

Anleitung zur Nutzung der Arbeitgeberkampagne

Im Frühjahr 2015 hat das Projektteam „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ eine Arbeitgeberkampagne gestartet, mit der sich die Diakonie als attraktiver Arbeitgeber positioniert. Dabei gilt wie bei allen unseren Aktionen: Je mehr Einrichtungen mitmachen und die Botschaften verbreiten, desto mehr Aufmerksamkeit und Effekt wird für die Diakonie (und damit auch für Ihre Einrichtung) erwirkt. Es ergeben sich verschiedene Möglichkeiten für diakonische Einrichtungen, die Arbeitgeberkampagne zu nutzen, sie auf ihre individuellen Bedürfnisse im Personalmarketing herunterzubrechen und davon zu profitieren. Da wir von vielen Einrichtungen die Rückmeldung bekommen haben, dass es sich ihnen noch nicht so recht entschließt, wie das funktionieren kann, haben wir diese Anleitung für Sie verfasst.

Der Inhalt der Kampagne

Die Arbeitgeberkampagne besteht aus drei Werbebotschaften, mit denen sich die Diakonie als attraktiver Arbeitgeber positioniert. Diese wurden gemeinsam mit dem Projektbeirat „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“, also den Fachverbänden BeB, DEKV, DEVAP, EREV und VdDD, entwickelt.

1. [Du bist uns wichtig!](#) Die Diakonie ist ein familienfreundlicher, mitarbeiter- und gesundheitsorientierter Arbeitgeber. Das heißt, unsere Einrichtungen sorgen dafür,

- dass du Familie und Beruf gut vereinbaren kannst,
- dass nicht nur die Gesundheit unserer Patienten, Bewohner und Klienten im Mittelpunkt steht, sondern auch die unserer Mitarbeiter,
- dass die Chefetagen Entscheidungen so treffen, dass die Mitarbeiter sie auch verstehen,
- und und und.

Dies beweisen die verschiedenen Arbeitgebersiegel, die unsere Einrichtungen tragen.



kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

2. [Du möchtest bei den Besten lernen?](#) Dann bist du bei uns richtig. Denn die Diakonie steht bei Schülern auf Platz 36 unter den 100 beliebtesten Arbeitgebern Deutschlands!



3. [Bei uns verdienst du gut!](#) Die Diakonie zahlt Altenpflegern, Krankenpflegerinnen, Erziehern, Heilerziehungspflegerinnen & Co. Gehälter, die sich sehen lassen können.

Deutschlandweit zahlen wir nach verschiedenen Tarifen und im Sozial- und Pflegebereich überdurchschnittlich.



Personalmarketing mit Selbstbewusstsein

Häufig hören wir das Argument, dass man den Bewerbern nicht zu viel versprechen dürfe. Mit unseren Werbebotschaften erweckten wir den falschen Eindruck und hinterher sei der Realitätsschock umso größer. Doch erstens funktioniert Personalmarketing ohne Selbstbewusstsein nun einmal nicht. Bitte lesen Sie dazu den Artikel „Personalmarketing mit Selbstbewusstsein“ im Blog personalgewinnung-in-der-pflege.de: <http://bit.ly/1gc79tq>! Und zweitens versprechen wir nicht zu viel. Die Diakonie IST ein attraktiver Arbeitgeber, wir können es mit ganz konkreten Beispielen belegen.

Seien Sie versichert, dass wir zu jeder Werbebotschaft (und ganz besonders zu der Werbebotschaft betreffend der Vergütung) sorgfältig „Beweise“ recherchiert und zusammengetragen haben, sodass wir für den Fall gewappnet sind, dass ein Bewerber oder Social Media-Nutzer kritische Rückfragen hat.

Die Landing Pages und Youtube-Playlists

Zu jeder Werbebotschaft gibt es eine so genannte Landing Page. Dies ist eine Unterseite in unserem Karriereportal www.soziale-berufe.com, auf der alle Infos und Inhalte zur Werbebotschaft sowie die Aufforderung und Erläuterung zur Onlinebewerbung versammelt sind und auf die der Bewerber durch die unten genannten Maßnahmen gelenkt werden soll. Zu zwei Werbebotschaften gibt es auch eine Youtube-Playlist mit passenden Video-O-Tönen:

Landing Page: www.soziale-berufe.com/du-bist-uns-wichtig

Youtube-Playlist: <http://bit.ly/1M1HJec>

Landing Page: www.soziale-berufe.com/du-moechtest-bei-den-besten-lernen

Youtube-Playlist: nicht vorhanden

Landing Page: www.soziale-berufe.com/bei-uns-verdienst-du-gut

Youtube-Playlist: <http://bit.ly/1Ru2uUs>

Ihre Möglichkeiten, die Arbeitgeberkampagne für Ihre Einrichtung zu nutzen

Content für die Landing Pages und Youtube-Playlists liefern

Auf den Landing Pages sammeln wir multimedialen Content, der die Werbebotschaften zum Leben erweckt, damit es nicht bloß leere Werbeversprechen bleiben. Zur Werbebotschaft „Du bist uns wichtig“ haben wir zum Beispiel eine Textreportage über Massagen für Mitarbeiter im Ev. Krankenhaus Mettmann und einen Playmobilfilm der Diakonie Bayern zum Gütesiegel Familienorientierung verlinkt. Wir veröffentlichen Listen mit Einrichtungen, die verschiedene Arbeitgebersiegel tragen und lassen in kurzen Video-O-Tönen Mitarbeiter zu Wort kommen, die uns verraten, was sie beispielsweise unter einem mitarbeiterfreundlichen Arbeitgeber verstehen.

Zur Werbebotschaft „Bei uns verdienst du gut“ verlinken wir einen Beitrag der Vorwerker Diakonie über Wohnbereichsleiterin Denise (24), die nach eigenen Angaben dort 25 Prozent mehr verdient als bei ihrem vorherigen Arbeitgeber. Es gibt Infos zu den Tarifen bei der Diakonie. Und auf dem Kirchentag 2015 haben wir O-Töne von Mitarbeitern in sozialen Berufen gesammelt, die mit ihrer Vergütung zufrieden sind.

Inhalte dieser Art können Sie uns gerne für die Landing Pages liefern! Vielleicht existiert dazu schon ein Onlinebeitrag in Ihren Kanälen, auf den wir verlinken können, oder Sie geben uns einen Hinweis auf Ihre mitarbeiter-, familien- und gesundheitsfreundlichen Maßnahmen oder Ihre überdurchschnittliche Vergütung und wir machen einen Beitrag darüber. Diese Beiträge werden nicht nur auf den Landing Pages eingebettet, sondern auch umfangreich in den Social Media geteilt.





Content von den Landing Pages und aus den Youtube-Playlists nutzen

Zuallererst können Sie die Beiträge, die wir im Zusammenhang mit unseren Werbebotschaften über Ihre eigene Einrichtung veröffentlichen, in den Social Media, auf Ihren Einrichtungs-Websites und in allen anderen Kanälen teilen und weiterverbreiten.

Warum aber nicht auch mal den Beitrag über eine andere diakonische Einrichtung teilen nach dem Motto: „Guckt mal, was unsere Kollegen im Ev. Krankenhaus Mettmann machen: Sie spendieren ihren Pflegekräften eine kostenlose Massage in der Mittagspause. Super Idee, das machen wir jetzt auch!“

Oder Sie teilen einen der Video-O-Töne aus den Youtube-Playlists und texten dazu beispielsweise: „Julia (18) und André (23) wünschen sich von einem gesundheitsfreundlichen Arbeitgeber Yoga-Kurse vor der Frühschicht. Auch wir legen Wert auf die Gesundheit unserer Mitarbeiter und bieten zwar kein Yoga in der Frühschicht, aber Pilates in der Mittagspause. Mehr zu unserem Gesundheitsprogramm für Mitarbeiter finden Sie hier ...“

Facebook Headerbilder nutzen

Zu jeder Werbebotschaft gibt es ein Facebook-Headerbild (das ist das große Bild oben auf Ihrer Facebookseite). Diese Bilder können Sie der Reihe nach zum Beispiel mit einer Laufzeit von je einem Monat während der Bewerbungsphasen Ihrer Einrichtung als Facebook-Headerbild einsetzen. Vielleicht sagen Sie jetzt: Wir haben doch schon ein Facebook-Headerbild. Richtig, aber unter professionellen Facebooknutzern ist es üblich, dieses Bild in regelmäßigen Abständen auszutauschen, damit es den Nutzern nicht langweilig wird. Gerne können Sie von Ihrem Hausgrafiker Ihr Einrichtungslogo auf unserem Headerbild positionieren lassen, sodass der Absender klar ist. Hier geht es zu den Headerbildern, die Sie gerne herunterladen, anpassen und einsetzen können. Dazu klicken Sie mit der rechten Maustaste auf das Bild, klicken auf „Grafik anzeigen“, dann erneut mit der rechten Maustaste auf das Bild und „Grafik speichern unter“.

<https://www.facebook.com/SozialeBerufe/photos/a.362356477119253.87927.213868491968053/935095799845315/?type=1&theater>

<https://www.facebook.com/SozialeBerufe/photos/a.362356477119253.87927.213868491968053/919695801385315/?type=3&theater>

<https://www.facebook.com/SozialeBerufe/photos/a.362356477119253.87927.213868491968053/906691852685710/?type=3&permPage=1>

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE



Postkarten nutzen

Zu jeder Werbebotschaft haben wir eine Postkarte gestaltet. Diese waren auf dem Kirchentag 2015 in Stuttgart zum ersten Mal im Einsatz und sind aufgrund der süßen Tiermotive sehr gut bei den Besuchern angekommen. Die Idee hinter den Postkarten ist, die Werbebotschaft zunächst in eine Freundschaftsbotschaft umzuformulieren. Aus „Du bist uns wichtig“ wird „Du bist mir wichtig“, aus „Bei uns verdienst du gut!“ wird „Du hast es verdient“, aus „Du möchtest bei den Besten lernen“ wird „Du bist der/die Beste“! Das veranlasst die Nutzer dazu, diese Postkarten mitzunehmen und an ihre Freunde zu verteilen. Auf der Rückseite wird dann die Werbebotschaft erklärt und die Diakonie als Arbeitgeber vorgestellt.

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE



Gerne können Sie die Postkarten mit Hilfe unserer Druckvorlagen produzieren lassen und auf Messen und Veranstaltungen einsetzen. Die Druckvorlagen finden Sie in unserem Downloadbereich www.soziale-berufe.com/downloads

Auch bietet sich eine Facebookaktion an. Wir haben die Postkartenmotive auf Facebook gepostet und an alle Kommentatoren ein Postkarten-Set verschickt:

SOZIALE BERUFE. kann nicht jeder.
 Veröffentlicht von Maja Schäfer (?)
 7. Mai · 🌐

Wer ist dir wichtig - deine Freundin, die dir zuhört, dein Lehrer, der an dich glaubt? Sag es ihnen mit unserer neuen Postkarte! Die ersten 20 Kommentatoren, die uns sagen, wer ihnen warum wichtig ist, bekommen ein Kartenset geschickt. Übrigens: DU bist UNS wichtig, will heißen: der #Diakonie sind ihre Mitarbeiter wichtig! Mehr Infos hier: <http://www.soziale-berufe.com/du-bist-uns-wichtig>

Foto markieren · Ort hinzufügen · Bearbeiten

Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍 Wir sind CareFlex, Die Wille gGmbH, Sigrid Herbarth und 6 anderen gefällt das.

↪ 2 mal geteilt

💬 12 weitere Kommentare anzeigen

SOZIALE BERUFE. kann nicht jeder. Nini Nelkchen Du bist schon die zweite Pandaliebhaberin, die sich meldet, Mensch, das war uns gar nicht klar, dass nicht nur die Aussage "Du bist mir wichtig", sondern auch die Pandas gut ankommen könnten! Wenn du die Pandapostkarte zum über den Schreibtisch Hängen haben magst, schick uns deine Anschrift! LG, Maja

Gefällt mir · Antworten · 1 · Kommentiert von Maja Schäfer (?) · 8. Mai um 09:25

↪ 1 Antwort

Aufkleber nutzen

Zur Werbebotschaft „Du bist uns wichtig“ wurde auch ein 5x5cm großer Aufkleber designt. Mit Hilfe der Druckvorlage, die Sie in unserem Downloadbereich finden (www.soziale-berufe.com/downloads) können Sie Aufkleber produzieren lassen und zum Beispiel auf Bewerberpost kleben.



Best Practice

Hier sehen Sie, was diakonische Einrichtungen aus der Arbeitgeberkampagne gemacht haben:



kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

Für weitere Ideen sind wir jederzeit offen und dankbar!

Ansprechpartner

Bei Rückfragen erreichen Sie unsere Projektleiterin Maja Schäfer unter maja.schaefer@diakonie.de oder 030-65211-1866.

Diakonie 

Bundesverband
evangelische
Behindertenverbände
BeB

KUNGLICHER ERZIEHUNGSVERBAND
EREV

DEW
Deutscher Evangelischer
Krankenhausverband e.V.

VdDD
Verband diakonischer Dienstgeber
in Deutschland

DeVap

BKK Diakonie
Von Mensch zu Mensch...