

18. Rettungsdienstsymposium des
DRK-Landesverbandes Hessen e.V. | 16. November 2018

BRANDMARKEN ODER BEGEISTERN?

Perspektiven für die Mitarbeitergewinnung
und –bindung auch im Rettungsdienst

Daniel Rasch, Geschäftsführer

SERVICE
Links zu Studien & Co.
ganz hinten



Warum sollte zum Beispiel dieser junge Mann im Rettungsdienst arbeiten wollen?

Und warum ausgewertet bei Ihnen?



Arbeitnehmer-Reise (Candidate Journey)						
Erfahrungen als Bewerber (Candidate Experience)			Erfahrungen als Mitarbeiter (Employee Experience)			
Phase	Orientierung und Jobrecherche	Übermittlung der Bewerbung	Teilnahme am Bewerbungsverfahren	Entscheidung und Kommunikation	Onboarding / Einstieg	Integration und Bindung
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unternehmenswebsite: spezifische Arbeitgeberprofile mit relevanten Informationen ▪ Social Media ▪ Internet-Stellenbörsen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zeitgemäße Bewerbungsformen wie Online-Formular und One-Click ▪ Mobilfähige Übermittlungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konkrete und zeitnahe Informationen an den Bewerber zum Verfahren ▪ Formen und Dauer des Auswahlverfahrens 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information des Bewerbers ▪ Persönliche Kontakte ▪ Form / Medium der Absage ▪ Feedback ▪ Versand Arbeitsvertrag 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information des Bewerbers ▪ Persönliche Kontakte ▪ Form / Medium der Absage ▪ Feedback ▪ Versand Arbeitsvertrag 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wertschätzung ▪ Entfaltung und Weiterbildung ▪ Führung mit Feedback ▪ Erklären von Strategie und Zielen des Unternehmens
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klare Fakten zu Aufgabe, Arbeitgeber und Kultur ▪ Leitbild, Mission, Vision 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Übermittlungsverfahren State-of-the-Art ▪ Keine Usability-Fallen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klarer Bewerbungsprozess ▪ Wertschätzung des Bewerbers 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verhalten der Vertreter und Kontaktpersonen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation und Führung im Onboarding 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Handeln der Führungskraft ▪ Teilhabe

Quelle: Candidate Journey Studie 2017, meta HR / HTWK Leipzig; eigene Ergänzungen

= Themen des Vortrags

Was motiviert ihn?



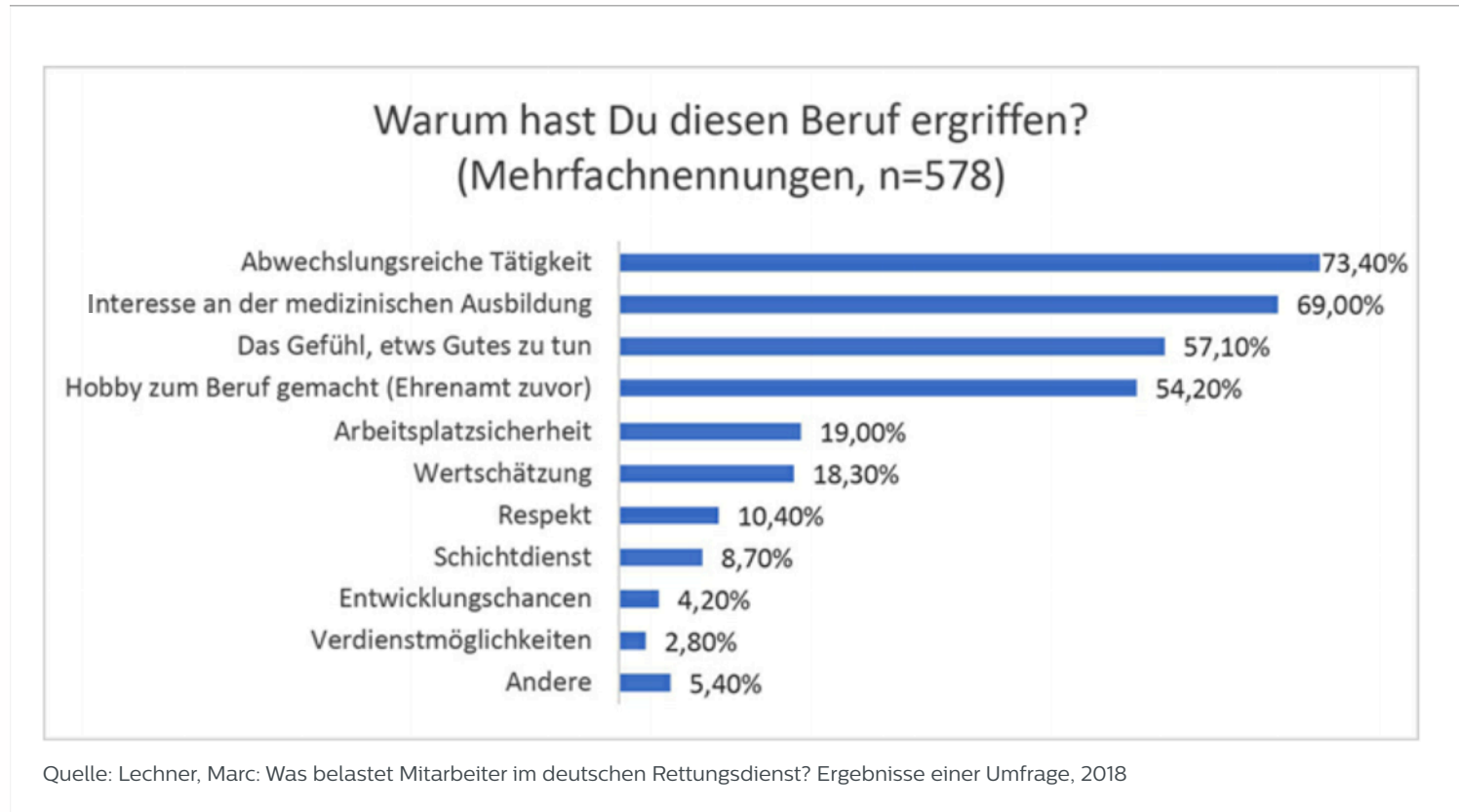
**Welche Medien nutzt er?
Und wie nutzt er sie?**

**Was bedeutet für ihn
sinnhafte Arbeit?**

**Wie möchte er
arbeiten?**



**Was haben wir
ihm zu bieten?**



77 %

Wenn **der Job Spaß macht**, bin ich bereit alles zu geben.

69 %

Ich **will mitgestalten** und **möchte etwas verändern** können.

66 %

Ein hohes Arbeitspensum macht mir nichts aus, wenn die **Anerkennung für meine Leistung** vorhanden ist.





Unternehmens-Websites

mit **spezifischer** Arbeitgeberdarstellung
und **relevanten** Informationen

Quelle: Candidate Journey Studie 2017, meta HR / HTWK Leipzig

Über 90 % nutzen diese Medien



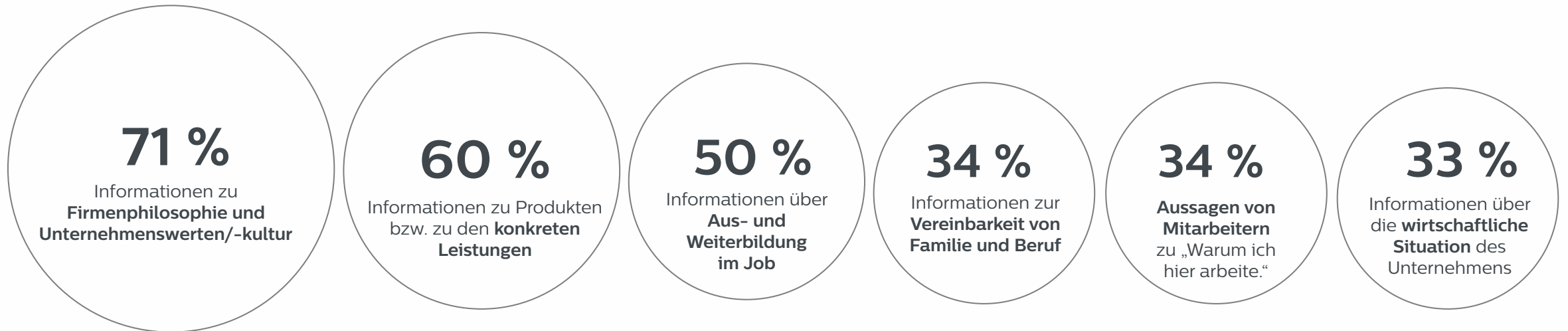
Stellenbörsen

idealerweise mit
mobilfähigem
Bewerbungsformular

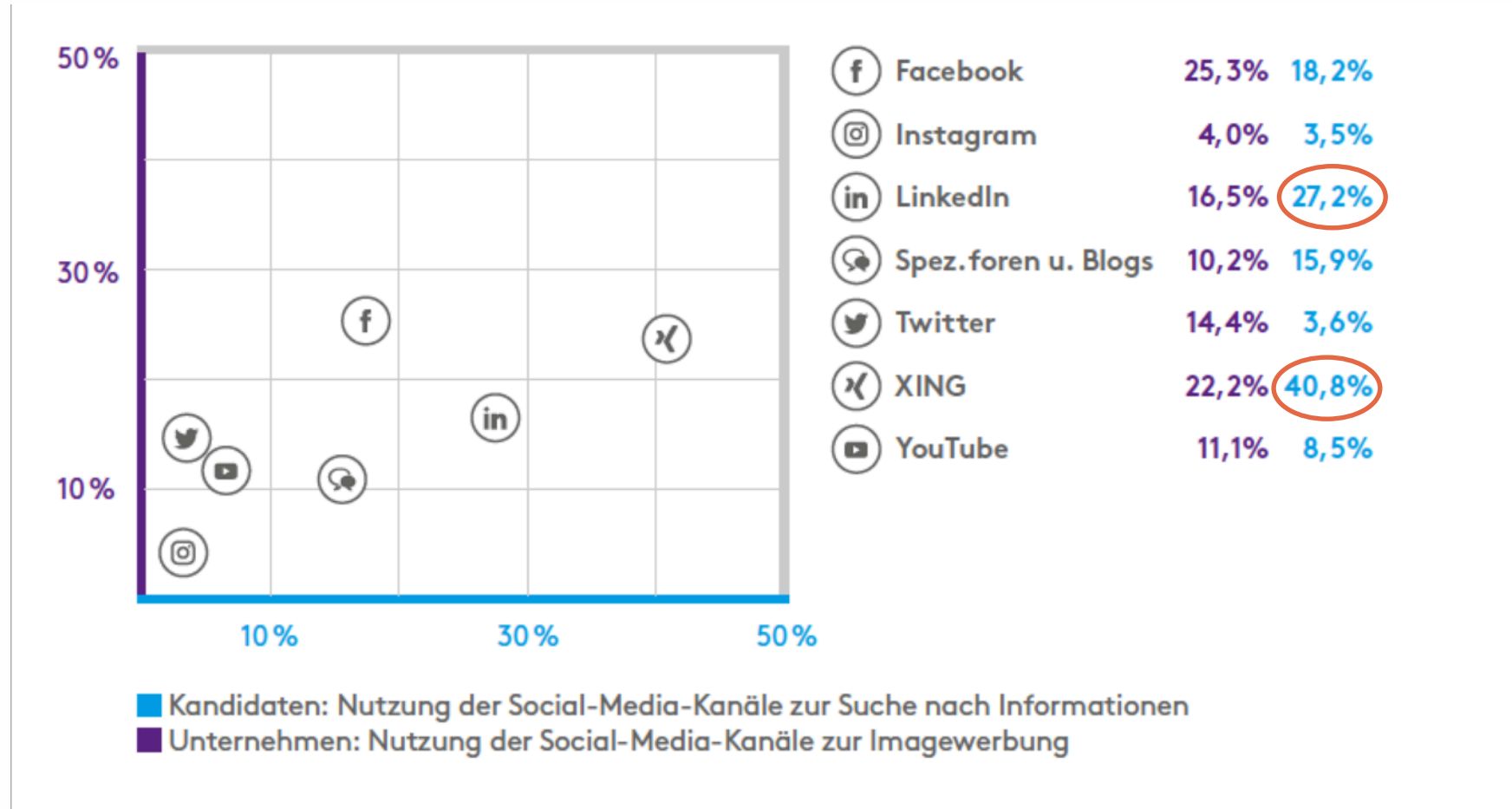


Social Media

Erfolgsfaktoren: Posts
müssen mediengerecht
verfasst sein und keine
Scheu vor Ads



Quelle: Candidate Journey Studie 2017, meta HR / HTWK Leipzig



Quelle: Recruiting Trends 2017, Monster

MITARBEITER GEWINNEN

Perspektivwechsel Bewerbersicht

- ▶ **Nicht:** Was haben wir zu bieten, damit die Mitarbeiter kommen?
- ▶ **Sondern:** Was wollen die zukünftigen Mitarbeiter, die wir gewinnen möchten? Und was müssen wir dafür tun?

Machen Sie einen Selbstcheck

- ▶ Wie gut ist Ihre Organisation wirklich auf die (neuen) Anforderungen nach Gestaltungswillen, Augenhöhe, Wertschätzung eingestellt?
- ▶ Wie gut sind diese Dinge in Ihrer digitalen Kommunikation transportiert?

Arbeitnehmer-Reise (Candidate Journey)						
Erfahrungen als Bewerber (Candidate Experience)				Erfahrungen als Mitarbeiter (Employee Experience)		
Phase	Orientierung und Jobrecherche	Übermittlung der Bewerbung	Teilnahme am Bewerbungsverfahren	Entscheidung und Kommunikation	Onboarding / Einstieg	Integration und Bindung
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet-Stellenbörsen ▪ Unternehmenswebsite: spezifische Arbeitgeberprofile mit relevanten Informationen ▪ Social Media 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zeitgemäße Bewerbungsformen wie Online-Formular und One-Click, ▪ Mobilfähige Übermittlungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konkrete und zeitnahe Informationen an den Bewerber zum Verfahren ▪ Formen und Dauer des Auswahlverfahrens 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information des Bewerbers ▪ Persönliche Kontakte ▪ Form / Medium der Absage ▪ Feedback ▪ Versand Arbeitsvertrag 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information des Bewerbers ▪ Persönliche Kontakte ▪ Form / Medium der Absage ▪ Feedback ▪ Versand Arbeitsvertrag 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wertschätzung ▪ Entfaltung und Weiterbildung ▪ Führung mit Feedback ▪ Erklären von Strategie und Zielen des Unternehmens
Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klare Fakten zu Aufgabe, Arbeitgeber und Kultur ▪ Leitbild, Mission, Vision 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Übermittlungsverfahren State-of-the-Art ▪ Keine Usability-Fallen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Klarer Bewerbungsprozess ▪ Wertschätzung des Bewerbers 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verhalten der Vertreter und Kontaktpersonen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organisation und Führung im Onboarding 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Handeln der Führungskraft ▪ Teilhabe

Quelle: Candidate Journey Studie 2017, meta HR / HTWK Leipzig; eigene Ergänzungen



Knapp 60%
der Mitarbeiter
denken wiederkehrend
über Berufsausstieg nach

Rund 38 %
der Mitarbeiter
würden ihren Beruf
wieder ergreifen

Jährlich 5-10 % mehr Einsätze

zeitweise Verdopplung bis
Verdreifachung¹

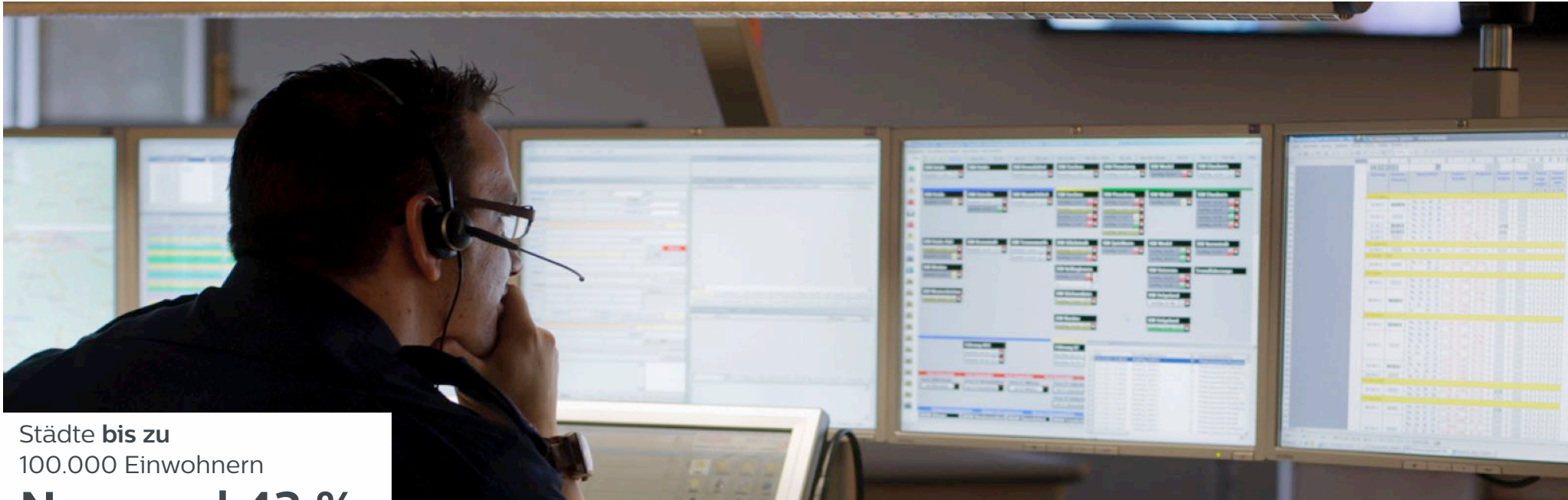
Aussage Dirk Aschenbrenner (VFDB) für Dortmund

**Verbale Gewalt
von Patienten**
gehört zum Alltag²

Rund 41 % der 36
bis 45-jährigen erleben
sie oft bis sehr oft

Quellen: ¹ Spiegel Online, 1.5.2018, <http://spon.de/afdkb>

² Lechner, Marc: Was belastet Mitarbeiter im deutschen Rettungsdienst? Ergebnisse einer Umfrage, 2018



Städte bis zu
100.000 Einwohnern

Nur rund 43 %

fühlen sich von
Vorgesetzten

und nur 38,5 %

von der Leitstelle
wertgeschätzt

Städten über
100.000 Einwohnern

Knapp 61 %

fühlen sich von
Vorgesetzten

und knapp 34 %

von der Leitstelle
wertgeschätzt

DIE BASIS DER BEGEISTERUNG SCHAFFEN

Perspektivwechsel nach Innen

- ▶ Kommunikationsprojekte* nutzen, um mehr über die eigene Organisation zu erfahren.
- ▶ Den Blick nach innen durch strukturierte Befragungen schärfen.
- ▶ Zuhörformate und Diskussionsräume schaffen.

Perspektivwechsel nach Außen

- ▶ Die Branche verlassen, Herausforderungen und Lösungen anderer Unternehmen (be)suchen.
- ▶ Neue Arbeitsweisen kennenlernen.
- ▶ Nutzerdenken und Content-strategien im Netz analysieren.

* Website-Entwicklungen, Umzüge/Neubauten, Arbeitgeber-Kampagnen, Nachhaltigkeitsberichterstattung etc.

MITARBEITER GEWINNEN UND BINDEN

- ▶ Am Anfang einer Arbeitnehmer-Reise ohne Wenn und Aber die Bewerberinnen und Bewerber ins Denk-Zentrum stellen.
- ▶ ABER: Schauseite und Innenwelt müssen zusammen gehen und authentisch bleiben, keine Widersprüche!
- ▶ Auch schwierige Themen gehören in eine Bewerberkommunikation.
- ▶ Eine bewerber- und mitarbeiterzentrierten Kommunikation bewegt die Organisation und stößt Fragen nach Veränderung an.



STUDIEN

Lechner, Marc (2018): **Was belastet Mitarbeiter im deutschen Rettungsdienst?** Ergebnisse einer Umfrage.
ISBN: 9 783744 850995

Candidate Experience Studie 2014

Autoren: Christoph Athanas (meta HR) und Prof. Peter M. Wald (HTWK Leipzig)
www.metahr.de/downloads/candidate-experience-studie-2014/

Candidate Journey Studie 2017

Herausgeber: meta HR & stellenanzeigen.de
Autoren: Christoph Athanas (meta HR) und Prof. Peter M. Wald (HTWK Leipzig)
www.metahr.de/downloads/candidate-journey-studie-2017/

Generation Y. Das Selbstverständnis der Manager von morgen
Herausgeber: Signum International, Redaktion: Zukunftsinstitut
Download: www.zukunftsinstitut.de

Monster Recruiting Trends 2017 und 2018

Herausgeber: MONSTER
<https://arbeitsgeber.monster.de/recruiting/studien.aspx>

azubi.report 2018: Die große Studie zur Situation von Auszubildenden in Deutschland, Herausgeber: TERRITORY
EMBRACE, www.ausbildung.de

STUDIEN, KONFERENZEN UND FILME

Absolventenstudie 2017: ARBEITEST DU NOCH ODER LEBST DU SCHON?

Die Karriereorientierung der Generation Y: Eine Bilanz

Herausgeber: Kienbaum Institut @ ISM für Leadership & Transformation GmbH

Download: www.kienbauminstitut-ism.de

EMPLOYEE ADVOCACY. Mit dem Potenzial der Mitarbeiter zu neuer Stärke bei der Arbeitgebermarke

Herausgeber: Talentry GmbH

www.talentry.com/de

NEW WORK FUTURE-KONFERENZ

www.newworkfuture.de

New Work Experience

<https://newworkexperience.xing.com>

Revolutionize! Führung und Strukturen mutig gestalten (Titel 2018)

<https://change-congress.de>

AUGENHÖHE-Filme (2015 & 2016): <http://augenhoehe-film.de/filme>

Vielen
Dank.

DANIEL RASCH

Geschäftsführer

T: +49 40 22 61 633-12

E: drasch@nki-consult.de

NKI Consult GmbH

Hegestraße 40

20251 Hamburg

www.nki-consult.de