

Überlebensnotwendigkeit Personal – Die Digitale Arbeitgebermarke als Erfolgsmodell | Fachtag 26.09.2023

fokus > digital
Die Digitalagentur der
Pflege- und Sozialwirtschaft

HILSE :
KONZEPT

ZWEI STARKE MARKEN **EIN ZIEL**



Giovanni Bruno | Dr. Thomas Hilse

Vorstellung der Referenten



Dr. Thomas Hilse



Giovanni Bruno



Paritätische Lebenshilfe
Schaumburg-Weserbergland GmbH

Einführung: **Fokussierung auf Personal ist überlebensnotwendig!**

These 1:

Der Umgang mit dem **Engpassfaktor „Personal“** wird zur entscheidenden Stellgröße des Erfolgs von Trägerunternehmen und sichert den sozialen Auftrag

These 2:

Im **modernen Personalmanagement** zählen Authentizität, Kreativität, Sichtbarkeit und Reichweite

These 3:

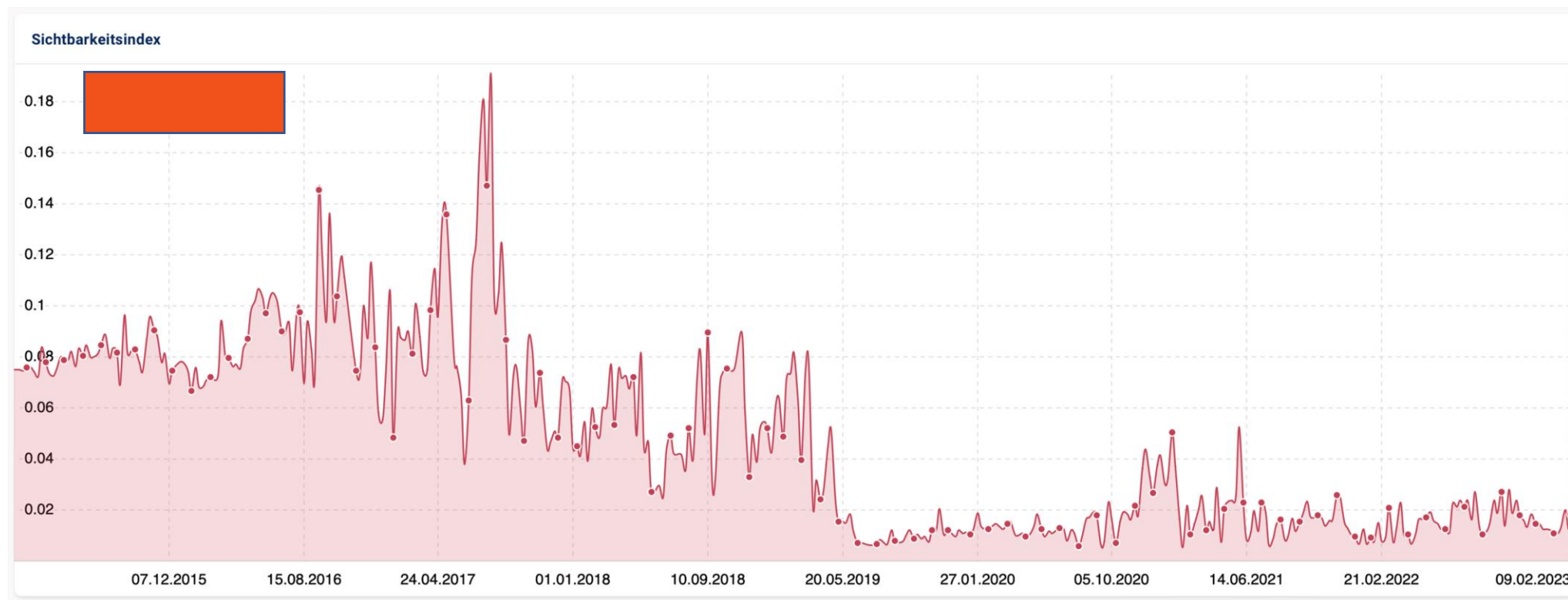
Erfolgreich ist derjenige, der methodisch sauber digital agiert und sich **nachhaltig und vielfältig präsentiert**

Einführung: **Viele Schlagworte – wenig Hilfestellung ...**



Digitale Reichweite ist **messbar und steuerbar**

Beispiel hier: Absteigende Sichtbarkeit einer nicht-optimierten Karriereseite



Was muss eine Marke leisten: **Eigenschaften einer (Arbeitgeber)Marke**



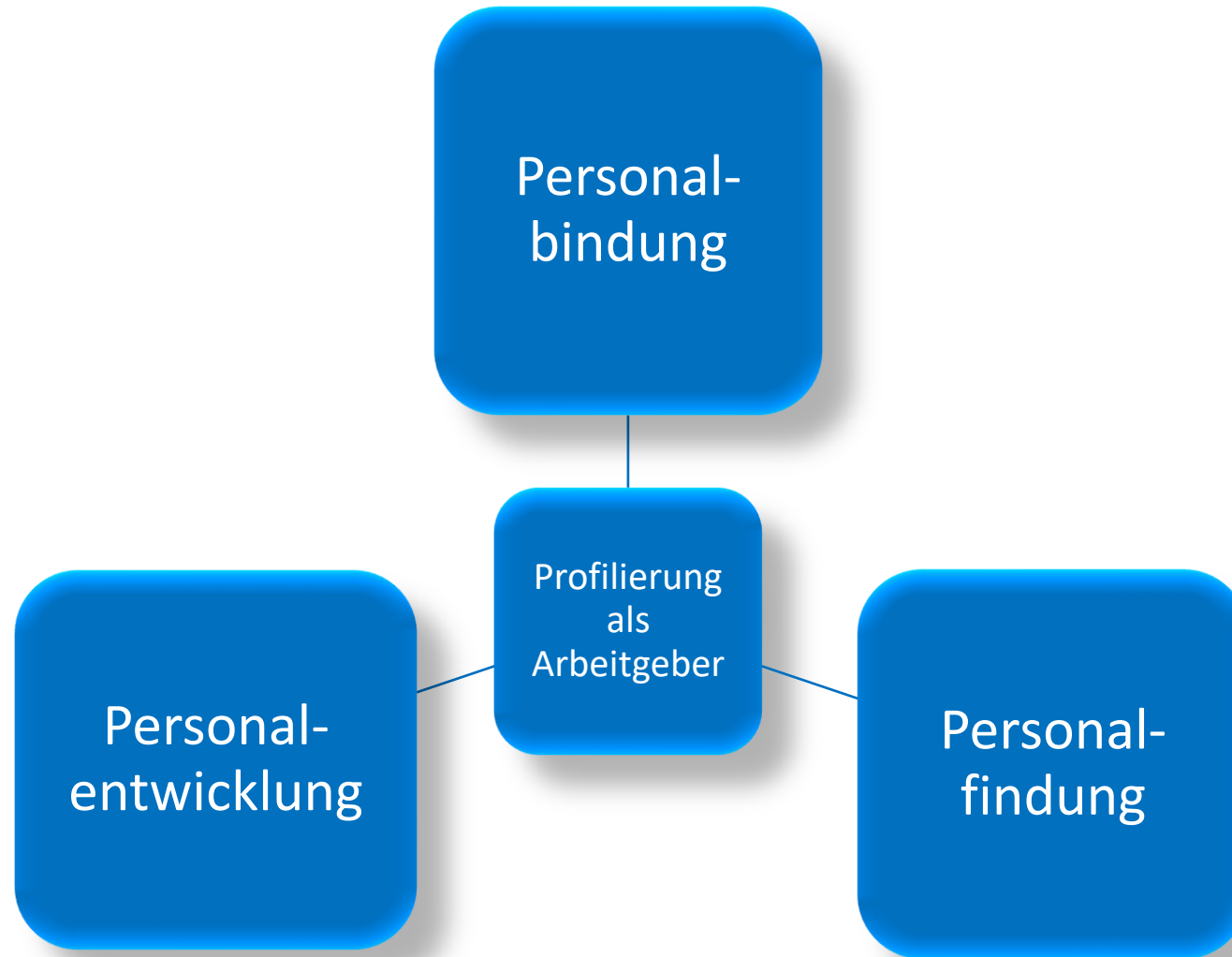


© HILSE:KONZEPT 2023

Eine Arbeitgebermarke wird digital verlängert

Hierbei notwendig: Eine ausgewogene Digitalstrategie





Marken-Herausforderung: **Vereinbarkeit?**



Gute Arbeit möglich machen.

PFLEGE BRAUCHT BESSERE BEDINGUNGEN

Zentrale Ergebnisse der aktuellen BMG-Studie zur Arbeitsplatzsituation in der Akut- und Langzeitpflege

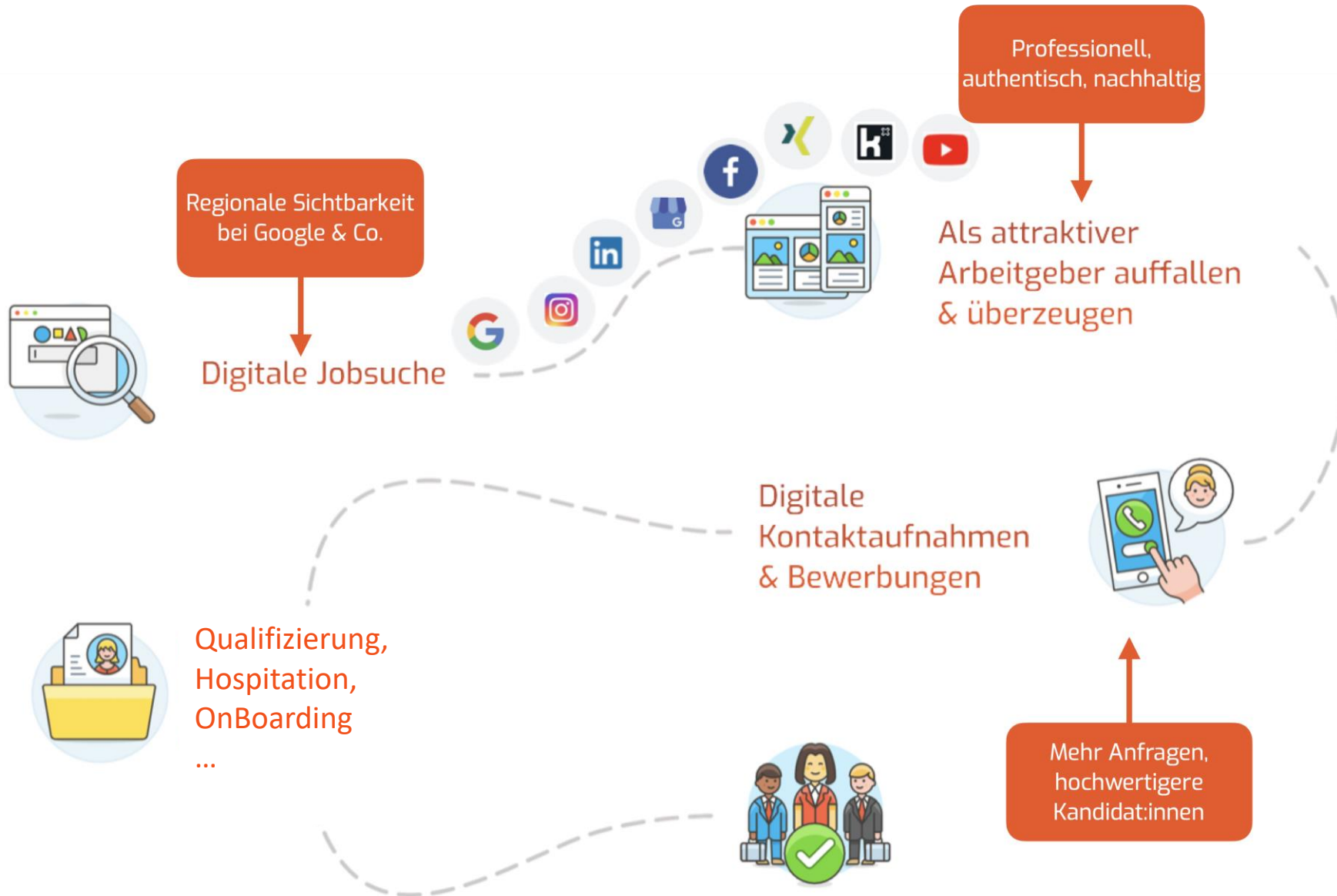
WAS SICH PFLEGENDE VON EINEM ARBEITSPLATZ MIT ZUKUNFT WÜNSCHEN

- FAKT 1** Vereinbarkeit von Familie, Pflege und Beruf
- FAKT 2** Attraktive Bezahlung
- FAKT 3** Gute Personalausstattung
- FAKT 4** Partizipative Führungsmodelle
- FAKT 5** Stärkung der Pflegeprofession
- FAKT 6** Digitaler Arbeitsplatz
- FAKT 7** Aktive Förderung von Berufseinstieg und -verbleib

Eine Initiative von  **Pflege-Netzwerk Deutschland**



Nutzen einer Digitalstrategie (1)



Nutzen einer Digitalstrategie (2)

Regionale Sichtbarkeit bei Google & Co.



Digitale Jobsuche

Google pflegfachkraft jobs berlin

Alle Bilder News Shopping Maps Mehr Suchfilter

Ungefähr 815.000 Ergebnisse (0,39 Sekunden)

Anzeige · <https://karriere.gip-intensivpflege.de/altenpfleger/berlin>
Altenpflege Stellenanzeige - Vollzeit oder Teilzeit.
Mehr Freiheit. Mehr Erfüllung. Individuelle, flexible Arbeitszeitmodelle...
Marzahn Straße 34, Berlin - Heute geöffnet · 08:00–19:00 Uhr



Jobbörse

Finde jetzt Deinen neuen Pflegejob in der Intensivpflege

Freie Plätze

Wir pflegen da, wo Sie uns brauchen Betreute Intensiv-WGs in Ihrer Nähe

Stellenangebote suchen bei
StepStone Indeed Kimeta eBay Kleinanzeigen

Stellenangebote - mein-pflegejob.de
Stellenangebote, passend zu deinen Wünschen.

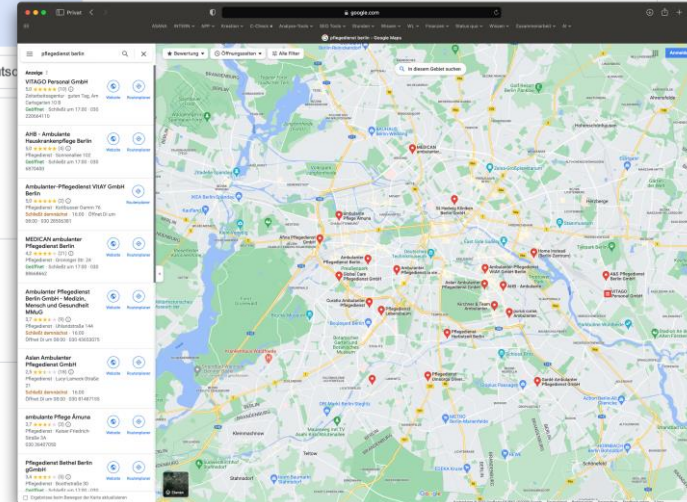
Stellenangebote

In der Nähe von Berlin

Letzte 3 Tage Vollzeit Homeoffice DRK Kliniken Berlin Korian Deutsches

- Pflegfachkraft (m/w/d) - bis zu 1.500€ Willkommensbonus**
BS Helix GmbH
Berlin
über BS Helix Care
vor 7 Tagen Vollzeit
- Pflegfachkraft Geriatrie (m/w/d)**
Malteser Krankenhaus Berlin
Berlin
über StepStone
vor 11 Tagen Vollzeit Freiw. Altersvorsorge
- Pflegfachkraft (m/w/d) Vollzeit / Teilzeit - Berlin Lichtenberg**
Domicil - Seniorenpflegeheim Gotlindestraße
Berlin
über Mein PflegeJob
vor 19 Tagen Vollzeit Freiw. Altersvorsorge

→ mindestens 100 weitere Stellenangebote



Weser Pflegedienst Bremen

Website Wegbeschreibung Speichern

4,7 18 Google-Rezensionen

Pflegedienst

Adresse: Sonneberger Str. 20, 28329 Bremen
Öffnungszeiten:
Schließt demnächst - 16:30 - Öffnet Di um 08:00 -
Telefon: 0421 43092942
Änderung vorschlagen · Inhaber dieses Unternehmens?

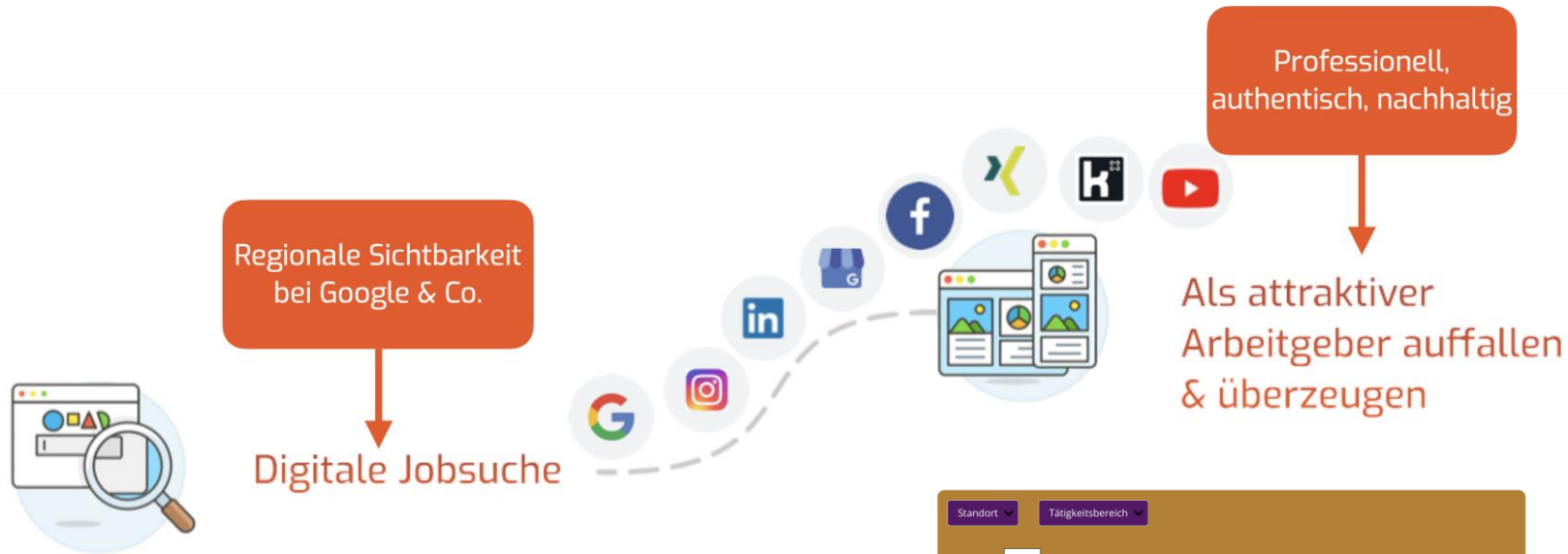
Fragen und Antworten
Als Erster eine Frage stellen

Stoßzeiten

MO DI MI DO FR SA SO
15 Uhr: Normalerweise nicht zu stark besucht

Rezensionen
Sehr nette, kompetente und hilfsbereite Mitarbeiter*innen.
Sehr kompetent und super Beratung schon am Telefon.
Mir wurde sofort geholfen.

Nutzen einer Digitalstrategie (3)

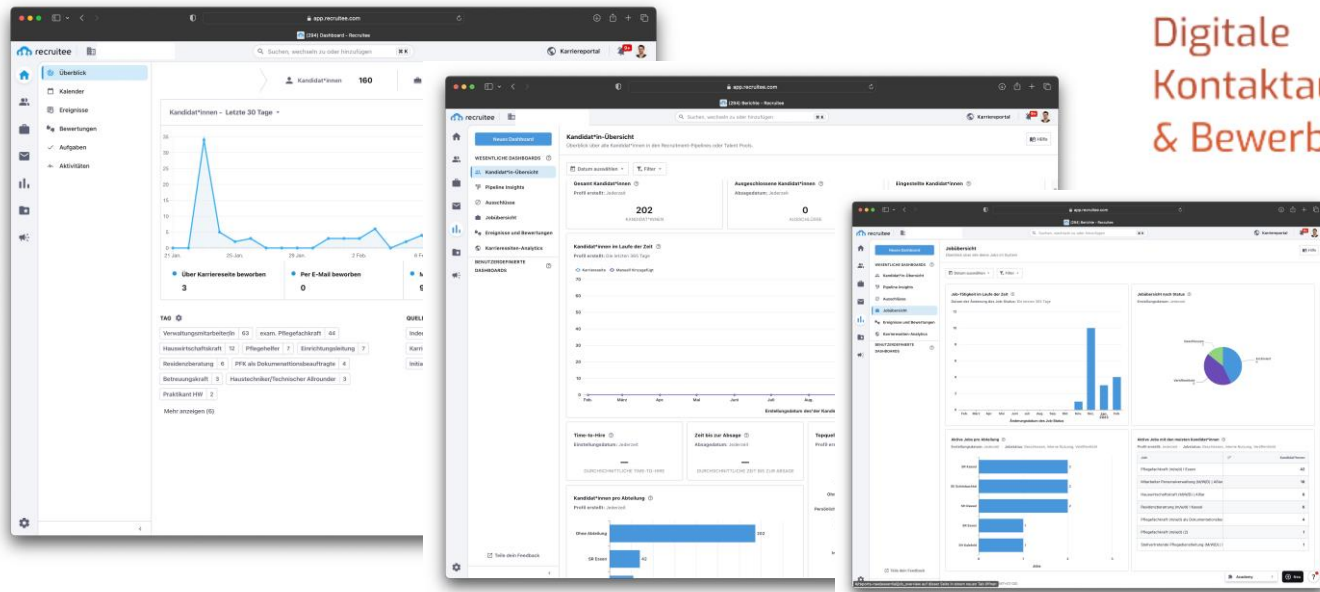


Standort	Tätigkeitsbereich
163 Jobs	Reset
	Interim Pflegedienstleitung (m/w/d) Deutschland Pflege Zum Stellenangebot
	Interim Pflegefachkraft (m/w/d) Deutschland Pflege Zum Stellenangebot
	Qualitätsbeauftragter (m/w/d) in Hessen Deutschland Pflege Zum Stellenangebot

Das spricht für uns

- 01 Faire Vergütung**
Eine faire Vergütung ist für uns selbstverständlich. Obendrauf legen wir noch leistungsgerechte Prämienzahlungen.
- 02 Moderner Dienstwagen**
Leistungs- und Pflegefachkräften ab einem Stellenumfang von 50 % stellen wir einen Dienstwagen inkl. Benzinkosten auch zur privaten Nutzung zur Verfügung.
- 03 Unbefristete Anstellung**
Wir wollen, dass Du mit Zuversicht in die Zukunft blickst. Deshalb schließen wir mit Dir gerne einen unbefristeten Arbeitsvertrag.
- 04 Flexible Arbeitszeiten**
Wenn möglich, wollen wir die individuellen Wünsche unserer Mitarbeitenden bezüglich Arbeitszeit und Arbeitsintervallen berücksichtigen.
- 05 Betriebliche Altersvorsorge**
Du erhältst von uns einen Zuschuss zur optionalen, betrieblichen Altersvorsorge, die als Direktversicherung ausgestaltet ist.
- 06 E-Bike-Leasing**
Bei uns bleibst Du fit! Alle Mitarbeitenden ab einem Stellenumfang von 70 % können unser E-Bike-Leasing inkl. Arbeitgeberzuschuss von jährlich 120,- € nutzen.
- 07 Weiterbildungen**
Ob Küche, Pflege, Betreuung oder Verwaltung: Bei uns kannst und darfst Du Dich entwickeln. Dafür bieten wir Dir individuelle Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
- 08 Healthmanagement**
Auch Deine Gesundheit liegt uns am Herzen. Nimm einfach an verschiedenen Kursen wie Rückenfit teil oder lass Dich bei Bedarf tapen.
- 09 Work-Life-Balance**
Dir stehen bei uns 30 Tage Jahresurlaub sowie Sonderurlaubstage bei besonderen Ereignissen wie Deiner eigenen Hochzeit zu.
- 10 Wertschätzung**
Wohlfühlen im Team beginnt bei uns mit einer guten Betreuung in der Einarbeitungsphase und endet bei Präsenten zum Geburtstag noch lange nicht.

Nutzen einer Digitalstrategie (4)

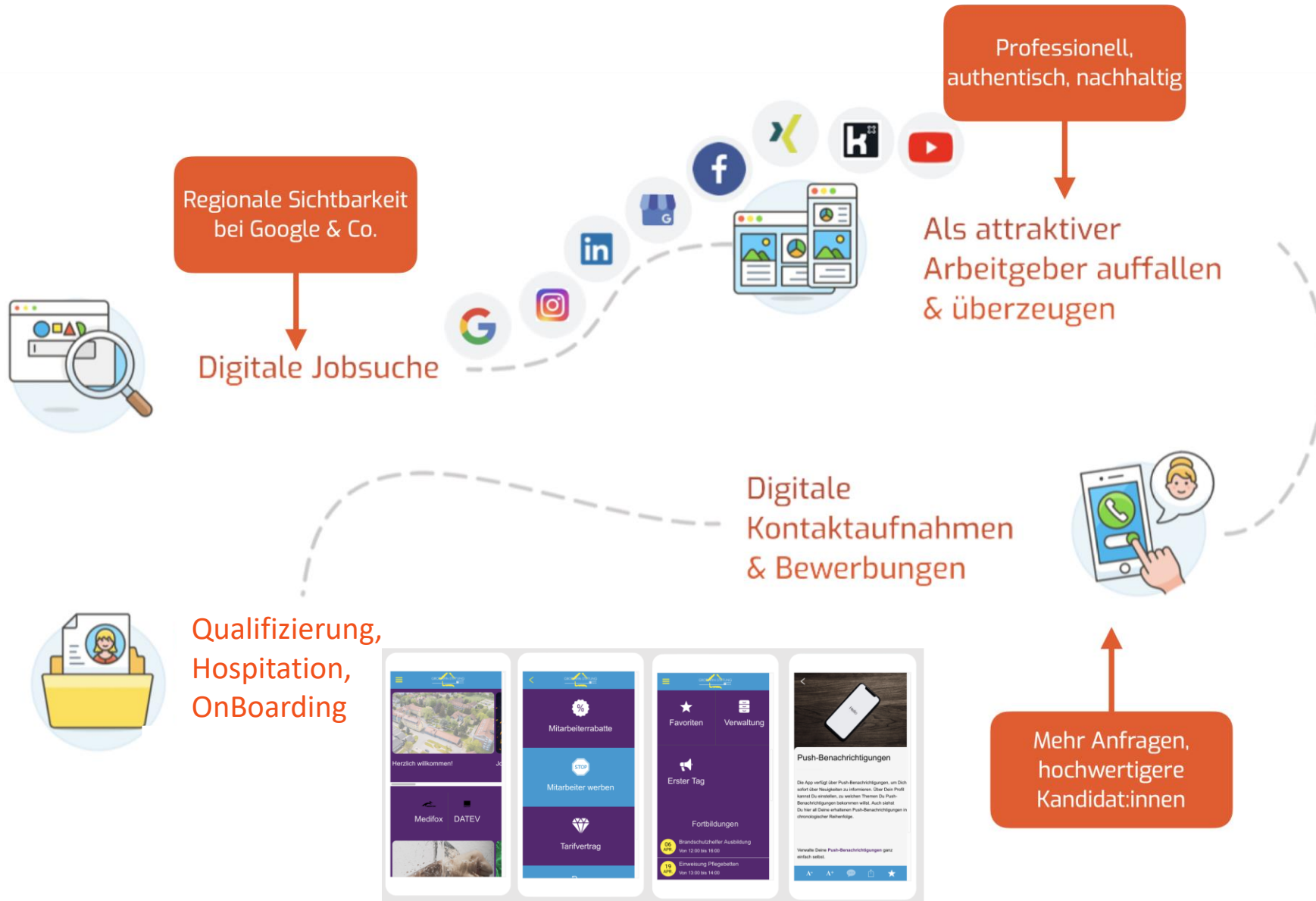


Digitale Kontaktaufnahmen & Bewerbungen

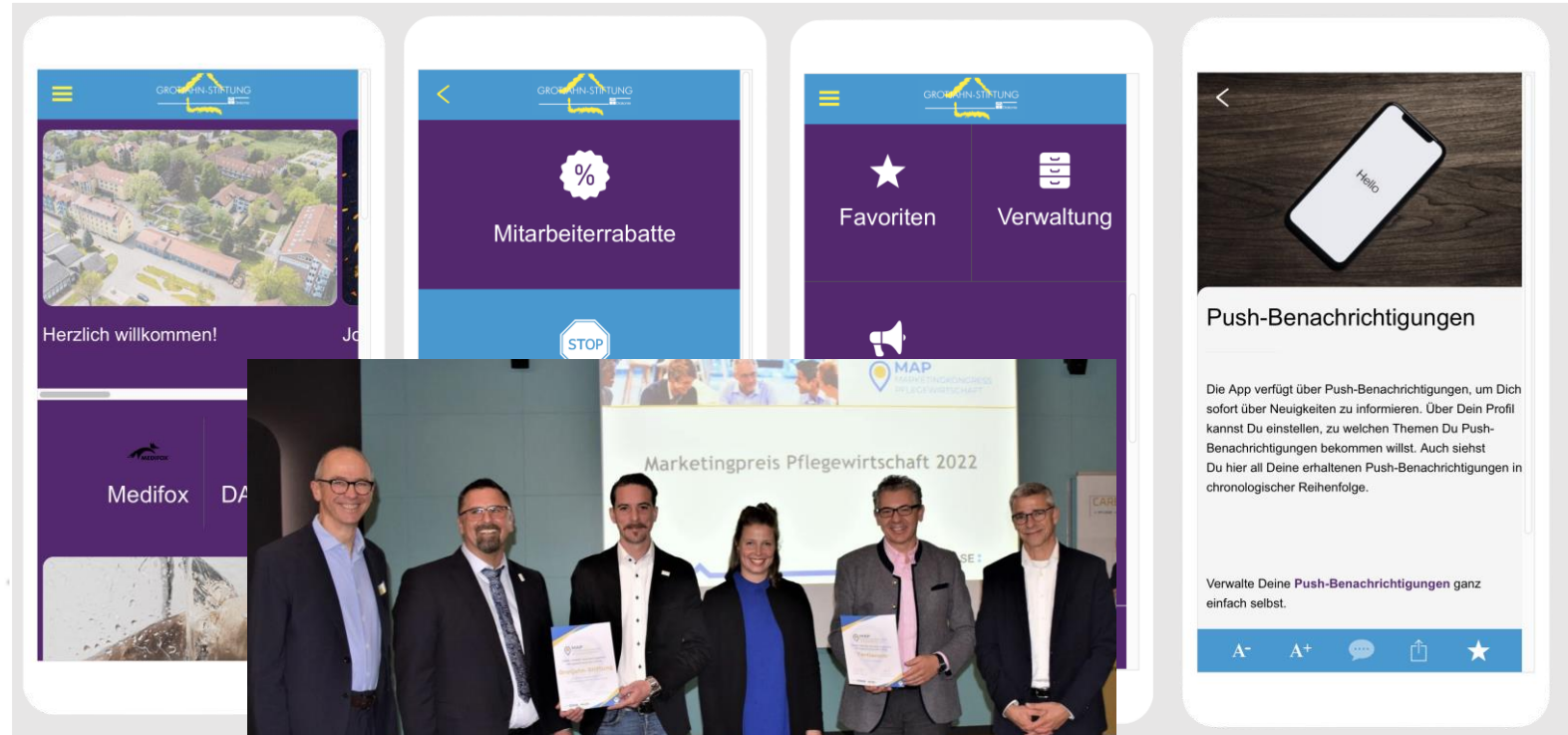


Mehr Anfragen, hochwertigere Kandidat:innen

Nutzen einer Digitalstrategie (5)



Nutzen einer Digitalstrategie (6)



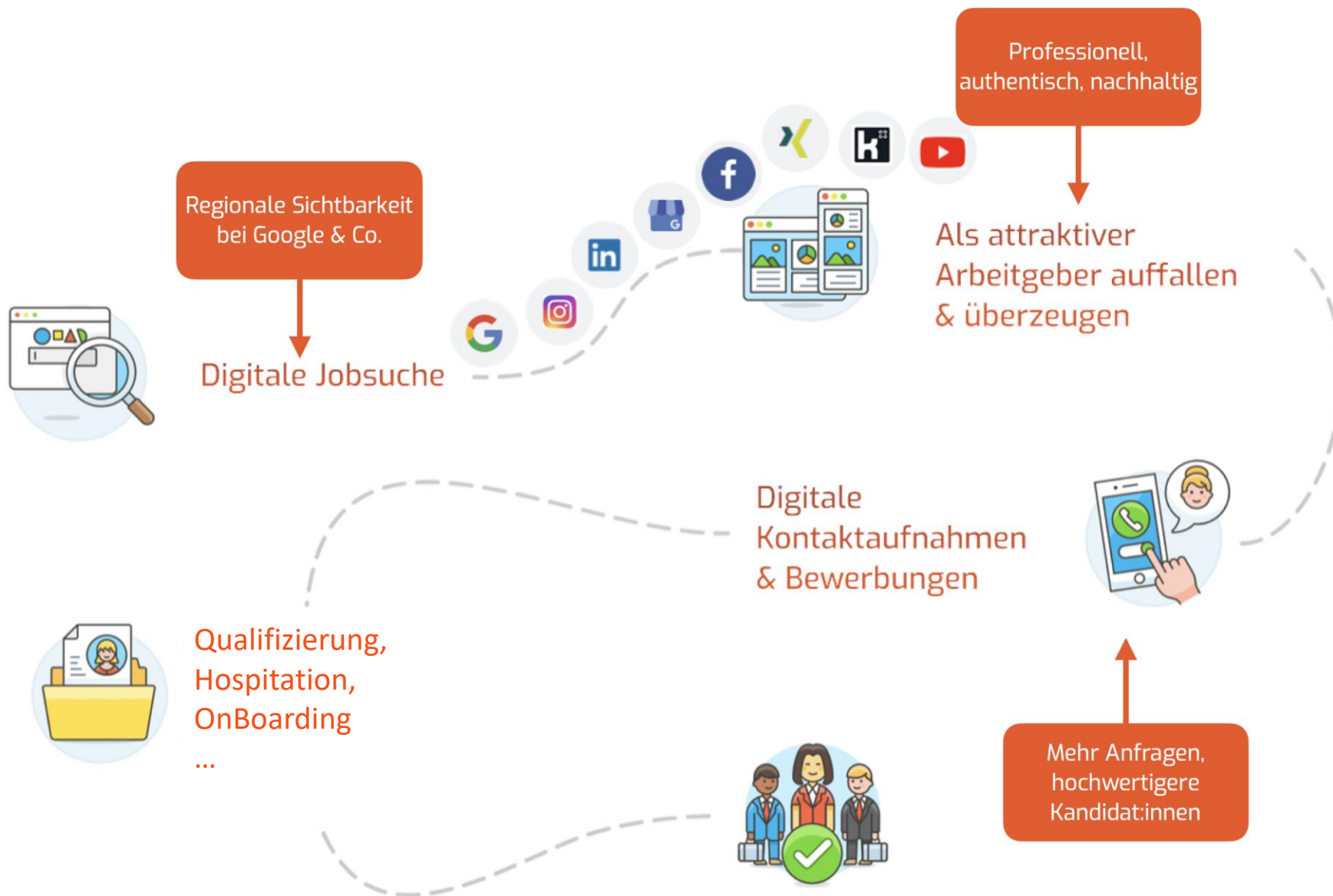
Qualifizierung,
Hospitation,
OnBoarding



Gewinner
des MAP-
Marketingpreises
Pflegewirtschaft

2022

Die Digitalstrategie verlängert die **Digitale Arbeitgebermarke**



Die Digitale Arbeitgebermarke: **Karriereseite** im Fokus

- Eine Karriereseite ist häufig Dreh- und Angelpunkt
- Die Karriereseite ist die Arbeitgeber-Visitenkarte
- Generierung von konstanten Bewerbungen
- Aktuelle Stellenangebote, Ansprechpartner, ...
- Mehr regionale Aufmerksamkeit
- Infos zum Arbeitgeber
- Mitarbeiterstimmen und authentische Eindrücke
- Digitale Sichtbarkeit in allen relevanten Medien, vor allem Google, Instagram, YouTube, usw.



Vertiefung:

**Workshop A im 1. Durchgang zur Arbeitgebermarkenwerkstatt für soziale Unternehmen
(ab 12:00h)**

**Workshop A im 2. Durchgang zur Digitalen Recruiting-Strategie im Sozialwesen
(ab 14:00h)**



Giovanni Bruno | Dr. Thomas Hilse



Dr. Thomas Hilse
HILSE:KONZEPT Management- und Kommunikationsberatung
thomas.hilse@hilsekonzept.com
www.hilsekonzept.com



Giovanni Bruno
fokus digital GmbH
bruno@fokus-d.de
www.fokus-d.de

EMPLOYER BRANDING

Digitalstrategie für die Arbeitgebermarke

VON THOMAS HILSE UND GIOVANNI BRUNO



Dr. Thomas Hilse ist Inhaber der HILSE:KONZEPT Management- und Kommunikationsberatung. Er ist spezialisiert auf die Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Markenkonzepten in der Gesundheits- und Sozialwirtschaft. Nach verschiedenen Leitungspositionen ist er seit 2012 als selbstständiger Unternehmer vielfältig in der Branche engagiert.
www.hilsekonzept.com



Giovanni Bruno hat sich 2017 mit seiner Agentur, der fokus digital GmbH, auf moderne Personalgewinnung in der Pflege- und Sozialbranche spezialisiert. Er wurde von Google in sechs führenden Disziplinen des digitalen Recruitings zertifiziert. Er ist spezialisiert auf die Planung und Umsetzung von ganzheitlichen Recruiting-Strategien und datenbasierte Kampagnen zur Mitarbeitergewinnung.
www.fokus-d.de

Unternehmen der Sozialwirtschaft erleben immer häufiger, wie schwer es ist, offene Stellen zu besetzen und qualifizierten (Führungs-)Nachwuchs zu finden. Der systematische Aufbau einer Arbeitgebermarke und ihre digitale Verlängerung helfen, sich im umkämpften Markt zu positionieren und erfolgreiches Recruiting zu betreiben.

Der Markt für Fach- und Führungskräfte hat sich in den letzten Jahren zu einem Arbeitnehmermarkt entwickelt. Sowohl bei berufserfahrenen als auch bei neu in den Beruf einsteigenden Kandidatinnen und Kandidaten lässt sich weit weniger Personal finden, als benötigt wird, und offene Stellen bleiben lange unbesetzt. Mithin kehrt sich die Marktsituation um, und Unternehmen bewerben sich aktiv bei potenziellen Mitarbeitenden. Dabei steht die Sozialwirtschaft auch in Konkurrenz zu anderen Branchen. Besonders kritisch wird es, wenn der soziale Auftrag nicht mehr ausreichend erfüllt werden kann oder es mangels Personal zu bestandsgefährdenden Erlöseinbrüchen kommt.

In Arbeitsmärkten, die durch einen Fachkräftemangel und eine hohe Wettbewerbsintensität geprägt sind, gewinnt das Herausbilden einer Arbeitgebermarke („Employer Branding“) im Rahmen des Personalmarketings eine zentrale Bedeutung. Das Sozialunternehmen muss ein klares Profil aufbauen, welches im Sinne eines glaubwürdigen Wertversprechens als Arbeitgeber wahrgenommen wird. Die Arbeitgebermarke richtet sich dabei sowohl an potenzielle Auszubildende, Fach- und Führungskräfte als auch an die eigenen Mitarbeitenden oder Ehrenamtliche. Mit ihr wird die Bindungs-

wirkung nach innen unterstützt und die Attraktivität als Arbeitgeber nach außen herausgestellt.

Die Arbeitgebermarke als Wertversprechen

Das Arbeitgeber-Wertversprechen muss die im Sozialunternehmen tatsächlich gelebten Werte abbilden. Eine bloße, unreflektierte Aufzählung allgemeiner Werte läuft Gefahr, von potenziellen Interessierten schnell als unglaubwürdig durchschaut zu werden. Es empfiehlt sich daher eine unternehmensintern breit abgesicherte und extern moderierte Erarbeitung. Auf diese Weise gelingt die Integration unterschiedlicher Perspektiven und die Berücksichtigung der Belange der vielfältigen Berufsgruppen, die Sozialunternehmen in der Regel vereinen. Die so erarbeitete Arbeitgebermarke kann dann mittels Kernbotschaften über die definierten Kommunikationskanäle ausgespielt werden.

Zukünftige Mitarbeitende wollen dort angesprochen werden, wo sie sich gerade bewegen. Dies können die sozialen Medien (Instagram, Facebook, Youtube, LinkedIn, TikTok etc.) genauso sein wie analoge Informations- und Austauschformate wie etwa Ausbildungsmessen oder regionale Fachforen. So vielfältig wie die anzusprechenden Zielgruppen