



Fachkräfte gewinnen – mit Ihrem Webauftritt

*Ein Vortrag aus der Reihe
„Fachkräfte sind Zielgruppen!“
von Antje Hein*

Was ist eine Karriereseite?

Karriereseiten sind Internetauftritte, die ausgerichtet sind auf die **Zielgruppen**

- potentielle Bewerber*innen sowie
- bestehende Mitarbeiter*innen.

Ziele

- Informationen als Entscheidungshilfe, sich möglichst direkt zu bewerben
- Mitarbeiter*innenbindung

Warum brauchen wir eine Karriereseite?

- 41,9 % aller Stellensuchenden haben ihre Jobsuche auf einer Online-Jobbörse gestartet
- 25,6 % direkt auf der Karriereseite eines konkreten Unternehmens
- 12,8 % haben auf eine Stellenanzeige in Businessnetzwerken wie XING oder LinkedIn reagiert
- 10,5 % haben gegoogelt
- 7,3 % bewarben sich auf Empfehlung im Bekanntenkreis
- 1,3 % sind aktiv angesprochen worden
- 0,8 % bewarben sich auf eine gedruckte Anzeige in einer Zeitung oder Zeitschrift

Quelle dieser Zahlen von 2020:

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1176295/umfrage/erste-anlaufpunkte-bei-der-jobsuche/>

Vorteile für Träger und Einrichtungen

- Erhöhung der Reichweite und Sichtbarkeit für potenzielle Bewerber*innen
 - Verweise von Stellenanzeigen, zum Beispiel auf Stellenportalen, Aushängen, Social Media, Zeitungsanzeigen, Google
- Mehr Raum für all diese Informationen, die in eine Anzeige nicht hinein passen (oft starre Vorgaben der Portale!)
- Möglichkeit, sich und die eigene Kultur zu präsentieren
- Gefühl der Wertschätzung schon im Vorfeld der Bewerbung vermitteln
- Zentrale Anlaufstelle für Bewerbungen
- ggfs. Verwaltung von Bewerbungen und Auswahlprozessen durch Einbinden eines Bewerbermanagementsystems
- Die Arbeitgebermarke etablieren bzw. kommunizieren: Was macht uns als Arbeitgeber attraktiv? Die Karrieresite ist der zentrale Baustein des sogenannten Employer Branding

Wirkung von Karrierewebsites für Träger und Einrichtungen

- Mehr Bewerbungen
- Bessere Qualität von Bewerbungen, d.h. die RICHTIGEN Menschen bewerben sich, also Bewerber*innen, die zu Ihnen passen
- Mitarbeiter*innenbindung
z.B. durch Testimonials und Identifikationsmöglichkeiten, Vermittlung der Kultur

Kultur bedeutet die „Grundgesamtheit gemeinsamer Werte, Normen und Einstellungen, welche die Entscheidungen, die Handlungen und das Verhalten der Organisationsmitglieder prägen.“

Quelle: <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/unternehmenskultur-49642>

Konkret:

- Miteinander/Umgangsformen (z.B. Willkommen heißen neuer MA, Einarbeitung, Mentoring/Begleitung)
- Art und Struktur der Kommunikation (MA-Gespräche, Teambesprechungen, offene Türen ...)
- Traditionen (z.B. Feste)
- Umgang mit Herausforderungen usw.

Vorteile für Bewerber*innen

- Einfacher Zugang zu Informationen über den Träger, über die Einrichtung(en) und offene Stellen
- Abbau von Hürden, wenn ich mir meinen neuen Arbeitsplatz vorstellen kann
- Transparenz in Bezug auf Anforderungen, Aufgaben und Benefits/Arbeitgeberleistungen
- Möglichkeit, sich mit dem Unternehmen in Verbindung zu setzen und Fragen zu stellen
- Schneller und unkomplizierter Bewerbungsprozess

Funktionen einer Karriere-Website

- Übersicht über den Träger/die Einrichtung(en), Werte und Kultur
- Detaillierte Beschreibung offener Stellen und Anforderungen
- Möglichkeit zur direkten Bewerbung über ein Online-Formular (herausfordernd für große Träger, wenn Bewerbungen direkt an die Einrichtungen gehen)
- Integration von Kontaktmöglichkeiten für Fragen und Rückmeldungen

Form

- Karriereseiten können eigene Internetauftritte sein (mit eigener Webadresse, genannt URL) oder
- als Bereich in eine bestehende Website (eigener Menüpunkt) eingefügt werden.
- Als erste Stufe könnten auch Informationen in bestehende einzelne Seiten der Website eingefügt werden, die bislang auf Eltern und ihre Kinder ausgerichtet sind (z.B. Boxen, aufklappbare Inhalte o.ä.)
- Darstellung möglichst responsiv/angepasst auf mobile Endgeräte
- Nutzbar ist jedes Content-Management-System (CMS, wie WordPress)
- Auch Baukasten-Systeme können sinnvoll sein, gern komplett mit hinterlegtem Bewerbermanagement (Bewerbungsformulare, Auswertungen usw.)

Software für mehr Bewerbungen

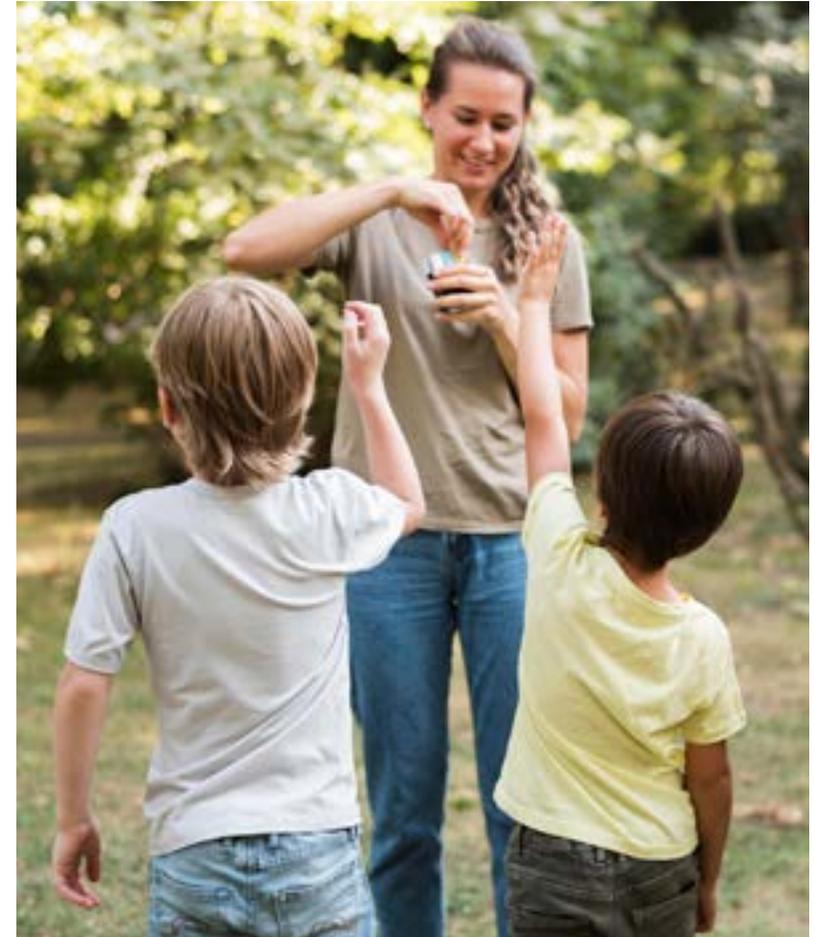
Mit einer an die Karriereseite angeschlossenen Software sind Schaltungen Ihrer Anzeigen in den wichtigsten Online-Portalen möglich, z.B. Indeed, stellenanzeigen.de

Die Software gibt Ihnen eine Übersicht über Klickzahlen, wertet den Erfolg Ihrer Anzeigen aus, verschickt automatisierte Eingangsbestätigungen und vieles mehr.



Kommunikation: Eine Frage der Haltung

- In der Außenkommunikation sozialer Einrichtungen und Träger liegt der Schwerpunkt oft auf den eigenen Kompetenzen, Angeboten, Leistungen und Überzeugungen. Sich absetzen, seriös wirken und Anerkennung erhalten sind Motivatoren.
- D.h. die Kommunikation ist – oft unbewusst und ungewollt – einseitig. WIR ist ein häufig gesehenes Wort:
- „Wir bieten Arbeitgeberleistungen. Wir sind kompetent. Wir haben Tradition...“
- Doch: Genau betrachtet trennt uns das Wir. Wo findet sich darin das Gegenüber? Wen genau sprechen wir an? Und wie? Mit welchen Inhalten?



In Dialog treten

Stellen Sie sich vor, Ihre Website oder Karrieresite wäre ein Mensch.

Denken Sie sich in die Gedankenwelt Ihrer Zielgruppe ein:

- Welche Fragen stellen sich potentielle Mitarbeitende?
- Welche Vorbehalte und Ängste haben Sie?
- Stellen Sie sich auch den Suchprozess nach einer neuen Stelle vor: Was können Sie schreiben, um sich von anderen zu unterscheiden?

Stellen Sie den anderen Menschen in den Vordergrund, bevor sie über sich selbst sprechen.

----> SIE vor WIR!

„Erst verstehen, dann verstanden werden“

Zielgruppenbetrachtung erzeugt Texte und andere Inhalte mit **Relevanz**:

1. Was brauchst Du?
2. Danach passgenau entwickeln:
 - Hier ist, was wir für Dich haben (Angebot) und
 - hier ist, was es für Dich tut (Nutzen)

Hilfreich für

- Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
- Bewerbungsgespräche
- Mitarbeitergespräche, Mitarbeiterbindung
- Führung, Konfliktlösung
- Teambuilding-Maßnahmen
- Jede Kommunikation :)

Zitat:
Stephen Covey, 7 Wege zur Effektivität

Perspektivwechsel: Freie Sicht auf die Zielgruppe!

- Um in den Dialog zu kommen, ist es wichtig, neugierig zu sein, Fragen zu stellen und hinzuhören. Etwas, was im Rahmen sozialer Berufe selbstverständlich ist.
- Der erste Schritt zum Dialog und zur Verständigung liegt im Perspektivwechsel: Die Welt aus der Sicht der Zielgruppe betrachten – und den Kompetenzberg nicht ins Zentrum der Kommunikation stellen.
- Denkanstöße/Leitfragen:
 - Was hält Menschen davon ab, ihren Arbeitsplatz zu wechseln?
 - Was brauchen Menschen, um sich auf einer Stelle wohlfühlen?
 - Wie kann Verständigung, Zusammenarbeit, Führung und Bindung gelingen?

Le rocher (frz.): der Berg
 Mehr Infos zum Thema Kompetenzberg auf
kompetenzberg.de



Bestandteile und Inhalte einer Karrierewebsite

- Arbeitgeber-Informationen
- Träger/Organisation
- Anzahl Mitarbeitende
- Benefits/Arbeitgeberleistungen
- Leitbild
- Haltung zu Diversity
- Standort/Region
- Bewerbungsmöglichkeit, z.B. ansprechendes und möglichst kurzes Formular
- Kontaktmöglichkeiten
- Offene Stellen, detaillierte Beschreibungen von Anforderungen, Aufgaben sowie Arbeitsplätzen
- Berufsfelder: Welche Berufe stellen Sie ein? Wichtig für Google!
- Vertrauensaufbau: Erfahrungsberichte/Aussagen von Mitarbeiter*innen

Entwickeln Sie Ihre Site gern Schritt für Schritt!

Inhaltsentwicklung pro Zielgruppe

- Bestimmung der Zielgruppen (z.B. Auszubildende, Wiedereinsteiger*innen, Berufserfahrene, Schüler*innen fürs Schülerpraktikum ...)
- Ängste, Bedürfnisse und Fragen
- Emotionale Ansprache, die Ihre Haltung vermittelt
- Informationen zum Arbeitsplatz, allgemein sowie ganz konkret offene Stellen
- Beschreibung des Arbeitsplatzes an sich, mit Umfeld, Aufgaben, dem Team und Besonderheiten, gern Stimmen von Mitarbeitenden, dazu Fotos und Videos, authentisch und gern, O-Ton, interessant und echt muss es sein.
- Virtuelle Rundgänge durch Einrichtungen

Frage deine Zielgruppen!

Beispiel für Inhaltsausrichtung auf Zielgruppen:
karriere.caritas-frankfurt.de

www.kitajobs-fuers-leben.de

Bestehende Mitarbeiter*innen einbeziehen

- Stimmen/O-Töne beziehungsweise Testimonials
 - Was gefällt Ihnen besonders an Ihrem Arbeitsplatz?
 - Warum arbeiten Sie gern hier?
 - Was ist das Besondere?
 - Wie läuft ein Arbeitstag ab?
 - Gern mit Foto, als Video, eigene Ideen?
- Lassen Sie Ihre Bestandsmitarbeiter*innen teilhaben an der Erstellung der Inhalte, mindestens an den Arbeitsplatzbeschreibungen
- Falls Ressourcen vorhanden: News

Generationen gezielt mit Ihrer Karriereseite ansprechen

In der **Kommunikation** nach innen und außen ist es sinnvoll, gezielt die Themen, Wünsche und Bedürfnisse von Generationen anzusprechen, um als Arbeitgeber attraktiv zu wirken.

Die Zeit der einen allgemeinen Stellenanzeige, die den Arbeitgeber darstellt, ist vorbei. Jeder Mensch möchte den Arbeitsplatz finden, der zu ihm passt, und die Auswahl für die Generation Z ist besonders groß.

Beziehen Sie möglichst Menschen der einzelnen Generationen mit ein. Wie können Sie gemeinsam **Rahmenbedingungen** schaffen, die ein sinnvolles Miteinander ermöglichen? Das betrifft Inhalte, Prozesse und Leistungen gleichermaßen.

Der Überbegriff ist **Employer Branding** – die Darstellung von Arbeitgeberattraktivität.

Generation Z | Was digital Natives brauchen

- Simon Schnetzers wichtigster Tipp für Erfolg mit der Generation Z ist: **Zuhören und Beteiligung** daran, Lösungen für ihre Herausforderungen zu finden. Frage Deine Zielgruppe!
 - Im Hinblick auf das, was sie sich von ihrem Arbeitgeber wünschen
 - Im Hinblick darauf, welche Inhalte sie sich auf einer Karriereseite wünschen
- „Die größte Herausforderung für Arbeitgeber ist, dass diese jungen Menschen – als ‚Digital Natives‘ – Instant-Feedback gewohnt sind. Das klingt zunächst harmlos, doch die Auswirkungen davon ziehen sich durch alle Bereiche. Auf die Bewerbung erwarten Bewerber*innen dieser Generation sofort eine Rückmeldung. Für eine erledigte Aufgabe erwarten Mitarbeiter*innen sofort eine Rückmeldung. Und wenn sie die nicht bekommen, sind sie verunsichert.“

Inhalte

Prozesse

Quelle Zitat:
simon-schnetzer.com/generation-z

www.medienzauber.de

Bedeutung der Digitalisierung im Personalmarketing

	Generation Y	Generation Z
Aufgewachsen mit	E-Mail Handy CD & MP3 Yogakurs Fernsehprogramm	WhatsApp Smartphone Spotify Yoga YouTube Tutorial YouTube & Netflix
Kommunikation	Kennt eine Welt ohne Smartphones: mit Internet am Riesenrechner, SMS tippen und eine Woche auf einen Brief warten	Kennt nur die Welt mit Smartphones: Or- ganisationszentrale aller Lebensbereiche, Kommunikation immer und überall, Reak- tionen sofort & direkt
Vertrauen	Durch persönlichen Bezug und Empfehlungen	Durch Likes, Online-Empfehlungen, Bewertungen und Rankings
Bindung	Entscheidungen sind ernst zu nehmen	Entscheidungen sind ein Zwischenstand, bis etwas Besseres kommt

Tipp: www.kununu.com

Quelle:
<https://simon-schnetzer.com/vergleich-generation-y-und-generation-z>

Bewerbungsmöglichkeiten

- Formulare möglichst kurz halten
- Welche Informationen brauchen Sie als Arbeitgeber zu diesem Zeitpunkt wirklich?
- Hemmschwelle senken!
- Den Prozess dahinter durchdenken, wie zum Beispiel Antwortzeiten, Bewerbungsgespräche, Absagen, Software/Bewerbermanagement...

Sprache verbindet

- Storytelling – Erzählen Sie Geschichten!
„Sie haben ein Familienmitglied gepflegt, eine Weltreise gemacht oder eine Auszeit genommen und wollen nun wieder in den Beruf einsteigen? Sie fragen sich, ob sie das schaffen?“
„Stellen Sie sich vor, Sie kommen morgens in die Kita, umgeben von Wald und Wiesen. Sie sind gespannt, wozu die Kinder heute Lust haben. Sie kommen mit Ihren Kolleg*innen ins Gespräch, wie Sie den Tag organisieren. Ihre Interessen sind herzlich willkommen!“
- Konkret
„Sie spielen Gitarre und lieben Fußball? Ein großer Mehrzweckraum und die große Wiese auf unserem Gelände eröffnen jede Menge Möglichkeiten der Entfaltung.“
- Persönlich/authentisch/direkt
„Ihre Kolleg*innen freuen sich darauf, Sie kennenzulernen.“

Sprache ist der Schlüssel zur Welt

- Verständlich

Erklären Sie lieber mehr, als zu wenig. Manche Dinge erschließen sich weniger, als man denkt. Beispiel:

„Unsere Kita liegt zentral und doch im Grünen.“

Was genau bedeutet das? An der Autobahn in einer Kleingartenanlage?

Oder: „In der Nähe gibt es einen Park sowie eine S-Bahnstation.“

- Nutzensprache

„Sie finden bei uns Freiraum, um Ihre Interessen einzubringen.“

„Multiprofessionelle Teams sorgen für eine hohe Qualität.“

... ermöglicht Ihnen ...

... sodass ...

... sichert ...

... spart Zeit und Nerven ...

Umsetzung

- Agentur oder nicht?
Passen muss es – zu Ihnen und Ihrem Budget
- Die Erfahrung zeigt, dass schon der Wille zählt, den Arbeitsplatz darzustellen und nicht nur den Träger mit seinen Superlativen.
- Umdenken auf Trägerebene ist hier oft erforderlich, denn: Menschen arbeiten an einem speziellen Arbeitsplatz in einer speziellen Kita, auch wenn sie bei einem übergeordneten Träger oder Dachverband angestellt sind.
- Mit Content Management Systemen (CMS) wie Wordpress selbst bauen
- Mit Anbietern von Karrierewebsites mit Beratung und Online-Marketing-Unterstützung arbeiten
- Bewerbermanagement-Software-Anbieter liefern oft Baukästen mit
- Beginnen Sie unbedingt mit der Zusammenstellung von Inhalten!

Lieber nicht

- Grafik, z.B. gestaltete Stellenanzeigen ohne zusätzlichen Text
- Wichtige Infos als PDFs hinterlegen, z.B. Stellenanzeigen
- Fundierte Konzepte ankündigen – und keine nennen bzw. tote Links hinterlegen
- Überfrachtung, zu viele Informationen ohne Struktur.
Leitfrage: Warum gehört dieser Text hierher?
- Standard-Floskeln, wie z.B. „Wir erwarten Freude am Umgang mit Kindern und Teamfähigkeit...“
- Widersprüchliche Angaben, z.B. Superlative als Träger mit überwiegend kleinen Einrichtungen
- Veraltete Informationen, Tipp- und Grammatikfehler
- Mehr als 3 Klicks, um zu wichtigen Infos zu kommen
- Strukturierte Hauptüberschriften, z.B. „Unser Ziel“. Oder wann haben Sie das letzte Mal nach „Herzlich willkommen“ gegoogelt?



Bild: Freepik.com

Und jetzt: Viel Erfolg!

Mehr Informationen zum Fachkräfte-Reichtum auf
www.fachkraefte-reichtum.de | www.medienzauber.de | kompetenzberg.de |

Ich wünsche Ihnen von
Herzen viel Erfolg.

Ihre Antje Hein



Beispiele

Fachbereich Kitas der Ev. Kirche in Hessen und Nassau (EKHN)

www.kitajobs-fuers-leben.de

Caritasverband Frankfurt e. V.

karriere.caritas-frankfurt.de

Senioreneinrichtungen des Landkreises Würzburg (Softgarden)

<https://www.willkommen-im-team.info/>

**Krankenhaus St. Josef Kongregation d. Schwestern d. Erlösers K.d.ö.R.
(Softgarden)**

<https://karriere.josef.de/>

Fröbel-Gruppe

www.froebel-gruppe.de/jobs-karriere

Main-Klinik Ochsenfurt gGmbH (Softgarden)

<https://www.karriere-main-klinik.de/#jobs%3Acompany%253DMain-Klinik%2520Ochsenfurt%2520gGmbH>