

Auf Personalsuche in den sozialen Medien

Viele Pflegeeinrichtungen kennen die Herausforderung: Das Personal ist knapp und nicht selten überlastet – aber über herkömmliche Wege wie Zeitungsannoncen, Temporär-, Vermittlungsbüros und Jobplattformen sind kaum Fachkräfte zu finden. Ist das persönliche Netzwerk ausgeschöpft, müssen die Betriebe neue Wege beschreiten.

Von Rahel Meister*

Ohne Smartphone geht heute nichts mehr. Laut einer Studie verbringt jeder und jede von uns pro Tag etwa 2.5 Stunden am Handy – Tendenz steigend. Eine grosse Rolle spielen dabei die sozialen Medien: 5.4 Mio. Schweizerinnen und Schweizer sind laut dem Portal Statista auf Facebook registriert, auf Instagram sind es um die vier Millionen. Der Gedanke liegt also nah: Wenn sich so viele Menschen auf den sozialen Medien tummeln, müssten dort doch auch Fachkräfte zu finden sein?

Sichtbarkeit im Netz

Doch wie gelingt es, unter den unzähligen Social-Media-Nutzenden geeignete Kandidatinnen und Kandidaten zu erreichen und sogar eine Stelle zu besetzen? Einer, der sich auskennt, ist Leo Stalder. Er hat sich mit seinem Unternehmen Risem auf die Personalsuche in den sozialen Medien spezialisiert, zur Kundschaft zählen neben Handwerksbetrieben auch Institutionen. Er betont: «Zuerst ist es wichtig, dass sich ein Betrieb seine Stärken, seine Alleinstellungsmerkmale und die gewünschte Zielgruppe ins Bewusstsein ruft. Diese

Erkenntnisse liegen jeder erfolgreichen – eigenen oder in Auftrag gegebenen – Online-Kampagne zugrunde.» In einem nächsten Schritt gilt es, hochwertige Bilder und Videos zu erstellen. Sie sollten von guter Qualität und nicht zu lang sein. Emojis oder Hintergrundmusik können sinnvoll eingesetzt werden. Bei Videos sind Untertitel zu empfehlen, dafür gibt es inzwischen auch kostenlose Onlineprogramme. Hilfreich sind auch Aussagen von Mitarbeitenden, die das Unternehmen ins rechte Licht rücken.

«Mit den Kampagnen auf Facebook und Instagram vermitteln wir Emotionen und zeigen authentisch, was uns ausmacht – das finde ich toll.»

Daniel Sommer, Institutionsleiter des Alters- und Pflegeheims Bad-Ammannsegg SO

Schliesslich werden die Inhalte in den sozialen Medien ausgespielt, in der Regel auf Facebook und Instagram – um Lernende anzusprechen, kommt auch TikTok in Frage. Wichtig sei dabei die genaue Zielgruppenansprache, das sogenannte Targeting, betont Stalder: «So werden die Anzeigen und Imagefilme nur bestimmten Personen angezeigt. Zu den sinnvollen Kriterien zählen Wohnregion oder persönliche Interessen.» In der Regel lohnt es sich, mehrere verschiedene Anzeigen zu erstellen und ihren Erfolg mit der Hilfe von Datentracking zu testen. Die digitalen Inhalte können gelikt, geteilt oder an Freunde weiterempfohlen werden und sorgen für regionale Sichtbarkeit.

Niederschwelliger Erstkontakt

Eine erfolgsversprechende Online-Kampagnenform sind «Blitzbewerbungsprozesse», die sich direkt am Handy durchspielen lassen: «Mit quizähnlichen Fragen gibt eine Person erste Informationen wie Ausbildung oder Berufserfahrung über sich preis und erhält gleichzeitig Einblicke ins Unternehmen», erklärt Stalder. Das mühselige Zusammenstellen von Bewerbungsunterlagen



Eine Pflegende und ein Bewohner im Alters- und Pflegeheim Bad-Ammannsegg SO: Genügend Pflegende zu finden, die sich um die älteren Menschen kümmern, ist alles andere als einfach. Foto: zvg

entfällt, die Hemmschwelle für einen ersten Kontakt sinkt markant. Diese Kombination aus guten Social-Media-Inhalten und Kurzbewerbung heisst «Social Recruiting» und hat einen entscheidenden Vorteil: Im Gegensatz zu Job-Inseraten werden nicht nur die aktiv Stellensuchenden erreicht.

Individueller als ein klassisches Inserat seien die Videos und Bilder auf jeden Fall, bestätigt Daniel Sommer, Institutionsleiter des Alters- und Pflegeheim Bad-Ammannsegg im Kanton Solothurn: «Mit den Kampagnen auf Facebook und Instagram vermitteln wir Emotionen und zeigen authentisch, was uns ausmacht – das finde ich toll.» Bad-Ammannsegg arbeitet seit rund einem Jahr mit Risem zusammen und konnte in dieser Zeit sechs Pflegekräfte aller Ausbildungsstufen einstellen. Für die Institution, die sich schon seit langem offen gegenüber den neuen Medien zeigt und sogar einen eigenen YouTube-Kanal besitzt, ist Social Recruiting auch aus Kostensicht interessant:

«Nach einem gewissen Initialaufwand – Bilder und Videos müssen erstellt und die Texte freigegeben werden – lassen sich die Inhalte beliebig ausspielen und bilden ein stabiles Fundament. Die Kosten sind im Vergleich zu Temporäranstellungen attraktiv und die Wirkung der Kampagne deutlich nachhaltiger», ist Sommer überzeugt.

Regionale Sichtbarkeit

Stalder – der mit seinem Unternehmen schon mehr als 130 Unternehmen begleitet hat – sieht in den sozialen Netzwerken grosses Potenzial: «Viele Betriebe leisten Bemerkenswertes, sprechen aber kaum darüber. Eine Online-Kampagne bringt regionale Sichtbarkeit – bei möglichen Mitarbeitenden, bei Angehörigen und auch bei der Bevölkerung. Dies hat Karin Agthe, Leiterin Pflege und Betreuung beim Alters- und Pflegeheim St. Elisabethen in Basel, bei der Zusammenarbeit mit Risem ebenfalls so erlebt: «Unsere Institution liegt in einem schönen und ruhigen Quartier.

Dadurch sind wir in der Umgebung weniger bekannt als andere, zentrumsnahe Heime. Mit der Online-Kampagne konnten wir unsere regionale Sichtbarkeit steigern.» Eine erste Runde vor den Sommerferien habe zwar nicht den erwünschten Erfolg in Sachen Rekrutierung gebracht, aber dank der Präsenz in den Sozialen Medien seien die Website und die dortigen Stelleninserate erfreulicherweise vermehrt aufgerufen worden, so Karin Agthe. «Wir werden auf jeden Fall weitere Kampagnen schalten und glauben daran, dass sich die ansprechenden Imagefilme und Bilder bewähren werden.» Inzwischen darf Risem zahlreiche Institutionen zur Kundschaft zählen. Äusserst zufrieden ist das «Schlössli Pflegeheim am See» in Bönigen – es konnte innerhalb von zwei Monaten gleich drei neue Mitarbeitende einstellen und ist mit weiteren Kandidierenden im Gespräch. ■

*Rahel Meister im Auftrag von Risem - Employer Branding und Personalgewinnung, Solothurn.