

HILSE KONZEPT

„Arbeitgeber-Markenwerkstatt für
soziale Unternehmen“

26.09.2023

- **Employer Branding** bezeichnet den Aufbau einer Arbeitgebermarke und die Profilierung eines Unternehmens im Arbeitsmarkt i.S. eines glaubwürdigen Wertversprechens als Arbeitgeber. Sie leitet sich aus der Positionierung als Unternehmensmarke / Corporate Brand unmittelbar ab
- Eine **Employer Brand** richtet sich an eigene Mitarbeiter und an potentielle Fach- und Führungskräfte sowie Auszubildende und Quereinsteiger, unterstützt demnach die Bindungswirkung nach innen, zeigt berufliche Perspektiven auf und stellt die Attraktivität als Arbeitgeber heraus

Aufbau einer Arbeitgebermarke / Employer Branding

Profilierung

- ✓ Wertversprechen
- ✓ Kernbotschaften

Erarbeitung einer dauerhaften Arbeitgeberattraktivität

Personalbindung

- ✓ Arbeitgeberleistungen
- ✓ Wertschätzung

Implementierung von Karriere- und Weiterbildungsperspektiven

Personalentwicklung

- ✓ Potenzialerkennung
- ✓ Karrierepfade

Professionalisierung der Mitarbeitergewinnung

Personalfindung

- ✓ Mehrkanalansatz
- ✓ Bewerbermanagement

ARBEITGEBER-MARKENBILDUNG

Employer Brand

- Was zeichnet uns als Arbeitgeber aus?
- Worin unterscheiden wir uns von Mitbewerbern?
- Was bieten wir unseren Mitarbeitenden?
- Welchen Mehrwert bringen unser Mitarbeitenden ein?

Corporate Brand

- Wodurch ist das Unternehmen bekannt und wofür steht es?
- Wie lautet das zentrale Leistungsversprechen?
- Welchen Mehrwert bieten wir der Gesellschaft?

- Wir sind ...
- Wir stehen für ...
- Wir verantworten ...
- Wir ...

Wertversprechen als Arbeitgeber

- Markeneigenschaften: Ihr Unternehmen steht für ...

Eigenschaft	Bewertung des eigenes Unternehmen als Arbeitgeber
Sicherheit	...
Vertrauen	...
Glaubwürdigkeit	...
Wiedererkennbarkeit	...
Orientierung	...
Bindung	...
Treue	...

- Erarbeitung Arbeitgeber-Markenkern / -identität:

Wer oder was bewirkt ...	Eigenschaften / Werte Ihres Unternehmens als Arbeitgeber
... die Unterscheidung und Alleinstellung	...
... die Nachhaltigkeit	...
... die Authentizität	...
... die Glaubwürdigkeit	...
... die Akzeptanz	...
der Arbeitgebermarke?	

Wert / Werteverprechen	Kernbotschaften Sozialunternehmen
Vielfalt	Wir bieten vielfältige Beschäftigungs- und Entwicklungsmöglichkeiten in multiprofessionellen Teams
Empowerment	Alle Mitarbeitenden sind uns wichtig und können ihre Kompetenzen individuell einbringen
Fachlichkeit	Die berufliche Fachlichkeit weiter zu entwickeln verstehen wir als Haltung
Mut	Wir sind mutig und fachlich immer einen Schritt voraus
Soziale Verantwortung	Wir gestalten gemeinsam eine inklusive Gesellschaft
Miteinander	Wir sind miteinander und füreinander da – Nah am Menschen

One-Word-Equity: „Vielfalt“

WIR ALS ARBEITGEBER

*„Lassen Sie uns gemeinsam
diese Werte leben
und den Unterschied machen!“*



Paritätische Lebenshilfe
Schaumburg-Weserbergland GmbH

Vielfalt – Wir bieten vielfältige Beschäftigungs- und Entwicklungsmöglichkeiten in multiprofessionellen Teams.

Empowerment – Alle Mitarbeitenden sind uns wichtig und können ihre Kompetenzen individuell einbringen.

Fachlichkeit – Die berufliche Fachlichkeit weiter zu entwickeln, verstehen wir als Haltung.

Mut – Wir sind mutig und fachlich immer einen Schritt voraus.

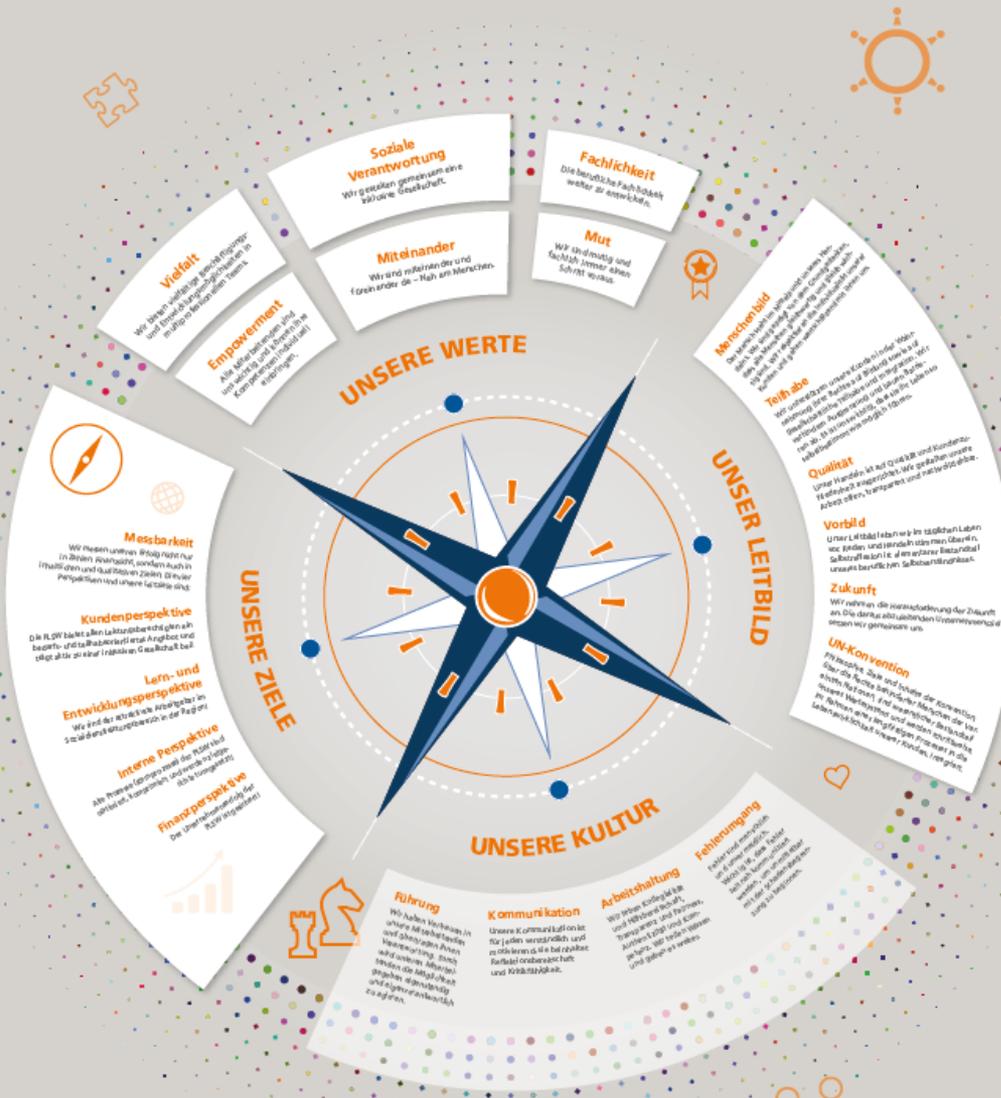
Soziale Verantwortung – Wir gestalten gemeinsam eine inklusive Gesellschaft.

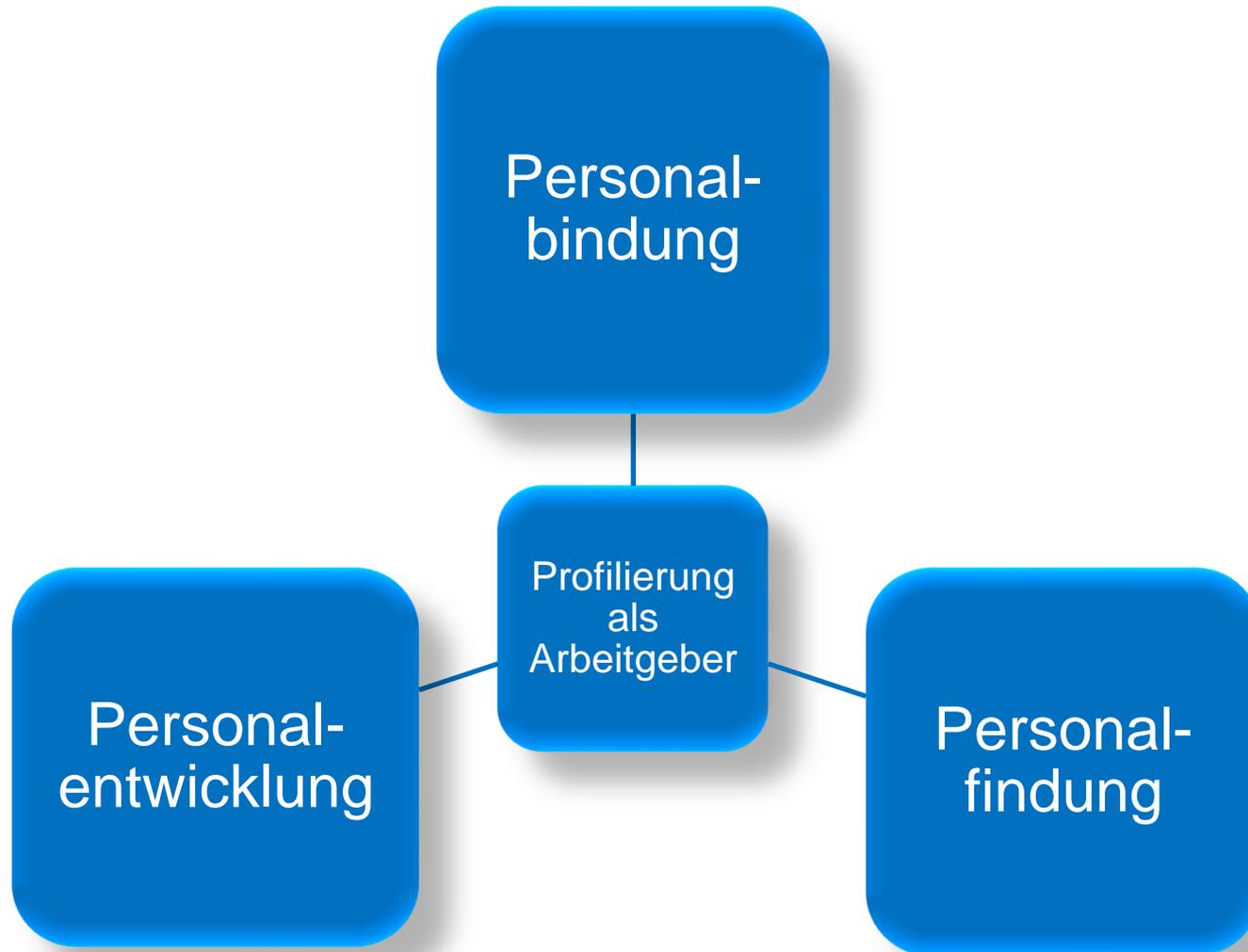
Miteinander – Wir sind miteinander und füreinander da – Nah am Menschen.

PLSW als Arbeitgeber



Paritätische Lebenshilfe
Schaumburg-Weserbergland GmbH





Daten & Fakten

Ausgewählte Kennzahlen

- **Betriebszugehörigkeit (im Schnitt/je Bereich/gestaffelt nach Jahren)**
- **Fluktuationsrate (gesamt/je Bereich/bei Führungskräften)**
- **Anzahl Kündigungen durch Mitarbeiter in der Probezeit (gesamt/je Bereich)**
- **Anzahl Kündigungen durch Mitarbeiter nach einem oder zwei Jahren (gesamt/je Bereich)**
- **Anzahl übernommene Auszubildende (gesamt/je Bereich)**
- **Mitarbeiterzufriedenheit (gesamt/je Bereich/gewichtet nach Themengebiet)**
- **Anzahl durch Mitarbeiterempfehlung gewonnene (Fach-) Kräfte**
- **Anzahl Fort-/ Weiterbildungstage je Mitarbeiter (gesamt/je Bereich)**
- **Inanspruchnahme Mitarbeiterbindungsprogramm (je Einzelmaßnahme)**

PERSONALMANAGEMENT

Mitarbeiterbindung Gute Führung entscheidet

Eine vermeintlich einfache Formel genügt, um Fach- und Führungskräfte an Ihr Pflegeunternehmen zu binden und die Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen. „Gute Führung“ im operativen Tagesgeschäft zeigt sich allerdings, welche Herausforderung „Führung“ darstellt und wem „gute“ Führung tatsächlich eine Mitarbeiterbindung bewirken kann, meint Autor Thomas Hilse.



Ausführlicher Prognose wird sich in der nächsten Ausgabe zeigen. In der Pflege stellt ein attraktiv wähliger und motivierter Kandidat eine qualitative Herausforderung dar. Die Bewerber sind in der Regel nicht nur fachlich qualifiziert, sondern auch in der Lage, sich in einem professionellen Umfeld zu integrieren. Die Bindung der Mitarbeiter ist durch eine bessere Führung, die auch über einen attraktiven Arbeitsplatz hinausgeht, notwendig, um die Mitarbeiterbindung zu gewährleisten. Dies ist ein Prozess, der sich nicht über Nacht vollziehen lässt, sondern ein kontinuierlicher Prozess ist, der sich über die gesamte Lebensdauer der Mitarbeiter erstreckt.

Mitarbeiterbindung ist ein Prozess
Die Bindung der Mitarbeiter ist ein Prozess, der sich über die gesamte Lebensdauer der Mitarbeiter erstreckt. Dies ist ein Prozess, der sich nicht über Nacht vollziehen lässt, sondern ein kontinuierlicher Prozess ist, der sich über die gesamte Lebensdauer der Mitarbeiter erstreckt. Dies ist ein Prozess, der sich nicht über Nacht vollziehen lässt, sondern ein kontinuierlicher Prozess ist, der sich über die gesamte Lebensdauer der Mitarbeiter erstreckt.

© 2018 Hilse & Partner

Quelle:
CAR€Invest
5/2018

Die wichtigsten Punkte rund um das Personal-Management in der stationären Pflege

Personalmangel: Führung ist entscheidend

Wenn immer weniger Personal in der Pflege zur Verfügung steht, konzentriert es besonders auf das Management der vorhandenen Mitarbeiter an. Führung spielt hierbei eine zentrale Rolle.



Immer weniger Personal in der Pflege zur Verfügung steht. Die Führungskräfte sind gefragt, um das Personal zu binden und zu motivieren.

... muss etwas selbst sein wie die Über- gabe Verantwortung, eine Personalentwicklung und ein Personalmanagement, das die Mitarbeiter in der Führung und in der Verantwortung stärkt. ...

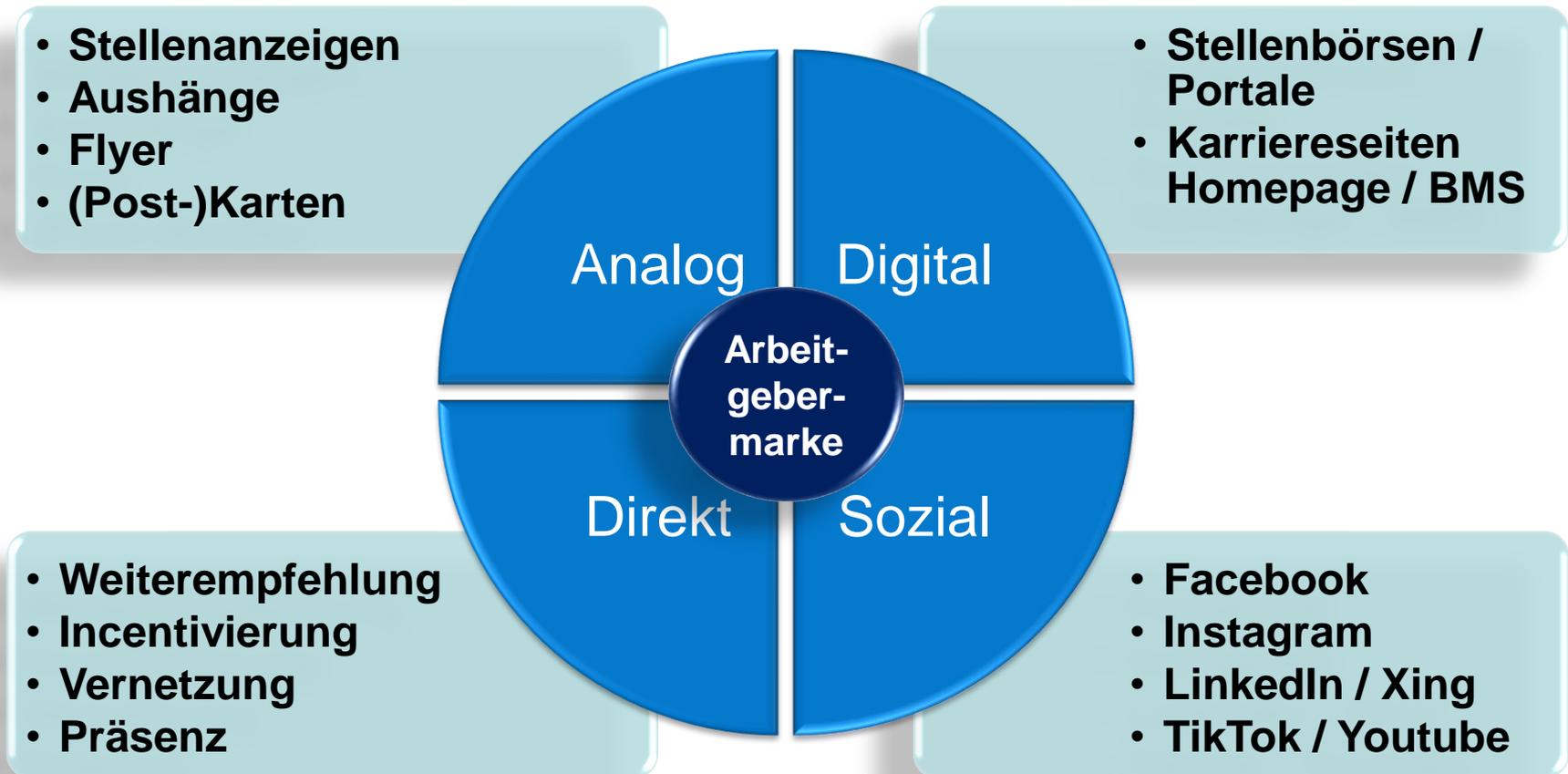
DREI TIPPS RUND UM DAS THEMA FÜHRUNG

- Führungskräfte müssen Führen wollen. Sie sollten sich bewusst sein, dass sie stets als Vorbild in Verhalten und Kommunikation wahrgenommen werden. Gute Führung und Mitarbeiterbindung bedingen sich.
- Attraktive Arbeitgeber sind zumeist kommunikationsstark und stellen ihr Unternehmen möglichst offen und transparent gegenüber der Öffentlichkeit und den Mitarbeitenden dar.
- Klare Kernbotschaften vermitteln die gelebten Eigenschaften und Werte des Pflegeunternehmens gleichermaßen nach außen und innen. Sie schaffen ein scharfes Profil im Wettbewerb und unterstützen den Aufbau einer Arbeitgeber-Marke.

Quelle: CARE Invest vom 02.09.2016







HILSE:KONZEPT „4-Kanal-Strategie zur Personalgewinnung“

Personalgewinnung: Recruitingmatrix

Kanal Zielgruppe						
Quereinsteiger	X				X	X
Auszubildende					X	X
Helfer	X				X	X
Assistenten	X			X	X	X
Fachkräfte	X	X		X		X
Führungskräfte		X	X	X		
Geschäftsleitung			X	X		

- Erarbeiten Sie eine Arbeitgebermarke auf Basis Ihrer Werte als Arbeitgeber!
- Formulieren Sie konkrete Kernbotschaften!
- Bearbeiten Sie die Handlungsfelder Personalbindung, Personalentwicklung und Personalfindung!
- Legen Sie fest, welche Botschaften Sie über welche Kanäle an welche Zielgruppen ausspielen!

Tipp: Strategie-Workshops ebnen den Weg!



„Der Sozial- und
Pflegermarkt
braucht
Markenpflege!“



Quelle: Titelbild Max Planck Forschung 2.2015

18

- Dipl.-Kfm. Dr. Thomas Hilse
- **HILSE:KONZEPT** Management- und Kommunikationsberatung für das Gesundheits- und Sozialwesen
- Willbecker Straße 109
- 40699 Erkrath-Hochdahl
- +49 174 1630460
- thomas.hilse@hilsekonzept.com
- www.hilsekonzept.com

