



Potenziale erkennen und heben

Digital gegen Personalmangel

Die **Gewinnung von Fachkräften** stellt gerade für kleine und mittelständisch geprägte Unternehmen häufig eine große Herausforderung dar. Wie es gelingen kann, mit innovativen Kommunikationsstrategien geeignete Bewerberinnen und Bewerber anzusprechen und dabei gleichzeitig auch neue Kunden zu gewinnen, erläutert unser Gastautor.

Die digitale Transformation ist in aller Munde und heutzutage ein Muss für den erfolgreichen Betrieb eines Unternehmens. Da bildet auch die Pflegebranche keine Ausnahme. Nur wer seine unternehmerischen Zielsetzungen und darunter allen voran die Personalrekrutierung über moderne Kanäle realisiert, verzeichnet die gewünschten Erfolge. Das erkannten wir zu Beginn des Jahres 2021 auch bei der **Sozialagentur Konkret**. Als Anbieter ambulanter Dienstleistungs- und Unterstützungsangebote für ältere Menschen und Menschen mit Behinderung haben wir beschlossen, unsere Digitalstrategie in Angriff zu nehmen und die Personalgewinnung ganzheitlich anzugehen.

Dazu haben wir uns mit der Digitalagentur **Fokus Digital GmbH** aus Berlin einen kompetenten Partner an die Seite geholt, der auf Digitalisierungsprozesse in der Pflege- und Sozialwirtschaft spezialisiert ist. Bei der Zusammenarbeit ging es darum, ein effizientes Maßnahmenpaket für die Gewinnung neuer Fachkräfte zu entwickeln. Unsere Kampagne „Wachstumsbeschleuniger Digitalstrategie“ wurde dann auf dem **Marketingkongress Pflegewirtschaft (MAP)** am 17. November 2021 mit dem Marketingpreis Pflegewirtschaft 2021 ausgezeichnet.

Ganzheitliche Betreuung

Als mittelständischer, inhabergeführter Pflege- und Betreuungsdienst versorgen wir aktuell rund 700 Kunden in Baden-Württemberg und Bayern. Durch unseren ganzheitlichen Ansatz, der sowohl Pflege als auch

Betreuung und Assistenz umfasst, sind wir in unserem Angebot breit aufgestellt. Insgesamt decken wir fünf Kompetenzfelder ab. Dazu gehören ambulante Pflege, Behindertenhilfe, Hauswirtschaft und Betreuung, 24 Stunden-Haushaltshilfe sowie die Kostenklärung und -durchsetzung inklusive Beratungsleistungen für die Betroffenen. All diese Aufgaben erledigen wir von Herzen, weshalb bei uns keine Anfrage abgelehnt wird, sondern wir stets nach der idealen Lösung für die Hilfebedürftigen suchen. Dieses Selbstverständnis hat uns seit unserer Gründung im Jahre 2014 zu großem Wachstum verholfen.

Breites Spektrum an Tätigkeiten

Doch geht mit dem schnell wachsenden Bedarf an Versorgungsleistungen auch ein hoher regionaler wie überregionaler Personalbedarf einher. Dieser umfasst ein breites Spektrum an Kompetenzfeldern. Wir beschäftigen nicht nur Pflegekräfte, Pflegedienstleitungen und Teamleitungen, sondern auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Aufgaben wie Alltagsbegleitung und Hauswirtschaft sowie Betreuungskräfte in der Behindertenhilfe. Darüber hinaus beschäftigen wir auch Fachkräfte aus dem Bereich Sozialpädagogik sowie Sozialarbeiter und Sozialarbeiterinnen in der qualifizierten Eingliederungshilfe. Lange haben wir versucht, die Rekrutierung neuer Fachkräfte selbst zu organisieren. Doch klassische Personalbeschaffungsmaßnahmen wie die Schaltung von Inseraten und die Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit griffen nur bedingt. Digitale

Recruiting-Maßnahmen hatten wir bis dato noch gar nicht erschlossen.

Digital zu mehr Personal

Um erfolgreicher zu sein, erarbeiteten wir eine umfassende Digital- und Recruiting-Strategie. Mit einem besonderen Blick fürs Detail wurde uns unser Ist-Zustand im digitalen und analogen Recruiting aufgezeigt und im Zuge dessen unser bisher ungenutztes Potenzial entschlüsselt. Außerdem beschäftigten wir uns im Zuge eines Arbeitgeberworkshops damit, was uns als attraktiven Arbeitgeber auszeichnet. So definierten wir unsere Alleinstellungsmerkmale und schärften unsere Arbeitgebermarke. Nach diesen ersten Schritten galt es, unsere Potenziale gezielt auszuschöpfen. Danach wurde eine individuellen Recruiting-Strategie entwickelt. Wir entschieden uns für eine digital medienübergreifende Strategie, bei der sämtliche Maßnahmen für eine erfolgreichere Personalgewinnung exakt für unsere Situation, Region und Zielgruppe ausgewählt wurden.

Anschließend wurde unsere Recruiting-Strategie und mit ihr unsere Arbeitgebermarke in den digitalen Raum transportiert. Der Grundstein hierfür wurde mit einer neuen Website gelegt. Diese stellt nicht nur unser Team und unsere Leistungen vor, sondern inkludiert auch eine hauseigene Karriereseite mit mehr als 40 Stellenausschreibungen. Die Website und mit ihr unsere Vakanzen erfuhren eine Suchmaschinenoptimierung, sodass wir vor allem über die Suchmaschinen wie Google regional besser auffindbar wurden und die organischen Anfragen signifikant stiegen.

Videos zur Unterstützung

Mithilfe mehrerer professionell gedrehter Image- und Recruiting-Videos präsentieren wir unser Unternehmen, unsere Mitarbeitenden und unsere Kunden und Kundinnen nun auch in Bewegtbildern. Des Weiteren schalteten wir regionale Fernsehwerbung, in der wir uns ebenfalls als attraktiver Arbeitgeber positionierten. Unsere medienübergreifende, datengetriebene Strategie spielten wir außerdem auf Social Media und bei Google aus, da sich Menschen auf der Suche nach einer Anstellung im Pflegebereich auch speziell über diese Plattformen informieren. Durch gezielte Marketingaktionen, die auf die primären Zielgruppen Pflegefachkraft, Sozialpädagoge, Alltagshilfe, Behindertenassistenz, Sozialarbeiter sowie Pflegedienstleitung zugeschnitten waren, konnten offene Stellen in diesen Bereichen zügig nachbesetzt werden. Social Media Recruiting verlängerte also ebenfalls unsere regionale Mitarbeitergewinnung. Unsere Bewerbungsprozesse wurden an die digitale Welt angepasst, ohne hierbei jedoch an Professionalität einzubüßen. Zudem erleichtert

Strategie-Check

Medien gezielt einsetzen

Der Fachkräftemangel bleibt die zentrale Herausforderung für Wachstum in der Pflegebranche. In strategischer Hinsicht werden allerdings auch häufig die vorhandenen Möglichkeiten einer Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und die Verlängerung der Kommunikation über digitale Medien vernachlässigt. Ein zielgerichtetes und datenbasiertes Konzept trägt dazu bei, einen kontinuierlichen Zufluss an Bewerbungen zu generieren und sichert so die unternehmerische Weiterentwicklung und die getätigten Investitionen.



Thomas Hilse,
Hilse Konzept

und automatisiert ein Bewerbermanagementsystem viele geschäftsinterne Prozesse im Personalmanagement.

Erfolgreiche Umsetzung

Seit der Live-Schaltung unserer Karriereseite im April 2021 können wir kontinuierlich Erfolge verzeichnen. In einem Zeitraum von acht Monaten erhielten wir 400 Bewerbungsanfragen. Weitere rund 150 Bewerbungsanfragen wurden über diverse Socialmedia-Kanäle generiert. Mittlerweile verfügen wir über einen Bewerberpool, da inzwischen die Nachfrage das Angebot an offenen Vakanzen übersteigt. Ein weiterer Effekt: Wir haben deutlich mehr Patientenanfragen und Bewerbungen aus der Region erhalten.

Unser Projekt „Wachstumsbeschleuniger Digitalstrategie“ zeigt, inwiefern eine durchdachte Digitalstrategie zu einer gewinnbringenden Umsetzung unternehmerischer Zielsetzungen führen kann. Speziell hinsichtlich der Personalgewinnung ist der kontinuierliche Ausbau der digitalen Reichweite eines Pflegeanbieters zu empfehlen. Dabei sollte die Auswahl sämtlicher Maßnahmen individuell abgeschätzt werden. So wird die zuvor sorgfältig ausgearbeitete Arbeitgebermarke ideal nach außen transportiert und die Zielgruppe erreicht.

Statt einzelner, kurzfristiger Recruiting-Maßnahmen, die zumeist mit geringen Erfolgen und noch dazu hohen Streuverlusten einhergehen, stellen sich Arbeitgeber mit einer Arbeitgebermarke und Digitalstrategie dauerhaft präsent auf und generieren einen kontinuierlichen Zufluss an Bewerbungen. Gerade in der personell hart umkämpften Pflegebranche ist dies aus unserer Sicht eine durchaus lohnende Investition.

Autor des Artikels ist Thomas Laskowski, Geschäftsführer des ambulanten Pflege- und Betreuungsdienstes Sozialagentur Konkret.