

Catching

Die Phase der Bewerbung und Einstellung, auch als "Catching" bezeichnet, ist der erste Schritt im Prozess der Personalgewinnung. Hierbei wird das Augenmerk potenzieller Mitarbeiter:innen auf Stellenausschreibungen gelenkt. Das Ziel ist es, das Interesse der Bewerber:innen zu wecken und sie dazu zu ermutigen, sich intensiver mit der ausgeschriebenen Stelle und der Organisation auseinanderzusetzen. Dies kann durch Stellenanzeigen, zielgerichtete Werbemaßnahmen oder Networking erreicht werden. Das oberste Ziel ist es, eine hohe Anzahl an Bewerbungen zu generieren und qualifizierte Mitarbeiter:innen für die offenen Positionen zu gewinnen.

Best practice – so gestalten wir Catching

Grundlegendes

- Im Rahmen der Personalakquise ist es grundlegend, eigene Routinen zu hinterfragen, Exnovation anzustreben und Kreativität zu entfalten.

Arbeitgeberidentität

- Wie werden wir wahrgenommen? Was macht uns als Organisation authentisch und unverwechselbar? Was hebt uns von anderen Einrichtungen ab? Diese und weitere Fragen sind entscheidend, um eine überzeugende Arbeitgebermarke zu formen und sie ins Zentrum der Kommunikationsstrategie zu rücken.

Markenbotschafter:innen

- Innerhalb der Teams lassen sich Mitarbeiter:innen verschiedener Generationen finden, die die Arbeitgebermarke in der Öffentlichkeit verantwortungsbewusst repräsentieren. Sie sind die „Gesichter der Einrichtung“, die man auf Ausbildungsmessen, Karrieretagen, bei der Erkundung von Praxisfeldern in der Organisation (wie z.B. beim Boy's Day) oder bei Berufsfeldpräsentationen in Schulen trifft.

Informationsmaterial und Werbeartikel

- Ausbildungs- und Jobflyer, Schnellbewerbungs-Flyer und Werbeartikel unterstützen die Kommunikation bei spezifischen Veranstaltungen und Aktionen zur Gewinnung von Fachkräften.

Benefits

- Zusatzleistungen und Vorteile, die eine Organisation ihren Mitarbeiter:innen über das reguläre Gehalt hinaus bietet, sollten öffentlich sichtbar gemacht werden. Sie können von flexiblen Arbeitszeiten über Gesundheitsprogramme, Weiterbildungsmöglichkeiten bis hin zu beruflichen Perspektiven reichen. Dazu gehören Karrieremöglichkeiten, Entwicklungspfade und Aufstiegschancen.
Es ist sinnvoll, ein breites Spektrum an Benefits anzubieten und diese auf die Bedürfnisse und Wünsche der Mitarbeiter:innen abzustimmen. Bei Umfragen der Mitarbeitenden wurden die Gesundheitspräventionen durch z. B. wellpass oder Weiterbildungsmöglichkeiten als vorrangige Benefits gesehen.

Digitalisierung

- Eine Webseite sowie Instagram- und Facebook-Profil sind eine lohnende Investition. Klar strukturierte, textlich reduzierte und authentische (visuelle) Inhalte wie etwa Fotos, Videos und Zitate fesseln die Aufmerksamkeit der potentiellen Bewerber:innen. Auch die



Benefits und Präsentation der Arbeitgebermarke sollte auf diesen digitalen Plattformen spürbar sein. Storytelling, wie beispielsweise Mitarbeiter:innen, die sich selbst und ihre Arbeit vorstellen, ist ein effektives Mittel dafür.

Netzwerken

- Der Austausch mit Schulen, Fachhochschulen, Universitäten, Praxis- und Ausbildungseinrichtungen sowie Freiwilligendienststellen ist von großem Wert. Dies kann durch die Gestaltung von Seminaren zu praxisrelevanten pädagogischen Themen oder durch die Erkundung von Praxisfeldern realisiert werden.

Empfehlungen Dritte:r

- Die Anzahl an Bewerber:innen über die Empfehlungen Dritte:r sollte nicht unterschätzt werden. Deshalb ist es wichtig, offene Stellen intern zu kommunizieren und Mitarbeiter:innen in die Personalgewinnung einzubeziehen.
Mitarbeiter:innen können auch aktiv dazu ermutigt werden, Personen in ihrem Umfeld zu identifizieren, die Interesse an der offenen Stelle haben könnten. In diesem Zusammenhang kann sich die Organisation aktiv bei potenziellen Bewerber:innen vorstellen und bewerben.

Bewerber:innenmanagement:

- Das Management sollte kontinuierlich geprüft werden: Wo gehen Bewerbungen ein? Wer ist für die Verteilung verantwortlich und wie lange dauert der gesamte Prozess an? Das Ziel ist, einen effizienten, schnellen und reibungslosen Ablauf zu gewährleisten, um eine positive Erfahrung für alle Beteiligten zu schaffen.

Bewerbungsmöglichkeiten:

- Bewerbungsangebote über die Homepage anbieten
- Auf Niedrigschwelligkeit achten: Es eignen sich ein Kurzbewerbungsbogen (online oder in print), online One-Click-Bewerbung oder ein Checkin-Bogen

