wird. Michael Schumann ist es sehr wichtig, dass der Schweizer Rettungsdienst weder den Anschluss zum Ausland verliert noch zu anderen Disziplinen des Schweizer Gesundheitswesens. Die Pflegewissenschaften haben hier eine Vorreiter Rolle. Das Potenzial in der Schweizer Rettungsszene ist da, in Zukunft wird der Rettungsdienst eine HF-Ausbildung und zusätzlich ein FH-Studium benötigen.¹³⁰

Der Austausch über das Thema der Masterarbeit und das Interview waren sehr wertvoll. Die Evaluation und Besprechung der Ergebnisse mit dem erfahrenen Experten zeigten sich als sinnvolle Ergänzung zum quantitativen Forschungsteil und zu einem zukunftsweisenden Erkenntnisgewinn.

130 Vgl. Schumann, Seite 8, (2024)

8 Conclusio

In beiden Umfragen wurden die vorab definierten Konvidenzniveaus erreicht. Es wurden diverse verschiedene Daten erhoben, die wertvolle Erkenntnisse und weitere detaillierte Auswertungen zulassen. Zur Berechnung der verschiedenen p-, t- und z-Werte wurden die Programme von Datatab sowie Microsoft Excel genutzt.

8.1 Limitationen

Die Swiss Paramedic Association hat 890 deutschsprachige Aktivmitglieder, dadurch war die Stichprobengröße gut zu berechnen. Allerdings muss man hier beachten, dass es für RS nicht obligatorisch ist, in ihren Berufsverband einzutreten. Das bedeutet, dass die effektive Anzahl an RS in der deutschsprachigen Schweiz höher liegt als die Aktivmitgliederzahl der SPA. Darüber hinaus unterscheidet die SPA bei Aktivmitgliedern nicht, ob diese eine Leitungsfunktion übernehmen oder nicht. Trotzdem war die Verteilung über die SPA der richtige Schritt. Jeden Rettungsdienst einzeln anzuschreiben und um Weiterleitung der Umfrage zu bitten, wäre deutlich aufwändiger und stark abhängig von deren Weiterleitung gewesen.

In der Leitungsumfrage sind mehrere Kantone nicht repräsentiert, die Zentralschweiz zeigt sich im Vergleich zu anderen Regionen unterrepräsentiert. Mehrere große Rettungsdienste konnten in der Leadership-Umfrage abgebildet werden, verziehen aber auch die Ergebnisse, was man gut an den SD- und MW-Werten ablesen kann. Weil kein Luftrettungsdienst sich an der Umfrage beteiligt hat, bezieht sich die Leadership-Auswertung nur auf bodengebundene Rettungsdienste.

8.2 Hypothesentest I

Hypothese I: Die Rekrutierung von geeignetem Fachpersonal hat sich im Vergleich zur Erhebung von 2016 weiter verschärft.

Laut dem Obsan Bulletin gaben zwei Drittel der befragten Rettungsdienste an, dass sie Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von qualifizierten RS hatten.¹³¹ Ziel der Hypothesenprüfung war es, herauszufinden, ob genügend Evidenz vorliegt, um festzustellen, dass sich die Situation seit 2016 wirklich verschärft hat. Insgesamt 53 Teilnehmer haben an der Stichprobe teilgenommen. Von diesen gaben 47 TN an, dass sich die Rekrutierung zunehmend verschärft habe, während 4 TN angaben, dass sich nichts geändert habe. Lediglich 2 TN gaben an, dass die Rekrutierung einfacher wurde. Die Daten zeigen, dass die Mehrheit der TN (88,68%) eine erschwerte Rekrutierung erfahren hat ($MW 1,02$; $SD 0,19$), während nur eine kleine Gruppe von 7,55% von keiner Veränderung und noch weniger Teilnehmende (3,77%) über eine erleichterte Rekrutierung berichten.

Die Nullhypothese (H_0) lautet, dass sich die Situation im Vergleich zum Obsan Bulletin 2016 nicht signifikant verschärft hat ($p = 2/3$). Die Alternativhypothese (H_1) geht davon aus, dass mehr als zwei Drittel der Meinung sind, dass sich die Rekrutierung seit 2016 weiter verschärft habe. Der durchgeführte Hypothesentest mittels z-Tests ergab eine Stichprobenproportion von 0,8868 und einen kritischen z-Wert von 1,645. Der berechnete z-Wert von 1,8335 liegt über dem kritischen Wert und somit wird H_0 abgelehnt. Der p-Wert von 0,0332 zeigt eine signifikante Evidenz. Das bedeutet, dass sich die Personalrekrutierung im Vergleich zur Erhebung von 2016 weiter verschärft hat. Die geringe Standardabweichung deutet darauf hin, dass die Daten weitgehend homogen sind und es somit wenig Variabilität in den Angaben der Teilnehmer gibt.

131 Vgl. Frey, Lobsiger & Trede, (2017)

8.3 Beantwortung Forschungsfrage I

Hat sich die Rekrutierung von geeignetem Rettungsfachpersonal im Vergleich zur Erhebung von 2016 weiter verschärft?

Der Hypothesentest konnte klar darstellen, dass sich die Rekrutierung seit 2016 weiter verschärft hat. 88,68% der TN der Leadership-Umfrage gaben dies ebenfalls an. Darüber hinaus bestätigte das Experteninterview mit Michael Schumann nochmals, dass die Daten mit seinen Erfahrungen und Insights als Bereichsleiter Sanität SRZ und Präsident der SPA, übereinstimmen:

„Ja, es hat sich verschärft. Wir haben in der Rekrutierung insgesamt weniger passende Kandidatinnen und Kandidaten. Wir stellen aber auch fest, dass es jährliche Schwankungen gibt. Wir haben in der aktuellen Situation heute, wieder etwas mehr Bewerbende, aber ich vermute, dass das normale Schwankungen sind. Wenn wir den langjährigen Mittelwert anschauen, dann hat die Zahl an Bewerbenden stetig abgenommen.“¹³²

8.4 Hypothesentest II

Hypothese II: Die meisten Rettungsdienste wenden noch nicht flächendeckend und konsequent Maßnahmen aus dem Personalmarketing und der Arbeitgebermarke für die langfristige Mitarbeiterbindung an.

H_0 : Der Anteil der Teilnehmer, die sich aktiv mit Personalmarketing und der Arbeitgebermarke für die langfristige Mitarbeiterbindung beschäftigen, liegt bei mindestens 60% ($H_0: p > 0,6$).

H_1 : Der Anteil der Teilnehmer, die sich aktiv mit Personalmarketing und der Arbeitgebermarke für die langfristige Mitarbeiterbindung beschäftigen, ist unter 60% ($H_1: p < 0,6$).

132 Vgl. Schumann, Seite 3, (2024)

Zur aktiven Beschäftigung wurden Beantwortungen mit „Stimme absolut zu“ und „Stimme mehrheitlich zu“ gezählt, alle anderen Beantwortungen wurden als „nicht-aktive Beschäftigung“ gewertet. Dadurch konnte ein Binomialtest verwendet werden, da es sich um eine dichotome Variable handelt und die Stichprobe > 30 ist. Der kritische z-Wert, bei einem Konfidenzniveau von 90%, beträgt 1,282. Der Ablehnungsbereich ist dem zur Folge -1,282 bis +1,282. In diesem Fall wird der Test auf der Grundlage des z-Wertes berechnet, der -1,636 beträgt. Dieser z-Wert liegt im Ablehnungsbereich, da er kleiner als -1,282 ist. Somit wird die Nullhypothese abgelehnt. Die Alternativhypothese, die besagt, dass die aktive Beschäftigung kleiner als 60% ist, wird damit bestätigt ($p 0,050$). Der p-Wert ist aber nur knapp signifikant.

8.5 Beantwortung Forschungsfrage II

Welche Maßnahmen des Personalmarketings und der Arbeitgebermarke zur langfristigen Mitarbeiterbindung sind bereits implementiert und erfolgreich?

Die RS-Umfrage zeigt, dass mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (56,80%) angibt, dass in ihrem Rettungsdienst regelmäßig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt werden. 21,30% sind sich nicht sicher, ob es solche Befragungen gibt und 21,89% geben an, dass keine Befragungen durchgeführt werden. Dies deutet darauf hin, dass mehrheitlich regelmäßige Mitarbeiterbefragungen als erfolgreiche Maßnahmen für das Personalmarketings und die Arbeitgebermarke implementiert sind.

Die Arbeitgebermarke und das erfolgreiche Personalmarketing ihres Rettungsdienstes, haben 29,2% ($n=99$) der RS vor ihrer Einstellung positiv wahrgenommen, dies ist nicht signifikant kleiner als die 30,47% der RS, die den Rettungsdienst nicht positiv wahrgenommen haben ($n=103$) ($MW 2.953$; $SD 0.172$). Das deutet daraufhin, dass das Personalmarketing und die Arbeitgebermarke noch verbessert werden können, um noch mehr potenzielle Mitarbeiter anzusprechen.

Nur 9,17% der RS geben an, dass es in ihrem Rettungsdienst eine berufliche Laufbahnberatung gibt, während über die Hälfte (56,80%)

angibt, dass keine solche Beratung vorhanden ist. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass dieses Personalmarketing-Instrument noch nicht ausreichend etabliert ist und verbessert werden sollte. 34,02% geben an, dass ihnen nicht bekannt ist, ob es eine Laufbahnberatung gibt, was auch darauf hindeuten könnte, dass die Kommunikation darüber verbessert werden sollte oder es noch gar keine Laufbahnberatung gibt. Nur 11,54% der Teilnehmenden geben an, dass es in ihrem Rettungsdienst ein Laufbahn- oder Karrierestufenschema gibt, während fast die Hälfte (49,11%) angibt, dass es kein solches Schema gibt. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Möglichkeiten zur Entwicklung und Karriereplanung im Rettungsdienst noch nicht ausreichend dargestellt und kommuniziert werden und somit noch Potential zur Verbesserung besteht. Nur 8,28% der Teilnehmenden geben an, dass es in ihrem Rettungsdienst einen Talentpool gibt, während über die Hälfte (62,43%) davon ausgeht, dass keiner vorhanden ist. Dies deutet darauf hin, dass die Möglichkeit zur Förderung von Talenten und potenziellen Führungskräften im Rettungsdienst noch nicht ausreichend genutzt wird und auch hier Verbesserungspotential besteht. Es lässt sich insgesamt feststellen, dass schon verschiedene Maßnahmen erfolgreich implementiert sind, aber das hängt vor allem davon ab, wie sehr sich der betreffende Rettungsdienst damit auseinandersetzt.

Im Hypothesentest konnte ferner nachgewiesen werden, dass die aktive Beschäftigung mit dem Personalmarketing und der Arbeitgebermarke durch die Rettungsdienste bei weniger als 60% liegt, das Ergebnis ist allerdings knapp signifikant (p 0,050). Es gibt bereits erfolgreich etablierte Instrumente und Modelle, allerdings werden diese noch nicht flächendeckend und konsequent eingesetzt.

8.6 Hypothesentest III

Hypothese III: Die Einschätzungen der Rettungsdienstleitungen stimmen mit den Wünschen und Bedürfnissen der Mitarbeitenden überein.

Der Hypothesentest untersuchte, ob es einen signifikanten Unterschied in der Bewertung der Hard und Soft Facts zwischen Leitungsgmitgliedern und den RS gibt.

H_0 : Es gibt keinen signifikanten Unterschied in der Bewertung der Hard und Soft Facts zwischen Leitungsgmitgliedern und Mitarbeitenden.

H_1 : Es gibt einen signifikanten Unterschied in der Bewertung der Hard und Soft Facts zwischen Leitungsgmitgliedern und Mitarbeitenden. Zunächst wurden die Mittelwerte aus den Umfragen berechnet:

Tabelle 15: Mittelwerte der Hard- und Soft-Facts aus der RS- und der Leadership-Umfrage

Hard und Soft Facts	Mittelwert Leadership	Mittelwert RS
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	4.26	4.39
Weiterbildungsmöglichkeiten	4.23	4.21
Aufstiegschancen	3.49	3.37
Arbeitsumgebung und -organisation	4.49	4.43
Wertesystem	3.87	3.80
Interne Kommunikation	4.47	4.40
Gutes Betriebsklima	4.77	4.60
Work-Life-Balance	4.42	4.30
Flexible Arbeitszeiten	3.83	3.73
Gestaltungsmöglichkeiten	3.70	3.59

(Quelle: Eigene Darstellung)

In Tabelle 16 wurden die t-Werte für jede Variable berechnet und mit dem kritischen t-Wert von 1,96 für ein Signifikanzniveau von 5%

8.7 Forschungsfrage III

und 389 Freiheitsgraden ($df = n_1 - n_2 - 2$) verglichen. Da keiner der berechneten t-Werte größer als 1,96 ist, kann die Nullhypothese nicht abgelehnt werden, sondern bestätigt werden, dass es keinen signifikanten Unterschied in der Bewertung der Hard und Soft Facts zwischen Leitungsmitgliedern und Mitarbeitenden gibt. Insgesamt zeigt dieser Hypothesentest, dass sowohl Leitungsmitglieder als auch Mitarbeitende die Hard Facts als wichtig erachten, wobei die Leitungsmitglieder diese im Durchschnitt etwas höher bewerten als die RS.

Tabelle 16: t-Wert und p-Werte der Hard- und Soft-Facts

Hard und Soft Facts	t-Wert	p-Wert
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	-0.462	0.644
Weiterbildungsmöglichkeiten	0.118	0.906
Aufstiegschancen	-1.281	0.201
Arbeitsumgebung und -organisation	0.222	0.824
Wertesystem	0.235	0.814
Interne Kommunikation	0.237	0.813
Gutes Betriebsklima	0.043	0.966
Work-Life-Balance	0.697	0.486
Flexible Arbeitszeiten	0.775	0.439
Gestaltungsmöglichkeiten	0.565	0.572

(Quelle: Eigene Darstellung)

8.7 Forschungsfrage III

Wie sehr stimmen die Wünsche und Bedürfnisse der Mitarbeitenden zur Arbeitgebermarke mit den Einschätzungen der Rettungsdienstleitungen zu den Bedürfnissen der Mitarbeitenden überein?

Der Hypothesentest III hat gezeigt, dass es keine signifikanten Abweichungen zwischen den Wünschen und Bedürfnissen der Mitarbeitenden bezüglich der Hard- und Soft-Facts der Arbeitgebermarke und den Einschätzungen der Rettungsdienstleitungen gibt. Es muss nicht nur

die Arbeitgebermarke, sondern auch die individuelle aktive Förderung der beruflichen Weiterentwicklung von RS durch die Rettungsdienstleitungen betrachtet werden. Die Daten zeigen, dass 7,10% der RS (n=24) absolut zufrieden sind und 23,67% (n=80) mehrheitlich zufrieden mit der individuellen Förderung ihrer beruflichen Weiterentwicklung sind. Der überwiegende Teil der Befragten (37,28%; n=125) gab an, weder zufrieden noch unzufrieden zu sein. 23,08% (n=78) sind mehrheitlich unzufrieden und 8,88% (n=30) sind absolut unzufrieden (*MW* 2.97; *SD* 0,172). Verglichen mit den unzufriedenen RS (n=108) sowie den unentschiedenen RS (n=125), machten die zufriedenen RS mit 30,77% (n=104) den kleinsten Anteil aus. Besonders der Mittelwert zeigt hier auf, dass es weitere Anstrengungen durch die Rettungsdienstleitungen benötigt, damit sie den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Mitarbeitenden gerecht werden können.

Die ähnliche Bewertung der Hard- und Soft-Facts zeigt, dass die Leitungen die Bedürfnisse und Wünsche gut einschätzen können. Es reicht aber nicht aus, die Bedürfnisse zu kennen, sondern es müssen entsprechende Maßnahmen ergriffen werden, damit diese Bedürfnisse auch befriedigt werden können. Natürlich ist der Aufbau einer Arbeitgebermarke mit Kosten verbunden, allerdings sind auch kleine Schritte möglich. Das Betriebsklima und die interne Kommunikation lassen sich auch ohne große finanzielle Investitionen verbessern.

8.8 Persönliche Entwicklung Masterarbeit

Eine Masterarbeit ist ein aufwändiger Prozess und soll die erfolgreiche Krönung des Masterstudiums sein. Die Seminararbeit in Soziologie und die Fallstudie zu Betriebsansiedelungen und öffentliche Bauvorhaben, bereiten die Studierenden auf die bevorstehende Masterarbeit vor. In der Masterarbeitskonzeption konnte man den Aufwand und die Arbeit, die in einem solchen Forschungsvorhaben stecken, bereits erahnen. Die Erarbeitung des theoretischen Teils sowie der anschließende Forschungsteil waren beide sehr zeitintensiv, aber zeitgleich auch sehr erkenntnisreich.

Der Mixed-Approach mit quantitativer Datenerhebung und qualitativem Experteninterview stellte sich während des Schreibprozesses als sehr herausfordernd dar. Auf der einen Seite hat es zu einem sehr spannenden Austausch und wichtigem Wissenszuwachs geführt, auf der anderen Seite aber auch eine aufwändige Mehrarbeit bedeutet. Letztendlich hat sich aber der Entscheid zu einem Mixed-Approach gelohnt. In allen Bereichen der vorliegenden Masterarbeit konnte man viel Neues lernen sowie bereits vorhandenes Wissen festigen und verbessern.

Trotz all der investierten Zeit und Nerven, hat das Verfassen dieser Masterarbeit großen Spaß gemacht sowie das Interesse an weiterer wissenschaftlicher Arbeit und Forschung geweckt.

8.9 Fazit

Der Fachkräftemangel stellt die Rettungsdienste künftig vor wachsende Herausforderungen. Die steigende Anzahl von Notfällen und die daraus resultierende hohe Belastung des Personals machen es besonders notwendig, Stellen adäquat zu besetzen. Der Mangel an qualifiziertem Personal gefährdet jedoch nicht nur die Effizienz des Rettungsdienstes, sondern auch die Sicherheit und Gesundheit der Patienten und Patientinnen. Das zeigte sich besonders eindrücklich in England, wo alarmierende Zahlen publiziert wurden: Allein im Dezember 2022 trugen Patientinnen und Patienten in 6.000 Fällen allein wegen Verspätungen der Behandlung durch Rettungsdienst-Wartezeiten bleibende Schäden davon.¹³³¹³⁴ Dies führte zu einer zunehmenden Frustration beim Rettungsfachpersonal und in der Konsequenz zu vielen Kündigungen, die im „Guardian“ als „Mass Exodus“ bezeichnet wurden. Dieser Massenexodus lässt sich quantifizieren: die Zahl der Rettungskräfte, die

133 Vgl. National Health Service, (2004)

134 Vgl. Campbell, (2023)

den Rettungsdienst verlassen, ist innerhalb von 3 Jahren um 51% gestiegen.¹³⁵

Um Verhältnisse wie in Großbritannien zu verhindern, müssen nun hier in der Schweiz geeignete Maßnahmen eingeleitet werden. Eine wichtige Rolle hierbei spielen die Maßnahmen des Personalmarketings und die Pflege einer starken Arbeitgebermarke, um geeignetes Personal zu gewinnen und langfristig zu binden.

Obwohl es nicht mehr 5 vor 12 ist haben wir noch nicht 12 Uhr erreicht. Für wirkungsvolle Maßnahmen zur aktiven Optimierung, ist jetzt der richtige Zeitpunkt. Ein anspruchsvoller, häufig lebensrettender Beruf muss Potenzial zu einer Karriere mit zukunftsweisenden Entwicklungsmöglichkeiten bieten, welche das professionelle Personal im Rettungsdienst hält und fördert, ohne es an andere Bereiche zu verlieren. Die Ergebnisse der RS-Umfrage haben gezeigt, dass es eine relevante Anzahl an unzufriedenen Rettungskräften gibt. Das ist ein alarmierendes Warnzeichen und sollte daher ernstgenommen werden.

Es ist dringend notwendig, ältere Arbeitnehmende im Beruf zu entlasten, da die Belastung und Anforderungen kontinuierlich zunehmen und oftmals nicht bis zum Rentenalter aufrechtzuerhalten sind. Dies zeigt sich auch in den deutlichen Umfrageergebnissen zur „Pensionierung als RS“: 38,87% der RS konnten sich nicht vorstellen, als RS pensioniert zu werden. Das zeigt, wie wichtig entsprechende Maßnahmen in diesem Bereich sind. Hier können Modelle wie Gemeinde-Rettungssanitäter/innen oder Verlegungsdienste zum Einsatz kommen.

Zusätzlich sollte ein betriebliches Gesundheitsmanagement ab dem ersten Arbeitstag im Rettungsdienst etabliert werden, um die Resilienz der Mitarbeitenden zu fördern. Diese innerbetriebliche Gesundheitsförderung wirkt sich nicht nur auf die Mitarbeitenden, sondern auch auf die Arbeitgebermarke positiv aus. In großen Unternehmen gibt es bereits Case-Manager, welche die Laufbahntwicklung an die individuellen Bedürfnisse des Alters, sowie körperlichen Einschränkungen, ausrichten; was auch eine Option für Rettungsdienste wäre.¹³⁶

135 Vgl. Adu, (2023)

136 Vgl. Kuhnke & Wanka, (2012)

Zudem müssen Maßnahmen ergriffen werden, um angemessene Karrierechancen, Weiterbildungsangebote und weitere Möglichkeiten anzubieten. Es sollte zwar nicht das Ziel sein, eine vollständige Akademisierung zu erreichen. Dennoch sollten im Rettungsdienst zunehmend akademische Arbeitsweisen, Konzepte und Modelle etabliert werden. Er muss sich unabhängig von anderen Gruppen emanzipieren, die bisher wissenschaftliche Ergebnisse im Rettungsdienst erhoben haben. Hierfür benötigt man entsprechende Qualifikationen, um die Kompetenzen zur Datenerhebung, Forschung und Analyse zu erlangen. Die postgraduierten Studiengänge CAS und MAS sind hier nicht zielführend, da sie nicht direkt für wissenschaftliche Forschung und Publizieren qualifizieren. Die geringe Anzahl an Publikationen von RS zeigen deutlich, wie unterrepräsentiert der Schweizer Rettungsdienst im internationalen Vergleich noch ist.

Durch Forschung und Datenerhebung können nicht nur die Qualität der Arbeit quantifiziert werden. Sie können auch eine Entscheidungsgrundlage sein, wodurch politische oder unternehmerische Entscheidungen durch fundierte Forschungsergebnisse beeinflusst werden können. Der Aufbau eines effektiven Personalmarketings und einer Arbeitgebermarke erfordert Investitionen, die durch Forschungsergebnisse – wie in dieser Masterarbeit gezeigt – bei der Entscheidungsfindung mit fundierten Ergebnissen überzeugen und unterstützen können.

Die Bedeutung von Forschung und Datenerhebung im Rettungsdienst geht über den reinen Erkenntnisgewinn hinaus. Ebenso wichtig sind der Wissensfortschritt, die Entwicklung neuer Arbeitsweisen sowie die Verbesserung von Prozessen und Methoden. Zudem tragen Forschung und Datenerhebung zur Qualitätssicherung, Fehlervermeidung und Förderung von wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklung bei. Dies zeigt sich auch hier: Das Forschungsthema dieser Masterarbeit stößt jetzt bereits auf ein großes Interesse. Mehrere Leitungen größerer Schweizer Rettungsdienste, sind an den Ergebnissen interessiert. Bisher gibt es noch keine publizierte vergleichbare Forschungsarbeiten zur Arbeitgebermarke und Personalmarketing von Rettungsdiensten in der Schweiz. Die Ergebnisse könnten daher wichtige Ansatzpunkte

für eine erste Strategieausrichtung des Personalmarketings und Etablierung einer Arbeitgebermarke im Rettungsdienst darstellen. Auch in der Community der Rettungswissenschaften findet dieses Thema Beachtung, die Forschungsergebnisse wurden zum Beispiel beim Journé Romande Recherche clinique préhospitalière am 06. September 2024 in Crans Montana (VS) vorgestellt.

Vor allem wenn mehr Kompetenzen und eigenverantwortliche Tätigkeit eingefordert werden, ist wissenschaftliche Kompetenz gefragt. Von Gesetzeswegen arbeiten die RS im Einsatzgeschehen durch die Delegation ihrer ÄLRD. Ohne entsprechende Daten werden nennenswerte Kompetenzerweiterungen kaum möglich sein. Die Zusammenarbeit mit ärztlichen Kollegen im wissenschaftlichen Kontext muss unbedingt bestehen bleiben, allerdings sollen die RS künftig mehr aktiv miteinbezogen werden.

Mit wissenschaftlich arbeitenden RS können die Entwicklungen im Rettungswesen erfasst, ausgewertet und letztlich aufgewertet werden. Im Rahmen des Qualitätsmanagements ist die Erfolgsüberprüfung von getroffenen Maßnahmen wichtig, sodass notwendige Anpassungen oder Probleme bereits frühzeitig erkannt und bearbeitet werden können. RS müssen zukünftig selbstständig in der Lage sein die Effizienz und Effektivität ihrer Arbeit darstellen zu können, ohne dabei von anderen Berufsgruppen abhängig zu sein. Außerdem können Rettungswissenschaften wichtige Erkenntnisse für die Gestaltung von Arbeitsbedingungen und -prozessen liefern, um die Leistungsfähigkeit und Sicherheit im Rettungsdienst zu optimieren. In größeren Rettungsdiensten ist es denkbar, dass sie in Zukunft wissenschaftliche Mitarbeitende beschäftigen, die für wichtige Erkenntnisse im Bereich der Rettungswissenschaften sorgen. Auch die geplanten Entwicklungen der Swiss Paramedic Association können dabei wissenschaftlich unterstützt und begleitet werden.

Durch RS werden häufig mehr Kompetenzen und eigenverantwortliche Arbeitsweisen gefordert. Die SPA hat die Notwendigkeit erkannt und erarbeitet Entwicklungsmöglichkeiten: Optionen können hierbei die Weiterqualifikation in den Bereichen „Gemeinde-Rettungssanitäter/in“

und „Critical Care“ sein. Daraus können sich weitreichende, spannende Perspektiven für RS ergeben, deren Entwicklung wird aber noch einige Zeit in Anspruch nehmen, wie auch Michael Schumann im Interview angegeben hat. Es muss schließlich ein zentrales Anliegen sein, künftig Austritte von fachlich hochqualifizierten, vielversprechenden sowie erfahrenen RS möglichst gering zu halten. Dennoch ist in Zeiten des Fachkräftemangels die Zulassungsbeschränkung zu den NDS AIN HF im Gesundheitswesen nicht nachvollziehbar. Die Durchlässigkeit zu forcieren, schafft zwar neue Berufsperspektiven, könnte aber langfristig zum Ausscheiden aus dem Rettungsdienst führen. Hier hätten die spitalgebundenen Rettungsdienste einen USP: Ein Stellensplitting (50:50) zu schaffen, sodass es nicht zu einem kompletten Ausscheiden aus dem Rettungsdienst kommt.

Die vorliegende RS-Umfrage zeigt, dass für 43,48% (n=147) ein Jobwechsel in eine Beschäftigung außerhalb des Rettungsdienstes führen würde. Hier sind die Berufsverbände und Interessensgemeinschaften gefragt, den Beruf durch entsprechende Angebote aus der Sackgasse zu manövrieren und zukunftstauglich weiterzuentwickeln.

Vielen Rettungsdiensten ist der Fachkräftemangel bereits bekannt. Die Reaktionen darauf sind jedoch stark heterogen und die Daten deuten darauf hin, dass derzeit (noch) ein Defizit bei der Maßnahmenumsetzung herrscht. In dieser Masterarbeit sind jetzt wesentliche Ansatzpunkte dargelegt worden, um Selbstreflexionen und die Suche nach geeigneten Reaktionen im Personalmarketing und der Arbeitgebermarke zu fördern.

Darüber hinaus muss das Berufsbild kontinuierlich weiterentwickelt werden: Durch die Schaffung von adäquaten Perspektiven und möglicher Entwicklungsmöglichkeiten zur Erhaltung und Weiterentwicklung des individuellen Potenzials, kann dem Fachkräftemangel im schweizerischen Rettungswesen begegnet werden.

Die Verhältnisse in Großbritannien sind erschreckend und deren Konsequenzen sind verheerend für die Patientinnen und Patienten. Es müssen jetzt Maßnahmen ergriffen werden, damit das nicht irgendwann in der Schweiz zur Realität wird. Daher ist es von grundlegender

Wichtigkeit, das Personalmarketing und die Arbeitgebermarke durch entsprechende Entwicklungen voranzutreiben, um die professionelle und hochwertige Versorgung langfristig zu erhalten und sie weiter zu verbessern.

9. Literaturverzeichnis

- Adu, A. (22. 08 2023). Nearly 7,000 ambulance workers in England left job in past year, figures show. *The Guardian*.
- Aiyar, S., Ebeke, C., & Shao, X. (2016). The Impact of Workforce Aging on European Productivity. *IMF Working Paper European Department*(WP/16/238), 1–29.
- Atalay, M., & Dağistan , U. (07. 09 2023). Quiet quitting: a new wine in an old bottle? *Personell Review: A Journal of People, Work, and Organisations*, S. 1–5.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*(Vol. 17, No. 1), S. 99–120.
- Bechtoldt, M., & Welk, C. (2005). *Kontraproduktives Verhalten am Arbeitsplatz: Ergebnisse einer Online-Befragung unter Dienstleistern*. (J. W. Main, Hrsg.) Abgerufen am 06.01.2024 von Universität Frankfurt am Main: https://user.uni-frankfurt.de/~bechtoldt/Kontraproduktives_Verhalten.pdf
- Becker, F. (2019). Herzbergs Zwei-Faktoren-Theorie der Motivation. In F. Becker, *Mitarbeiter wirksam motivieren* (S. 57–65). Berlin: Springer-Verlag GmbH.
- Beitinger, A. (18. 07 2014). *Verbitterung, Vertrauen und Posttraumatische Verbitterungsstörung: Ätiologie und Zusammenhänge der Konstrukte im beruflichen Kontext*. Abgerufen am 05.01.2024 von Inauguraldissertation zur Erlangung des akademischen Grades Doctor Rerum naturalium (Dr.rer.nat), Universität Trier Fachbereich I – Psychologie: https://ubt.opus.hbz-nrw.de/opus45-ubtr/frontdoor/deliver/index/docId/650/file/Dissertation_Anja_Beitinger_Psychologie.pdf
- Berger, W., Coutinho, E. F., Figueira, I., Marques-Portella, C., Pires Luz, M., Neylan, T. C., . . . Mendlowicz, M. V. (18. 06 2011). Rescuers at risk: a systematic review and meta-regression analysis of the worldwide current prevalence and correlates of PTSD in rescue workers. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, [https://doi.org/10.1007/s00127-011-0408-2\(47\)](https://doi.org/10.1007/s00127-011-0408-2(47)), 1001–1011.
- Boschian, K. (18.01.2024). E-Mail: „AW: Masterthesis“. (S. P. Association, Hrsg.) Sursee, Luzern, Schweiz.
- Branson , R. (27.03.2014). X. Abgerufen am 05.01.2024 von Offizieller Account Richard Branson: <https://twitter.com/richardbranson/status/449220072176107520?lang=fr>
- Britannica. (30.08.2023). *Rensis Likert*. (T. Editors of Encyclopedia, Produzent) Abgerufen am 07.01.2024 von Encyclopedia Britannica: <https://www.britannica.com/biography/Rensis-Likert>

9. Literaturverzeichnis

- Bundesverband Rettungsdienst AT. (28. 08 2023). *Presseinfo*. Abgerufen am 05.12.2023 von In Österreich fehlt das Berufsbild des Diplomierten Notfallsanitäters: <https://www.bvrd.at/wp-content/uploads/2023/08/PA-Zukunft-Rettungsdienst.pdf>
- Campbell, D. (25.01.2023). Thousands exposed to severe harm due to ambulance wait times last month. *The Guardian*.
- Christa, H. (2019). Employer Branding. In K. Grunwald, & L. Kolhoff (Hrsg.), *Basiswissen Sozialwirtschaft und Sozialmanagement: Personalmarketing Eine Einführung für sozialwirtschaftliche Organisationen* (S.133–167). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Dannhäuser, R. (2017). Trends im Recruiting: 1.2 Vom "Post and Pray" zum "aktiven Recruiting" in sozialen Netzwerken. In R. Dannhäuser, *Praxishandbuch Social Media Recruiting: Experten Know-How / Praxistipps / Rechtshinweise* (Bde. 10.1007/978-3-658-16281-8_1, S. 3). Wiesbaden: Springer Vieweg.
- Das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF). (01.04.2023). *412.101.61 Verordnung des WBF über Mindestvorschriften für die Anerkennung von Bildungsgängen und Nachdiplomstudien der höheren Fachschulen*. Abgerufen am 19.12.2023 von Artikel 10 Absatz 3 MiVo HF: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/586/de>
- Debus, M. E., & Körner, B. (02.02.2018). Überqualifizierung im Kontext organisationaler Karrieren: Die Signalwirkung von proaktivem Verhalten. *Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für angewandte Organisationspsychologie (GIO)* (Volume 49), S. 34–41.
- Der Schweizerische Bundesrat. (01.04.2022). *412.101 Verordnung über die Berufsbildung (Berufsbildungsverordnung, BBV)*. Abgerufen am 19.12.2023 von Artikel 44 a–c: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2003/748/de>
- Deutscher Qualifikationsrahmen (DQR). (21.07.2022). *Liste der zugeordneten Qualifikationen*. Abgerufen am 05.12.2023 von https://www.dqr.de/dqr/shareddocs/downloads/media/content/2022_dqr_liste_der_zugeordneten_qualifikationen_01082022.pdf?__blob=publicationFile&v=3
- DIE ANTWORT. (2023). *Schutz & Rettung*. Abgerufen am 19.12.2023 von Details: <https://www.dieantwort.com/schutzundrettung/>
- Faix, W. G., & Mergenthaler, J. (2009). 2 Innovation – der Motor der wirtschaftlichen Entwicklung. In W. G. Faix, & M. Auer, *Talent. Kompetenz. Management*. (Bd. 1, S. 16). Stuttgart: Steinbeis-Edition.
- Fehringer, D. (2019). Regionales Standortmarketing – was Kommunen und Unternehmen gemeinsam bewegen können. In T. Breyer-Mayländer, & C. Zerres, *Stadtmarketing: Grundlagen, Analysen, Praxis* (S. 291–296). Wiesbaden: Springer Gabler.
- Felser, G. (2010). In *Personalmarketing* (Bd. Praxis der Personalpsychologie, S. 1–112). Göttingen: Horgrefe.

9. Literaturverzeichnis

- Forum Berufsbildung Rettungswesen. (31.10.2022). *Rahmenlehrplan für Bildungsgänge der höheren Fachschulen "Rettungssanität"*. Abgerufen am 05.12.2023 von mit den geschützten Titeln «dipl. Rettungssanitäterin HF» «dipl. Rettungssanitäter HF»: https://www.forum-bb-rw.ch/?action=act_getfile&doc_id=101064&
- Forum Berufsbildung Rettungswesen. (2024). *Disponent/in Notrufzentrale*. Abgerufen am 10.02.2024 von Berufsprüfung mit eidgenössischem Fachausweis: <https://www.forum-bb-rw.ch/de/Bildung/Berufsbildung/Disponent/in-Notrufzentrale>
- Frey, M., Lobsiger, M., & Trede, I. (2017). Rettungsdienste in der Schweiz: Strukturen, Leistungen und Fachkräfte. *Obsan Bulletin* (1/2017), 1–7.
- Gallup®. (2024). *Employment Engagement*. Abgerufen am 05.01.2024 von Three-YearRollingEngagementTrendsbyCountry.xlsx: <https://www.gallup.com/394373/indicator-employee-engagement.aspx#:~:text=In%20the%20latest%20reading%2C%20from,than%202020%27s%20high%20of%2036%25.>
- Ghielen, S. T., De Cooman, R., & Sels, L. (2021). The interacting content and process of the employer brand: person-organization fit and employer brand clarity. *European Journal of Work and Organizational Psychology* (Volume 30, No. 2), S. 292–304.
- Gluding, T. (2020). 8. Schlussbetrachtung. In *Die Nutzung digitaler sozialer Netzwerkdienste zur Personalrekrutierung: Vom Post & Pray zum Active Sourcing* (S. 241). Dortmund: readbox unipress.
- Gutmann, J., & Gatzke, E. (2015). Talent Review: Checkliste. In *Talentmanagement* (S. 121). Freiburg: Haufe-Lexware GmbH & Co. KG.
- Gutmann, J., & Gatzke, E. (2015). Externes Personalmarketing. In J. Gutmann, & E. Gatzke, *Talentmanagement* (S. 83). Freiburg: Haufe-Lexware GmbH & Co. KG.
- Hadley, C. (15. 10 2023). Who is Quitting and Why Are They Leaving? *Good Governance Worldwide: Journal of ASPA Section for Public Management Practice*, S. 32–42.
- Hagen, E. (2014. 04 2014). Als RS wird niemand pensioniert. *Star of Life* (04/14), 20–22.
- Harari, M. B., Manapragada, A., & Viswesvaran, C. (10 2017). Who thinks they're a big fish in a small pond and why does it matter? A meta-analysis of perceived overqualification. *Journal of Vocational Behavior* (Volume 102), S. 28–47.
- Hofmann, T. (2022). *Welche Merkmale machen einen Arbeitgeber im deutschen Rettungsdienst attraktiv?: Eine empirische Untersuchung aus der Sicht aktueller Arbeitnehmer*innen*. Hamburg: Diplomica.
- Immerschitt, W., & Stumpf, M. (2022). *Neue Herausforderungen im Employer Branding: Wie Digitalisierung und Homeoffice den Aufbau von Arbeitgebermarken verändert haben*. Wiesbaden: Springer Gabler.

9. Literaturverzeichnis

- Interverband für Rettungswesen. (01.01.2023). *Richtlinien zur Anerkennung von Rettungsdiensten*. Abgerufen am 04.12.2023 von Richtlinien Version 1.2 / 2022: https://www.144.ch/wp-content/uploads/2022/06/RL_Rettungsdienst_d_2022.pdf
- Interverband für Rettungswesen IVR – IAS. (2022). *Handbuch Anerkennung Rettungsdienst*. Abgerufen am 14.02.2024 von https://www.144.ch/wp-content/uploads/2022/06/Handbuch_RL_Rettungsdienst_d_2022.pdf
- Kanning, U. P. (2016). 2.2 Personalmarketing als Variante des Marketings. In U. P. Kanning, *Personalmarketing, Employer Branding und Mitarbeiterbindung: Forschungsbefunde und Praxistipps aus der Personalpsychologie* (S. 18–21). Berlin/Heidelberg: Springer.
- Krafft, T., Neuerer, M., Böbel, S., & Reuter-Oppermann, M. (24.11.2022). *Notfallversorgung & Rettungsdienst in Deutschland: Partikularismus vs. Systemdenken*. (M. U. (CAPHRI), Hrsg.) Abgerufen am 05.12.2023 von Bertelsmann Stiftung, Björn Steiger Stiftung, Maastricht University Care and Public Health Research Institute (CAPHRI): <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/notfallversorgung-rettungsdienst-in-deutschland>
- Krebs, S., Hasseler, M., & Lietz, A. L. (21.07.2020). Der Einsatz von Leih- und Zeitarbeit in der Pflege – steigende Kosten, fehlende soziale und fachliche Akzeptanz, ausbleibende Einarbeitung und Kurzeinweisung. *Gesundheitswesen* (82), S. e138–e146.
- Kuhnke, R., & Wanka, V. (2012). Viele Alte – wenig Junge: Rettungsdienst in Zeiten des demografischen Wandels. *retten!* (1(4)), S. 258–261.
- Kulkarni, M., Lengnick-Hall, M. L., & Martinez, P. G. (01.06.2015). Overqualification, mismatched qualification, and hiring decisions: Perceptions of employers. *Personnel Review: A Journal of People, Work and Organisations*, doi.org/10.1108/PR-11-2013-0204 (Volume 44 No. 4), S. 529–549.
- Lewandowski, K., & Schmidt, K. W. (2020). Weihnachten mit Charles Dickens: Der Literat als Krankenbeobachter und guter Moralist. *Deutsche Medizinische Wochenschrift*, Volume 145(25) (DOI: 10.1055/a-1232-4839), S. 1833–1839.
- Linden, M., Baumann, K., Lieberei, B., & Rotter, M. (2013). *PTED Skala. Post-Traumatic Embitterment Disorder Selbstbeurteilungsfragebogen [Verfahrensdokumentation, Autorenbeschreibung englisch, Diagnostisches Interview Lang- und Kurzfassung, Fragebogen deutsch, kroatisch, koreanisch, türkisch und portugiesisch]*. (L.-I. f. (ZPID), Hrsg.) Abgerufen am 05.01.2024 von <https://www.psycharchives.org/en/item/bfb54718-de3d-48ea-b840-5e341fd4aa65>
- Linden, M., Schippan, B., Baumann, K., & Spielberg, R. (01 2004). Die posttraumatische Verbitterungsstörung (PTED): Abgrenzung einer spezifischen Form von Anpassungsstörungen. *Der Nervenarzt*, doi.org/10.1007/s00115-003-1632-0 (Volume 75), S. 51–57.

9. Literaturverzeichnis

- Lindzon, J. (15. 08 2023). What is quiet hiring and how can it benefit your organization? Companies experiencing a tight labour market have increasingly been looking to existing talent to fill skills gaps. *Globe & Mail*, B8, S. <https://link.gale.com/apps/doc/A760880041/AONE?u=anon~aa59481f&sid=sitemap&xid=f80ab9dd>.
- Lohaus, D., & Rietz, C. (2020). Arbeitgeberattraktivitätsinventar (AGA-I) – Ein deutschsprachiges Instrument zur Messung der Arbeitgeberattraktivität. *Wirtschaftspsychologie* (02–2020), S. 87–100.
- Maynard, D., Hakel, M. D., & Taylor, E. B. (01 2009). Applicant overqualification: Perceptions, predictions, and policies of hiring managers. *Organizational behavior and dynamics*, S. 13–38.
- Michaelis, D. (14.12.2023). *Dissertation: Positive Leadership und Folgeprozesse von Mitarbeiterbefragungen Untersuchungen zur Ausgestaltung und Auswirkung von Folgeprozessen und zum Einfluss von Positive Leadership auf Folgeprozesse und Arbeitseinstellungen*. Abgerufen am 14.02.2024 von Rheinland-Pfälzische Technische Universität Kaiserslautern Landau: https://kluedo.ub.rptu.de/frontdoor/deliver/index/docId/7617/file/_Dissertation_David_Michaelis_Positive_Leadership_und_Folgeprozesse.pdf
- MindTools®. (2023). *VRIO Analysis*. Abgerufen am 21.12.2023 von MindTools® Strategy Tools: <https://www.mindtools.com/a182jt9/vrio-analysis>
- Moser, K., & Zempel, J. (2006). Personalmarketing. In H. Schuler, *Lehrbuch der Personalpsychologie* (S. 69–76). Göttingen: Hogrefe.
- National Health Service. (2004). *Degree of harm*. Abgerufen am 01.03.2024 von https://www.england.nhs.uk/wp-content/uploads/2019/10/NRLS_Degree_of_harm_FAQs_-_final_v1.1.pdf
- Nerdinger, F. W. (2008). *Unternehmensschädigendes Verhalten erkennen und verhindern* (Bd. 15). (H. Schuler, R. Hossiep, M. Kleinmann, & W. Sarges, Hrsg.) Göttingen: Hogrefe Verlag.
- OdaSanté – Nationale Dachorganisation der Arbeitswelt Gesundheit. (27. 05 2022). *Rahmenlehrplan für Nachdiplomstudien der höheren Fachschulen Anästhesiepflege, Intensivpflege, Notfallpflege*. Abgerufen am 05. 01 2024 von OdaSanté: https://www.odosante.ch/fileadmin/odosante.ch/docs/Hoehere_Berufsbildung_und_Hochschulen/AIN/Rahmenlehrplan_NDS_HF_AIN.pdf
- Parker, S. K., & Collins, C. G. (10. 07 2008). Taking Stock: Integrating and Differentiating Multiple Proactive Behaviors. (Southern Management Association, Hrsg.) *Journal of Management* (Volume 36, Issue 3), S. 633–662.
- Petkovic, M. (2008). In M. Petkovic, *Employer Branding : ein markenpolitischer Ansatz zur Schaffung von Präferenzen bei der Arbeitgeberwahl* (S. 198–203). München: Rainer Hampp Verlag.
- Prescher, T., Bauer, C., Dubb, R., Hofmann, T., & Koch, S. (2023). *Rettungswissenschaft: Grundlagen, Theorien und Perspektiven* (1. Auflage Ausg.). Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH.

9. Literaturverzeichnis

- Regener, H., & Wilmes, A. (12 2023). Erste Ergebnisse der Umfrage zu den Kennzahlen des Schweizer Rettungswesens. *Star of Life* (04/2023), 6–7.
- Regener, H., Trede, I., & Schumann, M. (2023). Fachkräfte dringend gesucht: Zur Personalsituation der Rettungsdienste in der Schweiz. *Rettungsdienst*, 46. Jahrgang (4/2023), 322–327.
- Ryan, A. M., & Derous, E. (2016). Highlighting tensions in recruitment and selection research and practice. *International Journal of Selection and Assessment* (24(1)), S. 54–62.
- Schumann, M. (21. 02 2024). Experteninterview Michael Schumann. 1–11. (F. Brinkmann, Interviewer) Zürich, ZH, Schweiz.
- Schweizer Radio und Fernsehen . (01.02.2023). *Ambulanzen am Limit – Rettungssanität schlägt Alarm*. Abgerufen am 09.09.2023 von Immer mehr Notrufe bei Personalmangel: Die Rettungssanität sucht dringend neue Mitarbeitende: <https://www.srf.ch/news/schweiz/ambulanzen-am-limit-rettungssanitaet-schlaegt-alarm>
- Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI). (01.07.2021). *Verordnung des SBFI über das Verzeichnis der gemäss dem nationalen Qualifikationsrahmen für Abschlüsse der Berufsbildung eingestufteten Berufsbildungsabschlüsse*. (F. u. Staatssekretariat für Bildung, Hrsg.) Abgerufen am 08.03.2024 von 412.105.12: <https://www.fedlex.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/cc/2015/269/20210701/de/pdf-a/fedlex-data-admin-ch-eli-cc-2015-269-20210701-de-pdf-a-1.pdf>
- Stadt Zürich Sicherheitsdepartement. (2024). *Vorbereitungslehrgang «Disponent*in Notrufzentrale» mit eidg. FA*. Abgerufen am 10.02.2024 von Methodik und Didaktik: https://www.stadt-zuerich.ch/pd/de/index/schutz_u_rettung_zuerich/fachschoole_rettungsberufe/bildungs-und-fuehrungslehrgaenge/Disponentenlehrgang.html
- Stanley, M. L., Neck, C. B., & Neck, C. P. (06.01.2023). Loyal workers are selectively and ironically targeted for exploitation. *Journal of Experimental Social Psychology*, doi.org/10.1016/j.jesp.2022.104442 (Volume 106), S. 1–11.
- Strässner , A.-M., Merdzanovic, A., & Suvada, A. (10 2023). *Employer Branding Studie 2023*. (Z. S. Law, Hrsg.) Abgerufen am 06.01.2024 von https://digitalcollection.zhaw.ch/bitstream/11475/29013/3/2023_Straessner-et-al_Employer-Branding-Studie-2023.pdf
- Stritzke, C. (2010). II Theoretische Grundlagen. In C. Stritzke, *Markenorientiertes Personalmanagement durch Employer Branding* (1. Ausg., S. 15–115). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Stülb von Klimesch, L., & von Klimesch, C. (2014). *Professional Search als Personalmarketing: Eine Antwort auf das Recruiting-Dilemma in der Wissensgesellschaft*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Trede, I., Regener, H., & Cianella , R. (2009). Rettungssanitäter als Mangelware: Derzeit mehr Fragen als Antworten zum vorhersehbaren Fachkräftemangel im Rettungsdienst. *Star of Life* (4/09), 11–15.

9. Literaturverzeichnis

- Trede, I., Regener, H., & Cianella, R. (2009). Rettungssanitäter als Mangelware: Derzeit mehr Fragen als Antworten zum vorhersehbaren Fachkräftemangel im Rettungsdienst. *Star of Life* (04/09), 11–15.
- Van Harrison, R. (1978). Person-environment fit and job stress. In C. L. Cooper, & R. Payne, *Stress at Work* (S. 175–205). New York: Wiley.
- Voss, S. (2019). Personalentwicklung im Rettungsdienst Winterthur. *Star of Life* (02/2019), 16–20.
- Wagner, S. (2018). Employer Branding – ein entscheidender Faktor zur Fachkräftesicherung im Rettungsdienst. In A. Neumayr, M. Baubin, & A. Schinnerl, *Herausforderungen der Notfallmedizin: Innovation – Vision – Zukunft* (S. 27–36). Berlin: Springer-Verlag GmbH.
- Wagner-Schelewsky, P., & Hering, L. (2022). 70. Ursprung und Verbreitung der Online-Befragung. In N. Baur, & J. Blasius, *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 1051). Wiesbaden: Springer VS.
- Walter, B. (2021). Was wird noch nicht über Employer Branding wissen. *Marketing Review St. Gallen, Vol. 38* (Iss. 2), S. 20–27.
- Wiese, D. (2005). 1. Einführung. In D. Wiese, *Employer Branding : Arbeitgebermarken erfolgreich aufbauen* (S. 17–19). Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Wrzesniewski, A., & Dutton, J. E. (04 2001). Crafting a Job: Revisioning Employees as Active Crafters of Their Work. *The Academy of Management Review*, doi.org/10.2307/259118 (Volume 26, No. 2), S. 179–201.
- Wunsch, C., Buchmann, M., & Wedel, S. (10 2014). *Arbeits- und Fachkräftebedarf der Schweiz bis 2060*. Abgerufen am 07.01.2024 von Abteilung Arbeitsmarktökonomie Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Universität Basel: https://www.unibas.ch/fileadmin/user_upload/wwz/00_Professuren/Wunsch_Arbeitsmarktökonomie/Forschung/7._Abschlussbericht_Arbeits-_und_Fachkraeftebedarf_der_Schweiz_bis_2060.pdf
- Znoj, H. (2008). *BVI: Berner Verbitterungs-Inventar : Manual*. Bern: H. Huber .

Anhang

Aktivmitglieder SPA Angabe durch Boschian

Am 18.01.2024 um 15:20 schrieb info@ [REDACTED]:

Guten Tag Herr Brinkmann

Gerne habe ich Ihre Umfrage an unsere deutschsprachigen Mitglieder vorbereitet.

Wir haben die **Deadline der Umfrage unten im Mailing ergänzt sowie eine kurze Einführung geschrieben**

Die Umfrage muss an die deutschsprachigen Mitglieder versendet werden: Dies wären insgesamt **890 Mailadressen (nur Aktivmitglieder)** oder **1'050 Mailadressen (alle Mitglieder inkl. Aktiv-, Junior-, Ehren-, Passivmitglieder und Gönner)**. Die Frage ist, ob wir lediglich die Aktivmitglieder anschreiben, oder auch die Juniormitglieder, welche noch in Ausbildung sind. Sie sehen oben die Zahl der effektiv bei uns hinterlegten Mailadressen. Ich müsste daher von Ihnen wissen, ob alle Mitglieder oder nur die Aktivmitglieder angeschrieben werden sollen.

Vielen Dank für Ihre Rückmeldung zum Verteiler und Freigabe, dann würden wir die Umfrage heute oder spätestens morgen versenden.

Herzliche Grüsse
Katja Boschian

i.A. Katja Boschian

Swiss Paramedic Association

Geschäftsstelle
Bahnhofstrasse 7b
CH-6210 Sursee

info@swissparamedic.ch
www.swissparamedic.ch

Ergebnisse RS-Umfrage

Massnahmen zur Sicherung und Förderung der langfristigen Bindung von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern in der Deutschschweiz

Liebe Rettungssanitäterinnen, liebe Rettungssanitäter

Herzlich Willkommen zu meiner Online-Befragung im Rahmen meiner Masterthesis "Massnahmen zur Sicherung und Förderung der langfristigen Bindung von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern in der Deutschschweiz: Eine Analyse des Personalmarketings und der Arbeitgebermarke". Diese führe ich im Rahmen meines Studiums an der FH Burgenland und der Austrian School of Applied Studies durch.

Vielen Dank im Voraus für Ihre Bereitschaft, daran teilzunehmen. Ihre Teilnahme an dieser Umfrage ist von grosser Bedeutung, um repräsentative und aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen. Jede einzelne Beantwortung ist wertvoll und trägt dazu bei, konkrete Erkenntnisse zum Personalmarketing und Arbeitgebermarken im Rettungsdienst zu gewinnen. Deshalb lade ich Sie herzlich ein, sich an der Online-Befragung zu beteiligen und somit einen wichtigen Beitrag zu leisten, um die konkreten Bedürfnisse von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern sichtbar zu machen.

Für die optimale Datensammlung und die nachfolgende Datenanalyse ist es wichtig, dass Sie als Teilnehmende folgende Kriterien erfüllen:

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Berechtigung zum Tragen des geschützten Titels: Dipl. Rettungssanitäter/in HF oder Rettungssanitäter/in NHF
- Mindestens 20% Arbeitspensum im Rettungsdienst
- Die Haupttätigkeit liegt im Rettungsdienst (Nebenbeschäftigung in Ausbildung, Sanitätsnotruf, etc. möglich)
- Keine Führungsposition im Kader, die im Leitungsteam aktiv an Entscheidungsprozessen im Personalmarketing und Arbeitgebermarke mitwirken.

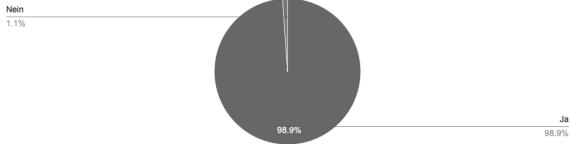
Die Befragung ist anonym, und es sind keine Rückschlüsse auf Personen möglich. Die Plattform Findmind erfüllt die aktuellen DSGVO-Kriterien, ist SSL verschlüsselt und verwendet kein Tracking. Die Befragung endet mit dem 07. Februar 2024.

Ihre Bearbeitungszeit liegt bei 5 bis maximal 10 Minuten. Bitte beantworten Sie jede Frage möglichst spontan mit ihrer subjektiven Einschätzung. Bei keiner der Antwortmöglichkeiten gibt es eine korrekte oder falsche Antwort.

Anhang

Ich habe den Willkommenstext gelesen und verstanden. Ich bin mit der Speicherung meiner Antworten einverstanden.

Ich habe den Willkommenstext gelesen und verstanden. Ich bin mit der Speicherung meiner Antworten einverstanden.

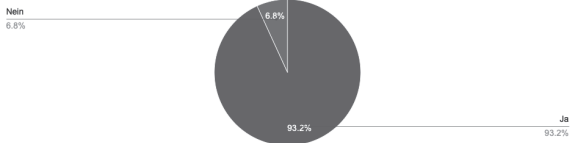


Option	Prozent	Anzahl
Ja	98.91	362
Nein	1.09	4

Erfüllen Sie die im Einleitungstext aufgeführten Teilnahmebedingungen?

- *Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz*
- *Berechtigt zum Tragen des Titels: Dipl. Rettungssanitäter/in HF oder Rettungssanitäter/in NHF*
- *Mindestens 20% Arbeitspensum im Rettungsdienst*
- *Die Haupttätigkeit liegt im Rettungsdienst (Nebenbeschäftigung in Ausbildung, Einsatzleitzentrale, etc. möglich)*
- *Keine Führungsposition im Kader, die im Leitungsteam aktiv an Entscheidungsprozessen im Personalmarketing und Arbeitgebermarke mitwirken.*

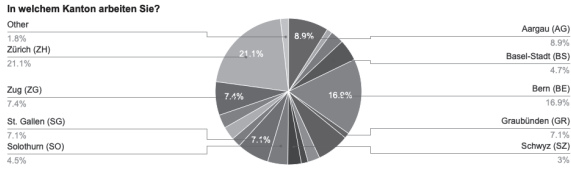
Erfüllen Sie die im Einleitungstext aufgeführten Teilnahmebedingungen?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	93.17	341
Nein	6.83	25

Anhang

In welchem Kanton arbeiten Sie?



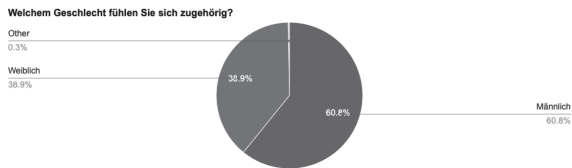
Option	Prozent	Anzahl
Aargau (AG)	8.90	30
Appenzell Innerrhoden (AI)	0.30	1
Appenzell Ausserrhoden (AR)	1.19	4
Basel-Landschaft (BL)	2.97	10
Basel-Stadt (BS)	4.75	16
Bern (BE)	16.91	57
Freiburg (FR)	0.59	2
Genf (GE)	0.00	0
Glarus (GL)	1.19	4
Graubünden (GR)	7.12	24
Jura (JU)	0.00	0
Luzern (LU)	2.67	9
Neuenburg (NE)	0.00	0
Nidwalden (NW)	0.59	2
Obwalden (OW)	0.30	1
Schaffhausen (SH)	1.48	5
Schwyz (SZ)	2.97	10
Solothurn (SO)	4.45	15
St. Gallen (SG)	7.12	24

Anhang

Tessin (TI)	0.00	0
Thurgau (TG)	2.08	7
Uri (UR)	2.97	10
Waadt (VD)	0.00	0
Wallis (VS)	2.97	10
Zug (ZG)	7.42	25
Zürich (ZH)	21.07	71

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

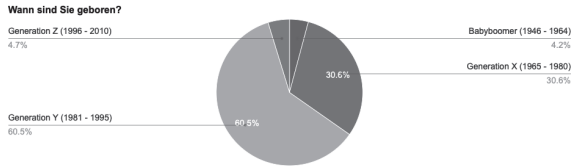
Divers (X, 0, divers, anderer nicht binärer Geschlechtseintrag)



Option	Prozent	Anzahl
Männlich	60.83	205
Weiblich	38.87	131
Divers	0.30	1

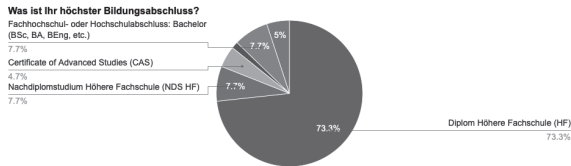
Anhang

Wann sind Sie geboren?



Option	Prozent	Anzahl
Babyboomer (1946 - 1964)	4.15	14
Generation X (1965 - 1980)	30.56	103
Generation Y (1981 - 1995)	60.53	204
Generation Z (1996 - 2010)	4.75	16

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

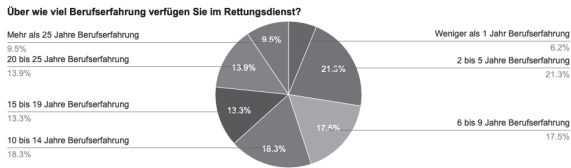


Option	Prozent	Anzahl
Diplom Höhere Fachschule (HF)	73.29	247
Nachdiplomstudium Höhere Fachschule (NDS HF)	7.72	26
Certificate of Advanced Studies (CAS)	4.75	16
Diploma of Advanced Studies (DAS)	0.00	0
Master of Advanced Studies (MAS)	1.48	5
Fachhochschul- oder Hochschulabschluss: Bachelor (BSc, BA, BEng, etc.)	7.72	26
Fachhochschul- oder Hochschulabschluss: Master (MSc, MBA, MA, MEng etc.)	5.04	17
Promotion (Doktor, PhD)	0.00	0

Anhang

Über wie viel Berufserfahrung verfügen Sie im Rettungsdienst?

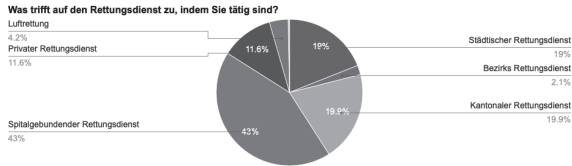
Die Berufserfahrung gilt ab dem erfolgreichen Abschluss als RS.



Option	Prozent	Anzahl
Weniger als 1 Jahr Berufserfahrung	6.21	21
2 bis 5 Jahre Berufserfahrung	21.30	72
6 bis 9 Jahre Berufserfahrung	17.46	59
10 bis 14 Jahre Berufserfahrung	18.34	62
15 bis 19 Jahre Berufserfahrung	13.31	45
20 bis 25 Jahre Berufserfahrung	13.91	47
Mehr als 25 Jahre Berufserfahrung	9.47	32

Anhang

Was trifft auf den Rettungsdienst zu, indem Sie tätig sind?



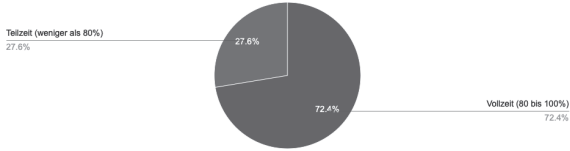
Option	Prozent	Anzahl
Städtischer Rettungsdienst	18.99	64
Bezirks Rettungsdienst	2.08	7
Kantonaler Rettungsdienst	19.88	67
Spitalgebundener Rettungsdienst	43.03	145
Privater Rettungsdienst	11.57	39
Zeitarbeitsunternehmen	0.00	0
Luftrettung	4.15	14
Andere Form (bitte angeben):	0.30	1

Teilnehmer	Andere Form (bitte angeben):
8195703	51% spital 49% privat (AG)

Anhang

Üben Sie Ihre Tätigkeit in Vollzeit oder Teilzeit aus?

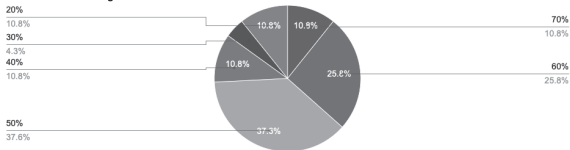
Üben Sie Ihre Tätigkeit in Vollzeit oder Teilzeit aus?



Option	Prozent	Anzahl
Vollzeit (80 bis 100%)	72.40	244
Teilzeit (weniger als 80%)	27.60	93

Wie viel Prozent beträgt Ihr Pensum?

Wie viel Prozent beträgt Ihr Pensum?

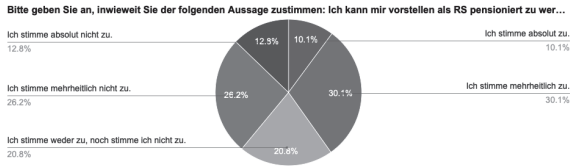


Option	Prozent	Anzahl
70%	10.75	10
60%	25.81	24
50%	37.63	35
40%	10.75	10
30%	4.30	4
20%	10.75	10

Anhang

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen: Ich kann mir vorstellen als RS pensioniert zu werden.

Mit RS sind Dipl. Rettungssanitäter/innen HF und Rettungssanitäter/innen NHF gemeint.



Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	10.12	34
Ich stimme mehrheitlich zu.	30.06	101
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	20.83	70
Ich stimme mehrheitlich nicht zu.	26.19	88
Ich stimme absolut nicht zu.	12.80	43

Anhang

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie der folgenden Aussage zustimmen: Ich kann mir vorstellen in einem Rettungsdienst pensioniert zu werden, jedoch in einer anderen Position als RS im Einsatzdienst.

Mit RS sind Dipl. Rettungssanitäter/innen HF und Rettungssanitäter/innen NHF gemeint.



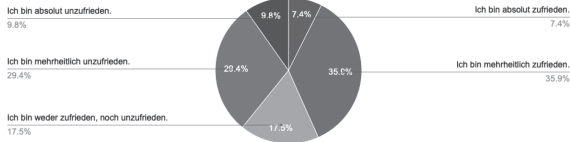
Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	9.41	19
Ich stimme mehrheitlich zu.	44.55	90
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	20.30	41
Ich stimme mehrheitlich nicht zu.	19.80	40
Ich stimme absolut nicht zu.	5.94	12

Anhang

Wie zufrieden sind Sie allgemein mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für RS in der Schweiz?

Mit RS sind Dipl. Rettungssanitäter/innen HF und Rettungssanitäter/innen NHF gemeint.

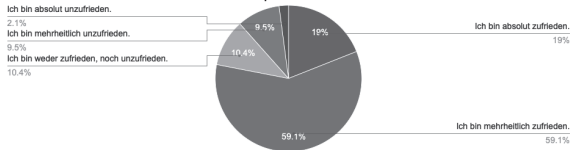
Wie zufrieden sind Sie allgemein mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für RS in der Schweiz?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	7.42	25
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	35.91	121
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	17.51	59
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	29.38	99
Ich bin absolut unzufrieden.	9.79	33

Wie sieht es um Ihre Zufriedenheit am aktuellen Arbeitsplatz aus?

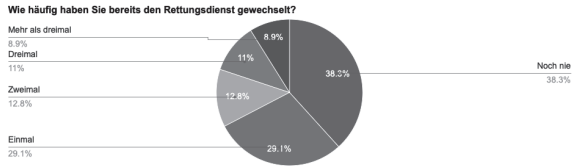
Wie sieht es um Ihre Zufriedenheit am aktuellen Arbeitsplatz aus?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	18.99	64
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	59.05	199
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	10.39	35
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	9.50	32
Ich bin absolut unzufrieden.	2.08	7

Anhang

Wie häufig haben Sie bereits den Rettungsdienst gewechselt?

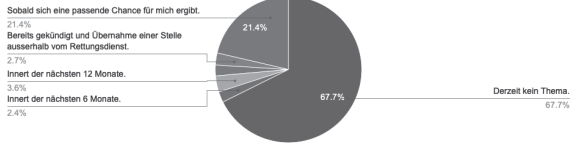


Option	Prozent	Anzahl
Noch nie	38.28	129
Einmal	29.08	98
Zweimal	12.76	43
Dreimal	10.98	37
Mehr als dreimal	8.90	30

Anhang

Planen Sie den Wechsel des Arbeitgebers?

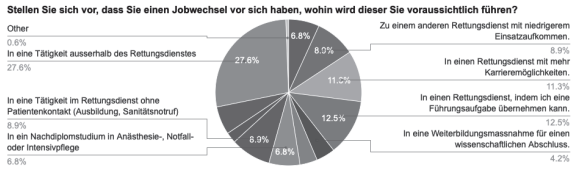
Planen Sie den Wechsel des Arbeitgebers?



Option	Prozent	Anzahl
Derzeit kein Thema.	67.66	228
Innert der nächsten 6 Monate.	2.37	8
Innert der nächsten 12 Monate.	3.56	12
Bereits gekündigt und Übernahme einer neuen Stelle im Rettungsdienst.	2.37	8
Bereits gekündigt und Übernahme einer neuen Stelle im Bereich des Rettungsdienstes ohne Patientenkontakt.	0.00	0
Bereits gekündigt und Übernahme einer Stelle ausserhalb vom Rettungsdienst.	2.67	9
Sobald sich eine passende Chance für mich ergibt.	21.36	72

Anhang

Stellen Sie sich vor, dass Sie einen Jobwechsel vor sich haben, wohin wird dieser Sie voraussichtlich führen?

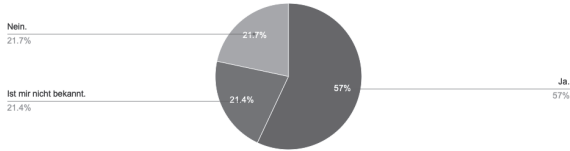


Option	Prozent	Anzahl
Zu einem anderen Rettungsdienst mit höherem Einsatzaufkommen.	6.82	23
Zu einem anderen Rettungsdienst mit niedrigerem Einsatzaufkommen.	8.90	30
In einen Rettungsdienst mit mehr Karrieremöglichkeiten.	11.28	38
In einen Rettungsdienst, indem ich eine Führungsaufgabe übernehmen kann.	12.46	42
In eine Weiterbildungsmassnahme für einen wissenschaftlichen Abschluss.	4.15	14
In eine Weiterbildungsmassnahme für eine rettungsdienstliche Weiterbildung (z.B. Dipl. Führungsperson in Rettungsorganisationen)	3.86	13
In eine Diplombildung zur diplomierten Pflegefachperson	0.59	2
In ein Nachdiplomstudium in Anästhesie-, Notfall- oder Intensivpflege	6.82	23
In eine Tätigkeit im Rettungsdienst ohne Patientenkontakt (Ausbildung, Sanitätsnotruf)	8.90	30
In eine Tätigkeit in einer anderen Blaulichtorganisation (Polizei, Feuerwehr)	2.37	8
In eine Tätigkeit als RS auf einer Notfallstation im Spital	6.23	21
In eine Tätigkeit ausserhalb des Rettungsdienstes	27.60	93

Anhang

Durch meinen Arbeitgeber werden regelmässig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt (alle 1 bis 5 Jahre).

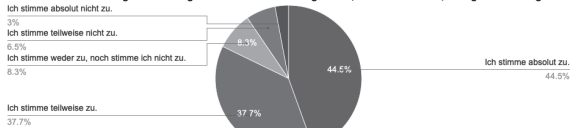
Durch meinen Arbeitgeber werden regelmässig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt (alle 1 bis 5 Jahre).



Option	Prozent	Anzahl
Ja.	56.97	192
Ist mir nicht bekannt.	21.36	72
Nein.	21.66	73

Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu: Ich kann den Rettungsdienst, für den ich arbeite, Kollegen und Kolleginnen als Arbeitgeber empfehlen.

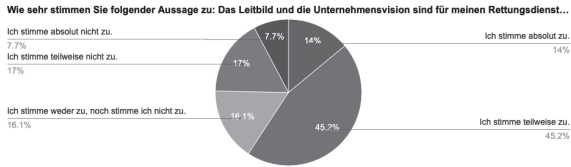
Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu: Ich kann den Rettungsdienst, für den ich arbeite, Kollegen und Kolleginn...



Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	44.51	150
Ich stimme teilweise zu.	37.69	127
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	8.31	28
Ich stimme teilweise nicht zu.	6.53	22
Ich stimme absolut nicht zu.	2.97	10

Anhang

Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu: Das Leitbild und die Unternehmensvision sind für meinen Rettungsdienst wichtig und diese werden auch in der Praxis gelebt.



Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	13.99	47
Ich stimme teilweise zu.	45.24	152
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	16.07	54
Ich stimme teilweise nicht zu.	16.96	57
Ich stimme absolut nicht zu.	7.74	26

Anhang

Für den Aufbau einer Arbeitgebermarke gibt es wichtige Hard Facts und Soft Facts. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit der folgenden Hard Facts für Sie:

Slider ganz links (Position 1) = Unwichtig

Slider eher links (Position 2) = Eher unwichtig

Slider mittig (Position 3) = Weder wichtig noch unwichtig

Slider eher rechts (Position 4) = Eher wichtig

Slider ganz recht (Position 5) = Sehr wichtig

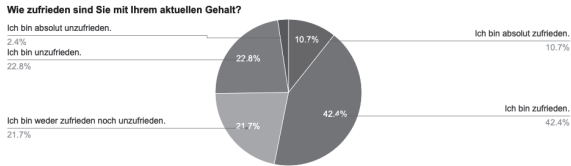


	Ø	1	2	3	4	5
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	Ø: 4.39 Σ: 337	4 1.19%	4 1.19%	19 5.64%	140 41.54%	170 50.45%
Weiterbildungsmöglichkeiten	Ø: 4.21 Σ: 337	2 0.59%	9 2.67%	37 10.98%	157 46.59%	132 39.17%
Aufstiegschancen	Ø: 3.37 Σ: 337	9 2.67%	45 13.35%	130 38.58%	117 34.72%	36 10.68%
Arbeitsumgebung und -organisation	Ø: 4.43 Σ: 337	2 0.59%	5 1.48%	23 6.82%	123 36.5%	184 54.6%

Anhang

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem aktuellen Gehalt?

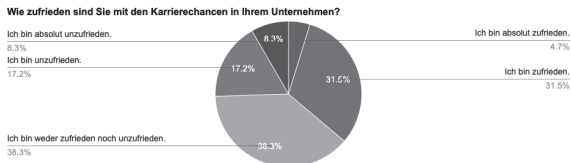
Hardfact: Gehalt



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	10.68	36
Ich bin zufrieden.	42.43	143
Ich bin weder zufrieden noch unzufrieden.	21.66	73
Ich bin unzufrieden.	22.85	77
Ich bin absolut unzufrieden.	2.37	8

Wie zufrieden sind Sie mit den Karrierechancen in Ihrem Unternehmen?

Hardfacts: Aufstiegschancen



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	4.75	16
Ich bin zufrieden.	31.45	106
Ich bin weder zufrieden noch unzufrieden.	38.28	129
Ich bin unzufrieden.	17.21	58
Ich bin absolut unzufrieden.	8.31	28

Anhang

Für den Aufbau einer Arbeitgebermarke gibt es wichtige Hard Facts und Soft Facts. Bitte bewerten Sie, wie wichtig Ihnen die folgenden Soft Facts sind:

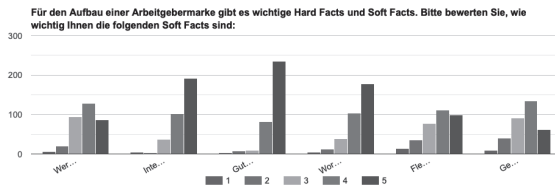
Slider ganz links (Position 1) = Unwichtig

Slider eher links (Position 2) = Eher unwichtig

Slider mittig (Position 3) = Weder wichtig noch unwichtig

Slider eher rechts (Position 4) = Eher wichtig

Slider ganz recht (Position 5) = Sehr wichtig



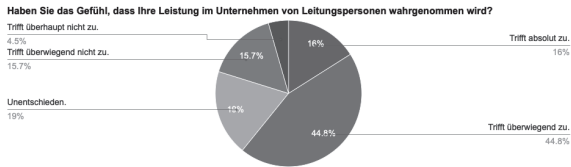
	Ø	1	2	3	4	5
Wertesystem	Ø: 3.8 Σ: 337	6 1.78%	20 5.93%	95 28.19%	129 38.28%	87 25.82%
Interne Kommunikation	Ø: 4.4 Σ: 337	4 1.19%	3 0.89%	37 10.98%	102 30.27%	191 56.68%
Gutes Betriebsklima	Ø: 4.6 Σ: 337	3 0.89%	7 2.08%	10 2.97%	82 24.33%	235 69.73%
Work-Life-Balance	Ø: 4.3 Σ: 337	4 1.19%	13 3.86%	39 11.57%	103 30.56%	178 52.82%

Anhang

Flexible Arbeitszeiten	Ø:					
	3.73	14	36	77	111	99
	Σ:	4.15%	10.68%	22.85%	32.94%	29.38%
	337					
Gestaltungsmöglichkeiten in Sekundärbereichen (Grad der Selbstständigkeit und Verantwortung bei Zusätzmtli)	Ø:					
	3.59	10	40	91	134	62
	Σ:	2.97%	11.87%	27%	39.76%	18.4%
	337					

Haben Sie das Gefühl, dass Ihre Leistung im Unternehmen von Leitungspersonen wahrgenommen wird?

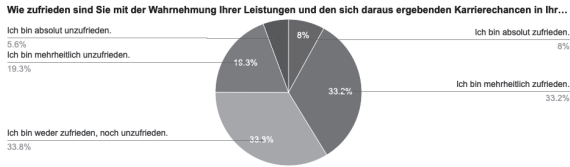
Softfacts: Wertesystem



Option	Prozent	Anzahl
Trifft absolut zu.	16.02	54
Trifft überwiegend zu.	44.81	151
Unentschieden.	18.99	64
Trifft überwiegend nicht zu.	15.73	53
Trifft überhaupt nicht zu.	4.45	15

Anhang

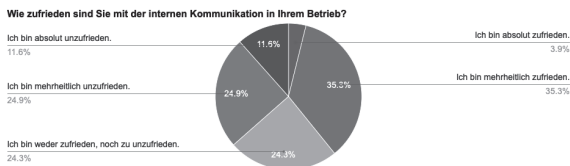
Wie zufrieden sind Sie mit der Wahrnehmung Ihrer Leistungen und den sich daraus ergebenden Karrierechancen in Ihrem Betrieb?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	8.01	27
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	33.23	112
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	33.83	114
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	19.29	65
Ich bin absolut unzufrieden.	5.64	19

Wie zufrieden sind Sie mit der internen Kommunikation in Ihrem Betrieb?

Softfacts: Interne Kommunikation

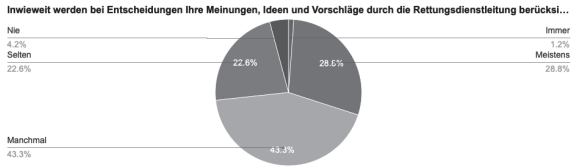


Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	3.86	13
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	35.31	119
Ich bin weder zufrieden, noch zu unzufrieden.	24.33	82
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	24.93	84
Ich bin absolut unzufrieden.	11.57	39

Anhang

Inwieweit werden bei Entscheidungen Ihre Meinungen, Ideen und Vorschläge durch die Rettungsdienstleitung berücksichtigt?

Softfacts: Kommunikation

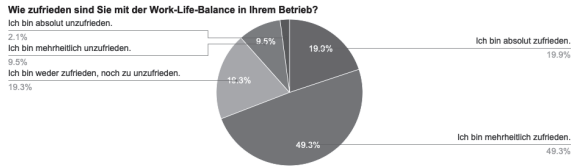


Option	Prozent	Anzahl
Immer	1.19	4
Meistens	28.78	97
Manchmal	43.32	146
Selten	22.55	76
Nie	4.15	14

Anhang

Wie zufrieden sind Sie mit der Work-Life-Balance in Ihrem Betrieb?

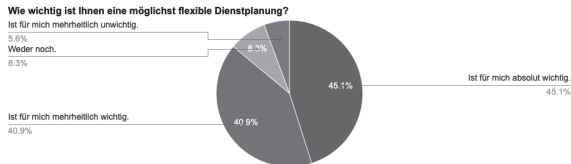
Softfacts: Work-Life-Balance



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	19.88	67
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	49.26	166
Ich bin weder zufrieden, noch zu unzufrieden.	19.29	65
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	9.50	32
Ich bin absolut unzufrieden.	2.08	7

Wie wichtig ist Ihnen eine möglichst flexible Dienstplanung?

Soft Facts: Work Life Balance Dazu können Freiwünsche, fixe Tage für Vater-/Mutter-Tage, Studium, Hobbys, Vereinsengagement o.ä. zählen.



Option	Prozent	Anzahl
Ist für mich absolut wichtig.	45.10	152
Ist für mich mehrheitlich wichtig.	40.95	138
Weder noch.	8.31	28
Ist für mich mehrheitlich unwichtig.	5.64	19
Ist für mich absolut unwichtig.	0.00	0

Anhang

Was hat Sie zur Bewerbung bei Ihrem jetzigen Arbeitgeber bewogen?



Option	Prozent	Anzahl
Stellenausschreibung (Zeitschrift, Aushang, o.ä.)	5.34	18
Stellenausschreibung (Online auf Website, Stellenportal, o.ä.)	17.51	59
Posting auf sozialen Netzwerken (LinkedIn, Facebook, Instagram, o.ä.)	0.89	3
Empfehlung durch Mitarbeitende des Rettungsdienstes	37.69	127
Empfehlung durch Leitung des Rettungsdienstes	11.57	39
Initiativbewerbung	27.00	91

Stimmen Sie zu, dass der Rettungsdienst, bei dem Sie aktuell beschäftigt sind, durch strategisches Personalmarketing und herausragende Qualitäten im Vergleich zu anderen zeitgleich ausgeschriebenen Stellen, bereits schon vor Ihrem Bewerbungsprozess besonders attraktiv auf Sie gewirkt hat?

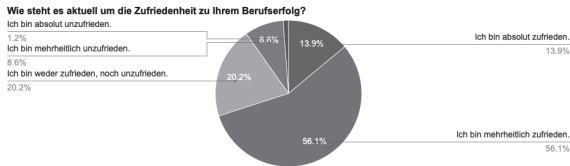


Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	6.82	23
Ich stimme mehrheitlich zu.	22.55	76
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	40.36	136
Ich stimme mehrheitlich nicht zu.	19.58	66
Ich stimme absolut nicht zu.	10.68	36

Anhang

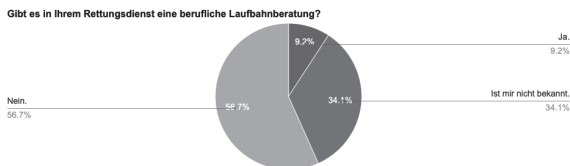
Wie steht es aktuell um die Zufriedenheit zu Ihrem Berufserfolg?

Berufserfolg bezieht sich auf erstrebenswerte Ergebnisse in der beruflichen Tätigkeit, die eine Person im Laufe ihrer Laufbahn erreicht.



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	13.95	47
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	56.08	189
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	20.18	68
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	8.61	29
Ich bin absolut unzufrieden.	1.19	4

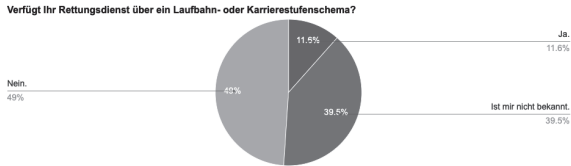
Gibt es in Ihrem Rettungsdienst eine berufliche Laufbahnberatung?



Option	Prozent	Anzahl
Ja.	9.20	31
Ist mir nicht bekannt.	34.12	115
Nein.	56.68	191

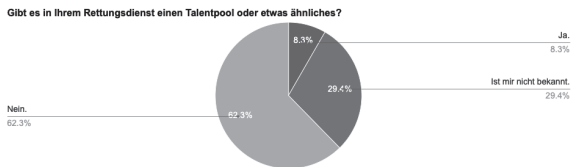
Anhang

Verfügt Ihr Rettungsdienst über ein Laufbahn- oder Karrierestufenschema?



Option	Prozent	Anzahl
Ja.	11.57	39
Ist mir nicht bekannt.	39.47	133
Nein.	48.96	165

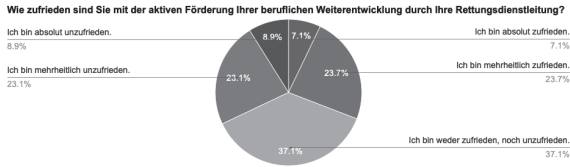
Gibt es in Ihrem Rettungsdienst einen Talentpool oder etwas ähnliches?



Option	Prozent	Anzahl
Ja.	8.31	28
Ist mir nicht bekannt.	29.38	99
Nein.	62.31	210

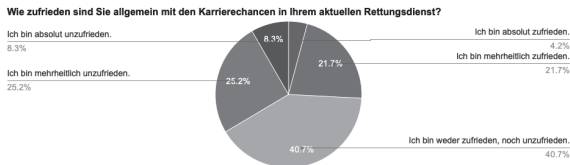
Anhang

Wie zufrieden sind Sie mit der aktiven Förderung Ihrer beruflichen Weiterentwicklung durch Ihre Rettungsdienstleitung?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	7.12	24
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	23.74	80
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	37.09	125
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	23.15	78
Ich bin absolut unzufrieden.	8.90	30

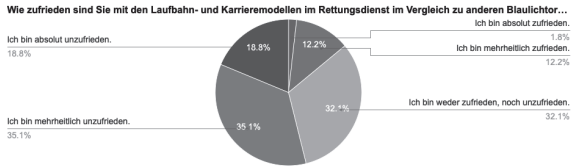
Wie zufrieden sind Sie allgemein mit den Karrierechancen in Ihrem aktuellen Rettungsdienst?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	4.15	14
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	21.66	73
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	40.65	137
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	25.22	85
Ich bin absolut unzufrieden.	8.31	28

Anhang

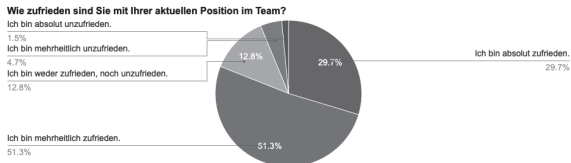
Wie zufrieden sind Sie mit den Laufbahn- und Karrieremodellen im Rettungsdienst im Vergleich zu anderen Blaulichtorganisationen (Polizei, Feuerwehr, Zivilschutz, etc.)?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	1.79	6
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	12.20	41
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	32.14	108
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	35.12	118
Ich bin absolut unzufrieden.	18.75	63

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer aktuellen Position im Team?

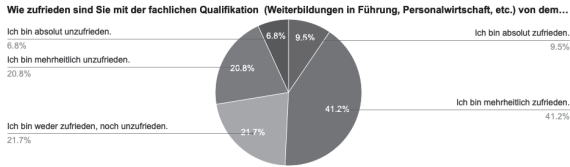
Mögliche Beeinflussung zum Beispiel durch Unter- oder Überforderung, zu hohe oder zu niedrige Kompetenzen, etc.



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	29.67	100
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	51.34	173
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	12.76	43
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	4.75	16
Ich bin absolut unzufrieden.	1.48	5

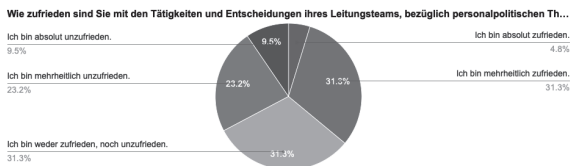
Anhang

Wie zufrieden sind Sie mit der fachlichen Qualifikation (Weiterbildungen in Führung, Personalwirtschaft, etc.) von dem Leitungsteam, das Ihren Rettungsdienst leitet?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	9.50	32
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	41.25	139
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	21.66	73
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	20.77	70
Ich bin absolut unzufrieden.	6.82	23

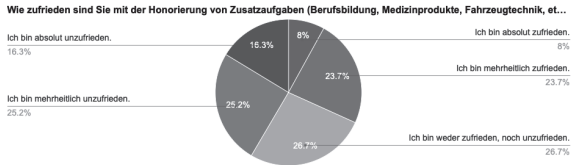
Wie zufrieden sind Sie mit den Tätigkeiten und Entscheidungen ihres Leitungsteams, bezüglich personalpolitischen Themen und den Förderungsmassnahmen für die Mitarbeitenden?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	4.76	16
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	31.25	105
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	31.25	105
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	23.21	78
Ich bin absolut unzufrieden.	9.52	32

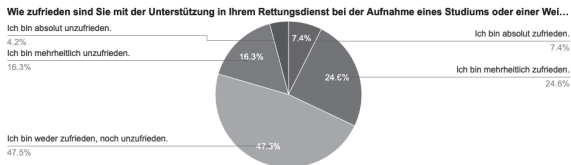
Anhang

Wie zufrieden sind Sie mit der Honorierung von Zusatzaufgaben (Berufsbildung, Medizinprodukte, Fahrzeugtechnik, etc.)?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	8.01	27
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	23.74	80
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	26.71	90
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	25.22	85
Ich bin absolut unzufrieden.	16.32	55

Wie zufrieden sind Sie mit der Unterstützung in Ihrem Rettungsdienst bei der Aufnahme eines Studiums oder einer Weiterbildung?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	7.42	25
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	24.63	83
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	47.48	160
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	16.32	55
Ich bin absolut unzufrieden.	4.15	14

Anhang

Stellen Sie sich Ihren "Traum-Rettungsdienst" vor. Alle entstehenden Kosten werden durch Ihren Arbeitgeber getragen und die Massnahme geht komplett auf Arbeitszeit. Welche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten würden Sie am ehesten nutzen wollen?

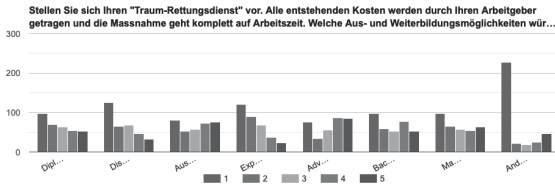
Slider ganz links (Position 1) = Unwichtig

Slider eher links (Position 2) = Eher unwichtig

Slider mittig (Position 3) = Weder wichtig noch unwichtig

Slider eher rechts (Position 4) = Eher wichtig

Slider ganz recht (Position 5) = Sehr wichtig



	Ø	1	2	3	4	5
Diplomierte Führungsperson in Rettungsorganisationen (Höhere Fachprüfung)	Ø: 2.69 Σ: 337	97 28.78%	69 20.47%	64 18.99%	54 16.02%	53 15.73%
Disponent/in Notrufzentrale (Verbandsprüfung)	Ø: 2.4 Σ: 337	125 37.09%	65 19.29%	68 20.18%	46 13.65%	33 9.79%
Ausbilder/in mit eidgenössischen Fachausweis (SVEB)	Ø: 3.04 Σ: 337	80 23.74%	52 15.43%	57 16.91%	72 21.36%	76 22.55%

Anhang

Expert/in in Gesundheitsinstitutionen mit eidgenössischem Diplom (H+ Bildung)	Ø: 2.27 Σ: 337	120 35.61%	89 26.41%	68 20.18%	37 10.98%	23 6.82%
Advanced Studies (Certificate (CAS), Diploma (DAS) oder Master (MAS)) in relevanter Fachrichtung	Ø: 3.21 Σ: 337	76 22.55%	34 10.09%	56 16.62%	86 25.52%	85 25.22%
Bachelor in relevanter Fachrichtung	Ø: 2.79 Σ: 337	97 28.78%	58 17.21%	52 15.43%	78 23.15%	52 15.43%
Master in relevanter Fachrichtung	Ø: 2.76 Σ: 337	98 29.08%	65 19.29%	57 16.91%	54 16.02%	63 18.69%
Andere Aus- oder Weiterbildung (Bitte im Kommentarfeld eingeben)	Ø: 1.93 Σ: 337	227 67.36%	22 6.53%	18 5.34%	24 7.12%	46 13.65%

Teilnehmer	
8192694	Pflegefachfrau-/mann HF für ein NDS
8192698	Ausbilder/in mit eidgenössischen Fachausweis (SVEB) bereits vorhanden. Vereinfachten Einstieg in anderen medizinische Berufe.
8192743	NDS Anästhesie und die dafür nötigen Ausbildungen
8192758	(Prä-)Klinischer Fachspezialist
8192781	präklinischer Fachspezialist

Anhang

8192806	„Advanced Paramedic“ (o.ä.). Der RS bräuchte dringend Karriereoptionen, die die MA aber in der eigentlichen Tätigkeit hält. Ein junger RS bleibt RD oder hat (ausser in grossen RDs) fast nur die Option, den Beruf zu wechseln. Analog dem NDS Anästhesie (was dem RS ja nicht mehr angeboten wird) bräuchte es eine entsprechende Option (Bachelor, Master) als „Zwischenstufe“ zwischen RS und NA.
8192863	Ausbildung/Umschulung in neuen Bereich
8192876	Gewählte Ausbildungen habe ich bereits absolviert.
8192924	Nachstudium zum Anästhesie Experte
8192961	Agile Organisationsentwicklung und Projektmanagement
8193179	dipl Berufsschullehrer im Hauptamt
8193226	Care Team
8193579	NDS Anästhesie (Ist aber ja leider nicht möglich ohne „Pflege-Diplom“
8193615	NDS Anästhesie, IPS und Notfall
8193670	NDS Anästhesie aber ohne die HF Pflege... Falls dies einmal wieder möglich ist. Danach 60% Rettung 40% Anästhesie.
8193676	Ich habe absolut kein Bedürfnis für eine weitere Schulung und Karriere. Ich bin mit einer momentanen Situation zufrieden. Mein Beruf ist RS und ich habe am liebsten Patientenkontakt. Eher zieht es mich wieder auf die Pflege zurück. Ich finde die Entwicklung mit den Fachhochschulen eher bedenklich. Wir brauchen motivierte Menschen an der Basis und nicht so viel Theorie. Unsere Szene ist klein, man hört viel von anderen Betrieben inkl. Fachkraftmangel. Erfährt man zum Teil, wie mit Mitarbeitern umgegangen wird (?)... na ja, dann brauchts einem nicht immer wundern warum der Beruf unattraktiv wird und die Fluktation hoch ist. Eine Gute, faire, vertrauenswürdige Führung ist das A und O eines Betriebes!
8193694	Physician assistant
8193810	Externe fachliche Weiterbildungen ich
8193835	Komplette Übernahme PALS/ PHTLS....
8193843	Möglichkeit des Zugangs zu NDS Notfall oder Anästhesie ohne Pflegefachdiplom HF
8193846	Übernahme von "Buchstabenkursen"

Anhang

8193960	Verschiedene Sprachen studieren
8194014	Ausbildung NDS Notfallpflege und anschliessend Pensum Teilung, 50% Rettung 50% Notfall Das Prinzip Aufteilung NDS Anästhesie und Disponentin wird schon so umgesetzt. Was ist mit denen die keine "Karriere" in dem Sinne wie oben genannt machen möchten, aber dennoch den Druck spüren, bzw. den Beruf verlassen weil die Anforderungen steigen (weniger Personal, mehr Einsätze, weniger Qualifiziertes Personal) und den Druck bei Teilzeitpensum irgendwann nicht mehr standhalten können ? Davon gibt es einige, vorallem Frauen die nach der Mutterschaft nicht mehr Hochprozentig arbeiten können/wollen!
8194025	PCCC, Disaster Nursing
8194147	CAS
8194336	Kinästhetik - Anwendung im RD
8194653	Fachliche Weiterbildung mit Erweiterung der medizinischen Kompetenzen
8194874	Es wäre toll nach der RS Ausbildung die Möglichkeit Anästhesiepflege NDS absolvieren zu können, ohne das man die Pflege Ausbildung nachholen muss
8195000	Wir brauchen keine Akademisierung. Sondern eine solide Ausbildung in unserer Kernkompetenz, der präklinischen Notfallmedizin. Mit der Gewissheit, das Gelernte auch anwenden zu dürfen / zu müssen.
8195323	Ausbildung im Bereich Bevölkerungsschutz (CAS /DAS/Bachelor) mit Durchlässigkeiten in andere Berufsgruppen (FW,ZS, Ämter) als RD Anerkennung des RS HF im Bereich der klinischen Berufe (AIN oder Kaderstellen), mit Durchlässigkeiten ohne neue Ausbildung machen zu müssen (mind. Pflege HF nötig als Anforderung)
8195373	Simulationstraining, Mega Code, PALS, ACLS etc
8195394	Bereich Peer, Care Giver, psychologische Notfälle, Teambildung, CRM, Auffrischung für RS 10 Jahre ab Ausbildung: was ist neu etc., persönliche WB: Umgang mit Stress und Ressourcen

Anhang

8195465	Wir müssen med. Zusatzqualifikationen im Rettungsdienst schaffen (präklinischen Fachspezialist, Critical Care). Es könnte z.B. so aussehen das wenn man beide Bildungsgänge aus Fachhochschulebene Besuch und eine master Thesis erstellt, einen Master in Paramedicin erlangt. Studiengänge aus anderen Bereichen sind gut und wertvoll. Aber das wichtigste ist das wir unserer Berufsbild vom Dipl. Rettungssanitäter/in HF weiterentwickeln. gerade auch wenn man in die Zukunft schaut und der Bund die HF Schulen stärken möchte (Projekt 2030) wird es mal einen Rettungssanitäter/in Bachelor professionell HF geben. Die nächste Konsequenz wäre ein med. Master in Paramedicin. Dieses Aspekt dürfen wir nicht vernachlässigen. Nachdipom Studium ist gut und Recht und auch eine Alternative, wird uns aber in unserer Entwicklung gegenüber der Ärzteschaft auf Dauer nicht weiterbringen.
8195491	Doktorat mit Schwerpunkt Rettungsmedizin und Möglichkeit als Advanced Practice Nurse (APN) im Rettungsdienst zu arbeiten.
8195541	Präklinische Fachspezialistin
8195703	Sport (Schwimmen, Grundfitness, Selbstverteidigung)
8195994	Traumatherapeutin, WB im alternativmedizinischen Bereich (Hypnose, hypnotische Kommunikation, Akkupunkt-/pressur, Energiearbeit bspw. Emotions-/Bodycode-Anwenderin,...), WB im Bereich Psychiatrie (so, dass Krankheitsbilder und dazugehöriges Verhalten auch richtig verstanden wird und entsprechend behandelt/darauf eingegangen werden kann), Kommunikationstrainerin,...
8197010	Durchlässigkeit NDS Notfall/Anästhesie/IPS
8197394	Klinische Fachexpertin (aber neuer Bildungsgang erstellen: präklinische Fachexpertin. Somit wäre es für unser Bereich gestaltet und gut anwendbar als Zwischenstufe zwischen Hausarztmedizin, Alterspflege und Rettungsdienst für alle P3 Einsätze ohne zwingende Hospitalisation)
8199638	Direkt das NDS für Notfallpflege oder Anästhesiepflege.
8200336	FP-C, CCP-C, DiMM, MEM
8201178	spezifische Spezialisierung auf den Arbeits- oder Ressortschwerpunkt im Arbeitsalltag. z.B. Fahrzeugtechnik oder Betriebswirtschaft ggf. auch mit Personalrecht , Hygienefachweiterbildung und MPG Berechtigungen und Fachkunde

Anhang

8202737	Ich mache zur Zeit eine berufsbegleitende Berufsausbildung zur Komplementärtherapeutin.
8203744	Critical Care Paramedic, mehr Fähigkeiten und Kompetenzen in Begleitung mit der nötigen Weiterbildung.
8204627	Individuelle WB
8206640	Klinischer Fachexperte Rettungsdienst (über CAS oder ähnliche Weiterbildung), Übernahme eine Tätigkeit als "Gemeinde- Rettungssanitäter" für P3-Einsätze um die Lücke zwischen Hausarzt und Spital zu füllen
8213336	PHTLS, AMLS, PALS, EPC, Megacode.... etc.
8213460	Bachelor / Master in politik, psychologie o.ä
8213678	Aktuell keine. Ich bin einfach zufrieden als RS!
8215784	Vereinfachter Einstieg ins NDS Anästhesie/IPS/Notfall für RS
8220149	Nur berufsbezogene WB, da ich eher einen komplett anderen Beruf/Tätigkeit ausüben würde.
8220182	NDS Notfallpflege Anästhesiepflege
8220223	Buchstabenkurse
8220359	NDS Anästhesiepflege
8220491	keine
8220701	Bezahlte berufsbezogene Ausbildungen. Amls, phtls... Spesen für entstandene Kosten bei zb. EFÜ Kursen etc.
8220849	Advanced Paramedic, HEMS, Katastrophen Medical
8220962	Präklinische Fachspez.
8221013	Medizinaltechniker
8221024	Mediation Supervision Qualitätsmanagement
8222819	Aktuell keine
8230178	Eine Ausbildung die man später im Alter ausüben kann , wenn man altersbedingt oder aus gesundheitlichen Gründen kein Primärdienst mehr leisten kann oder möchte. (Personal Förderplan)

Anhang

8232599	etwas völlig anderes, jedoch mit menschen und sicher immer 50% rettungsdienst
8232865	NDS Notfall und Anästhesie,
8233053	Nachdiplomstudium fuer Anaesthetie. Zusatzausbildungen wie Spezialisierungen fuer Traumatologie, MANV, Kindernotfaelle, militaerische Traumausbildung, CARE Team, Psychologische Unterstuezung fuer Angehoerige oder Teammitglieder.
8236276	Grossereignis
8237462	Studium Kommunikation, Psychologie, Wirtschaft, Personalführung, Optimierungsentwicklung, Auftrittskompetenz, Coaching
8237935	Nachdiplomstudium Anästhesie-, Notfall-, Intensivpflegeausbildung
8247152	Es ist für mich immer noch unverständlich wie uns der direkte Zugang zum NDS Anästhesie verwehrt wird! Von unseren Berufsverbänden spüre ich da keine Unterstützung für die Zukunft. Ich habe schon einige sehr gute Rettungssanitäter gesehen die leider wieder in die Privatwirtschaft gewechselt haben weil es einfach keine anständige Möglichkeit gibt für eine Weiterbildung im Rettungsdienst. Und kommen sie mir bitte nicht mit der Ausbildung zum Disponenten. Wer will mit Mitte 30 Jährig als Disponent arbeiten? Der Zugang / Passarelle für in die Klinik fehlt komplett. Viele könnten sich eine 50/50 oder dergleichen vorstellen. Aber nicht mit einem langwierigen Umweg über die komplette Pflege HF Ausbildung. Einer FaGe wird noch mehr angerechnet als einem Rettungssanitäter! Hingegen kann die Anästhesiepflege eine verkürzte Ausbildung zum RS geniessen. Ich sehe leider eher schwarz für die Zukunft in der Präklinik. Gute Leute mit Erfahrung fehlen und leider liegt das Problem bei uns selber!

Anhang

Was würden Sie gerne abschliessend zu dieser Umfrage mitteilen?

Das ist kein obligatorisches Feld. Wenn Sie eine Rückmeldung zu Ihrem Anliegen haben wollen, kontaktieren Sie mich bitte per LinkedIn oder per E-Mail (diese wird unter der Umfrage angezeigt).

Die Anmerkungen, die Sie hier schreiben, werden dokumentiert und sind im Anhang der Masterarbeit sichtbar. Allerdings gesammelt, es werden keine Einzelauswertung angehängen, somit ist Ihre Anonymität gewährleistet.

Teilnehmer	Antworten
8193124	Ich möchte, dass internat. Weiterbildungen wo CCP FCP, auch so umgesetzt werden. Das heisst, dass ich ein System möchte, in dem es möglich ist, als Critical Care Paramedic auch alles machen kann. Aufhören mit Amästhesiepflege im RD und auch Assitenzärzte haben in der Notfallmedizin als Verantwortliche nichts verloren.
8193299	Mir fehlen einrichtungen/Räume fie die Gesundheit der Mitarbeiter fördern und weitere Dinge die den Bereitschaftsalitag besser unterstützen. Genauso wie Inflationsausgleich
8193331	Was bei dieser Umfrage fehlt: Gibt es in Ihrem Betrieb eine Altersentlastung? Bin seit rund 35 Jahren Rettungssanitäter HF, Altersentlastung gibt es keine. Währe jedoch dringend nötig.
8193499	Vielen Dank für diese wichtige Umfrage
8193561	Der Rettungsdienst ist ein Sackgassen Beruf ohne gosse Entwicklungschancen. Ich würde Niemandem Empfehlen diesen Beruf zu Lernen! Bin seit 33Jahren in dem Beruf in verschiedenen Ländern und habe schon sämtliche Posten inne gehabt.
8193569	Am meisten würde ich mir wünschen, dass mein Beruf und die Dienstzeiten besser vereinbar sind mit Familie. Sprich Kinder in den Kindergarten/Schule schicken können, dann zur Arbeit gehen. Flexiblerer Dienstplan. Die Betriebsleitung iteressiert dies nicht.
8193600	Danke für das Engagement
8193689	Ich denke grundsätzlich müssten die Arbeitsbedingungen in der Schweiz für den Rettungssanitäter verbessert und identisch werden. Wie haben viele Kompetenzen, viel Verantwortung, sondern signalfahrten, schichtdienst, adrenalin/cortisol was andauernd im Körper ausgeschüttet wird, ungesund für Körper, Rückenbelastung, kein sicheres Arbeitsumfeld. Etc etc. verglichen mit anderen HF Berufen aus nicht medizinischen Bereichen sind die Arbeitsbedingungen leider lächerlich. 🙄😞

Anhang

8193694	Frage 39: kann ich nicht beurteilen weiss zuwenig darüber
8193712	Ich arbeite in mehreren Rettungsdiensten. Ich habe mich auf bei allen Fragen auf den einen Rettungsdienst bezogen, der in diese Themen am meisten investiert.
8193732	Lieber Felix. Ich freue mich sehr über deine Unfrage und bin gespannt auf das Ergebnis. Ich hoffe dass möglichst viele RS daran teilnehmen und du deine Forschungsfragen beantworten kannst. Ich würde mich freuen deine Arbeit zu lesen :)
8193832	Entscheidend ist eine möglichst mitarbeiterzentrierte Organisation mit flachen/modernen Führungsstrukturen und eine entsprechend flexible Dienstplanung. Persönlich finde ich meine Bausteine zur besten Work-Life Balance ausserhalb ab einen Dienstplan gebunden, im Büro.
8193846	Danke für die wichtige Arbeit! Viel Erfolg!
8193848	Ich bin nun seit 35 Jahren im RD solche Umfragen kommen immerwieder doch ein Benefit habe ich noch nie erlebt, werde in 22 Monaten in Pensiogehbe
8193920	Stellenwechsel aus familiären Gründen (Beeinflusst Arbeitsort, nicht direkt Arbeitgeber). Laufbahn- und Karrieremodellen im Rettungsdienst im Vergleich zu anderen Blaulichtorganisationen - keine Ahnung, aber Feld kann nicht leer bleiben.
8193962	Leider sehe ich im Moment keine Aenderungsmöglichkeiten bei uns im RD. Leider haben wir auch keine Frauen im Kader.
8194204	Viel Erfolg Felix!
8194763	Arbeite in BL und Solothurn beim gleichen Arbeitgeber
8194874	Das man dir Chance bekommt die Anästhesie Ausbildung absolvieren zu können
8195000	siehe Punkt 45, letzte Frage
8195323	Gespannt auf die Ergebnisse und daraus entwickelnde Berufsbilder oder Karrierechancen
8195373	Rettungssanitäter ist in meinen Augen ein doofer Job, ich bin dankbar, habe ich noch den CAS klinische Fachspezialistin und das NDS Anästhesie.

Anhang

8195465	<p>In der Studie wird die horizontale Ebene der Weiterentwicklung gut beleuchtet. Die Studie soll aufzeigen welche Handlungsfelder durch die Rettungsdienstleitungen bearbeitet werden sollten und wie man es erreichen kann unser Personal länger im Betrieb halten kann. Das ist Grundsätzlich sehr wichtig und gut. Was mir fehlt ist die fachliche Entwicklung unserer RS. Dabei geht es nicht um klassische Weiterbildungen sondern um Weiterbildungen/Zusatzqualifikationen die einen RS es erlauben medizinisch mehr Verantwortung zu übernehmen. Die klassischen Nachdiplom Studien macht kaum noch ein RS da die Hürden viel zu hoch gelegt wurden (Pflegeausbildung). Unser Berufsverband hat bis heute nichts erreicht um dies zu verbessern. Wir müssen es schaffen das wir unser Berufsbild zu einem Master Abschluss entwickeln können. Mit dieser Massnahme wird sich unser Berufsbild weiterentwickeln können. Den daraus entspringen dann vielleicht auch mal Personen die einen Doktor Titel erlangen und so auch in entscheidenden Schlüsselpositionen sitzen können.</p>
8195495	<p>Eine zunehmende Tendenz zur Akademisierung des Berufsbildes RS HF widerspiegelt nicht den realen beruflichen Alltag. Berufsentwicklung ist wichtig, jedoch ist und bleibt die Arbeit als RS HF ein "Handwerk". Wenn die schulische Ausbildung immer anspruchsvoller wird, der Anspruch im Berufsalltag jedoch gleich bleibt bzw. abnimmt (Stichwort: Bagatellen), kann diese Diskrepanz bei neuen Berufsleuten zu grossem Frust führen. Und dies wiederum zu Berufsausstiegen, da man sich für das Berufsleben etwas anderes vorgestellt hat.</p>
8195568	<p>Teils schwer zu beantworten da bei einem Spitalgebundenem RD auch seitens der Leitung die Hände gebunden sind und so nicht wirklich objektiv bewertet werden kann</p>
8195698	<p>Man kann sich fühlen wie man will, aber jeder Mensch ist MANN oder FRAU.</p>
8197394	<p>Danke für die wertvolle Arbeit! Unser Berufsfeld muss sich zwingend weiterentwickeln!</p>
8197942	<p>Ich würde es sehr begrüßen wenn die Aussichten besser wären im RD pensioniert zu werden. Dies ist leider schon aus körperlicher Sicht fast unmöglich. Eine einheitliche Regelung bezüglich Nachtdiensten im Alter oder ähnliches würden hier sicher eine Verbesserung erwirken. :-)</p>

Anhang

8199638	Die Weiterbildungsmöglichkeiten als Rettungssanitäter sind sehr schlecht. Betrieb unabhängig. Die Ausbildung ist eine reine Sackgasse. Es sollte unbedingt die Möglichkeit geben direkt ein NDS für die Notfallpflege oder die Anästhesiepflege zu absolvieren. (ohne Pflegepraktikum/Pflegeausbildung)
8200336	Punkt 17: Das wichtigste wäre die KOMPETENZEN. Die meisten RD haben sehr wenige Kompetenzen. Viele die ich kenne haben den Beruf verlassen, da wenig Kompetenzen und zuviel "Notärzte". Die CH ist bezüglich den medizinischen Kompetenzen gegenüber andere westliche Länder unattraktiv (ausgenommen D/F/I/A.)
8201178	Es sollten keine MA, nur weil sie lange für einen Betrieb arbeiten, ohne Kenntnis von rechtlichen und betriebswirtschaftlichen Qualifikationen einen RD leiten. In der aktuellen Situation hilft die Besetzung von RTW's nur mit RS nicht die Arbeitsbelastung zu reduzieren, auch eine reine Akademisierung verbessert nicht die ausreichende Versorgung der Patienten in Qualität und in der Fläche.
8203131	Habe die Entwicklung des Berufes Rettungssanitäter von Anfang (1980) bis heute mitgemacht und durchlebt. Dabei auch div. Funktionen innegehabt. Nach meinem Empfinden, werden viele Errungenschaften der Anfangsjahre in den letzten Jahren von den Rettungssanitätern einfach "über Bord" geworfen und der EGO Faktor verhindert einen gemeinsame Weiterentwicklung und eine längjährige Berufsbindung.
8203744	Die grösste Mangel im Rettungsdienst ist der Dachverband, SRK sowie IVR welche die aktuelle Situation nicht Frühzeitig erkannt haben und dementsprechend reagieren. Meiner Meinung nach sollte dieser Aspekt weit grösserer Relevanz getragen werden. Berufliche Weiterentwicklung liegt auch in der Pflicht dieser Organisationen und nicht alleine im RD. Berufsbild- förderung liegt im nationalen Interesse und sollten diese Stellen geschaffen werden. Die Bildungszentren konkurrenzieren sich, anstatt gemeinsame Ressourcen zu nutzen in einem Land mit nur knapp zweitausend aktiven Rettungssanitätern? Vielen Dank für die Umfrage und viel Erfolg in Ihrer Thesis
8204627	Schade wäre wenn auch diese Umfrage nichts bewirken würde

Anhang

8206640	Dringend erforderlich wäre die einfache Durchlässigkeit zu anderen Ausbildungen, NDS im med. Bereich (z.B. Anästhesiepflege). Hier wäre ein Modul-Ausbildung wünschenswert um einfacher die Fachrichtung wechseln zu können. Klinische Fachexperten im RD (analog Gemeinde-Notfallsanitäter in DL) könnten Rettungsdienste, Hausärzte und Notfallstationen entlasten und älteren, erfahrenen Mitarbeitern ein interessante Perspektive bieten. Der RS ist leider immer noch ein Sackgassen-Beruf.
8213678	Es braucht meiner Ansicht nach nicht immer Karrieremöglichkeiten, um die Freude im erlernten Beruf erhalten zu können.
8220177	Es gibt kein diverses Geschlecht! Mann oder Frau! Danke!
8220457	Reduktion der Wochenarbeitszeit ist für mich ein absolutes MUSS. Mein RD hat ein Wochenarbeitszeit von 44h. Wenn fast alle RS ihre Pensen reduzieren, weil sie sich zwischen den Diensten nicht mehr erholen können, dann stimmt etwas mit dem Beruf nicht und nicht mit der Belastbarkeit der RS.
8220622	Lohn in SG ist miserabel
8220962	Wechsel in Sekundär-Patiententransport als Option für Vorpension fehlt
8221024	Keine weiteren Kommentare. Vielen Dank für Ihre umfassende Umfrage. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg, auch mit dem Ergebnis der Umfrage!
8221436	Danke für Eure Arbeit
8221655	gut formulierte Fragen
8222819	Die Frage 17. ist für mich nicht klar zu beantworten. Ebenso bei den Fragestellungen wurden für ältere MA (Ü55) z. T. keine Antwortmöglichkeiten beschrieben.
8223320	Ich bin 57 Jahre alt und wollte nie bis zur Pensionierung im RD arbeiten, im April starte ich eine neue Herausforderung im Altersheim als stv. Pflegedienstleiter, weil ich explizit angefragt wurde.
8224410	Ich bin zufrieden im RD da wir einen super Chef und ein geniales Team haben. Ich kann mit dem Fahrrad zur Arbeit fahren und darf den Hund zur Arbeit mitnehmen. Zufriedenheit und Gesundheit im Beruf ist mir wichtiger als Aufstiegschancen....

Anhang

8225140	<p>falls meine Angaben teils verwirrend wirken sollten: ich werde im Mai 2024 eine neue Stelle ausserhalb des Rettungsdienstes antreten - allerdings klar mit dem Willen, in 4-5 Jahren zurück in den Rettungsdienst zu wechseln. Das zumindest ist heute der Plan ;-). Wenn mir mein Arbeitgeber gewisse Weiterbildungsmöglichkeiten nicht ermöglicht, ziehe ich eben Konsequenzen und verwirkliche mich an einem anderen Ort. Vielen Dank für Ihre wertvolle Arbeit Herr Brinkmann!</p>
8225457	<p>Es braucht dringend weitere Weiterbildungsmöglichkeiten für Dipl. RS im Kernbereich unserer Tätigkeit. Nach unserem Diplomabschluss ist im medizinischen Bereich Schluss. ich stelle mir eine Weiterbildung in Richtung Critical Care oder Advanced Paramedic vor, die den Namen auch verdient hat. Die Kompetenzen müssten dementsprechend angepasst werden. Ausserdem muss die Durchgängigkeit zwischen dem RS HF und den NDS Anästhesie und Notfallpflege verbessert werden. Ich kann mir momentan nicht vorstellen, mit der jetzigen Berufspolitik noch länger als 10 Jahre in meinem Beruf zu bleiben, wenn sich gegen oben nicht weitere Möglichkeiten zur Weiterbildung ergeben.</p>
8232865	<p>Ich denke, dass es an höchste Zeit ist, den Beruf dipl RS HF weiterhin als hochqualifizierten Beruf zu sehen. Desweiteren die hohen Kompetenzen weiterhin hoch halten und nicht mit Notarztsystemen erniedrigen. Wichtig ist, dass ein/mehrere Patient/en präklinisch optimal Erstversorgt werden und zügig ins richtige Zielspital gebracht werden kann. Dies ist wichtig für die Wertschätzung des RS. Die Weiterbildungsmöglichkeiten sollen Kompetenzerweiternt sein.</p>
8233053	<p>Ich finde es sehr schade, dass die Aufstiegsmoeglichkeiten in einem Rettungsdienst sehr gering sind. Ausser Berufsbildner, Qualitätsmanagement und Leiter Rettungsdienst gibt es kaum Moeglichkeiten. Ich wuerde es sehr begruessen, wenn es Intern Fachspezialisten gaebe. Wie eine Person die sich fuer Kindernoefaelle spezialisiert, und das Team so von dieser Person profitieren wuerde, und diese Person aber auch das Team weiterbildet.</p>

Anhang

8235595	<p>Mir erscheinen viele, auch RD in denen ich nicht gearbeitet habe als Führungsschwach, Visionenlos und und Konzept für die Zukunft. Allg. wird nur reagiert und nicht geplant oder Visionen entwickelt, was sich auf alle Bereiche der Personalentwicklung, Zufriedenheit und Perspektiven auswirkt. Zum einen ist dies dem engen Berufsbild im Rettungsdienst geschuldet aber auch der mangelhaften kognitiven Fähigkeiten der Führungen Im RD da auch da das Gesundheitswesen als Arbeitgeber für fähige Führungskräfte nicht attraktiv genug ist. 20Jahre im selben Betrieb genügt meist als Qualifikation. Quereinsteiger auf mittlerer Führungsstufen werden meist mit mangelnder Unkenntnis des GW nicht berücksichtigt auch wenn die Tätigkeit nur am Rande GW Typisch ist.</p>
8237462	<p>Durch zunehmende Notarzt-Modelle (Notarzt immer mit zusätzlichem Fahrzeug zeitgleich auf Einsatzort) schmälert die Kompetenzen des Rettungssanitäters/ der Rettungssanitäterin. Durch die solide Ausbildung ist der/die Rettungssanitäter/-in mehrheitlich selber fähig, den Einsatz zu bearbeiten. Dass bei einem Kindernotfall oder einer Reanimation ein Arzt zeitgleich aufgeboden wird, macht Sinn. Alles andere können Rettungssanitäter/-innen in der Regel selbstständig organisieren. Der Beruf des Rettungssanitäters/der Rettungssanitäterin sollte stärker anerkannt und wergeschätzt werden und nicht zu einem Hilfsberuf/Fahrberuf zur Ausbildung vonNotärzten verkommen. Auf diesem Weg befindet sich der Beruf leider seit +/- zehn Jahren. Die Kompetenzentwicklung des RS HF wäre in einer Studie sehr interessant.</p>
8239127	<p>Aus- und Weiterbildung ist ein wichtiges Thema. Ich finde es jedoch sehr schade, dass es für RS nicht eine Seite gibt, wo alles aufgelistet ist was mit dem Beruf zu tun hat. (CAS, H+ usw.) Es wäre viel einfacher sich einen Überblick zu verschaffen, was es gibt und was einem interessieren würde.</p>

Anhang

8247152	<p>Es ist für mich immer noch unverständlich wie uns der direkte Zugang zum NDS Anästhesie verwehrt wird! Von unseren Berufsverbänden spüre ich da keine Unterstützung für die Zukunft. Ich habe schon einige sehr gute Rettungsanästhetiker gesehen die leider wieder in die Privatwirtschaft gewechselt haben weil es einfach keine anständige Möglichkeit gibt für eine Weiterbildung im Rettungsdienst. Und kommen sie mir bitte nicht mit der Ausbildung zum Disponenten. Wer will mit Mitte 30 Jährig als Disponent arbeiten? Der Zugang / Passarelle für in die Klinik fehlt komplett. Viele könnten sich eine 50/50 oder dergleichen vorstellen. Aber nicht mit einem langwierigen Umweg über die komplette Pflege HF Ausbildung. Einer FaGe wird noch mehr angerechnet als einem Rettungsanästhetiker! Hingegen kann die Anästhesiepflege eine verkürzte Ausbildung zum RS genießen. Ich sehe leider eher schwarz für die Zukunft in der Präklinik. Gute Leute mit Erfahrung fehlen und leider liegt das Problem bei uns selber!</p>
---------	---

Einladungs-E-Mail Leadership

Sehr geehrte/r

Im Rahmen meiner Masterarbeit an der Fachhochschule Burgenland und der Austrian School of Applied Studies (ASAS), beschäftige ich mit dem Thema „Massnahmen zur Sicherung und Förderung der langfristigen Bindung von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern in der deutschsprachigen Schweiz“. Der erste Forschungsteil läuft bereits und wurde durch die Swiss Paramedic Association an alle aktiven Mitglieder versendet. In einem zweiten Schritt wird auch die Rolle von Führungskräften in Bezug auf das Personalmarketing und die Arbeitgebermarke evaluiert.

Ich würde mich sehr freuen, wenn Sie als erfahrene Führungsperson des Rettungsdienst xy an meiner Online-Befragung teilnehmen würden. Diese richtet sich speziell an Leiter/innen und stv. Leiter/innen im Rettungsdienst, sowie Kaderpersonen in ihrem Team, die aktiv in Entscheidungsprozesse im Personalmarketing und der Arbeitgebermarke eingebunden sind. Bitte leiten Sie den Link an alle Leitungsmitglieder Ihres Rettungsdienstes weiter, die diese Kriterien erfüllen.

Ihre Teilnahme ist für mich besonders wertvoll, da die Gruppe von Führungskräften unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten deutlich kleiner ist, als die Gruppe der Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter. Ihre persönliche Einschätzung und Erfahrung sind daher von grosser Bedeutung, um einen ganzheitlichen Überblick über die aktuelle Situation zu erhalten. Die Umfrage ist anonym und die Teilnahme ist freiwillig. Es wird keine detaillierte Einzelauswertung pro Kanton veröffentlicht, die Ergebnisse werden von mir kumuliert dargestellt.

Diese Umfrage ist passwortgeschützt, damit die Ergebnisse nicht verfälscht werden können. Nach dem Klicken auf den Link, geben Sie bitte folgendes Passwort ein: BRFE_2608

Der direkte Link ist: https://findmind.ch/c/Leitungen_Masterarbeit_BRFE

Ich bedanke mich im Voraus für Ihre Teilnahme und das damit verbundene wertvolle Feedback. Bei Fragen zu den Umfragen, können Sie sich gerne jederzeit an mich wenden.

Freundliche Grüsse

Felix Brinkmann

Diese Mitteilung ist vertraulich. Wenn Sie nicht der vorgesehene Empfänger sind, bitten wir Sie, diese E-Mail zu löschen und uns umgehend zu benachrichtigen. Danke.

Ce message est confidentiel. Si vous n'êtes pas le destinataire, nous vous prions d'effacer cet e-mail et de nous en informer immédiatement. Merci.

Questo messaggio contiene delle informazioni di natura confidenziale. Qualora non foste il destinatario corretto, La preghiamo di comunicarlo immediatamente al mittente e di distruggere il presente messaggio. Grazie.

This message is confidential. If you are not the intended recipient, please delete the e-mail and contact us immediately. Thank you.

Ergebnisse Leadership-Umfrage

LEADERSHIP: Massnahmen zur Sicherung und Förderung der langfristigen Bindung von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern in der Schweiz

Liebe Mitglieder von Rettungsdienstleitungen

Herzlich Willkommen zur Online-Befragung "Massnahmen zur Sicherung und Förderung der langfristigen Bindung von Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern in der deutschsprachigen Schweiz".

Vielen Dank für Ihre Bereitschaft, daran teilnehmen zu wollen. Diese Umfrage erfolgt im Rahmen meiner Masterarbeit an der Fachhochschule Burgenland und der Austrian School of Applied Studies. Ihre Teilnahme ist für mich deshalb besonders wertvoll, da die Kontrollgruppe von Leitungspersonen unter wissenschaftlichen Aspekten deutlich kleiner ist als die Gruppe der Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern. Ihre Beantwortung hilft dabei, einen möglichst holistischen Überblick der aktuellen Situation zu bekommen. Mir ist bewusst, dass je nach Wirkungsort eine komplette Anonymisierung nicht möglich ist. Da es im Rahmen dieser Masterarbeit aber keine Einzelauswertung zu jedem Kanton geben wird, freue ich mich auf Ihr Mitwirken und zahlreiche Teilnahme. Gerade Ihre persönlichen Einschätzungen als erfahrene Leitungspersonen schätze ich sehr.

Parallel gibt es eine Umfrage für Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter, die keine Führungsfunktionen haben. In einigen Bereichen wird es zu Kontrollen zur Übereinstimmung von Daten kommen, wie zum Beispiel bei der Einschätzung von Hard- und Softfacts der Employer Brand.

Für die optimale Datensammlung und die nachfolgende Datenanalyse ist es wichtig, dass Sie als Teilnehmende folgende Kriterien erfüllen:

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Leiter/in Rettungsdienst und/oder stv. Leiter/in Rettungsdienst
- Führungsposition im Kader, die im Leitungsteam aktiv an Entscheidungsprozessen im Personalmarketing und Arbeitgebermarke mitwirken.

Die Befragung ist grundsätzlich anonym. Sollten sich Rückschlüsse auf Personen ergeben, werden diese nicht für die breite Öffentlichkeit publiziert. Die Plattform Findmind erfüllt die aktuellen DSGVO-Kriterien, ist SSL verschlüsselt und verwendet kein Tracking. Die Befragung endet mit dem 07. Februar 2024.

Anhang

Ihre Bearbeitungszeit liegt bei 5 bis maximal 10 Minuten. Bitte beantworten Sie jede Frage möglichst spontan mit ihrer subjektiven Einschätzung. Bei keiner der Antwortmöglichkeiten gibt es eine korrekte oder falsche Antwort.

Die Darstellung funktioniert sowohl auf mobilen Endgeräten (iPhone, Android, etc.) als auch auf stationären PCs. Ich empfehle Ihnen die Umfrage auf einem PC oder Tablet durchzuführen, da diese Darstellung am Besten geeignet ist.

Weitere Informationen zu meiner Person finden Sie:

unter <https://www.linkedin.com/in/felix-brinkmann-bab570109/>

Haben Sie noch Fragen? Schreiben Sie mich gerne an - entweder über mein LinkedIn-Profil oder via E-Mail an felix.brinkmann@gmx.ch

Vielen Dank im Voraus für Ihre Zeit und die wertvolle Unterstützung beim empirischen Teil meiner Masterarbeit.

Freundliche Grüsse

Felix Brinkmann

Anhang

Erfüllen Sie die im Einleitungstext aufgeführten Teilnahmebedingungen?

- Arbeitstätigkeit in einem deutschsprachigen Rettungsdienst in der Schweiz
- Leiter/in Rettungsdienst und stv. Leiter/in Rettungsdienst
- Führungsposition im Kader, die im Leitungsteam aktiv an Entscheidungsprozessen im Personalmarketing und der Arbeitgebermarke mitwirken.

Erfüllen Sie die im Einleitungstext aufgeführten Teilnahmebedingungen?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	100.00	53
Nein	0.00	0

Ich habe den Willkommenstext gelesen und verstanden. Ich bin mit der Speicherung meiner Antworten einverstanden.

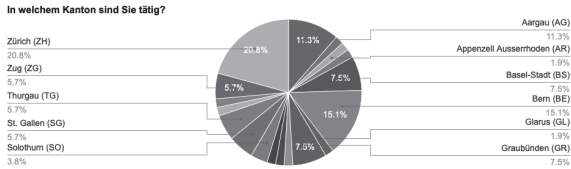
Ich habe den Willkommenstext gelesen und verstanden. Ich bin mit der Speicherung meiner Antworten einverstanden.



Option	Prozent	Anzahl
Ja	100.00	53
Nein	0.00	0

Anhang

In welchem Kanton sind Sie tätig?



Option	Prozent	Anzahl
Aargau (AG)	11.32	6
Appenzell Innerrhoden (AI)	1.89	1
Appenzell Auser rhoden (AR)	1.89	1
Basel-Landschaft (BL)	1.89	1
Basel-Stadt (BS)	7.55	4
Bern (BE)	15.09	8
Freiburg (FR)	0.00	0
Genf (GE)	0.00	0
Glarus (GL)	1.89	1
Graubünden (GR)	7.55	4
Jura (JU)	0.00	0
Luzern (LU)	1.89	1
Neuenburg (NE)	0.00	0
Nidwalden (NW)	0.00	0
Obwalden (OW)	0.00	0
Schaffhausen (SH)	1.89	1
Schwyz (SZ)	1.89	1
Solothurn (SO)	3.77	2
St. Gallen (SG)	5.66	3

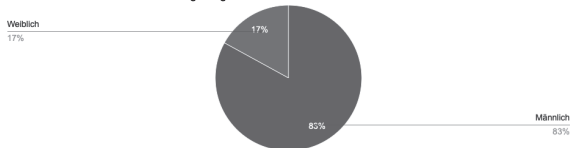
Anhang

Tessin (TI)	0.00	0
Thurgau (TG)	5.66	3
Uri (UR)	1.89	1
Waadt (VD)	0.00	0
Wallis (VS)	1.89	1
Zug (ZG)	5.66	3
Zürich (ZH)	20.75	11

Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

Divers (X, 0, divers, anderer nicht binärer Geschlechtseintrag)

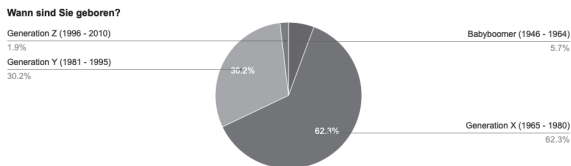
Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?



Option	Prozent	Anzahl
Männlich	83.02	44
Weiblich	16.98	9
Divers	0.00	0

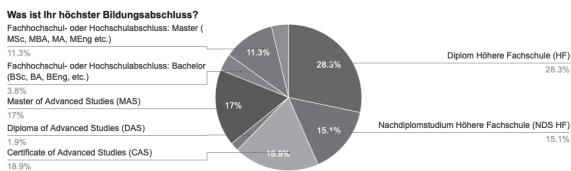
Anhang

Wann sind Sie geboren?



Option	Prozent	Anzahl
Babyboomer (1946 - 1964)	5.66	3
Generation X (1965 - 1980)	62.26	33
Generation Y (1981 - 1995)	30.19	16
Generation Z (1996 - 2010)	1.89	1

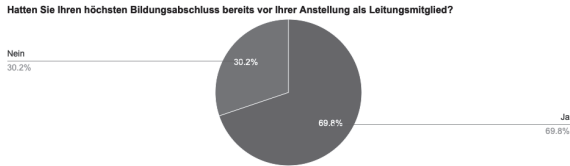
Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?



Option	Prozent	Anzahl
Diplom Höhere Fachschule (HF)	28.30	15
Nachdiplomstudium Höhere Fachschule (NDS HF)	15.09	8
Certificate of Advanced Studies (CAS)	18.87	10
Diploma of Advanced Studies (DAS)	1.89	1
Master of Advanced Studies (MAS)	16.98	9
Fachhochschul- oder Hochschulabschluss: Bachelor (BSc, BA, BEng, etc.)	3.77	2
Fachhochschul- oder Hochschulabschluss: Master (MSc, MBA, MA, MEng etc.)	11.32	6
Promotion (Doktor, PhD)	3.77	2

Anhang

Hatten Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss bereits vor Ihrer Anstellung als Leitungsmitglied?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	69.81	37
Nein	30.19	16

Über wie viele Jahre Berufserfahrung verfügen Sie im Rettungsdienst?

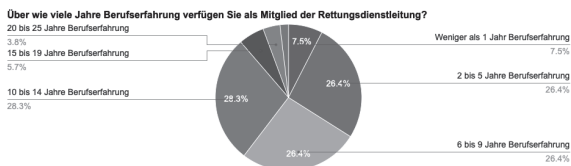
Die Berufserfahrung gilt ab dem erfolgreichen Abschluss als RS.



Option	Prozent	Anzahl
Weniger als 1 Jahr Berufserfahrung	1.89	1
2 bis 5 Jahre Berufserfahrung	7.55	4
6 bis 9 Jahre Berufserfahrung	5.66	3
10 bis 14 Jahre Berufserfahrung	18.87	10
15 bis 19 Jahre Berufserfahrung	15.09	8
20 bis 25 Jahre Berufserfahrung	26.42	14
Mehr als 26 Jahre Berufserfahrung	24.53	13

Anhang

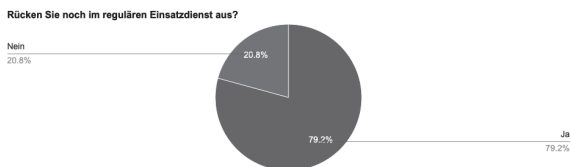
Über wie viele Jahre Berufserfahrung verfügen Sie als Mitglied der Rettungsdienstleitung?



Option	Prozent	Anzahl
Weniger als 1 Jahr Berufserfahrung	7.55	4
2 bis 5 Jahre Berufserfahrung	26.42	14
6 bis 9 Jahre Berufserfahrung	26.42	14
10 bis 14 Jahre Berufserfahrung	28.30	15
15 bis 19 Jahre Berufserfahrung	5.66	3
20 bis 25 Jahre Berufserfahrung	3.77	2
Mehr als 26 Jahre Berufserfahrung	1.89	1

Rücken Sie noch im regulären Einsatzdienst aus?

Gemeint sind hiermit reguläre Dienste auf einem Notarzteinsatzfahrzeug (NEF) oder Rettungswagen (RTW). Leitungs- oder Einsatzleiterdienste sind hierbei nicht gemeint.



Option	Prozent	Anzahl
Ja	79.25	42
Nein	20.75	11

Anhang

Wie viele Mitarbeitende sind in Ihrem Rettungsdienst beschäftigt?

Tragen Sie die Anzahl der Mitarbeitenden numerisch ein.

Teilnehmer	Antworten
8204308	13
8204492	ca. 70 Mitarbeitende
8204651	14.4
8204997	88
8205234	22
8205514	71
8206693	21
8206763	24
8206785	50
8206958	23
8207362	23
8207971	41
8208232	32
8209139	60
8209203	106
8209219	83
8210516	30
8210713	30
8211992	60
8212211	70
8213519	60
8215147	27
8216175	70

Anhang

8217052	150
8217107	150
8217186	140
8217555	62
8217968	60
8219200	126
8219325	38
8219491	130
8219867	150
8220602	55
8222778	25
8225078	55
8225557	57
8225931	120
8226321	90
8227427	180
8227550	112
8228433	20
8233850	124
8234128	120
8234491	40
8234842	100
8235770	89
8235823	60
8236277	15
8236770	100

Anhang

8241102	16
8244358	142
8244617	60
8246677	23

Wie viele Einsätze hat Ihr Rettungsdienst letztes Jahr absolviert?

Teilnehmer	Antworten
8204308	1750
8204492	ca. 12500
8204651	2000
8204997	7889
8205234	1900
8205514	5900
8206693	1900
8206763	2400
8206785	8800
8206958	1081
8207362	2300
8207971	5400
8208232	5800
8209139	9800
8209203	9000
8209219	8500
8210516	6000
8210713	5000
8211992	12'000

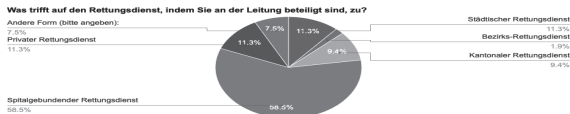
Anhang

8212211	12000
8213519	13500
8215147	3656
8216175	11'000
8217052	28700
8217107	22'400
8217186	25.000
8217555	5800
8217968	11000
8219200	32'000
8219325	1761
8219491	14000
8219867	25000
8220602	4000
8222778	2500
8225078	ca. 7100
8225557	7100
8225931	29'300
8226321	7800
8227427	36000
8227550	7800
8228433	1500
8234128	8000
8234491	4975
8234842	12300
8235770	12300

Anhang

8235823	5800
8236277	1850
8236770	12300
8241102	583
8244358	18550
8244617	10000
8246677	1800

Was trifft auf den Rettungsdienst, indem Sie an der Leitung beteiligt sind, zu?



Option	Prozent	Anzahl
Städtischer Rettungsdienst	11.32	6
Bezirks-Rettungsdienst	1.89	1
Kantonaler Rettungsdienst	9.43	5
Spitalgebundener Rettungsdienst	58.49	31
Privater Rettungsdienst	11.32	6
Luftrettung	0.00	0
Andere Form (bitte angeben):	7.55	4

Teilnehmer	Andere Form (bitte angeben):
8204492	Rettungsdienst mit drei Stützpunkten, sowohl in städtischen Einzugsgebiet, aber auch mit ländlichem Anteil
8204997	AG
8219200	Seit 2024 in der Privatisierung, der 100% Aktienbesitz bleibt bei den Spitälern

Anhang

8219325	Öffentlicher Rettungsdienst in Form einer eigenen Gesellschaft
---------	--

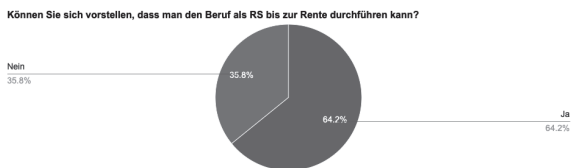
Wie stark wird Ihr Spielraum Entscheide zu treffen durch eine vorgesetzte Stelle eingeschränkt?



Option	Prozent	Anzahl
Starke Einschränkungen	11.32	6
Mehrheitlich Einschränkungen	22.64	12
Neutral	20.75	11
Kaum Einschränkungen	37.74	20
Keine Einschränkungen	7.55	4

Können Sie sich vorstellen, dass man den Beruf als RS bis zur Rente durchführen kann?

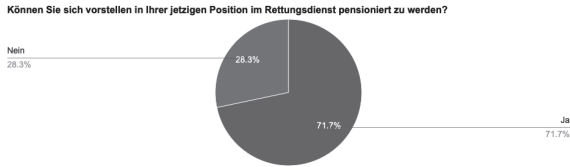
Mit RS sind Dipl. Rettungssanitäter/innen HF und Rettungssanitäter/innen NHF gemeint, die im regulären Einsatzdienst ohne Führungsaufgaben ausrücken.



Option	Prozent	Anzahl
Ja	64.15	34
Nein	35.85	19

Anhang

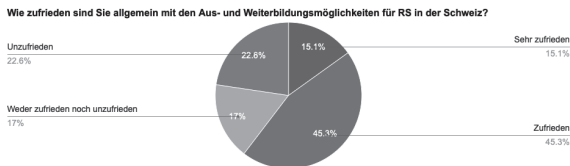
Können Sie sich vorstellen in Ihrer jetzigen Position im Rettungsdienst pensioniert zu werden?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	71.70	38
Nein	28.30	15

Wie zufrieden sind Sie allgemein mit den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für RS in der Schweiz?

Mit RS sind Dipl. Rettungsanitäter/innen HF und Rettungsanitäter/innen NHF gemeint.



Option	Prozent	Anzahl
Sehr zufrieden	15.09	8
Zufrieden	45.28	24
Weder zufrieden noch unzufrieden	16.98	9
Unzufrieden	22.64	12
Sehr unzufrieden	0.00	0

Anhang

Wie schwierig ist die Rekrutierung von qualifizierten RS für Ihren Betrieb?

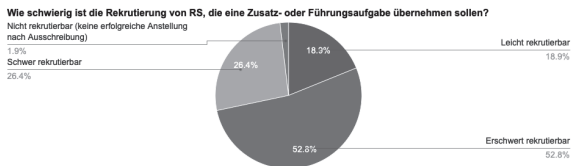
Mit RS sind diplomierte Rettungsanitäter/innen HF und Rettungsanitäter/innen NHF gemeint.



Option	Prozent	Anzahl
Leicht rekrutierbar	9.43	5
Erschwert rekrutierbar	45.28	24
Schwer rekrutierbar	45.28	24
Nicht rekrutierbar (Keine Anstellung nach erfolgter Ausschreibung)	0.00	0

Wie schwierig ist die Rekrutierung von RS, die eine Zusatz- oder Führungsaufgabe übernehmen sollen?

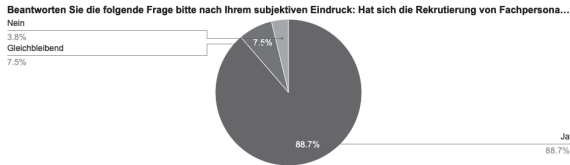
Gemeint sind hiermit: Berufsbildner/in, Praxisanleiter/in, Schichtleiter/in, Bereichsleiter/in, etc.



Option	Prozent	Anzahl
Leicht rekrutierbar	18.87	10
Erschwert rekrutierbar	52.83	28
Schwer rekrutierbar	26.42	14
Nicht rekrutierbar (keine erfolgreiche Anstellung nach Ausschreibung)	1.89	1

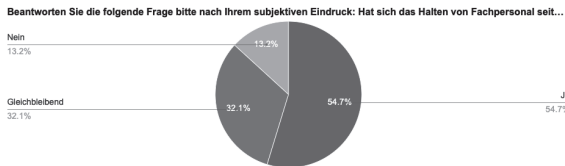
Anhang

Beantworten Sie die folgende Frage bitte nach Ihrem subjektiven Eindruck: Hat sich die Rekrutierung von Fachpersonal seit 2016 weiter erschwert.



Option	Prozent	Anzahl
Ja	88.68	47
Gleichbleibend	7.55	4
Nein	3.77	2

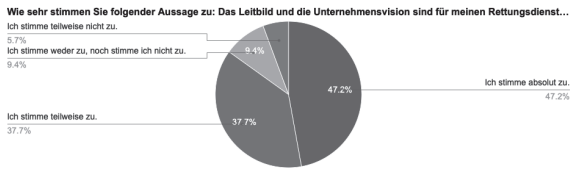
Beantworten Sie die folgende Frage bitte nach Ihrem subjektiven Eindruck: Hat sich das Halten von Fachpersonal seit 2016 immer schwieriger dargestellt?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	54.72	29
Gleichbleibend	32.08	17
Nein	13.21	7

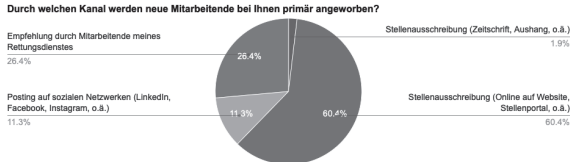
Anhang

Wie sehr stimmen Sie folgender Aussage zu: Das Leitbild und die Unternehmensvision sind für meinen Rettungsdienst wichtig und diese werden auch in der Praxis gelebt.



Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	47.17	25
Ich stimme teilweise zu.	37.74	20
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	9.43	5
Ich stimme teilweise nicht zu.	5.66	3
Ich stimme absolut nicht zu.	0.00	0

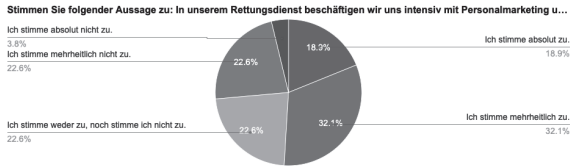
Durch welchen Kanal werden neue Mitarbeitende bei Ihnen primär angeworben?



Option	Prozent	Anzahl
Stellenausschreibung (Zeitschrift, Aushang, o.ä.)	1.89	1
Stellenausschreibung (Online auf Website, Stellenportal, o.ä.)	60.38	32
Posting auf sozialen Netzwerken (LinkedIn, Facebook, Instagram, o.ä.)	11.32	6
Empfehlung durch Mitarbeitende meines Rettungsdienstes	26.42	14
Direkte Empfehlung durch Leitung des Rettungsdienstes	0.00	0
Initiativbewerbung	0.00	0

Anhang

Stimmen Sie folgender Aussage zu: In unserem Rettungsdienst beschäftigen wir uns intensiv mit Personalmarketing und dem Aufbau einer Arbeitgebermarke.



Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	18.87	10
Ich stimme mehrheitlich zu.	32.08	17
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	22.64	12
Ich stimme mehrheitlich nicht zu.	22.64	12
Ich stimme absolut nicht zu.	3.77	2

Stimmen Sie folgender Aussage zu: Wir arbeiten aktiv an unserer Employer Value Proposition (EVP).



Option	Prozent	Anzahl
Ich stimme absolut zu.	26.42	14
Ich stimme mehrheitlich zu.	22.64	12
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu.	18.87	10
Ich stimme mehrheitlich nicht zu.	18.87	10
Ich stimme absolut nicht zu.	5.66	3
Mir ist der Begriff nicht bekannt.	7.55	4

Anhang

Für den Aufbau einer Arbeitgebermarke gibt es wichtige Hard Facts und Soft Facts. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit der folgenden Hard Facts für Ihre Mitarbeitenden aus Sicht als Leitung:

Slider ganz links (Position 1) = Unwichtig

Slider eher links (Position 2) = Eher unwichtig

Slider mittig (Position 3) = Weder wichtig noch unwichtig

Slider eher rechts (Position 4) = Eher wichtig

Slider ganz recht (Position 5) = Sehr wichtig



	Ø	1	2	3	4	5
Angemessene Vergütung und Gehaltsentwicklung	Ø: 4.26 Σ: 53		1 1.89%	3 5.66%	30 56.6%	19 35.85%
Weiterbildungsmöglichkeiten	Ø: 4.23 Σ: 53			3 5.66%	35 66.04%	15 28.3%
Aufstiegschancen	Ø: 3.49 Σ: 53		4 7.55%	24 45.28%	20 37.74%	5 9.43%
Arbeitsumgebung und -organisation	Ø: 4.49 Σ: 53		1 1.89%	4 7.55%	16 30.19%	32 60.38%

Anhang

Für den Aufbau einer Arbeitgebermarke gibt es wichtige Hard Facts und Soft Facts. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit der folgenden Soft Facts für Ihre Mitarbeitenden aus Sicht als Leitung.

Slider ganz links (Position 1) = Unwichtig

Slider eher links (Position 2) = Eher unwichtig

Slider mittig (Position 3) = Weder wichtig noch unwichtig

Slider eher rechts (Position 4) = Eher wichtig

Slider ganz recht (Position 5) = Sehr wichtig



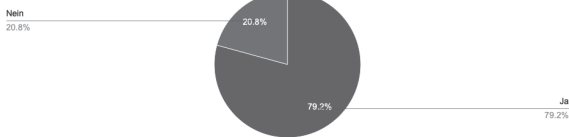
	Ø	1	2	3	4	5
Wertesystem	Ø: 3.87 Σ: 53	1 1.89%	2 3.77%	13 24.53%	24 45.28%	13 24.53%
Interne Kommunikation	Ø: 4.47 Σ: 53			2 3.77%	24 45.28%	27 50.94%
Gutes Betriebsklima	Ø: 4.77 Σ: 53			1 1.89%	10 18.87%	42 79.25%
Work-Life-Balance	Ø: 4.42 Σ: 53			3 5.66%	25 47.17%	25 47.17%
Flexible Arbeitszeiten	Ø: 3.83 Σ: 53	1 1.89%	4 7.55%	14 26.42%	18 33.96%	16 30.19%

Anhang

Gestaltungsmöglichkeiten in Sekundärbereichen (Grad der Selbstständigkeit und Verantwortung bei "Zusatzämtern")	Ø:					
	Σ: 53					
			7 13.21%	11 20.75%	26 49.06%	9 16.98%

Stimmen Sie folgender Aussage zu: In meinem Rettungsdienst werden regelmässig Mitarbeiterbefragungen durchgeführt (alle 1 bis 5 Jahre).

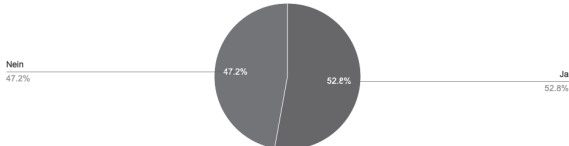
Stimmen Sie folgender Aussage zu: In meinem Rettungsdienst werden regelmässig Mitarbeiterbefragungen durchgefö...



Option	Prozent	Anzahl
Ja	79.25	42
Nein	20.75	11

Verfügt der Rettungsdienst, für den Sie zuständig sind, über eine aktive Social-Media-Präsenz?

Verfügt der Rettungsdienst, für den Sie zuständig sind, über eine aktive Social-Media-Präsenz?

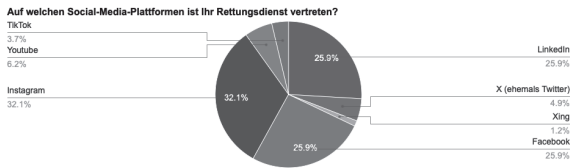


Option	Prozent	Anzahl
Ja	52.83	28
Nein	47.17	25

Anhang

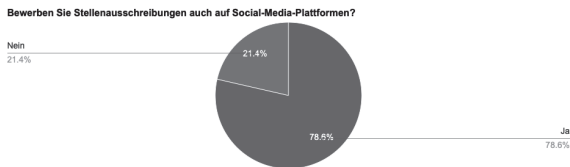
Auf welchen Social-Media-Plattformen ist Ihr Rettungsdienst vertreten?

Bitte alle Kanäle, auf denen Ihr Rettungsdienst vertreten ist, auswählen.



Option	Prozent	Anzahl
LinkedIn	25.93	21
X (ehemals Twitter)	4.94	4
Xing	1.23	1
Facebook	25.93	21
Instagram	32.10	26
Youtube	6.17	5
TikTok	3.70	3

Bewerben Sie Stellenausschreibungen auch auf Social-Media-Plattformen?

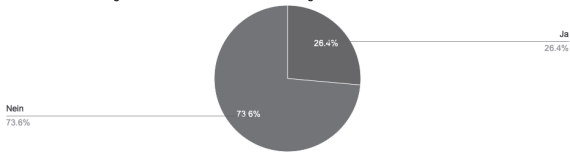


Option	Prozent	Anzahl
Ja	78.57	22
Nein	21.43	6

Anhang

Gibt es in Ihrem Rettungsdienst eine berufliche Laufbahnberatung für die Mitarbeitenden?

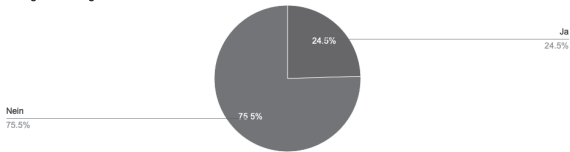
Gibt es in Ihrem Rettungsdienst eine berufliche Laufbahnberatung für die Mitarbeitenden?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	26.42	14
Nein	73.58	39

Verfügt Ihr Rettungsdienst über ein Laufbahn- oder Karrierestufenschema?

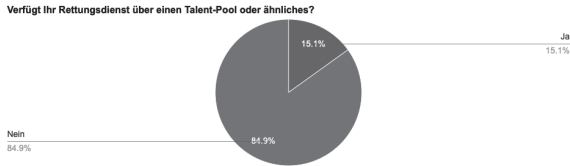
Verfügt Ihr Rettungsdienst über ein Laufbahn- oder Karrierestufenschema?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	24.53	13
Nein	75.47	40

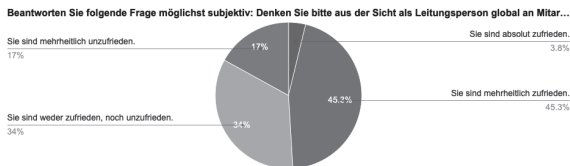
Anhang

Verfügt Ihr Rettungsdienst über einen Talent-Pool oder ähnliches?



Option	Prozent	Anzahl
Ja	15.09	8
Nein	84.91	45

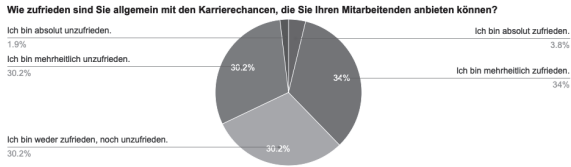
Beantworten Sie folgende Frage möglichst subjektiv: Denken Sie bitte aus der Sicht als Leitungsperson global an Mitarbeitende aus Rettungsdiensten. Wie zufrieden sind die Mitarbeitenden mit der aktiven Förderung der beruflichen Weiterentwicklung durch die Rettungsdienstleitungen?



Option	Prozent	Anzahl
Sie sind absolut zufrieden.	3.77	2
Sie sind mehrheitlich zufrieden.	45.28	24
Sie sind weder zufrieden, noch unzufrieden.	33.96	18
Sie sind mehrheitlich unzufrieden.	16.98	9
Sie sind absolut unzufrieden.	0.00	0

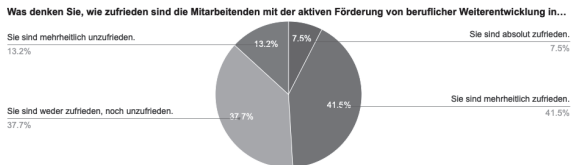
Anhang

Wie zufrieden sind Sie allgemein mit den Karrierechancen, die Sie Ihren Mitarbeitenden anbieten können?



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	3.77	2
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	33.96	18
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	30.19	16
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	30.19	16
Ich bin absolut unzufrieden.	1.89	1

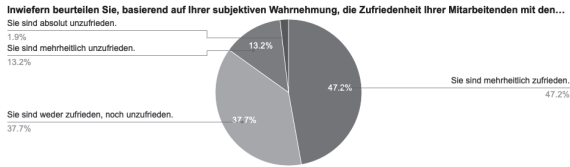
Was denken Sie, wie zufrieden sind die Mitarbeitenden mit der aktiven Förderung von beruflicher Weiterentwicklung in Ihrem Unternehmen?



Option	Prozent	Anzahl
Sie sind absolut zufrieden.	7.55	4
Sie sind mehrheitlich zufrieden.	41.51	22
Sie sind weder zufrieden, noch unzufrieden.	37.74	20
Sie sind mehrheitlich unzufrieden.	13.21	7
Sie sind absolut unzufrieden.	0.00	0

Anhang

Inwiefern beurteilen Sie, basierend auf Ihrer subjektiven Wahrnehmung, die Zufriedenheit Ihrer Mitarbeitenden mit den personalpolitischen Prozessen und Förderungsmassnahmen innerhalb Ihres Unternehmens?

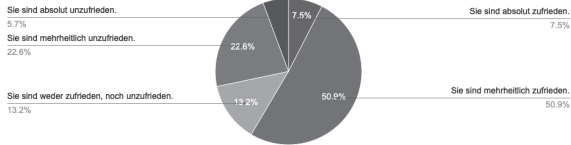


Option	Prozent	Anzahl
Sie sind absolut zufrieden.	0.00	0
Sie sind mehrheitlich zufrieden.	47.17	25
Sie sind weder zufrieden, noch unzufrieden.	37.74	20
Sie sind mehrheitlich unzufrieden.	13.21	7
Sie sind absolut unzufrieden.	1.89	1

Anhang

Wie beurteilen Sie, als Leitungsmitglied, die Honorierung von Zusatzaufgaben wie beispielsweise im Bereich der Berufsbildung, Medizinprodukte oder Fahrzeugtechnik aus Sicht der Mitarbeitenden?

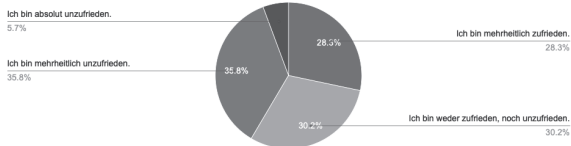
Wie beurteilen Sie, als Leitungsmitglied, die Honorierung von Zusatzaufgaben wie beispielsweise im Bereich der Beruf...



Option	Prozent	Anzahl
Sie sind absolut zufrieden.	7.55	4
Sie sind mehrheitlich zufrieden.	50.94	27
Sie sind weder zufrieden, noch unzufrieden.	13.21	7
Sie sind mehrheitlich unzufrieden.	22.64	12
Sie sind absolut unzufrieden.	5.66	3

Wie zufrieden sind Sie mit den Laufbahn- und Karrieremodellen im Rettungsdienst im Vergleich zu anderen Blaulichtorganisationen (Polizei, Feuerwehr, Zivilschutz, etc.)

Wie zufrieden sind Sie mit den Laufbahn- und Karrieremodellen im Rettungsdienst im Vergleich zu anderen Blaulichtor...



Option	Prozent	Anzahl
Ich bin absolut zufrieden.	0.00	0
Ich bin mehrheitlich zufrieden.	28.30	15
Ich bin weder zufrieden, noch unzufrieden.	30.19	16
Ich bin mehrheitlich unzufrieden.	35.85	19
Ich bin absolut unzufrieden.	5.66	3

Anhang

Stellen Sie sich bitte vor, dass Geld keine Rolle spielt (Personalkosten, Fehlzeiten, Kurskosten etc.): Welche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten würden Ihre Mitarbeitenden wohl am ehesten nutzen wollen?

Slider ganz links (Position 1) = Unwichtig

Slider eher links (Position 2) = Eher unwichtig

Slider mittig (Position 3) = Weder wichtig noch unwichtig

Slider eher rechts (Position 4) = Eher wichtig

Slider ganz recht (Position 5) = Sehr wichtig



	Ø	1	2	3	4	5
Diplomierte Führungsperson in Rettungsorganisationen (Höhere Fachprüfung)	Ø: 2.89 Σ: 53	5 9.43%	11 20.75%	26 49.06%	7 13.21%	4 7.55%
Disponent/in Notrufzentrale (Verbandsprüfung)	Ø: 2.32 Σ: 53	13 24.53%	18 33.96%	16 30.19%	4 7.55%	2 3.77%
Ausbilder/in mit eigenössischen Fachausweis (SVEB)	Ø: 3.89 Σ: 53	2 3.77%	5 9.43%	9 16.98%	18 33.96%	19 35.85%
Expert/in in Gesundheitsinstitutionen mit eigenössischem Diplom (H+ Bildung)	Ø: 2.74 Σ: 53	8 15.09%	13 24.53%	18 33.96%	13 24.53%	1 1.89%

Anhang

Advanced Studies (Certificate (CAS), Diploma (DAS) oder Master (MAS) in relevanter Fachrichtung)	Ø: 3.83 Σ: 53	2 3.77%	7 13.21%	8 15.09%	17 32.08%	19 35.85%
Bachelor (BSc, BA, BEng, etc.) in relevanter Fachrichtung	Ø: 2.79 Σ: 53	6 11.32%	18 33.96%	14 26.42%	11 20.75%	4 7.53%
Master (MSc, MA, MEng, etc.) in relevanter Fachrichtung	Ø: 2.72 Σ: 53	7 13.21%	19 35.85%	14 26.42%	8 15.09%	5 9.43%

Was möchten Sie zum Thema "Laufbahnentwicklung" und "Employer Branding" noch mitteilen?

Das ist kein obligatorisches Feld. Wenn Sie eine Rückmeldung zu Ihrem Anliegen haben wollen, kontaktieren Sie mich bitte per LinkedIn oder per E-Mail (diese wird unter der Umfrage angezeigt).

Die Anmerkungen, die Sie hier schreiben, werden dokumentiert und sind im Anhang der Masterarbeit sichtbar. Allerdings gesammelt, es werden keine Einzelauswertung angehängen, somit ist Ihre Anonymität gewährleistet. Daher bitte auch nicht den Namen zu Ihrem Kommentar angeben.

Teilnehmer	Antworten
8206958	In die Entwicklung von Rettungsfachpersonal sollte die persönliche regelmässige Supervision eingebunden werden. Persönlichkeitsstrukturen zu reflektieren kann Entwicklung und Beständigkeit bewirken.
8210713	Karrieremöglichkeiten sind rein aufgrund des Berufsbilds kaum möglich, da berufliche "Sackgasse". Kaderposition wird nur von wenigen angestrebt. Als kleiner RD kaum Möglichkeiten hier alle zu fördern, da die Ausbildungskosten für höhere Kader enorm sind und Positionen rar (da wir kurze Wege und ein schlankes Kader beibehalten wollen). Auf freie Positionen wird sich nicht beworben, da Work-Life-Balance wichtiger ist als Kaderposition, gerade bei U30 Mitarbeitenden. Möglichkeiten sind besser in grossen RD oder solchen mit kantonaler Defizitgarantie, da Geld weniger eine Rolle spielt.
8215147	Als spitalgebundener Rettungsdienst ist man vor allem im Bezug auf Personalentwicklung und Employer Branding an die Vorgaben und Limite des Spitals limitiert.

Anhang

8219325	Die Möglichkeiten sich in anderen Expertenbereichen mit HF Ausbildung weiterzuentwickeln (Pflege/Notfall/Anästhesie) sollte einfacher und durchlässiger ein.
8236277	Wir fühlen uns gerade in Personalbelangen stark durch das HR eingeschränkt.
8246677	Insbesondere scheint mir die Schaffung von Weiterbildungsmöglichkeiten in der direkten Linie (Rettungswesen) sehr wichtig. Aktuell kann sich das Rettungsdienstpersonal nur in angrenzenden Berufen weiterentwickeln. Beispiele dafür sind die Pilotversuche von "Präklinischen Fachspezialisten" in der Schweiz bzw. Gemeindegemeinschaften in Deutschland oder "Advanced Paramedics" im Angelsächsischen Raum.

Interviewleitfaden

Interview Michael Schumann

Name	Felix Brinkmann	MBA	Public Management
Kennzeichen	2030044016	Zeitraum	1 Stunde
Datum	21.02.2024		

Erster Teil „Begrüssung und Klärung“

Im Rettungsdienst arbeitet man in Extremsituationen als Team zusammen. Generell ist es üblich sich untereinander nicht zu Siezen.

Bedankung für die Teilnahmebereitschaft zum Interview.

Ordentlich immatrikuliert an der FH Burgenland in der Kooperation mit der ASAS, mit Personenkennziffer 20 300 44 016.

Klärung des Datenschutzes, Einverständnis zur Aufnahme Vorlegung der Zustimmungserklärung.

Klärung zur Postskript-Vorlage.

Erklärung der Interviewstruktur.

Interview wegen Transkribieren auf Hochdeutsch.

Zweiter Teil „Ergebnispräsentation“

Kurze Vorstellung der Ergebnisse der Masterarbeit.

Dritter Teil „Informationserhebungsphase“

Aufnahme wird gestartet.

- Abschnitt 1: Einführung in das Interview:
 - Kannst Du Dich bitte kurz vorstellen (Name, Alter, höchster Bildungsabschluss) sowie Deine aktuelle Position beschreiben?
 - Wie lange hast Du als Rettungssanitäter gearbeitet, bevor Du eine Führungsposition übernommen hast.
 - Wie viele Mitarbeitende sind Dir unterstellt?
- Abschnitt 2: Forschungsfragen:
 - Hat sich die Rekrutierung von geeignetem Rettungsfachpersonal im Vergleich zur Erhebung von 2016 weiter verschärft?
 - Würdest Du Euer Projekt „Kein Job von der Stange“ als erfolgreiches Employer Branding bezeichnen?
- Abschnitt 3: Aktueller Stand in der Rettungsszene Schweiz:
 - Kannst Du Dir vorstellen als Rettungssanitäter im Einsatzdienst pensioniert zu werden?

- 38,87% können sich nicht vorstellen als RS pensioniert zu werden. Hingegen 64,15% können sich vorstellen, dass man als RS pensioniert werden kann. Wie kommt dieses Gap Deiner Meinung nach zu Stande?
- Wo siehst Du im Fachkräftemangel dringenden Aufholbedarf?
- Was muss gemacht werden, um den Fachkräftemangel abpuffern zu können.
- Wie wichtig ist Deiner Meinung die Beschäftigung von Rettungsdienstleitungen mit der Personalmarketing und die Arbeitgebermarke für den Rettungsdienst?
- Die Swiss Paramedic Association arbeitet an der Anpassung der Zulassungsbedingungen zu den NDS AIN HF. Wie wichtig ist Deiner Meinung nach der Zugang zum NDS für RS?
- Abschnitt 4: Forschungsergebnisse und Akademisierung
 - Wie wichtig sind empirische Forschungsarbeit durch RS im schweizer Rettungsdienst?
 - Da sehe ich ein Problem: Es gibt in der Schweiz rettungsdienstspezifisches Angebot auf Stufe Bachelor oder Master. Wenn man den Auslandsvergleich mit Österreich und Deutschland heranzieht, die haben ein grösseres Angebot, sowie die ersten promovierten und habilitierten Personen in diesem Bereich. Mit dem CAS ist der erste Schritt in der Schweiz gemacht worden, wo Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter zugelassen sind. Ist darüber hinaus – ohne eine Vollakademisierung anzustreben – etwas geplant, für Personen, die etwas rettungsdienstspezifisches studieren wollen?
 - Der FIROL ist mit 2,69 und Disponent mit 2,39 bewertet. Advanced Studies mit 3,21, Bachelor mit 2,79 und Master mit 2,76 durch RS bewertet. Wird es in Zukunft ein entsprechendes Angebot geben?
 - 43,88% der RS-Umfrage geben an, dass sie ein Jobwechsel voraussichtlich in eine Beschäftigung ausserhalb des Rettungsdienstes führt. Wie interpretierst Du das Ergebnis?
 - 25,44% der RS sind unzufrieden mit den Karrieremöglichkeiten in ihrem Betrieb. 54% der RS sind unzufrieden mit den Karriere- und Laufbahnmodellen im RD im Vergleich zu anderen BORS. 75,47% der Leitungsmitglieder haben kein Laufbahn- oder Karrierestufenmodell in ihrem RD. Was muss sich hier Deiner Meinung nach ändern?
- Abschnitt 5: Abschluss und Bedankung
 - Herzlichen Dank für das Interview. Gibt es zum Schluss noch etwas, das Du gerne anfügen möchtest?
 - Ich habe in meinem Fazit geschrieben: Es ist zwar bereits nicht mehr 5 vor 12, aber noch nicht 12 Uhr. Teilst Du diese Meinung?

Aufnahme Stopp

Vierter Teil „Verabschiedung“

Aufnahme ist beendet. Überprüfung, dass Aufnahme gut hörbar ist. Verabschiedung.

Postskript Experteninterview Michael Schumann

Postskript zum Experteninterview 21.02.2024

Experte: Michael Schumann

Anwesende Personen

Michael Schumann, Leiter Sanität Schutz & Rettung Zürich

Felix Brinkmann, Studierender MBA Public Management, ordentlich immatrikuliert an der FH Burgenland.

Dauer des Interviews

30 Minuten und 28 Sekunden, Start der Aufzeichnung 13:31 Uhr

Räumlichkeiten und Gesprächsatmosphäre

Das Interview fand im Büro von Michael Schumann, im Rettungsdienststützpunkt von Schutz & Rettung Zürich am Neumühlequai 40, 8006 Zürich statt.

Das Interview verlief in einer ruhigen und äußerst angenehmen Atmosphäre, ungestört von jeglichen relevanten oder störenden Nebengeräuschen.

Gesprächsinhalt vor dem Interview

Nach der freundlichen Begrüßung durch Michael Schumann, wurden folgende formale Punkte vor dem Beginn der Aufzeichnung besprochen:

- Bedankung für die Teilnahmebereitschaft zum Interview.
- Erklärung der Zustimmungserklärung, bezüglich des Einverständnisses mit der Aufnahme des Interviews.
- Abgabe des von der Fachhochschule bereitgestellten Dokuments «Zustimmungserklärung Interview – Datenschutzmitteilung». Die Unterzeichnung einer Zustimmungserklärung zum Datenschutz durch den Interviewpartner, wie sie durch den Fachbereich der Fachhochschule Burgenland vorgegeben wird, ist erforderlich für die ordnungsgemässe Durchführung des Interviews. Das bereitgestellte Dokument wurde durch Michael Schumann unterschrieben.
- Bezüglich des Postskripts wurde vereinbart, dass Herr Michael Schumann das Postskript des Interviews zur Ansicht erhält, damit er dieses vor der

Anhang

Verwendung in der Masterarbeit überprüfen kann. Diese Vereinbarung wurde getroffen, um die Korrektheit und Genauigkeit des Postskripts sicherzustellen. Da das Postskript eine wichtige Rolle in der Masterarbeit spielt, ist es von grosser Bedeutung, dass es von allen involvierten Parteien überprüft wird. Auf diese Weise kann eine angemessene Darstellung der Ergebnisse des Interviews gewährleistet werden.

- Vorab wurde die Verwendung von Hochdeutsch als gemeinsame Sprache vereinbart.
- Vorstellung der geplanten Interviewstruktur.

Im Anschluss an die Klärung der formalen Angelegenheiten, wurde die Masterarbeit, welche sich noch im Schreibprozess befindet, vorgestellt. Besonderes Augenmerk lag dabei auf der Überprüfung der Forschungsfragen und der Einordnung der Ergebnisse. Hierbei standen insbesondere die bereits ausgewerteten Ergebnisse im Fokus, welche die Forschungsfragen beantworteten und mittels Hypothesentests überprüft worden sind.

Aufgrund des bestehenden Bekanntheitsverhältnisses unterhielten sich die beiden Interviewpartner im vertrauten «Du-Verhältnis» und verzichteten auch für das Interview somit auf das formelle Siezen.

Diese Umgangsform ist im Kontext des Rettungsdienstes vielerorts üblich und begründet sich durch die enge Zusammenarbeit in Extremsituationen. Eine Änderung der Anrede auf das formelle «Sie» während des Interviews erschien in diesem Rahmen nicht sinnvoll und wurde von keinem Interviewpartner gewünscht.

Technik

Zur Gewährleistung einer umfassenden Absicherung und redundanter Dokumentation wurde das Interview mithilfe der Verwendung der App «Sprachmemos» zeitgleich auf einem iPhone 13 Pro Max und einem iPad Pro 2020 parallel aufgezeichnet. So wurde eine parallele Sicherung der Daten auf zwei verschiedenen und unabhängigen Geräten vorgenommen. Dies ermöglichte eine erhöhte Ausfallsicherheit und reduzierte das Risiko eines Datenverlustes signifikant.

Anhang

Im Hinblick auf den Datenschutz wurde das Interview ohne die Verwendung von künstlicher Intelligenz vom Interviewer in schriftlicher Form zusammengefasst. Eine solche Vorgehensweise ermöglicht es, personenbezogene Daten der Interviewpartner zu schützen, da keine automatisierte Verarbeitung durch künstliche Intelligenz erfolgte. Damit kann die Integrität und Vertraulichkeit der Aussagen gewährleistet werden.

Transkription

Für die bessere Übersichtlichkeit wurden den Interviewpartnern folgende Kürzel zugewiesen:

SCMA (Schumacher, Michael)

BRFE (Brinkmann, Felix)

Zeiten	Kürzel	Transkription
0:00 – 0:04	BRFE	Funktionstest der Mikrofone. Die Stimmen sind akustisch gut wahrnehmbar. Die Aufnahmefunktion auf beiden Geräten funktioniert.
0:05 – 0:11	BRFE	Start Abschnitt 1 «Einführung in das Interview»
00:12 – 00:18	BRFE	Kannst Du Dich bitte kurz vorstellen? Mit dem Namen, dem Alter, Deinem höchsten Bildungsabschluss und Deiner aktuellen Position.
00:19 – 00:41	SCMA	Mein Name ist Michael Schumann, arbeite bei Schutz & Rettung Zürich. Ich bin 48 Jahre alt und mein höchster Bildungsabschluss ist ein Executive MBA, an der Fachhochschule St. Gallen. Meine Funktion ist Bereichsleiter Sanität bei Schutz & Rettung Zürich und damit verantwortlich für Rettungsdienst, Verlegungsdienst und ärztliche Leitung.
00:43 – 00:49	BRFE	Wie lange hast Du als Rettungssanitäter gearbeitet, bevor Du Deine erste Führungsposition übernommen hast?
00:50 – 01:05	SCMA	Bevor ich die erste Führungsposition übernommen habe, habe ich 9 Jahre als Rettungssanitäter gearbeitet. Inklusive Ausbildung.
1:07 – 01:10	BRFE	Wie viele Mitarbeitende sind Dir momentan unterstellt?
01:11 – 01:14	SCMA	Das sind rund 240 Mitarbeitende.
01:15 – 01:18	BRFE	Gut, dann sind wir mit dem Teil 1 Einführung durch.

Anhang

01:18 – 01:20	BRFE	Start Abschnitt 2 «Forschungsfragen»
01:20 – 01:33	BRFE	Ich habe Dir die Forschungsfragen vorgestellt. Ich würde gerne von Dir selber wissen – aus Deiner persönlichen subjektiven Meinung: Hat sich die Rekrutierung von geeignetem Rettungsfachpersonal, im Vergleich zur Erhebung des Obsan Bulletin 2016, weiter erschwert?
01:34 – 02:10	SCMA	Ja, es hat sich verschärft. Wir haben in der Rekrutierung weniger insgesamt weniger passende Kandidatinnen und Kandidaten. Wir stellen aber auch fest, dass es jährliche Schwankungen gibt. Wir haben in der aktuellen Situation heute, wieder etwas mehr Bewerbende, aber ich vermute, dass das normale Schwankungen sind. Wenn wir den langjährigen Mittelwert anschauen, dann hat die Zahl an Bewerbenden stetig abgenommen.
02:12 – 02:32	BRFE	Dann würde mich interessieren: Ihr habt die Kampagne «Kein Job von der Stange» lanciert und ich habe dort gesehen, dass Ihr 800% mehr Initiativbewerbungen erhalten habt. Würdet Du Euer Projekt «Kein Job von der Stange» als erfolgreiches Employer Branding bezeichnen?
02:34 – 03:31	SCMA	Ja, wir haben viele positive Reaktionen erhalten. Es ist auch eine Kampagne, die nicht nur über wenige Wochen lief, sondern die über mehrere Monate schlussendlich erfolgreich ist. Sie entwickelt sich zu einer Art «Brand» für Schutz & Rettung Zürich. Das war auch so gewollt. Sie fällt auch immer wieder neu auf, was ich sehr positiv finde. Natürlich ist es irgendwann auch wieder vorbei und man muss etwas Neues suchen. Aktuell zeigt es sich erfolgreich. Aber erfolgreich kann eine solche Kampagne nur sein, wenn sich schlussendlich auch etwas dahinter verbirgt. Bewerbende sehen sehr schnell, ob das nur gegen Aussen eine schöne Fassade ist oder, ob das auch schlussendlich auch etwas sinnvolles dahinterverbirgt.
03:33 – 03:38	BRFE	Ich würde nun in den Abschnitt 3 «Aktueller Stand in der Rettungsszene Schweiz» wechseln.
03:39 – 03:45	BRFE	Das ist jetzt eine Frage an Dich persönlich: Kannst Du Dir vorstellen als Rettungssanitäter im Einsatzdienst aktuell pensioniert zu werden?

Anhang

03:48 – 03:56	SCMA	Ich rücke aktuell nicht mehr aus. Aber wenn ich mich in diese Situation hineinversetzen würde, nein, das kann ich mir nicht vorstellen.
03:58 – 04:01	BRFE	Kannst Du mir kurz begründen, was Deine Beweggründe sind, zu sagen, dass Du es Dir persönlich nicht vorstellen kannst?
04:02 – 04:25	SCMA	Ich persönlich, als Rettungsanitäter Michael Schumann, würde mich gerne fachlich weiterentwickeln. Wenn ich jetzt die Führung ausblende, was mich sehr interessiert und wo ich auch bleiben werde in irgendeiner Form, würde ich mich fachlich weiterentwickeln wollen und nicht auf diesem Stand (<i>Anm. BRFE: als RS</i>) ewig bleiben.
04:28 – 05:01	BRFE	Wir haben in der Vorstellung der Ergebnisse gesehen, es gab eine Abweichung in den Umfragen Leadership und RS. Der Grossteil der RS sich nicht vorstellen kann als RS pensioniert zu werden. Während in der Leitungsumfrage dann auf einmal mit einer Gewichtung von 60,15%, sich die meisten Leitungsmitglieder vorstellen können, dass jemand als RS pensioniert werden kann. Wo siehst Du dort den Ansatzpunkt, warum die Meinungen so stark auseinander gehen?
05:03 – 07:11	SCMA	Es ist eine einfache Vermutung, dass viele Rettungsdienstleitende nicht mehr im Aussendienst sind oder nur noch teilweise, in einem niedrigen Prozentsatz und sich somit nicht mehr ganz in die tagtägliche Arbeit hineinversetzen können. Einerseits, wie ist es mit der Belastung auf dem Rettungswagen und andererseits wie gefordert bin ich noch, was das fachlich Kompetenzniveau im tagtäglichen Einsatz betrifft. Weil obwohl wir sehr gefordert sind als Rettungsanitäter und Rettungsanitäterinnen, ist man doch irgendwann an einem Punkt angelangt, wo ich wahrscheinlich die Situation im Griff habe: Ich kenne alle Medikamente, ich kann die meisten Situation gut handeln und dann kommt automatisch eine gewisse Routine. Einigen passt das, die können so weiter arbeiten über viele Jahre, sind zufrieden, verwirklichen sich parallel privat in der Familie. Aber anderen genügt das irgendwann nicht mehr. Ich könnte mir vorstellen, wenn man in der Leitung ist und das nicht mehr (<i>den Einsatzdienst Anm. BRFE</i>) zu Hundertprozent macht,

Anhang

		<p>dass man dann das Gefühl hat: «Ich gehe ja auch und zu noch auf die Strasse, das geht so gut, der Job ist vielseitig und spannend, da kann man gut länger arbeiten. Man muss halt ein bisschen Sport machen und dann hält man das auch physisch aus.»</p> <p>Vielleicht ist es diese Überlegung. Ein zweiter Punkt könnte noch sein, dass Rettungsdienstleitungen das Gefühl haben, dass sie sehr viel im Betrieb dafür machen, dass es für die Leute attraktiv ist zu bleiben.</p> <p>Wir hatten jahrelang in unserer Strategie (<i>Anm. BRFE: bei Schutz & Rettung Zürich, SCMA deutet an die Wandtafel in seinem Büro</i>) den Satz: «SRZ ein Leben lang.» Als Handlungsfeld. Das haben wir vor 4 bis 5 Jahren wieder rausgenommen. Weil wir gesagt haben, das ist überhaupt nicht mehr zeitgemäss. Wollen wir das? Ist es das Ziel jemanden ein Leben lang in der gleichen Position oder im gleichen Betrieb zu halten? Das ist nicht mehr zeitgemäss.</p>
07:13 – 07:24	BRFE	Du siehst den Fachkräftemangel als Problem. Wo siehst Du aktuell dringenden Aufholbedarf aus Sicht der Rettungsdienstleitungen? Was muss gemacht werden, damit wir den Fachkräftemangel abpuffern können?
07:26 – 09:20	SCMA	<p>Ich glaube nicht, dass sich jeder Rettungsdienst für sich selbst um diese Problematik kümmern soll. Man muss in jedem Rettungsdienst hart daran arbeiten, aber die Massnahmen müssten koordiniert sein. Die Interessensgemeinschaften und Verbände sind gefragt, die dann Ideen einbringen. Die Interessensgemeinschaften müssen sich bezüglich der Massnahmen absprechen. Dazu ein kleines Beispiel: Bei der IG SSZZ (<i>Anm. BRFE: Interessensgemeinschaft Schaffhausen, Schwyz, Zürich und Zug</i>) haben wir eine eigene Arbeitsgruppe zum Fachkräftemangel, die genau solche Massnahmen koordiniert.</p> <p>Wenn man aber in die Betriebe selbst geht, müssen die Betriebe – abgesprochen untereinander- attraktiver werden. Das bedeutet, dass man sich für angemessene Löhne einsetzt, dass</p>

Anhang

		<p>man attraktive Dienstplanmodelle einführt. Das bedeutet aber auch, dass man im Betrieb auch Weiterbildungen ermöglicht und ich darauf achte, dass ich ein zeitgemässes attraktives Betriebsklima, von der Leitung her, pflege. Es bedeutet unter anderem auch, dass wir alle Generationen berücksichtigen. Wenn man die Leute im Rettungsdienst halten möchte, dann möchte ich auch die älteren Personen halten, die mit 60 Jahren unglaublicher Weise noch im Rettungsdienst ausrücken und es ihnen ermöglichen, das weiter zu tun. Gleichzeitig muss ich auch den frisch diplomierten 25-jährigen Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitätern, im Betrieb oder auch in der Branche halten. Am Schluss gilt es immer, dass wir die Leute in der Branche halten können. Besser Mitarbeitende, wechseln von mir in einen anderen Rettungsdienst, als dass sie aus der Branche austreten.</p>
09:23 – 09:36	BRFE	<p>Wie wichtig ist Deiner Meinung nach, im Rahmen der IG SSZZ und für den gesamten Bereich der Rettungsdienstleitungen, dass man sich aktiv mit Personalmarketing und der Arbeitgebermarke beschäftigt?</p>
09:38 – 10:35	SCMA	<p>Das ist extrem wichtig! Die Arbeitgebermarke, ist die Zuständigkeit von jedem einzelnen Rettungsdienst und ist sehr wichtig. Ich finde, dass man da einen guten Weg finden muss. Man kann das auch übertreiben. Dann wirkt es irgendwann nicht mehr so ganz dynamisch und ehrlich. Das kann dann als nervend wahrgenommen werden.</p> <p>Man muss das sympathisch machen, aber immer wieder dranbleiben.</p> <p>Dann gibt es aber auch noch die Attraktivität des Berufes selbst. Da sind wir aber wieder gemeinsam gefragt. Da sehe ich auch beispielsweise den Berufsverband gefragt. Die Swiss Paramedic Association ist in der Pflicht, hier auch positive Werbung zu machen, wenn sich die Gelegenheit dazu ergibt. Aber insgesamt ist hier auch jeder Rettungssanitäter und jede Rettungssanitäterin gefragt, positiv Werbung zu machen.</p>
10:37 – 11:18	BRFE	<p>Ich würde gerne von Dir wissen: Die Swiss Paramedic Association hat auf ihrer Homepage geschrieben – weil es ein hoch-emotional diskutiertes Thema ist-, dass die</p>

Anhang

		<p>Zulassungsbedingungen zum NDS Anästhesie-, Intensiv- und Notfallpflege HF im Rahmenlehrplan RS ausschliesst. Nachdem Ihr dort sehr viel Mühe reingesteckt habt und im Dialog wart und kam dann plötzlich der Ausschluss aus dem Rahmenlehrplan. Wie wichtig ist Deiner Meinung nach, dass es einen Zugang zum NDS für Rettungsanitäter/innen gibt? Unter Berücksichtigung, dass diese Leute wahrscheinlich aus dem Rettungsdienst ausscheiden werden.</p>
<p>11:20 – 13:15</p>	<p>SCMA</p>	<p>Ich finde die Durchlässigkeit muss gegeben sein. Wir haben nicht das Interesse, dass die Hälfte aller Rettungsanitäter und Rettungsanitäterinnen alle das NDS Anästhesie oder Notfall machen. Das wird auch nicht geschehen, auf keinen Fall. Aber diejenigen, die das möchten, die sollen das auch machen können.</p> <p>Das ist einfach nicht zeitgemäss die Durchlässigkeit, gerade im Gesundheitswesen zu beschneiden. Das versteht kein Mensch. Das ist verschuldet durch eine alte Generation im Bereich dieser NDS AIN und das wird sich mit der nächsten Überarbeitung, dieses Rahmenlehrplans – der bald ansteht- ändern. Da bin ich zuversichtlich, dass sich das wieder ändern wird.</p> <p>Aber ich möchte nochmals sagen, es kann für einige Rettungsanitäterinnen und Rettungsanitäter attraktiv sein, beispielsweise ein NDS Anästhesie zu machen. Ich sehe da den Vorteil, dass die Leute vielleicht trotzdem in der Branche gehalten werden können. Weil sie zum Beispiel 50% auf einer Anästhesie arbeiten und 50% weiter im Rettungsdienst beschäftigt sein können. Umso vielleicht ihre Verweildauer, auch in unserer Branche vergrössern zu können. Da sehe ich Potenzial.</p> <p>Aber wir von der Swiss Paramedic Association sind mittlerweile nicht mehr beim Gedanken, dass das unser absoluter Fokus ist. Sondern wir müssen innerhalb von unserer Branche eigene Karrieremöglichkeiten entwickeln. Und das nicht nur im Bereich der Führung, der Pädagogik und Andragogik sondern auch im</p>

Anhang

		<p>Bereich der fachlichen Entwicklung muss es Möglichkeiten geben. Diese müssen wir selbst generieren. Vielleicht kommt es dann auch wieder zum Zusammenarbeiten mit anderen Disziplinen im Gesundheitswesen.</p> <p>Wenn wir beispielsweise die klinischen Fachspezialisten anschauen: Sind es hauptsächlich Leute aus der Pflege und unsere Leute, die nun dazukommen, und sich dabei interdisziplinär austauschen. Das ist die Zukunft.</p>
	BRFE	Start mit Abschnitt 4 „Forschungsergebnisse und Akademisierung“
13:17 – 13:29	BRFE	In Deiner Antwort kommen wir auch langsam in den akademischen Bereich rein. Das passt gerade perfekt! Wie wichtig sind Deiner Meinung nach empirische Forschungsarbeit durch Rettungsanästhetikerinnen und Rettungsanästhetiker über ihre eigenen Bereiche?
13:30 – 14:57	SCMA	<p>Das wäre extrem wichtig! Seit Jahren versuchen wir das zu pushen. Aber uns fehlen in der Schweiz aktuell genau diese Rettungsanästhetikerinnen und Rettungsanästhetiker, die akademisch arbeiten können und das auch wollen.</p> <p>Ich sehe aber auch da eine Veränderung in den letzten 2 bis 3 Jahren. In der Westschweiz hat sich eine Gruppe formiert (<i>Anm. BRFE: Association for prehospital research promotion APRP</i>). Ich sehe auch teilweise Initiative von den Schulen ausgehend, dass solche Bemühungen sehr stark unterstützt werden. Zum Beispiel an der ASUR Lausanne (<i>Anm. BRFE: Ecole Supérieure D'ambulancier et Soins D'urgence Romande in Lausanne</i>), bei der SIRMED (<i>Anm. BRFE: Schweizer Institut für Rettungsmedizin, Nottwil</i>) und auch bei uns an der HFRB (<i>Anm. BRFE: Höhere Fachschule für Rettungsberufe, Zürich</i>).</p>

Anhang

		<p>Ich sehe aber auch Leute wie Dich, die Themen bemerken, die sie interessieren. Die die Möglichkeit haben, sich im Rahmen ihrer Aus- und Weiterbildung damit zu beschäftigen.</p> <p>Das ist extrem wichtig, dass wir unsere eigene Arbeit besser evaluieren. Das macht sonst niemand. Die Arbeit in der Práuklinik wird - wenn überhaupt – ab und zu mal von Ärzten untersucht. Aber das auch nur am Rande gestreift, häufig in Kombination mit einer spitalinternen Studie. Daher ist wissenschaftliche Arbeit durch RS ist sehr zu unterstützen. Denn nur so können wir aufzeigen, was es zukünftig für den Beruf braucht und wie die Qualität unserer Arbeit ist.</p>
14:58 – 15:43	BRFE	<p>Da sehe ich ein Problem: Es gibt in der Schweiz rettungsdienstspezifisches Angebot auf Stufe Bachelor oder Master. Wenn man den Auslandsvergleich mit Österreich und Deutschland heranzieht, die haben ein grösseres Angebot, sowie die ersten promovierten und habilitierten Personen in diesem Bereich. Mit dem CAS ist der erste Schritt in der Schweiz gemacht worden, wo Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter zugelassen sind. Ist darüber hinaus – ohne eine Vollakademisierung anzustreben – etwas geplant, für Personen, die etwas rettungsdienstspezifisches studieren wollen?</p>
15:44 – 18:24	SCMA	<p>Wir, von der Swiss Paramedic Association, sind aktuell dran ein System zu entwerfen, wie wir uns zukünftig die Bildung im Rettungsdienst vorstellen. Wir sind dabei in den letzten Zügen und werden es dann auch kommunizieren.</p> <p>Dabei ist die Akademisierung ein ganz klarer Teil. Das muss sich dahin entwickeln. Erstaunlicherweise, obwohl man immer nach mehr Kompetenzen, mehr Aufmerksamkeit und mehr Forschung schreit, gibt es Widerstand wegen den Kosten.</p> <p>Aber wenn man sieht, wie sich die anderen Disziplinen innerhalb des Gesundheitswesens entwickeln, dann dürfen wir hier den Anschluss nicht verlieren. Vor allem auch nicht den Anschluss zum Ausland. Wir haben eine derart gute präklinische Versorgung, ich stelle es einfach mal in den Raum, dass wir eine</p>

Anhang

		<p>sehr gute Basisausbildung haben. Viel besser als in Österreich. Es ist eigentlich absurd, dass in Österreich eine rettungsdienstspezifische akademische Ausbildung möglich ist. Auch jetzt mittlerweile in Deutschland. Obwohl eigentlich die Basisausbildung gar nicht so gut ausgebildet wird, wie hier in der Schweiz. Das behaupte ich aufgrund meiner Erfahrungen der letzten Jahre.</p> <p>Wir hätten Potenzial, es geht bereits in diese Richtung. Es wird sich ähnlich wie den Pflegewissenschaften entwickeln. Es braucht eine HF-Ausbildung und wahrscheinlich zusätzlich eine Weiterbildung im Rahmen eines Bachelors. Vielleicht kann man das auch parallel gestalten, wir sind aber eine kleine Branche. Bisher war eine Variante, dass diejenigen, die das möchten, mit einem Pasarelle-Angebot einen Bachelor machen können. Von dort aus könnte man sich weiterentwickeln, auch in Richtung präklinischer Fachspezialist oder auch im Bereich Critical Care, unter dem Arbeitstitel «Critical Care Paramedic». Dann hätte man eine fachliche Entwicklung im Bereich der nicht-dringlichen Notfälle, Stichwort «Hausarztmedizin», und eine Entwicklung im Bereich «Notarztmedizin». Ohne den ärztlichen Disziplinen irgendwelche Einsätze abzugraben.</p> <p>Darüber sehen wir die Obergruppe «Rettungswissenschaften». Das fehlt in der Schweiz aktuell komplett, das gibt es nicht. Die Swiss Paramedic Association steht mit Hochschulen im Ausland in Kontakt, um uns über «Rettungswissenschaften» informieren, zum Beispiel wie diese etabliert wurden und was die Themen sind, die dort behandelt werden. Was sind die Themen, die sie dort beschäftigen.</p>
18:28 – 18:53	SCMA	Die Nennung der Namen von involvierten Personen und den (Fach-)Hochschulen in diesem Interview, werden auf Wunsch von SCMA in diesem Transkript nicht aufgeführt.
18:53 – 19:11	BRFE	BRFE stimmt dem Wunsch von SCMA zu. Er versichert SCMA, dass diese nicht im Transkript aufgeführt werden.

Anhang

19:13 – 19:54	BRFE	<p>Momentan sind auf der Homepage der Swiss Paramedic Association unter Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten nur die höhere Fachprüfung Führungspersonen in Rettungsorganisationen und die Ausbildung zum Disponent/in in Notrufzentralen mit eidgenössischem Fachausweis. Beide Ausbildungen sind in der RS-Umfrage sind auf der Likert-Skala (1 bis 5) mit 2,69 und 2,39 bewertet worden. Es wurde sich gewünscht, dass alle möglichen Ausbildungen für RS aufgeführt werden. Gibt es dort aktuell Bestrebungen, das zu optimieren?</p>
19:55 – 21:58	SCMA	<p>Es gibt X Weiterbildungsmöglichkeiten für Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter, rein fachlicher Art. Keine dieser Weiterbildungen führt zu einer echten Veränderung im Berufsalltag, es ergibt sich keine neue Funktion daraus. Es gibt viele Personen, die bilden sich über Jahre weiter und am Schluss bleiben sie Rettungssanitäter/in mit genau der gleichen Kompetenz.</p> <p>Wir wollen eine Veränderung, dass nach dem Diplom etwas Zusätzliches gemacht werden kann. Aktuell können wir aber nur sehr wenig aufführen. Die höhere Fachprüfung ist eine Möglichkeit, allerdings nur im Bereich der Führung. Das möchten nicht alle machen. Darum ist auch die Gewichtung bei den RS so tief, was ich gut verstehen kann. Der Wert beim Notrufdisponenten ist genau so tief, weil nicht alle auf einer Einsatzleitzentrale arbeiten möchten.</p> <p>Da fehlt ein fachlicher Weg. Es muss sich der präklinische Fachspezialist als Möglichkeit ergeben, das reicht aber nicht aus da muss noch mehr kommen.</p> <p>Was man auch noch dazu sagen kann, obwohl es nicht in der eigenen Branche ist, aber es gibt Möglichkeiten im Gesundheitswesen in anderen Disziplinen direkt einzusteigen. Durch ein verkürztes Studium, das ist oftmals den meisten nicht bekannt und einige scheuen sich auch davor direkt bei den Fachhochschulen anzufragen. Da gibt es durchaus Möglichkeiten. Zum Beispiel bei der Berner Fachhochschule,</p>

Anhang

		<p>sind in verschiedenen Angeboten Rettungsanitäterinnen und Rettungsanitäter aufgeführt. Es ist zum Beispiel möglich, den Bachelor-Studiengang zur Hebamme, in einer verkürzten Ausführung zu absolvieren. Das gibt es auch.</p> <p>Jetzt kann man sagen diese Leute wären dann weg. Aber ich habe es bereits schonmal gesagt, vielleicht arbeiten sie auch zukünftig 50:50.</p>
21:59 – 22:30	BRFE	<p>Du leitest gerade perfekt in meine nächste Frage über: 43,88% der Rettungsanitäter/innen in meiner Umfrage haben angegeben, dass sie ein Jobwechsel voraussichtlich in eine Beschäftigung ausserhalb des Rettungsdienstes führen würde. Wie interpretierst Du das Ergebnis aus Deiner Sicht? Was glaubst Du müssen wir machen, damit dieser Wert in Zukunft wieder absinkt?</p>
22:32 – 23:33	SCMA	<p>Es ist ganz klar, wir müssen Entwicklungsmöglichkeiten in der eigenen Branche fördern. Wieso möchten die Leute wechseln? Weil sie keine Möglichkeit mehr sehen sich innerhalb der Rettungsdienste zu entwickeln. Da muss es mehr Möglichkeiten geben.</p> <p>Ich glaube es gibt in den Rettungsdiensten bereits auch schon Möglichkeiten sich zu entwickeln. Fachlich kann man sich in Richtung Qualitätsmanagement weiterentwickeln, aber das sind sehr kleine Anteile.</p> <p>Es braucht fachliche und medizinische Entwicklungsmöglichkeiten. Das ist ganz entscheidend, daran müssen wir arbeiten. Ich glaube, dass sich einige wahrscheinlich vorstellen können aus dem Rettungsdienst zu gehen, aber innerhalb des Gesundheitswesens zu wechseln, weil sie sehen, dass zum Beispiel in der Pflege mehr Möglichkeiten bestehen. Das ist so, das lässt sich nicht leugnen. Die Pflege hat mehr Möglichkeiten, weil sie einen viel grösseren Bereich abdecken. Ich denke, dass muss sich ganz stark in diese Richtung entwickeln.</p>

Anhang

23:34 – 24:12	BRFE	Wir haben schon viel über bereits laufende Massnahmen gesprochen. Ich würde gerne mit Dir über die Unzufriedenheit von 54%, zu den Ausbildungsmöglichkeiten Karriere- und Laufbahnmodellen im Vergleich zu anderen Blaulichtorganisationen sprechen. Mit den von der Dir genannten Massnahmen, glaubst Du, dass wir es schaffen diese Unzufriedenheit deutlich zu reduzieren?
24:14 – 25:43	SCMA	<p>Ich glaube, dass wir diesen Wert senken können. Das braucht aber Zeit, das geht nicht von Heute auf Morgen.</p> <p>Wir haben beispielsweise weniger Möglichkeiten als die Polizei. Wenn wir uns die Partnerorganisation Polizei anschauen, sind die Entwicklungsmöglichkeiten extrem vielfältig. Das ist dem Auftrag der Polizei geschuldet. Unser Auftrag ist beschränkt, wir können ja nicht uns einfach irgendeinen Teilbereich unter den Nagel reissen. Da können wir nicht zaubern, da müssen wir realistisch sein.</p> <p>Es gibt aber ganz sicher Möglichkeiten, im Bereich der neuen Einsatzfelder mit präklinischen Fachspezialist/innen, die eine Art-Hausarztmedizin machen und vor Ort behandeln und dadurch Hospitalisationen vermeiden. Das Stichwort ist «Hospital at Home». Das ist ein Trend bei den Spitälern. Solche Modelle müssen verfolgt werden, so wird es auch attraktiver im Rettungsdienst. Auch wenn man im Bereich Critical Care etwas machen könnte, dann wird das auch noch weiter attraktiver. Wir haben wirklich Möglichkeiten, aber das braucht einen Moment. Es soll keine Entschuldigung sein, aber wir sind eine kleine Branche. Im Vergleich zur Pflege oder zur Polizei wird das deutlich.</p>
25:45 – 25:57	BRFE	Magst Du zu dieser Frage noch beantworten: Was ist ein realistischer Zeithorizont bis die Anpassungen uns unter das Unzufriedenheitslevel von 54% bringen?
26:01 – 28:20	SCMA	Die präklinischen Fachspezialisten sind eine Möglichkeit. Aber es ist nach vielen Jahren mal wieder ein Lichtstreifen am Horizont.

Anhang

	<p>Ich denke, dass könnte bereits etwas auslösen, sodass die Zahlen etwas runterkommen. Und wenn wir dann vorstellen können, in welche Richtungen wir uns weiterentwickeln. Stichwort: Rettungswissenschaften sollen unterstützt werden. In den nächsten 1 bis 2 Jahren können wir diesen Wert schon etwas reduzieren, wenn dann auch die konkreten Massnahmen folgen. Noch dieses Jahr wird innerhalb der Swiss Paramedic Association ein Projekt bezüglich «Critical Care» gestartet. In den nächsten 2 bis 3 Jahren wird man merken, dass sich etwas im Rettungswesen entwickelt.</p> <p>Die Meinungen gehen aber auch auseinander. Es gibt einige Rettungsdienstleitungen und Kollegen, die der Meinung sind, dass wenn es eng wird, dann arbeiten wir einfach mit Transportsanitäter und Transportsanitäterinnen. Das ist leider auch noch das gängige Modell in der Westschweiz. Das geht meiner Meinung nach in eine ganz falsche Richtung.</p> <p>Wir für gewisse Einsätze braucht es nicht zwei diplomierte Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter auf dem Rettungswagen. Da könnte man auf RS und TS Besatzungen wechseln. Für mich sind das nicht-zeitkritische Notfälle, in denen man Zeit hat sich abzusprechen. Aber für kritische Einsätze brauchen wir unbedingt diplomiertes Personal. Vielleicht brauchen wir für die noch kritischeren Einsätze noch besser ausgebildetes Personal.</p> <p>Wir brauchen für Einsätze, die zwar nicht kritisch sind und man Patienten vor Ort gelassen werden können, auch hochqualifizierte Mitarbeitende, die diese Kompetenzen auch haben, damit Patienten Zuhause belassen werden können. Das muss man jetzt differenziert anschauen. Das einzige Rezept darf nicht nur Kostenreduzierung, Reduktion der Ausbildungszeiten, sowie der Einsatz von Transportsanitäterinnen und Transportsanitätern in der Primärrettung sein. Das ist der falsche Weg. Trotzdem ist das teilweise immer noch Meinung, die in</p>
--	---

Anhang

		einigen Regionen vorherrschen. Das unterstütze ich persönlich gar nicht.
28:22 – 28:33	BRFE	Start mit Abschnitt 5: Ich komme langsam zum Abschluss und möchte mich ganz herzlich für Deine Teilnahmebereitschaft für dieses Interview bedanken. Gibt es zum Schluss noch etwas, das Du gerne anfügen möchtest?
28:35 – 29:23	SCMA	Ich glaube wir werden in den nächsten Jahren extrem gefordert sein. Du hast in Deiner Aufstellung die Studie aus Basel, wie sich der Fachkräftemangel entwickelt. Auch die Hochschule St. Gallen hat inzwischen eine Darstellung publiziert. Wir stehen erst am Anfang dieser Schere, da kommt etwas auf uns zu und das können wir nicht schön-reden. Die Situation wird sich nicht miraculös verbessern. Wir haben mehr Arbeit bei gleichzeitig weniger Arbeitskräften, also müssen wir uns überlegen, wie auch wir im Rettungsdienst unsere Arbeit machen. Das wird nicht sein, wie es mal vor 10 Jahren war.
29:25 -29:38	BRFE	Bezüglich des Fachkräftemangels müssen wir jetzt etwas machen. Ich habe in meinem Fazit geschrieben: Es ist zwar bereits nicht mehr 5 vor 12, aber es noch nicht 12 Uhr. Teilst Du die Meinung?
29:39 – 30:22	SCMA	Ja, definitiv ja. Wenn wir das Gefühl haben, dass die Spitze 2022 erreicht war, als die Einsatzzahlen in allen Rettungsdiensten nach oben geschossen sind und der Fachkräftemangel Post-COVID erst richtig spürbar wurde, dann täuschen wir uns. Das plätschert jetzt nicht einfach vor sich hin. Das kann sich alles sehr schnell ändern und noch weiter verschärfen. Dann müssten wir diskutieren, wie wir unseren Grundauftrag in dieser Qualität überhaupt noch erfüllen können. Das verhindern wir nur, wenn wir unsere Einsatztaktik und das Weiterbildungsangebot entsprechend anpassen.
30:23 – 30:27	BRFE	Perfekt, dann schliesse ich jetzt das Interview ab. Vielen Dank für Deine Teilnahme.
30:27 – 30:28	SCMA	Gern geschehen.
30:28	BRFE	Aufnahme wurde gestoppt.

