

Fachkräftemangel

Alle Kanäle nutzen

Die Gewinnung von neuen, qualifizierten Mitarbeitern ist eines der zentralen Themen in vielen Unternehmen und Branchen. Auch die Pflegewirtschaft leidet unter dem Mangel an Fachkräften. Viele Unternehmen verkennen dabei bislang, dass die Suche nach jungen Talenten heute neue Methoden wie **Social Media Recruiting** erfordert.

„Der Markt hat sich komplett verändert. Die Unternehmen müssen sich heute bei den Mitarbeitern bewerben.“



Bastian Dröge,
Freshtalents

Knapp 80 Millionen Internet-Nutzer gibt es nach aktuellen Studien in Deutschland, 38 Millionen davon sind aktive Social Media-Nutzer bei Facebook, Instagram & Co. Das zeigt, dass eine große Anzahl an Menschen insbesondere der jungen Generation einen wesentlichen Teil ihrer Zeit mit der Nutzung von Social Media-Diensten verbringt.

Was liegt also näher, als potenzielle Bewerber auch auf diesen Plattformen auf Jobchancen anzusprechen. Doch noch immer lassen viele Unternehmen gerade in diesem Bereich Chancen ungenutzt: zu großer Aufwand, zusätzliche Mitarbeiter, zusätzliches Budget, lauten dann die Gründe. Dabei bietet das professionelle Rekrutieren über Social Media-Kanäle erhebliche Chancen. Auf den ersten Blick ist das Vorgehen ähnlich, wie das Schalten von Werbeanzeigen auf bereits bekannten Kanälen wie den Online-Stellenbörsen.

Permanente Sichtbarkeit in der Zielgruppe erreichen

Dennoch gibt es drei wesentliche Unterschiede. Zum einen verfügen Social Media-Konzerne wie Facebook & Co. über riesige Datenmengen ihrer Nutzer. So ist es möglich, Werbeanzeigen nur jenen Menschen zu zeigen, für die diese Anzeigen auch relevant sind, beispielsweise potenziellen Mitarbeitern in der Region. Damit ist das Schalten von Anzeigen auf diesen Plattformen dem alten „Gieskannen-Prinzip“ im Marketing einen Schritt voraus.

Zweitens kann der gesamte Bewerbungsprozess digital ablaufen. Das bedeutet: Keine Verwaltung von Lebensläufen und Anschreiben auf Papier. Eine erhebliche Entlastung also für Personalabteilungen und Bewerber. Unternehmen, die sich hierauf bereits eingestellt haben und digitale, unkomplizierte Bewerbungsprozesse nutzen, haben meist gute Chancen, die heutigen Generationen dort abzuholen, wo

sie mit ihren Bedürfnissen und Gewohnheiten stehen. Denn Dank der Angebote von Amazon, Zalando und diverser anderer Online-Shopping-Möglichkeiten sind Internet-Nutzer es heute gewohnt, alles auf einen Klick zu bekommen und schnelle Rückmeldungen zu erhalten.

Der dritte Punkt ist die permanente Sichtbarkeit in einer Bewerber-Zielgruppe. Damit schaffen es Unternehmen, nicht nur die Menschen zu erreichen, die grade aktiv nach neuen Jobs suchen, sondern darüber hinaus auch die deutlich größere Zielgruppe der passiv oder latent suchenden Kandidaten zu erreichen. Dies ist der wohl am meisten unterschätzte Nutzen für das Unternehmen.

Das unerschöpfliche Potenzial der passiven Kandidaten

Die Praxis zeigt, dass Pflegeunternehmen, die diesen Weg über Social Media-Kanäle bereits nutzen, sich über deutlich mehr qualifizierte Bewerber freuen können (CARE Invest 6-20, Seite 8). Dabei fallen die Kosten für Werbebudgets und Dienstleister deutlich geringer aus, als bei vielen anderen Strategien wie Stellenanzeigen in Zeitungen und Online-Jobbörsen.

Um besser zu verstehen, warum die Einführung von Social Media-Recruiting eine gute Ergänzung zur bestehenden Strategie sein kann, muss man zunächst vielleicht einen Schritt zurückgehen und sich grundlegenden Fragen stellen: Wer ist mein potenzieller Bewerber? Wo hält er sich auf? Wie kann ich in meiner Bewerber-Zielgruppe auffallen und sichtbar bleiben?

Bei der Beantwortung dieser Fragen zeigt sich oft, dass viele Unternehmen sich nicht sicher sind, wer ihre eigentliche Bewerber-Zielgruppe ist. Denn neben der Nutzung einer bekannten Berufsbezeichnung macht es durchaus Sinn, seine Bewerber-Zielgruppen besser kennenzulernen und zu beschreiben.

Fachkräfte-Recruiting ist Marketing, und deshalb ist es notwendig, aktives Mitarbeiter-Marketing zu betreiben und sie neben Jobanzeigen in Zeitungen und Online-Stellenbörsen auch über andere Kanäle zu erreichen. Das ist umso wichtiger, da über die klassischen Formate in erster Linie aktiv suchende Kandidaten angesprochen werden. Also Menschen, die sich bereits auf die Suche nach einem neuen Job begeben haben. Studien zeigen jedoch, dass dies lediglich nur drei bis fünf Prozent der Arbeitnehmer ausmacht. Die gleichen Studien zeigen darüber hinaus auch, dass 40 bis 60 Prozent der Arbeitnehmer durchaus offen für neue Jobangebote sind, selbst wenn sie nicht aktiv danach suchen. Diese passiven, „latent suchenden“ Kandidaten sind darum nicht in Stellenportalen unterwegs und müssen über andere Kanäle angesprochen werden.

Das zeigt aber auch: Der Markt hat sich komplett verändert. Die Unternehmen müssen sich heute bei Mitarbeitern bewerben. Unternehmen, die im Kampf um Talente vorne mitspielen wollen, müssen diese neue Sichtweise annehmen und ihre alten Prozesse hinterfragen. Die Gründe, warum das zu selten geschieht, sind vielfältig. Oft ist es nicht nur ein Mangel an Kreativität, sondern auch ein Mangel an dem grundlegenden Verständnis, den Bewerber in den Vordergrund zu stellen und die Sicht des Bewerbers einzunehmen.

Der Fokus liegt auf der Gewinnung neuer Talente für das Unternehmen

Wie die Praxis jedoch zeigt, hat ein Großteil der Unternehmen, ihre Methoden zur Mitarbeitergewinnung nicht dem Markt angepasst. Denn die langfristigen Auswirkungen eines permanenten Mangels an Mitarbeitern scheinen vielen Unternehmen noch nicht bewusst zu sein. Die Folgen sind mehr Überstunden für die bestehenden Mitarbeiter, wachsende Unzufriedenheit und ein Ansteigen des Krankheitsstandes. Im schlimmsten Fall können neue Bewohner nicht mehr aufgenommen werden, Umsätze verschieben sich oder fallen aus, ganze Häuser könnten auf Grund des Personalnotstands geschlossen werden.

Doch was heißt das ganz konkret für das Management von Pflegeeinrichtungen? Die Antwort ist einfach: Das Unternehmen sind die Mitarbeiter, ohne Mitarbeiter kein Unternehmen. Darum sollte sich jeder Verantwortliche auf die Gewinnung von neuen Talenten fokussieren. Top-Mitarbeiter ziehen neue Kunden und neue Mitarbeiter fast automatisch an und beeinflussen damit das Geschäft massiv. Und Social Media-Recruiting kann dabei helfen.

Gastautor dieses Beitrags ist Bastian Dörge, Geschäftsführer der Recruiting-Agentur Freshtalents GmbH.

Altenheim
Lösungen fürs Management

Heim-Management in der Coronakrise

Welche Rechtsvorschriften jetzt zu beachten sind!

Besuchsverbot, Hilfsmittelknappheit, Verdachtsfälle: Als Heimmanager finden Sie in diesem Ratgeber die Informationen, die Sie in der aktuellen Situation benötigen. Erfahrene Rechtsexperten vermitteln alles Wichtige, informieren fundiert und praxisnah zu Hygienebestimmungen, arbeits- wie zivilrechtlichen Fragen. Der Rechtsratgeber für mehr (rechtliche) Sicherheit in unsicheren Zeiten.



Dr. Ulbrich & Kaminski
Rechtsanwälte | Notar (Hrsg.)
Heimmanagement in der Coronakrise
2020, 46,90 €, Best.-Nr. 21461



Vincenz Network
T +49 511 9910-033
buecherdienst@vincenz.net



www.altenheim.net/shop