

YOUNG ACADEMICS

Betriebswirtschafts
lehre
8

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



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.

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 Klinikern 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 Rettungssanitäterinnen und Rettungssanitäter 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 gebührt 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

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

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 Ressources</i>
IVR	<i>Interverband für Rettungswesen</i>
MAS	<i>Master in Advanced Studies</i>
MW	<i>Mittelwert</i>
NDS	<i>Nachdiplomstudium</i>
NKI	<i>Notfallsanitäter 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>Strenghts-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>