

MARKT

Fachkräftemangel in der Pflege

Personal via Social Media gewinnen

Um im Wettbewerb um kompetente Fachkräfte bestehen zu können, gilt für Träger und Einrichtungen längst, alternative Wege zu beschreiten. Der Aufbau einer Online-Arbeitgebermarke gehört dazu.

VON MIRJAM HÜBNER

Esslingen // Qualifizierte Pflegefachkräfte sind rar gesät – sowohl in der Gesundheits- und Krankenpflege als auch in der Altenpflege. Im Bundesdurchschnitt dauert es aktuell 153 Tage, bis die offene Stelle einer examinierten Altenpflegefachkraft besetzt ist (Plus 70 Prozent im Vergleich zum Durchschnitt aller Vakanzen), meldet die Bundesagentur für Arbeit. Ähnlich lange benötigen Krankenhäuser, um einen entsprechend qualifizierten Gesundheits- und Krankenpfleger einzustellen (128 Tage/Mehr von 42 Prozent gegenüber dem Durchschnitt aller offenen Stellenangebote), so die Bundesagentur für Arbeit.

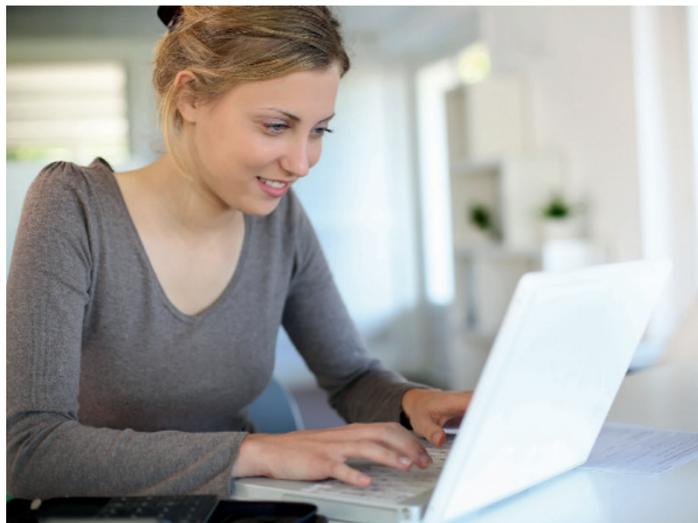
Eine Online-Arbeitgebermarke vermittelt auch Werte

Bei der Personalbeschaffung in Pflegeeinrichtungen dominierten in der Vergangenheit meist klassische Instrumente wie die Suche über die Bundesagentur für Arbeit, Stellenanzeigen in Printmedien sowie Emp-

fehlungen oder Aushänge. So das Ergebnis einer Online-Befragung der Zeitschrift *Altenheim* und der Personalberatung *conQuaesso*. Mittlerweile müssen Träger und Einrichtungen alternative Wege beschreiten, um im Wettbewerb um kompetente Fachkräfte bestehen zu können. Dazu gehört zum Beispiel der Aufbau einer Online-Arbeitgebermarke.

Auch das P-Werk steht vor der komplexen Aufgabe, adäquates Fachpersonal für die Vermittlung an seine Kundenunternehmen zu gewinnen. Im Frühjahr 2015 entwickelte das Unternehmen daher ein Social Media Konzept und implementierte Kommunikations-Maßnahmen, die innerhalb kurzer Zeit zu einer stärkeren Frequentierung der Jobbörse auf der Website und einer Zunahme an eingehenden Bewerbungen führten.

Herzstück der Social Media Aktivitäten ist ein Corporate Blog auf der Website des Unternehmens. Blogs bieten die Möglichkeit individueller Gestaltung, Kontrolle aller Inhalte und guter Auffindbarkeit in Internet-Suchmaschinen. Durch die regelmäßige Veröffentlichung the-



Bei Social Media handelt es sich nicht um eine Einbahnstraßen-Kommunikation. Dies sollten Arbeitgeber als Chance nutzen und sich ebenso offen wie authentisch zeigen.

Foto: fotolia/goodluz

menrelevanter und aktueller Inhalte positioniert sich das P-Werk als verlässlicher Arbeitgeber, der gemäß seiner Werte sozial, engagiert und effizient handelt. Das Redaktionsteam setzt dabei auf informative, unterhaltende und emotionale Inhalte – in erster Linie rund um die Themen Bewerbung und Jobsuche. Ebenso relevant ist der „Blick hinter die Kulissen“, der einen offenen und realitätsnahen Eindruck der Arbeit

beim P-Werk vermittelt und dem Arbeitgeber ein persönliches Gesicht verleiht.

Offenen und realitätsnahen Eindruck der Arbeit vermitteln

Alle redaktionellen Beiträge werden nach der Veröffentlichung im Blog über den facebook-Auftritt des Unternehmens geteilt. Weitere Social Media Kanäle spielen aktuell keine Rolle, da die Inhalte für potenzielle Bewerber und die eigenen Mitarbeiter konzipiert sind. Um den „Nerv“ der Zielgruppen zu treffen, wurde eine exakte Definition anhand soziographischer und psychographischer Kriterien vorgenommen. Auch Stellenangebote werden über den facebook-Kanal veröffentlicht.

Website-Zugriff erhöhte sich um 63 Prozent

Das Konzept trägt erste Früchte: Die Zahl der facebook-Fans ist innerhalb eines starken Jahres von rund 200 auf über 1100 gestiegen. Die Zahl der Website-Zugriffe erhöhte sich ebenfalls um 63 Prozent. Nicht zuletzt ist die Konvertierung gelungen: Die Anzahl der eingehenden Bewerbungen – primär die der Initiativbewerbungen über die Website – steigt seit Beginn des Social Media Engagements kontinuierlich an.

■ **Mirjam Hübner ist Kommunikationsmanagerin bei der Pflegewerk GmbH in Esslingen.**
www.p-werk.de

Analyse der Maschinendaten

Der Spülprozess wird optimiert

Meckenbeuren // Unter dem Dach der Next Level Solutions hat Winterhalter zwei innovative Lösungen entwickelt: Mit *Connected Wash* und *Pay Per Wash* nutzt das Unternehmen die Möglichkeiten der Digitalisierung, um den Spülprozess weiter zu optimieren, wirtschaftlicher und sicherer zu machen.

Digitalisierung und Vernetzung sind die Megatrends. Dazu Ralph Winterhalter, geschäftsführender Gesellschafter: „Wir haben uns gefragt, wie auch wir die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen können, um unsere Kunden noch besser zu unterstützen.“ Bei Next Level Solutions spielen vor allem Betriebssicherheit und Betriebswirtschaftlichkeit die zentralen Rollen.

Die zwei neuen Lösungen sind im ersten Schritt für die Untertischspülmaschinen der UC-Serie erhältlich. Mit *Connected Wash* sind Winterhalter Untertischspülmaschinen mit dem Internet verbunden und senden alle wichtigen Betriebsdaten an einen Server. Die Maschinendaten werden analysiert und ausgewertet und anschließend in einer App als Optimierungsempfehlungen dem Kunden zur Verfügung gestellt. Das sorgt für mehr Sicherheit und Effizienz in der Spülküche. Mit *Pay Per Wash* ist es ab sofort möglich, ohne Investition und ohne jedes Risiko zu spülen. Kunden zahlen einen festen Preis pro Spülgang, die sonst üblichen Anschaffungskosten entfallen.

■ www.winterhalter.de

Neue Dokumentation

Handbuch für das Strukturmodell

Hamburg // Mit der „Orientierungshilfe zur Dokumentation SIS & NBA“ hat Standard Systeme ein weiteres Nachschlagewerk erstellt, das Pflegefachkräfte optimal bei der Umsetzung des neuen Strukturmodells und des neuen Begutachtungsinstrumentes (NBA) zur Pflegegradermittlung unterstützt.

Im bewährten „Kitteltaschenformat“ aus spezialkaschiertem abwischbarem Karton mit Spiralbindung finden interessierte Pflegefachkräfte auf insgesamt 40 Seiten für ihre Dokumentation unterstützende Informationen:

- Die jeweilige Beschreibung der Themenfelder zur SIS innerhalb des neuen Strukturmodells.
- Hilfreiche Informationen und Tipps zur praktischen Beschreibung.
- Die einzelnen Module im neuen Begutachtungsinstrument unter Berücksichtigung der jeweiligen Kriterien und Merkmalschätzungen.

Übersichtlich erstellte Schaubilder erklären schnell und einfach die Einschätzungsbewertung ab 2017 und deren Gewichtung in der Pflegegradberechnung sowie den Umgang mit der pflegefachlichen Risikobewertung innerhalb der Expertenstandards.

■ www.standardssysteme.de

CHECKLISTE FÜR IHR SOCIAL MEDIA-ENGAGEMENT

1. Definition von Arbeitgeberwerten

Welche Werte transportiert Ihr Träger oder Ihre Einrichtung als Arbeitgeber? Anders gefragt: Was macht Ihre Einrichtung(en) besonders bzw. einzigartig? Befragen Sie dazu Ihre Mitarbeiter, Bewohner und externe Kooperationspartner.

Ein konsequentes Bekenntnis zu den eigenen Markenwerten ist das A und O im Wettbewerb um bewährte Fachkräfte – auch und gerade im Internet. Vergessen Sie nicht: Die eigenen Mitarbeiter sind Ihre wichtigsten Botschafter.

2. Festlegung der Bezugsgruppe

Bestimmen Sie möglichst genau, wen Sie mit Ihrem Engagement ansprechen wollen. Welches Alter, welches Geschlecht und welchen Bildungsgrad hat Ihre Bezugsgruppe? Welche Interessen haben Ihre potenziellen Mitarbeiter? Und welche Einstellung zur Arbeit haben sie (Sinnerfüllung, Idealismus etc.)?

Je genauer Sie Ihre Zielgruppe kennen, desto besser können Sie die Themen für Ihre Social Media Kanäle planen.

3. Klärung der personellen Ressourcen

Legen Sie im Vorfeld fest, welche Kapazitäten Sie für das Social Media Engagement haben. Themenfindung, Recherche und Erstellung von Inhalten kosten Zeit und lassen sich nicht „nebenbei“ erledigen.

4. Entwicklung eines Themenplans

Der Erfolg Ihres Social Media Engagements steht und fällt mit interessanten Inhalten. Diese sollten leicht zu lesen und ansprechend aufbereitet sein. Geben Sie Ihrer Einrichtung oder Ihrem Träger ein persönliches Gesicht – mit Mitarbeiterstimmen, Kurzstatements, Berufsportraits und natürlich aktuellen Stellenanzeigen.

5. Dialog mit Ihren neuen Kollegen

Social Media sind keine Einbahnstraßen-Kommunikation. Rechnen Sie damit, dass Bewerber und ehemalige Mitarbeiter über die sozialen Netzwerke an Sie herantreten. Mit Fragen zu ihrem neuen Arbeitgeber, eventuell aber auch mit Anregungen oder Kritik. Nutzen Sie die Chance und zeigen Sie sich als Arbeitgeber, der offen, authentisch und transparent handelt.

Innovatives Konzept von Start-Up unterstützt Pflegeeinrichtungen in Deutschland

Drogerieartikel und Süßwaren für Bewohner online bestellen

Berlin // In Pflegeeinrichtungen werden die Anforderungen an das Personal immer umfangreicher. Die Versorgung der Bewohner mit individuellen Körperpflegeprodukten ist dabei nur ein Thema, welches nach und nach auf das Pflege-Team zurückfällt. Das Berliner Unternehmen *BringLiesel* hat genau dafür eine innovative Lösung geschaffen – einen deutschlandweiten, kostenfreien Bestell-Service für Drogerieartikel, der gemeinsam mit Pflegeeinrichtun-

gen entwickelt wurde. Bereits seit 2012 ist das Berliner Unternehmen am Markt und hat sich mittlerweile zum großen Dienstleister auf diesem Gebiet entwickelt. Bei *BringLiesel* können die Pflegeheime den Einkauf von Drogerieartikeln für Ihre Bewohner bequem via Onlineshop erledigen – von Shampoo über Bodylotion, Mundhygiene und Rasierern bis hin zu Süßwaren bietet *BringLiesel* mit insgesamt rund 200 Artikeln alles, was die Bewohner zusätzlich

benötigen. Bei jeder Bestellung bekommen die Bewohner ihre eigens für sie gepackte Einkaufstüte sowie einen Einzelkostennachweis. In der Pflege, aber auch in der Verwaltung, nimmt *BringLiesel* dem Personal dadurch viel Aufwand ab – und das für die Einrichtung komplett kostenfrei.

Das junge Unternehmen arbeitet deutschlandweit bereits mit einer Vielzahl an Einrichtungen von Trägern wie z.B. AWO, Caritas, Domicil, Diakonie, DRK, Geras, Pflegen und

Wohnen und Pro Seniore zusammen. „*BringLiesel* ist einfach durchdacht. Ein sehr gut abgestimmtes Sortiment, ein einfacher Bestellvorgang, nach Bewohnern vorsortierte Ware und die saubere Rechnungsgrundlage für die Verwaltung. Das macht uns das Leben deutlich einfacher und ist eine enorme Zeitersparnis.“, berichtet Steffen Gramlich, Geschäftsleiter und Prokurist der Geras GmbH.

■ www.bringliesel.de