



Problem: Der bundesweite Mangel an qualifizierten Pflegefachkräften sowie eine Generation Y, die sich wählerisch und fordernd auf dem Arbeitsmarkt bewegt, stellen die Altenhilfe zunehmend vor große Herausforderungen. Um geeignetes Personal zu finden und langfristig zu binden, dürfen sich Organisationen der Altenhilfe nicht nur auf traditionelle Recruiting-Wege verlassen, sondern müssen den Sprung in die digitale Welt wagen.

Foto: fotolia/Zagandesign

E-Recruiting Teil 1: Die professionelle Website

Lösung: Das E-Recruiting oder Online-Recruiting, ist die Personalbeschaffung mittels computer- und webbasierter Medien und umfasst sowohl die Suche nach geeignetem Personal als auch die Kommunikation und Verwaltung des Bewerbungsprozesses. Dreh- und Angelpunkt der digitalen Präsenz eines Unternehmens bildet mehr denn je die unternehmenseigene Karriere-Website. Ein professioneller Auftritt als Arbeitgeber ist unabdingbar. Strukturieren Sie Ihre Karriereseite im Sinne des Employer Brandings und präsentieren Sie sich als attraktiver und authentischer Arbeitgeber.

Achten Sie darauf, dass Stellenanzeigen mit Ansprechpartnern und Kontaktmöglichkeit schnell auffindbar sind. Im besten Fall leitet ein Online-Bewerbungsformular oder

eine Ein-Klick-Bewerbung Kandidaten unkompliziert und zügig durch ihre Bewerbung.

Insbesondere in sozialen Berufen wie der Pflege sind Bewerbenden die Team- und Unternehmenskultur bei der Arbeitgeberwahl wichtig. Referenzen von Mitarbeitenden auf der Homepage können Interessierten einen authentischen Einblick in die Arbeit verschaffen. Was sind darüber hinaus die Arbeitgeber-Benefits? Bieten Sie Anreize wie flexible Arbeitszeitmodelle, Kooperationen mit Kitas oder Fitness-Studios? Erkennen Sie Ihre Attraktivitätsfaktoren und kommunizieren Sie diese nach Außen!

Website nutzerfreundlich gestalten

Bei der Optimierung Ihrer Homepage sollten Sie neben der SEO (Search Engine Op-

timization) und SEA (Search Engine Advertising) auch besonders auf die Ansichtsmöglichkeit auf Mobilgeräten achten. Dies erhöht nicht nur die Usability für Besuchende, sondern ist mit beginnender Einführung des neuen Google-Index in diesem Jahr entscheidend für Ihre Auffindbarkeit bei der Suche über Google, da Seiten mit Mobilgeräte-Optimierung vor denen gelistet werden, die diese nicht aufweisen. Ergänzend zur Karriereseite auf der eigenen Homepage sollten die Stellenanzeigen zudem via Multi-Channel-Posting auf allgemeinen und branchenspezifischen Jobbörsen geschaltet werden. Durch z. T. kostenfreie Schaltung füllen sich die zahlreichen Online-Jobbörsen rasend. Um hier nicht unterzugehen, ist die Mehrfachschaltung ausschlaggebend.

Social Media: Präsenz zeigen

Neben einer professionellen Arbeitgeber-Website darf selbstverständlich die Präsenz in Karrierenetzen und auf Social Media Portalen nicht fehlen. Ihr Unternehmensauftritt in sozialen Medien sollte in jedem Fall in Layout, Struktur und Content passend zu Ihrer Homepage gestaltet sein. So führt für den Bewerbenden kein Weg daran vorbei, Sie als Arbeitgeber wahrzunehmen.

E-RECRUITING

- o Die Karriere-Webseite ist mit Abstand der wichtigste und direkt steuerbarste Kanal im Rahmen des E-Recruitings.
- o Platzieren Sie Ihren Stellenmarkt zentral auf der Unternehmens-Homepage und stellen Sie die Aktualität der Stellenanzeigen sicher.
- o Verwenden Sie emotionale Ansprachen durch lebendige Texte, Fotos und Videos, die authentische Einblicke in die Arbeit Ihrer Einrichtung bieten.
- o Transportieren Sie transparent Ihre Arbeitgeber-Benefits.
- o Ermöglichen Sie eine unkomplizierte Bewerbung via Online-Bewerbungsformular.
- o Erhöhen Sie die Auffindbarkeit Ihrer Stellenanzeigen durch SEO und SEA und vor allem einer mobilen Optimierung Ihrer Homepage und Multi-Channel-Postings.
- o Ergänzen Sie Ihren Online-Auftritt durch die Präsenz in Karrierenetzen und sozialen Medien.



Michael Malovecky, Leiter des Bereichs Recruiting und Personalberater bei der contec. Kontakt: michael.malovecky@contec.de