

Marktplatz Internet

→ **Social Media** Der Nachwuchs tummelt sich längst im Internet – und wo sind Sie? Pflegeunternehmen sollten sich im Netz präsentieren und in sozialen Netzwerken aktiv werden. Nutzen Sie die neuen Chancen für Ihr öffentliches Image – und um Personal zu finden!

Text: Dr. Joachim Drescher | Julia Schmelter

Um Personal für sich zu gewinnen, müssen Entscheider in der Pflege in den Sozialen Netzwerken im Internet aktiv werden. Was früher auf dem Marktplatz stattfand, passiert heute im Zeitalter des Web 2.0 im Netz. Die Sozialen Netzwerke im Internet sind der neue Marktplatz – sekundenschnell, barrierefrei und ortsunabhängig.

Die Pflegebranche nutzt Facebook, Twitter & Co. noch viel zu wenig. Dabei stellen die Sozialen Netzwerke insbesondere für die Personalsuche ein kostengünstiges und effektives Instrument mit messbaren Erfolgen dar. Als moderne Medien der Kommunikation und des Informationsaustausches bieten sie für Pflegeeinrichtungen die Chance, sich als fortschrittlich und innovativ zu präsentieren und das „veraltete“ Image abzustreifen. Noch ist die Konkurrenz gering, so dass gute Pilotprojekte in diesem Bereich für eine hohe Aufmerksamkeit sorgen können – auch bundesweit.

Web 2.0, Social Media, Soziale Netzwerke – diese Begriffe geistern heute durch die Arbeitswelt. Doch was verbirgt sich dahinter?

Die freie Online-Enzyklopädie Wikipedia – gegenwärtig das meistbenutzte Online-Nachschlagewerk – schreibt: „Social Media (auch Soziale Medien) ist ein Schlagwort, unter dem Soziale Netzwerke und Netzgemeinschaften verstanden werden, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen.“

Zu den bekanntesten Diensten zählen Facebook, MySpace, die drei VZnet Netzwerke (SchülerVZ/StudiVZ/MeinVZ), Twitter, Xing, LinkedIn oder wer-kennt-wen. Wie auf dem Marktplatz früher zählt in Sozialen Netzwerken der Community- bzw. Mitmach-Gedanke. Publizieren, teilen, zusammenarbeiten, vernetzen, bewerten und filtern – das sind die Aktivitäten der „User“ im Web 2.0. Das Besondere: Die Sozialen Netzwerke haben das Sender-Empfänger-Modell in der Kommunikation revolutioniert. Während die klassischen Medien (Print, TV und Radio) auf die Vermittlung einer Botschaft vom Sender zum Rezipienten setzen (one to many), steht in den Sozialen Netzwerken der Dialog (many to many) im Mittelpunkt. Vielfach werden die Nutzer dabei selbst zu Produzenten wie es z. B. auf der Video-Plattform YouTube der Fall ist.

WARUM SOCIAL MEDIA?

Überlegen Sie sich zunächst, welches Soziale Netzwerk zu Ihnen passt.

- Soziale Netzwerke stellen für die Personalsuche ein kostengünstiges, effektives Instrument mit messbaren Erfolgen dar.
- Soziale Netzwerke haben die klassischen Maßnahmen nicht abgelöst, sondern ergänzen sie.
- Die Social Media-Strategie ist Teil der Gesamtstrategie des Unternehmens in der Kommunikation und der Personalgewinnung.
- Binden Sie junge Mitarbeiter ein, die sich im Web 2.0 bewegen und auskennen.
- Glaubwürdigkeit spielt in den Sozialen Medien eine wichtige Rolle. Seien Sie authentisch.

Auch die Jobsuche findet zunehmend im Internet statt: Ein Ende dieser Entwicklungen ist nicht absehbar. Welche konkreten Maßnahmen können also Entscheider für den speziellen Markt der Pflege ergreifen, um als Vorreiter aktiv Soziale Netzwerke zur Personalgewinnung und zum Image-Aufbau zu nutzen?

Überlegen Sie zunächst, welches Soziale Netzwerk zu Ihrer Einrichtung passt und sich für Ihre Ziele am besten eignet. Holen Sie sich dazu gezielt junge Mitarbeiter an den Tisch, die sich selbst im Web 2.0 bewegen und auskennen. Als Geschäftsführer sollten Sie hinter diesen Aktivitäten



Jobsuche online:
Die meisten jungen Menschen nutzen das Internet als erste Informationsquelle, um sich ein Bild über potenzielle Arbeitgeber zu machen.

Foto: Fotolia/Astock

stehen, die konkrete Umsetzung können Sie an Mitarbeiter delegieren, die sich auskennen.

Viele Unternehmen in der Pflege scheuen sich, im Web 2.0 aktiv zu werden, weil sie meinen, ihnen würden Themen fehlen. Haben Sie regelmäßige Anlässe, die Sie in Form von kurzen Pressemitteilungen nach außen kommunizieren? Waren Sie zum Beispiel bei einer Bewerber-Messe oder haben Sie Ihr Ausbildungskonzept verbessert? Die Berichte darüber sind auch für Soziale Netzwerke relevant. Behalten Sie im Hinterkopf, dass es sich um junge, moderne Kanäle handelt. Überlegen Sie sich Themen, die „sexy“ sind oder einen neuen Blickwinkel auf Altbekanntes ermöglichen: Nächstenliebe zum Beispiel kann auch cool sein!

Finden Sie durch Ausprobieren nach und nach heraus, welche Sprache Ihnen liegt. Denn auch die Aktivitäten in Sozialen Netzwerken erfolgen nach konkreten Sprach-, Nutzungs- und Verhaltensregeln. Ein kompetenter Mitarbeiter sollte als Ver-

» Überlegen Sie sich Themen, die einen neuen Blick auf die Dinge geben: Nächstenliebe kann auch „cool“ sein!

antwortlicher benannt werden. Kompetent bedeutet in diesem Fall erfahren und Social-Media-affin, denn im Web 2.0 müssen sich die Nutzer vor allem selbst bewegen, um die Funktionsweise zu verstehen und neue Trends zu erkennen. Für welche Aktivitäten Sie sich entscheiden, ist davon abhängig, wie viel Personal Sie zur Verfügung haben und wie viel Ihnen der Aufwand wert ist.

Wichtig ist, dass Ihre Social-Media-Aktivitäten nicht losgelöst von der Gesamtstrategie des Unternehmens in der Kommunikation und der Personalgewinnung betrachtet werden dürfen. Soziale Netzwerke haben die klassischen Methoden

→

und Instrumente nicht abgelöst, sondern ergänzen sie. Zum Erfolg in der Personalgewinnung führt immer noch ein Mix aus verschiedenen Maßnahmen: Anzeigen im Print- und Online-Bereich, Mitarbeiterzeitungen oder Newsletter, Veranstaltungen für Mitarbeiter, Pressearbeit und Aktivitäten in den Sozialen Netzwerken bilden unterstützende und erweiternde Maßnahmen im Sinne einer crossmedialen Strategie. So lässt sich z. B. ein Infotag an einer Schule in der lokalen Presse ankündigen. Auf Facebook können sich die Schüler für die Veranstaltung anmelden und gleichzeitig sehen, welche Freunde ebenfalls bei der Veranstaltung teilnehmen. Im Anschluss werden weiterführende Informationen auf der Pinnwand zur Verfügung gestellt und die Teilnehmer um ihr Feedback gebeten. So verfügt die Personalabteilung anschließend über einen Pool möglicher Bewerber, der im direkten Dialog zielgruppenorientiert gepflegt werden kann.

Social Media als Teil der Gesamtstrategie – das bedeutet, dass ein Jahres- und ein Themenplan notwendig sind. Kalkulieren Sie realistisch, was Sie tatsächlich leisten und umsetzen können.

Nutzen Sie die Chancen, die Soziale Netzwerke Ihnen bieten: Präsentieren Sie sich als offenes, menschliches und authentisches Unternehmen. Erlauben Sie zukünftigen Bewerbern, einen persönlichen Eindruck von Ihrer Einrichtung zu bekommen. Glaubwürdigkeit spielt in den Sozialen Medien eine wichtige Rolle. Beziehen Sie Ihre Mitarbeiter auch im Verlauf des Projekts eng in die Social-Media-Aktivitäten ein. Wer könnte überzeugender für Ihr Unternehmen sprechen, als Ihre eigenen, zufriedenen Mitarbeiter? Außerdem tragen Soziale Netzwerke dazu bei, die Interessen und Wünsche der eigenen Zielgruppe besser zu verstehen, mit ihr in Dialog zu treten und somit schneller und zielgerichteter auf ihre Bedürfnisse zu reagieren.

Soziale Netzwerke bieten viele Chancen. Auch über mögliche Risiken und Herausforderungen sollten Sie sich bewusst sein: Die Pflege der Profile in den Sozialen Netzwerken ist zeit- und daher auch personal- und kostenintensiv. Möglichst täglich müssen neue Meldungen eingestellt, Kommentare geprüft und auf Beiträge, positive und negative, reagiert werden – das erwartet die Community. Erfüllen Sie diese Erwartungen nicht, gerät Ihr Profil in Vergessenheit oder in die Kritik.

Lassen Sie sich dennoch nicht davon abhalten, bei Facebook, Twitter & Co. aktiv zu werden. Für sehr viele Unternehmen außerhalb der Pflegebranche ist es mittlerweile eine Frage des Images, ob und wie viele Social Media-Kanäle genutzt werden. Die Suchmaschine Google bietet für potenzielle Bewerber sogar eine einfache Möglichkeit dies zu überprüfen, denn in den Suchergebnissen werden unmittelbar nach der Unternehmens-Website die vorhandenen Profile bei Facebook, Twitter und Xing angezeigt.

Menschen interessieren sich für Menschen, und über den Arbeitgeber wird nicht erst heute geredet. Die Sozialen Netzwerke – der virtuelle Marktplatz von heute – geben Ihnen die Chance, sich ins Gespräch zu bringen und mitzureden. Nutzen Sie diese neuen Chancen! ▾

MEHR ZUM THEMA

- Info:** Per E-Mail an Dr. Joachim Drescher jdrescher@einfach-machen.net
- www:** www.einfach-machen.net



Dr. Joachim Drescher ist Geschäftsführer von einfach machen Unternehmenskommunikation GmbH in Hamburg.



Julia Schmelter ist Senior Beraterin für den Bereich Pflege und Soziales in der Agentur einfach machen Unternehmenskommunikation GmbH in Hamburg.