
„MITARBEITERGEWINNUNG IN DER PFLEGE: BEWERBUNGSPAT*INNEN“

Projekt: „AWO Careship Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“

Projektstandort (Postanschrift)

AWO Pflege Schleswig-Holstein gGmbH
Projekt AWO Careship
Raiffeisenstraße 1-3
24768 Rendsburg

Projektträger

AWO Pflege Schleswig-Holstein gGmbH
Geschäftsstelle Pflege
Sibeliusweg 4
24109 Kiel
www.awo-sh.de

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

KONZEPT

1. Abstract	3
2. Situation	3
3. Ziele	3
4. Bewerbungspat*innen	4
5. Organisatorische Umsetzung	5
6. Evaluation	6
7. Chancen und Risiken	7

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

1. Abstract

Das Konzept der „Bewerbungspat*innen“ ist im Bereich der Mitarbeitergewinnung in der Sozialwirtschaft und dem Gesundheitswesen zu verorten. Mitarbeiter*innen fungieren als Ansprechpersonen („Bewerbungspat*innen“) und geben potenziellen Bewerber*innen Orientierung im Bewerbungsprozess. Sie unterstützen diese bei der Entscheidungsfindung und begleiten sie im Bedarfsfall. Das Ziel ist es, die Kommunikation mit potenziellen Bewerber*innen sicherzustellen und diese zur Bewerbung zu motivieren.

2. Situation

In den Einrichtungen und Betrieben der Sozialwirtschaft und des Gesundheitswesens herrscht akuter Fachkräftemangel. Steigende Lebenserwartungen der Kundinnen und Kunden, alternde und in naher Zukunft ausscheidende Belegschaften und fehlende Nachwuchskräfte stellen so auch die Pflege vor große und zum Teil unbekannte Herausforderungen. Hinzu kommen ein erhöhter Konkurrenzkampf der Unternehmen und die damit verbundene Digitalisierung aller Arbeitsbereiche. Besonders letzteres eröffnet eine Vielzahl neuer Zugänge zu Informationen und Kontaktmöglichkeiten zu und zwischen den Einrichtungen und Betrieben. Digitale Zugangswege gelten heutzutage als eine der Voraussetzungen eines modernen und attraktiven Arbeitgebers. Die Möglichkeiten der Informationsbeschaffung und Kommunikation sind mittlerweile jedoch so zahlreich, dass es auch im Bewerbungsprozess an Orientierung schnell fehlen kann. Dies erschwert schlussendlich die Entscheidungsfindung und führt zu Hemmnissen in der aktiven Bewerbung.

3. Ziele

Das Konzept zielt einerseits auf die Sicherstellung der Kommunikation mit potenziellen Bewerber*innen sowie andererseits auf die Informationsvermittlung und die damit verbundene Unterstützung der Entscheidungsfindung.

Ziel 1: Kommunikation sicherstellen

Im Zuge der Digitalisierung sind die Kommunikations- und Kontaktmöglichkeiten vielfältig und umfassend geworden: Telefon, E-Mail, Chat, SMS, Soziale Medien, Kontaktformular auf Websites, Videotelefonie usw. Jede digitale Möglichkeit ist durch bestimmte Kriterien wie Schnelligkeit oder ein Formattyp (Bild, Video, Audio) gekennzeichnet. Die Absicht, die jedoch bei der Nutzung hinter

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

jeder dieser Möglichkeiten steht, ist der Aufbau einer Kommunikation. Diese gilt es aufzufangen und zu bedienen. Denn jede Kommunikation, die kein Echo erfährt führt in der Regel zum Abbruch weiterer Anschlusskommunikationen und damit zum Ausbleiben von Bewerbungen und Fachkräften.

Ziel 2: Orientierung geben

Der aktiven Bewerbung einer/eines potenziellen neuen Mitarbeiterin/Mitarbeiters bei einem Unternehmen geht ein Entscheidungsprozess voraus. Neben der eigentlich Wahl der Berufsfeldes spielen ebenso einrichtungs- und betriebsspezifische Faktoren wie die Arbeitsverhältnisse, Rechte und Pflichten der Arbeitnehmer, Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten sowie das Image des Unternehmens eine Rolle. Doch auch ein gelungener Internetauftritt verrät häufig nur wenig über die tatsächliche Ausgestaltung der soeben angebrachten Faktoren. Aus diesem Grund muss es das Ziel sein, qualifizierte Informationen bereitzustellen, zu vermitteln, um so die Identifikation mit dem Unternehmen zu fördern und bei der Entscheidungsfindung zu unterstützen.

4. Bewerbungspat*innen

Bei einer/einem Bewerbungspatin/Bewerbungspaten handelt es sich um eine*n Mitarbeiter*in, die in der Rolle einer Ansprechperson für Interessierte (und damit potenzielle Bewerber*innen) agiert. Dabei übernimmt diese Person die nachfolgenden Kernaufgaben:

Kernaufgabe	Inhalte	Form
1. Herstellen und Sicherstellen der Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherstellung der Kommunikation durch Erfassung und Dokumentation eingehender Anfragen und Kontaktversuche → Gegebenenfalls Weiterleitung an entsprechende Stelle ▪ Herstellung des persönlichen Erstkontaktes 	Kommunikation mittels: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Telefon ▪ E-Mail ▪ Chat ▪ Videotelefonie ▪ Post
2. Bereitstellung und Vermittlung von Informationen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereitstellung und Vermittlung von Informationen zum 	Kommunikation mittels: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Telefon ▪ E-Mail

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

	<p>Unternehmen → Gegebenenfalls Weiterleitung an entsprechende Stelle</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Klärung bestehender Fragen ▪ Unterstützung in der Entscheidungsfindung hinsichtlich der Bewerbung ▪ Begleitung im Bewerbungsprozess 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Chat ▪ Videotelefonie ▪ Post
--	---	--

Die Tätigkeit einer/eines Bewerbungspatin/Bewerbungspaten ist an einige Grundvoraussetzungen geknüpft. Die Kenntnis der Prozesse, Abläufe und Geschehnisse setzt beispielsweise eine gewisse Zeit der Betriebszugehörigkeit und Auseinandersetzung mit dem eigenen Unternehmen voraus (zum Beispiel wie der Bewerbungsprozess im Unternehmen gestaltet ist). Zudem bedarf es einer entsprechenden Kommunikationsfähigkeit sowie (im Rahmen eines professionellen Auftretens) einer guten Rechtschreibung und eines guten Ausdrucks.

5. Organisatorische Umsetzung

Die konkrete Umsetzung der Implementierung von Bewerbungspat*innen hängt von verschiedenen Faktoren ab. Folgende Kriterien sind bei der Umsetzung des Konzeptes zu bedenken und zu berücksichtigen:

Anzahl und Verteilung der Bewerbungspat*innen

Je nach Größe und flächenmäßiger Aufstellung des Unternehmens (Anzahl an Einrichtungen bzw. Betrieben) sind verschiedene Konstellationen denkbar. Wichtig zu bedenken ist es, dass je spezifischer und konkreter die vermittelten Informationen sein sollen, desto näher muss diejenige Person im konkreten Umfeld tätig sein. Dies bedeutet, dass ein einrichtungs- bzw. betriebsbezogener Bewerbungspate mehr detailliertere Fragen zu der jeweiligen Einrichtung beantworten kann, als ein regional organisierter. Gleichzeitig muss zur Sicherstellung der Kommunikationen an Vertretungen oder Ähnliches gedacht werden.

Es ergeben sich folgenden Möglichkeiten im Einsatz und der Anzahl von Bewerbungspat*innen, welche einzeln oder auch in Kombination miteinander umgesetzt werden können:

- je Einrichtung ein*e Bewerbungspatin/Bewerbungspate (inklusive Vertretung)

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

- je Region ein*e Bewerbungspatin/Bewerbungspate (inklusive Vertretung)
- für das ganze Unternehmen ein*e Bewerbungspatin/Bewerbungspate (inklusive Vertretung)

Erreichbarkeit

In Ergänzung zu der Anzahl und Verteilung der Bewerbungspat*innen gilt es, die gewünschte Erreichbarkeit zu bedenken. Neben festgelegten Zeiträumen, in denen die Bewerbungspat*innen antworten, wäre eine durchgehende Erreichbarkeit (24 Stunden an sieben Tagen die Woche) ebenfalls möglich. Doch gerade letzteres ist mit einem hohen Aufwand und einer Vielzahl an Bewerbungspat*innen verbunden.

An dieser Stelle ist es sinnvoll, zu erproben, wie hoch die Frequenz der Anfragen an das Unternehmen bzw. die Einrichtungen und Betriebe in einem festgelegten Zeitraum ist und die Erreichbarkeit dementsprechend anzupassen.

Bereitstellung von Informationen durch das Unternehmen

Die Auseinandersetzung mit den Prozessen und Geschehnissen innerhalb des Unternehmens geschieht in der Interaktion zwischen den Mitarbeiter*innen als Bewerbungspat*innen und dem Unternehmen. Nur wenn sichergestellt ist, dass die Bewerbungspat*innen Zugang zu den wesentlichen und wichtigen Informationen des Unternehmens und der Einrichtungen und Betriebe erhalten, können sie qualifiziert im Entscheidungsprozess beraten und unterstützen. Beispielsweise könnte dieser Anforderung durch einen unternehmensinternen Newsletter mit den aktuellsten Ereignissen und Entwicklungen begegnet werden.

6. Evaluation

Da es sich bei dem Konzept um ein zusätzliches Angebot der fundierten Informationsvermittlung und öffentlichen Darstellung des Unternehmens handelt, ist eine Evaluation allen voran durch diejenigen zu erbringen, die diesen Service in Anspruch nehmen. Mit Hilfe einer Befragung derjenigen, die mit den Bewerbungspat*innen Kontakt aufnehmen oder der Einführung einer Bewertungsfunktion ließe sich die Effektivität der Maßnahmen beurteilen.

Neben der Messung der eingehenden Bewerbungen, geben die Rückmeldungen selbst Aufschluss über die Kompetenzen der Mitarbeiter*innen in ihrer Rolle als Bewerbungspat*innen.

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.

7. Chancen und Risiken

Chancen

Der Kontakt zwischen Bewerber*innen und Unternehmen sowie die Kommunikationskanäle an sich verlagern sich immer mehr auf die digitale Ebene. Informationen müssen umfassend bereitstehen und in kürzester Zeit abrufbar sein. Durch das Angebot der Bewerbungspat*innen bleiben die einzelnen Einrichtungen und Betriebe der Pflege auch in Zukunft konkurrenzfähig, indem sie die nötigen Verbindungen zu potenziellen Bewerber*innen aufbauen und so dem Fachkräftemangel bewusst zu begegnen.

Die Darstellung der Prozesse und des Umfelds durch die Mitarbeiter*innen des Unternehmens bietet bereits im Voraus die Möglichkeit für die/den Bewerber*in, die eigenen Vorstellungen vom und die Erwartungen an das Tätigkeitsfeld hinsichtlich der Übereinstimmung mit der Realität zu überprüfen. Die offene Kommunikation des tatsächlichen Arbeitsalltags in verschiedenen Formaten baut zudem Hemmnisse bei den Bewerber*innen ab, aktiv die Bewerbung einzureichen.

Weiter fördert die bewusste Auseinandersetzung mit den Prozessen, Geschehnissen und Ereignissen des Unternehmen/der Einrichtung/dem Betrieb (im Kontext der Erstellung und dem Teilen von Beiträgen) die Identifikation der Mitarbeiter*innen mit dem-/derselben.

Risiken

Die großen Herausforderungen in der Umsetzung des Konzeptes der Bewerbungspat*innen sind (je nach Anzahl und Verteilung) die Gewährleistung der Erreichbarkeit sowie die Bereitstellung aktueller und relevanter Informationen für die Mitarbeiter*innen durch das Unternehmen/die Einrichtungen/die Betriebe. Denn nur durch letzteres können qualitative Informationen qualifiziert vermittelt und nach außen transparent dargestellt werden.

Häufig erschließt sich mit der Digitalisierung in den einzelnen Bereichen ein ganz neues Arbeitsfeld mit unbekanntem Prozessen und Wirkungsweisen. Es erfordert Geduld und Ausdauer, sich regelmäßig damit auseinanderzusetzen und die damit verbundenen Kompetenzen zu entwickeln.

Das Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ wird im Rahmen des Programms „rückenwind - Für die Beschäftigten und Unternehmen in der Sozialwirtschaft“ durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales und den Europäischen Sozialfonds gefördert.