
MITARBEITERGEWINNUNG IN DER PFLEGE: „KARRIEREPORTAL AWO CARESHIP“ (WEBSITE)

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. Karriereportal <i>AWO Careship (Website)</i> | 4 |
| 5. Organisatorische Umsetzung | 10 |
| 6. Evaluation | 11 |
| 7. Chancen und Risiken | 11 |

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 nachfolgende Konzept „Karriereportal AWO Careship“ beschreibt den Aufbau einer (Unternehmens)Website, die die Gewinnung neuer Fach- und Führungskräfte fokussiert. Es beinhaltet die wesentlichen Elemente des digitalen Recruitings im Internet. Das Konzept bildet dabei die Kette von der Unternehmensdarstellung, über die Motivation zur Bewerbung, hin zur Kontaktaufnahme der Bewerber*innen mit dem verantwortlichen Mitarbeiter*innen des Unternehmens sowie der Einleitung des aktiven Bewerbungsprozesses ab.

Mit Hilfe der vorliegenden Darstellungen soll es möglich sein, eine an das Unternehmen angepasste Website zur Mitarbeitergewinnung erstellen zu können, um sich auf diese Weise digital im Recruiting zu positionieren.

2. Situation

In den Unternehmen der Sozialwirtschaft und des Gesundheitswesens herrscht wie in so vielen Bereichen derzeit ein akuter Fachkräftemangel. Steigende Lebenserwartungen der Kundinnen und Kunden, alternde und in naher Zukunft ausscheidende Belegschaften und fehlende Nachwuchskräfte stellen die Einrichtungen und Betriebe vor große und zum Teil unbekannte Herausforderungen. Das Ziel lautet daher neue Fach- und Führungskräfte auszubilden und für sich zu gewinnen. Der Bereich des Recruitings ist mittlerweile fester Bestandteil vieler Unternehmen und verlagert sich zusehends in die digitale Welt.

Mitarbeitergewinnung in Form von Anzeigen in Zeitungen und Fachzeitschriften oder mittels der Teilnahme an Messeveranstaltungen wird verstärkt durch digitale Formate ersetzt. Die Digitalisierung ermöglicht häufig eine effektivere Ansprache der gewünschten Zielgruppen, erreicht eine größere Anzahl an Personen und bietet oft kostengünstigere sowie Ressourcen sparende Lösungen. Diese Entwicklung gilt es auch auf die Sozialwirtschaft und das Gesundheitswesen zu übertragen.

3. Ziele

Eine Website versucht in der Regel mehrere Ziele in sich zu vereinen. Besonders im Digitalen Recruiting stellt die Prozesskette – also das Verhalten der Benutzer*innen von dem Besuch der

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.

Website bis hin zum aktiven Bekunden und Einreichen der Bewerbung – das Leitkriterium dar. Es lassen sich daraus folgende Zielerfordernngen ableiten:

Zielerfordernng 1: Identifikation mit dem Unternehmen

Eine Website zur digitalen Mitarbeitergewinnung muss im ersten Schritt die nötige Aufmerksamkeitsschwelle bei den Benutzer*innen überschreiten, um das nötige Interesse am Unternehmen zu wecken. Es gilt mittels einer nachvollziehbaren übersichtlichen Darstellung den Nutzer*innen Orientierung zu bieten und durch interessante sowie relevante Inhalte zur Auseinandersetzung mit der Website (und somit mit dem Unternehmen) zu motivieren. Das Ziel ist es, dass sich die Nutzer*innen mit den präsentierten Darstellungen identifizieren können und der Wunsch zur Zugehörigkeit (der Bewerbung) erzeugt wird.

Zielerfordernng 2: Kanalisierung des Verhaltens der Nutzer*innen

In einem weiteren Schritt sind die geplanten Elemente der Website so abzustimmen, dass die Aktivitäten der Nutzer*innen stets die Möglichkeit beinhalten, die schlussendlich forcierte aktive Bewerbung beim Unternehmen einzuleiten. Die einzelnen Bausteine sind aufeinander abgestimmt und greifen ineinander. Das Ziel ist die Lenkung des Verhaltens der Nutzer*innen während des Besuchs der Website.

Zielerfordernng 3: Sicherstellung der Kommunikation

Effektives und wertschätzendes Recruiting besteht aus einem interaktiven Kommunikationsprozess zwischen den Bewerbenden und den Unternehmen. Folglich ist die Sicherstellung der Kommunikation eine zentrale Anforderung und wichtiges Ziel an die Konzeption einer Website im Rahmen der digitalen Mitarbeitergewinnung.

4. Karriereportal AWO Careship

Die nachfolgenden Ausführungen sind das Ergebnis der umfassenden Recherche, Beratung und Erprobung verschiedener Funktionen, Theorien und Konzepte aus dem ESF-Projekt „AWO Careship: Mitarbeiter*innen digital finden – analog binden“ zum Thema der digitalen Mitarbeitergewinnung. Dies bildet gleichzeitig die Grundlage der Benennung der Website als „Karriereportal AWO Careship“.

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.

Die Auflistung umfasst die wichtigsten sowie grundlegendsten Elemente und Bausteine einer Website im Bereich des digitalen Recruitings. Die Tabelle enthält zudem Erklärungen zu den Funktionen der einzelnen Elemente, als auch zu deren inhaltlichen Grundlagen. Die konkrete Ausgestaltung (Design und Layout) der Elemente sowie möglicher Unterseiten in ihrer tatsächlichen Form wird hier aufgrund der Anpassung der Website an die Bedürfnisse und Wünsche des Unternehmens weitestgehend bewusst offengelassen.

| Element | Funktion | Inhalte |
|--|---|--|
| 1. Header | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereich der Darstellung des Themas der Website ▪ Nutzer*innen verstehen auf Anhieb den Sinn und Zweck sowie Aufbau der Website. ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Was ist das Thema der Website?</i> - <i>Welches Ziel verfolgt die Website?</i> - <i>Wie ist die Website aufgebaut?</i> - <i>Welche Aktivitäten stehen mir auf der Website zur Verfügung?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Namen der Website ▪ Ziel der Website ▪ Aufbau und Funktionen der Website (kurze Darstellung) |
| 2. Stellenangebote und Filterfunktionen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bereich mit Übersicht aktueller Stellenangebote ▪ Möglichkeit zur gezielten Suche nach bestimmten Stellenangeboten ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Was sind die aktuellen Stellenangebote?</i> - <i>Welche Möglichkeiten zur Eingrenzung der Suche nach Stellenangeboten habe ich?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stellenangebote <ul style="list-style-type: none"> ➔ einheitliches Design ▪ Filter für Stellenangebote <ul style="list-style-type: none"> ➔ mögliche Filter: <ul style="list-style-type: none"> - Qualifikation - Ort und Umkreis der Tätigkeit - Art der Anstellung - Einrichtung bzw. Betrieb - Schlagwortsuche |
| 3. Initiativbewerbung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Möglichkeit zur Initiativbewerbung inklusive Kontaktaufnahme ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wie kann ich mich initiativ bewerben?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kontaktformular für Initiativbewerbung <ul style="list-style-type: none"> ➔ mögliche Angaben der/des Bewerberin/Bewerbers: <ul style="list-style-type: none"> - Name, Vorname - Kontaktdaten (Telefon/Mobil, 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.

| | | |
|-------------------------------|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wie kann ich über neue Stellenangebote informiert werden?</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Vorhandene Qualifikationen - Gewünschter Ort/Umkreis - Gewünschte(r) Einrichtung/Betrieb - Gewünschte Art der Anstellung - Einverständnis zur Aufnahme in Bewerber*innenpool |
| 4. Bewerber*innenpool | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufbau eines Bewerber*innenpools zur Besetzung zukünftiger Stellen ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wie kann ich in den Bewerber*innenpool des Unternehmens aufgenommen werden?</i> - <i>Wie lange gespeichert?</i> - <i>Habe ich mein Einverständnis zur Speicherung meiner Daten mit Angabe der Dauer gegeben?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erklärung der Möglichkeit zur Aufnahme in unternehmensinternen Bewerber*innenpool ▪ Einverständniserklärung zur Speicherung der Daten (inklusive Angabe der Dauer) ▪ Kontaktformular für Aufnahme in Bewerber*innenpool ➔ Mögliche Angaben der/des Bewerberin/Bewerbers: <ul style="list-style-type: none"> - Name, Vorname - Kontaktdaten (Telefon/Mobil, E-Mail) - Vorhandene Qualifikationen - Gewünschter Ort/Umkreis - Gewünschte(r) Einrichtung/Betrieb - Gewünschte Art der Anstellung |
| 5. Bewerbungspat*innen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Element zur Her- und Sicherstellung der Kommunikation mit den Nutzer*innen der Website ▪ Angebot zur Unterstützung bei der Entscheidungsfindung ➔ Abbau von Hemmnissen der Nutzer*innen/Motivation zur aktiven Bewerbung ▪ Angebot zur Begleitung der Bewerber*innen im Bewerbungsprozess ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>An wen kann ich mich bei</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erklärung Konzept „Bewerbungspat*innen“ ➔ Mitarbeiter*innen des Unternehmens, die Nutzer*innen in der Entscheidungsfindung der Bewerbung begleiten: <ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation mit Nutzer*innen her- und sicherstellen - Fragen zum Unternehmen beantworten - bei der Initiierung des Bewerbungsprozesses unterstützen |

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><i>Fragen zum Unternehmen wenden?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>An wen kann ich mich wenden, wenn ich Fragen zum Bewerbungsprozess habe?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bilder inklusive Namen und Kontaktmöglichkeit der Bewerbungspat*innen: <ul style="list-style-type: none"> - E-Mail Adresse - Telefonnummer - Sprechzeiten und Erreichbarkeit |
| <p>6. Chat</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Element der schnellen und informellen Kontaktaufnahme mit Mitarbeiter*innen des Unternehmens ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wie kann ich unkompliziert und schnell Kontakt mit dem Unternehmen aufnehmen?</i> - <i>Wer kann mir in diesem Moment meine Frage beantworten?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Chatmaske ▪ Evtl. Bilder und Namen der/des Chatpartnerin/Chatpartners |
| <p>7. Digitale Markenbotschafter*innen („Arbeiten im Unternehmen“)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Möglichkeit für die Nutzer*innen, Einblicke in das Unternehmen/die Einrichtungen und Betriebe zu gewinnen ▪ Digitales Marketing des Unternehmens ▪ Möglichkeit zum Abgleich der Vorstellungen der Nutzer*innen von der Arbeit im Unternehmen mit der Realität ➔ Abbau von Hemmnissen hinsichtlich der Bewerbung/Motivation zu aktiven Bewerbung ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wie arbeitet das Unternehmen?</i> - <i>Wie sehen die tatsächlichen beruflichen Verhältnisse und Abläufe im Unternehmen aus?</i> - <i>Was macht ein*e [berufliche Qualifikation] überhaupt?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erklärung Konzept „Digitale Markenbotschafter*innen“ ➔ Mitarbeiter*innen des Unternehmens, die Beiträge und Inhalte zu den täglichen Abläufen und Ereignisse im Unternehmen recherchieren, erstellen und in den Sozialen Medien veröffentlichen und teilen ▪ Bilder inklusive Namen und Kontaktmöglichkeit der Digitalen Markenbotschafter*innen: <ul style="list-style-type: none"> - E-Mail Adresse - Telefonnummer - Sprechzeiten und Erreichbarkeit ▪ Mögliche Beiträge und Inhalte: <ul style="list-style-type: none"> - Beschreibungen und Darstellungen (Artikel, Videos) der Tätigkeiten der einzelnen Berufsqualifikationen im Unternehmen |

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.

| | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Was bietet mir das Unternehmen? - Warum sollte ich mich bewerben? | <ul style="list-style-type: none"> - Rahmenbedingungen der Arbeit in dem Unternehmen (u.a. Rechte und Pflichten der Mitarbeiter*innen) - Historie des Unternehmens - Vorstellung der Einrichtungen und Betriebe des Unternehmens - Das Unternehmen auf Veranstaltungen - Leitbild - Organigramme |
| <p>8. Social Wall (Verlinkung zu Sozialen Medien)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verknüpfung und Verweis auf Beiträge und Inhalte des Unternehmens in den Sozialen Medien und anderen Plattformen ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - Auf welchen Plattformen ist das Unternehmen im Internet noch vertreten? - Wo finde ich weitere Informationen zum Unternehmen? - Welches sind die aktuellen Beiträge und Themen des Unternehmens? | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beiträge des Unternehmens, die in anderen Sozialen Medien veröffentlicht und geteilt werden: <ul style="list-style-type: none"> - Artikel - Bilder - Videos - Audiobeiträge (z.B. Interviews oder Podcasts) |
| <p>9. Spiel „Wie [Unternehmen – z.B. „AWO“] bist du?“</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Technisches Tool zur spielerischen Auseinandersetzung dem Unternehmen ▪ Möglichkeit zum Abgleich der persönlichen Werte und Ein- und Vorstellungen mit denen, des Unternehmens und der Tätigkeit ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - Wie finde ich heraus, ob das Unternehmen und ich | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fragen und Aufgaben zu den persönlichen Werten und Vorstellungen: <ul style="list-style-type: none"> - Sich selbst einordnen auf einer Skala „von – bis“ - Bilder beschreiben - Erwartungen formulieren - Reaktionen auf bestimmte Situation des beruflichen Alltags beschreiben ▪ Darstellungen der Werte und Haltung des Unternehmens durch: |

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><i>zusammenpassen?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wie finde ich heraus, ob die Tätigkeit meinen Erwartungen und Vorstellungen entspricht?</i> - <i>Warum sollte ich mich bewerben?</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Bilder - Videos - Audiodateien - Aussagen |
| 10. Frequently Asked Questions (FAQ) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Datenbank mit Antworten und Lösungsvorschlägen zu relevanten und häufig auftretenden Fragen der Nutzer*innen ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Was sind die am meisten gestellten Fragen zur Arbeit in dem Unternehmen?</i> - <i>Woran sollte ich noch denken?</i> - <i>Finde ich eine Antwort auf meine Fragen, auch ohne, dass ich Kontakt mit jemandem treten muss?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Häufig gestellte Fragen zum Unternehmen sowie dessen Prozessen und Strukturen inklusive entsprechender Antworten <ul style="list-style-type: none"> ➔ Antworten durch Mitarbeiter*innen der entsprechenden Abteilungen, Digitale Markenbotschafter*innen und Bewerbungspat*innen ▪ Möglichkeit zur Bewertung der Antworten <ul style="list-style-type: none"> - mittels Skala-Bewertung (z.B. 1 bis 5 Sterne) - mittels Kommentarfunktion |
| 11. Datenschutz / Impressum | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rechtliche Absicherung des Unternehmens ▪ Absicherung der Daten der Nutzer*innen der Website ▪ Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Wofür werden meine Daten verwendet?</i> - <i>Wie werden meine Daten geschützt?</i> - <i>Wer hat die Website erstellt?</i> - <i>Wo finde ich die grundlegenden (rechtlichen) Informationen zur Website des Unternehmens?</i> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Darlegung des Datenschutzes der Nutzer*innen <ul style="list-style-type: none"> ➔ Verwendung und Speicherung von Daten ➔ Kooperation mit anderen Dienstleistern ▪ Angabe des Impressums <ul style="list-style-type: none"> ➔ Erstellung und Produktion der Website |

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.

5. Organisatorische Umsetzung

Die zentralen Aufgaben im Umgang mit einer solchen Website sind die folgenden:

Programmierung und Wartung der Website

Sind in dem Unternehmen organisatorische Strukturen mit den entsprechenden Kompetenzen und Kapazitäten vorhanden, so bietet sich die technische Programmierung und anschließende regelmäßige Wartung durch die Mitarbeiter*innen der zuvor genannten Organisationseinheiten an. Andernfalls ist die Programmierung einer solchen Website durch eine Werbeagentur zu empfehlen. In diesem Fall ist darauf zu achten, dass die anschließende technische Betreuung und Wartung der Website durch das Unternehmen selbst durchgeführt werden kann. Ansonsten sind bei der Betreuung der Website durch einen externen Dienstleister (z.B. der Werbeagentur) Verzögerungen in der Umsetzung und Einarbeitung von Änderungswünschen einzuplanen.

Kommunikative Betreuung von Nutzeranfragen

Die kommunikative Betreuung von Nutzeranfragen wird entsprechend dem vorliegenden Konzept durch die Bewerbungspat*innen (gegebenenfalls auch den Digitalen Markenbotschafter*innen) geleistet. Organisatorisch kann der Betreuung auf unterschiedliche Weise begegnet werden und ist abhängig von dem Angebot des Unternehmens hinsichtlich der Erreichbarkeit (z.B. 24 Stunden am Tag) sowie der Frequenz der Anfragen durch die Nutzer*innen der Website.

Eine permanente Erreichbarkeit kann nur durch eine Vielzahl an Bewerbungspat*innen gelingen. Hier sind entsprechende Vertretungsregeln umzusetzen. Demgegenüber stehen festgelegte Zeiträume, zu denen Kontakt zu den Bewerbungspat*innen durch die Nutzer*innen aufgenommen werden kann. Um sich für eine Variante zu entscheiden, empfiehlt es sich, eine Messung der tatsächlichen Anfragen und Kontaktversuche der Nutzer*innen durchzuführen und entsprechend darauf zu reagieren.

Inhalte aktuell halten

Neben der technischen Wartung der Website, ist eine regelmäßige Aktualisierung der Beiträge und Informationen von Bedeutung. Auf das vorliegende Konzept bezogen ist dies die Aufgabe der Digitalen Markenbotschafter*innen und der entsprechend fachlichen Organisationseinheiten im Unternehmen (Marketing; Öffentlichkeitsarbeit). Mit Hilfe regelmäßiger Informationsveranstaltungen kann diese Herausforderung bewältigt werden.

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.

6. Evaluation

Das Erstellen einer Website zum Thema des Recruiting neuer Mitarbeiter*innen hat das Ziel der Gewinnung von Fach- und Führungskräften, als auch der öffentlichkeitswirksamen Selbstvermarktung des Unternehmens. Insofern sind für das erste Ziel die eingehenden Bewerbungen ein guter Indikator für die Effektivität. Eine weitere Möglichkeit der Evaluation der Zielführung eines solchen Karriereportals sind qualitative und quantitative Auswertungen der Rückmeldungen der Nutzer*innen (z.B. bei Gesprächen mit den Bewerbungspat*innen oder entsprechende Kommentare auf der Website). Im Rahmen einer Befragung der Nutzer*innen ließen sich die einzelnen Elemente und Funktionen konkret evaluieren.

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 ein Karriereportal in Form einer Website bleiben die einzelnen Unternehmen der Sozialwirtschaft und des Gesundheitswesens auch in Zukunft konkurrenzfähig. Viele der im Konzept genannten Elemente (z.B. Bewerbungspat*innen, Digitale Markenbotschafter*innen, Spiel zum Abgleich der Werte, Bewerber*innenpool usw.) bauen die nötigen Verbindungen zu potenziellen Bewerber*innen auf, umso dem Fachkräftemangel aktiv zu begegnen. Die Möglichkeit zur digitalen Bewerbung ist in der heutigen Zeit eine Voraussetzung eines modernen Arbeitgebers.

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.

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.

Risiken

Die großen Herausforderungen in der Umsetzung liegen in der Programmierung und anschließenden technischen Wartung sowie in der Aktualität und kommunikativen Betreuung der Nutzeranfragen. In beiden Fällen gilt es die notwendigen Kompetenzen aufzubauen und aufrecht zu erhalten.

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 Fähigkeiten 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.