

Neue Anforderungen, Teil 1: Instrumente für Ihre Personalakquise in Zeiten von Web 3.0

Mitarbeiter zur Entfaltung ihrer Potenziale und zur Erreichung gesteckter Ziele zu führen – das ist gerade heute wichtig. Sicher haben Sie es auch schon festgestellt: Es mangelt nicht nur an der ausreichenden Anzahl von Mitarbeitern, sondern auch an solchen, die belastbar, intrinsisch motiviert und leistungsstabil sind. Darüber hinaus kommen auf Sie als PDL neue Anforderungen zu, unter anderem:

- der Umgang mit der Generation Y und ihren Ansprüchen,
- die Eingliederung von Helfern mit unterschiedlichsten Berufsbiografien,
- die Einstellung von Mitarbeitern, die schon einen/mehrere Jobs haben.

Haben Sie die richtige Strategie parat, bevor der demografische Wandel Sie überrollt? Nutzen Sie beispielsweise die Möglichkeiten des Demographie-Netzwerks (www.demographie-netzwerk.de), um mittel- und langfristig zu planen?

Der Großteil Ihrer Mitarbeiter wird noch der Babyboomer-Generation angehören, geboren in den späten 50ern des vergangenen Jahrhunderts. Pflegedokumentation auf Papier ist manchem noch immer lieber als das neueste Tablet, auf dem sich mobil alles speichern lässt, was man an Informationen dringend braucht. Die Arbeitswelt ändert sich. Die digital natives, also die Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist, sorgen für frischen Wind in Ihrem Dienst. Diese Generation hat Potenzialträger, kognitiv und emotional starke Leistungsträger, die Sie brauchen, um die komplexen professionellen Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen. Doch diese Gruppe stellt andere Anforderungen an Ihre Personalakquise als bisher.

PERSONALAKQUISE BRAUCHT DIE RICHTIGEN INSTRUMENTE

Das Verhalten von Arbeitssuchenden und -anbietern hat sich in den letzten Jahren nicht zuletzt durch das Internet tiefgreifend verändert. Gerade bei Nachwuchskräften spielen Social Networks und Communities eine große Rolle. Wir stellen Ihnen hier ein paar Instrumente für Ihre Personalsuche vor, die Sie – je nach Bedarf, Zielgruppe etc. – kombinieren können.

1. DAS A & O ERFOLGREICHER PERSONALAKQUISE: GUTE MITARBEITERFÜHRUNG

Personalmarketing ist zu einem guten Teil Empfehlungsmarketing. Und wer ist ein besserer Botschafter Ihres Dienstes als Ihr zufriedener Mitarbeiter? Wenn er oder sie sich im Freundes- und Bekanntenkreis/ in der Community positiv über Ihr Unternehmen äußert, ist das kostenlose und besonders wertvolle (weil authentische, glaubwürdige) Werbung! Ein positives Image, das sich durch Mundpropaganda (auch online) verbreitet, ist einfach unbezahlbar. Diese Netzwerke sind natürlich keine Einbahnstraße. Sie geben andererseits auch Bewerbern viele Möglichkeiten, sich Informationen über einen potenziellen Arbeitgeber zu beschaffen. In Bewerbungsgesprächen zeigen sie sich oft erstaunlich gut über den Dienst und interne (Un-)Stimmigkeiten informiert. Es empfiehlt sich daher, mit offenen Karten zu spielen.

Zufriedene Mitarbeiter sind auch oft bereit, ganz gezielt ihre Beziehungen und ihr soziales Netzwerk einzusetzen, wenn neue Kolleg(inn)en gesucht werden. Der Vorteil für Ihren Dienst: Sie wissen, welche Kompetenzen gebraucht und welche Anforderungen erfüllt werden müssen und – sie haben ein Eigeninteresse daran, dass der-/diejenige menschlich und fachlich ins Team passt.

Auch andere, dem Dienst verbundene Personen und Gruppen (Ärzte, Krankengymnasten, Sanitätshäuser, Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen) sind wertvolle Multiplikatoren bei Ihren Rekrutierungsaktivitäten. Bauen Sie sich ein Netzwerk auf, das Sie gezielt einsetzen können.

2. ONLINE-NETZWERKE, SOCIAL COMMUNITIES

Präsenz in Blogs und Communities ist in Hinblick auf Nachwuchskräfte im Prinzip unverzichtbar. Im Internet präsentieren sich viele Arbeitssuchende und Studierende in Online-Netzwerken wie www.xing.com. Sie können dort kostenfrei Mitglied werden. Für eine vergleichsweise geringe Gebühr können Sie auch leistungsfähige Suchfunktionen nutzen, um schnell und unkompliziert direkte Kontakte zu Ihrer Zielgruppe herzustellen. Suchen Sie sich fachlich kompetente Unterstützer, die Ihre Vorstellungen umsetzen können. Sie müssen nicht alles selber machen. Zum Beispiel kann Ihnen die Initiative Neue Qualität der Arbeit (www.inqa.de) die Personalgewinnung und -sicherung erleichtern.

3. ONLINE-BÖRSEN

Ein Online-Inserat ist günstiger als eine Printanzeige und erfordert weniger Aufwand. Achten Sie auf eine gute Einstellung der Suchkriterien. Sie können in Jobbörsen auch nach passenden Bewerberprofilen suchen. Metasuchmaschinen sammeln und listen Angebote von Jobbörsen und unternehmenseigenen Stellenmärkten. Um von ihnen erfasst zu werden, ist es notwendig, dass sich die angebotenen Stellen auf Ihrer Unternehmenswebsite befinden, z. B. unter „Jobs“.

» Die digital natives, also die Generation, die mit dem Internet aufgewachsen ist, hat kognitiv und emotional starke Leistungsträger, die Sie brauchen, um die komplexen professionellen Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.

PRAXIS-TIPP

✓ WICHTIG:

Pflegen Sie eine Kartei von Bewerbern. Darüber hinaus setzen Sie auf eine antizyklische Bewerberbindung, das heißt:

Versuchen Sie, den Kontakt zu potenziellen Kandidaten auch in der Zeit aufrechtzuerhalten, in der Sie keine Stelle zu besetzen haben. Dann können Sie aus diesen Kontakten schöpfen, wenn Sie neue Mitarbeiter suchen.

KARLA KÄMMER

- > Inhaberin von Karla Kämmer Beratungsgesellschaft in Essen
- > www.kaemmer-beratung.de
- > E-Mail: info@kaemmer-beratung.de



4. PRINTANZEIGEN IN REGIONALER UND ÜBERREGIONALER PRESSE

Die klassische Printanzeige ist noch kein Auslaufmodell, allerdings sind die Kosten im Vergleich zu anderen Medien höher. Über so genannte Kombinationsangebote lässt sich viel Geld sparen.

5. FACHPRESSE

Fachzeitschriften, die exakt zu Ihrer Zielgruppe passen, bieten Ihnen gute Kontaktmöglichkeiten, nicht nur durch aktuelle Stelleninserate: Wenn Sie mit Fachbeiträgen in Erscheinung treten, kann das Bewerber auf Sie aufmerksam machen.

6. UNTERNEHMENSWEBSITE

Nutzen Sie Ihre eigene Website, um Bewerbern einen ersten Eindruck Ihres Unternehmens zu geben und um über aktuelle Stellenangebote zu informieren.

7. KONTAKTE ZU HOCHSCHULEN UND BERUFSAKADEMIEN

Zukünftig brauchen Sie auch Pflegeakademiker, um z. B. die komplexeren Planungs- und Steuerungsaufgaben rationeller zu bewältigen. Hochschulen publizieren Ihre Stellenanzeigen und Sie lernen auf Veranstaltungen Studenten kennen.

8. RECRUITING EVENTS (MESSEN)

Besonders für große ambulante Anbieter gibt es die Möglichkeit, potenzielle Mitarbeiter aktiv auf Veranstaltungen anzusprechen. Unter www.karriere.de finden Sie z. B. einen Kalender solcher Veranstaltungen.

9. AGENTUR FÜR ARBEIT

Der Einsatz der Bundesagentur für Arbeit zur Beschaffung neuer Mitarbeiter ist bequem, aber nicht unumstritten. Vor allem die Qualifikation der Jobsuchenden wird oft kritisiert. Die Bundesagentur für Arbeit hat sich aber auch auf die globale Anwerbung von Fachkräften eingestellt und bietet Informations- und Beratungsdienstleistungen an.

10. ZEITARBEITSFIRMEN

Nicht zufällig sind Zeitarbeitsfirmen im Aufwind. Dem Arbeitgeber bieten sie eine gute Möglichkeit, probeweise einen Mitarbeiter „auszuleihen“ und bei geeigneter Qualifikation zu übernehmen.

11. PERSONALBERATER

Wenn Sie keine Zeit haben, sich selbst um die offene Stelle zu kümmern, können Sie die Personalsuche an einen Personalberater ausgliedern. Aber eine Aufgabe bleibt Ihnen: Sie müssen gemeinsam das Anforderungsprofil erstellen!

Lesen Sie im nächsten Beitrag: Kulturwandel zwischen Analog Seniors und Digital Natives – welche Auswirkungen der demografische Wandel auf Ihre Führung hat. Mit sieben wichtigen Erfolgsprinzipien.