

# Checkliste Zeitgemäße Personalbeschaffung



**Kontakt:**  
Diakonie Deutschland  
Evangelisches Werk für  
Diakonie und Entwicklung e.V.  
Maja Schäfer  
Personalmarketing & Recruiting  
Zentrum Kommunikation  
T +49 30 652 11-1866  
F +49 30 652 11-3866  
maja.schaefer@diakonie.de

## Ist mein Träger in Sachen Personalgewinnung zeitgemäß aufgestellt?

Je mehr Häkchen Sie setzen können, desto fortschrittlicher ist Ihre Arbeit!  
(Im Text blau hinterlegte Begriffe enthalten einen Link)

### Aufstellung der Personalabteilung

- Wir haben ein [digitales Bewerbermanagementsystem](#) bzw. eine HR-Software mit Bewerbermanagement-Modul installiert.
- Wir haben einen »echten« **Recruiter** (w/m/d) eingestellt, der Erfahrungen mit proaktiven Personalbeschaffungsmethoden hat.
- Wir haben einen [Employer Branding-Strategieprozess](#) erfolgreich durchlaufen und kennen unser Arbeitgeberwerteversprechen.
- Es gibt eine **Schnittstelle zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Personalabteilung** (Person, Gremium), an der das übergreifende Thema Personalgewinnung abgestimmt wird.
- Mindestens ein Mitarbeiter (w/m/d) in unserer Personalabteilung hat **eine Fortbildung zum Thema zeitgemäße Personalgewinnung** besucht.
- Wir haben eine **Konkurrenzanalyse** zur Personalgewinnungsstrategie anderer Träger in der Region durchgeführt, um daraus zu lernen.
- Ein Mitarbeiter (w/m/d) der Personalabteilung hat die feste Aufgabe, sich über Trends in der Personalgewinnung sowie neue Ausbildungen und Studiengänge, die unseren Personalbedarf decken könnten, zu informieren. Er überprüft die Anwendbarkeit für den Träger und besucht jährlich mindestens eine **Netzwerkveranstaltung für Personal** (z.B. HR Barcamp, Social Recruiting Days, ...).

## Karrierewebsite

- Wir haben ein **Karriereportal** (oder Karriererubrik, Microsite, Onepager, Blog), das mehr enthält als nur Stellenanzeigen (z.B. Mitarbeiterportraits, Benefits, Gehaltsinformationen, FAQs uvm.).
- Unser Karriereportal funktioniert **»responsive«**, ist also gut an verschiedenen mobilen Endgeräten zu bedienen.
- In unserem Karriereportal gibt es ein **Onlinebewerbungsformular**.
- Wir bieten einen **Stellenanzeigen-Newsletter**, den man als Bewerber\*in im Karriereportal abonnieren kann.
- Wir haben im Karriereportal einen **Employer Branding-Film** integriert.

## Personalmarketing-Maßnahmen

- Unsere Personalmarketingmaßnahmen werden untereinander abgestimmt, sodass über alle Kanäle und Methoden **dieselbe Botschaft** verbreitet wird.
- Es gibt eine **gemeinsame Wort-Bildsprache** für alle Personalmarketingmaßnahmen und das Thema Personalmarketing wird in unseren Corporate Design-Richtlinien behandelt.
- Unsere **Stellenanzeigen wurden modernisiert** (mit aufmerksamkeitsstarkem Foto, lockerem Einstiegstext, Nennung von konkreten Benefits, etc.).
- Unser **Konzept für Bewerber-Infotage** wurde modernisiert (Recruiting-Events, die Spaß machen, statt Vorträge und Einrichtungsführungen).
- Unser **Messekonzept für Bewerber- und Azubimessen** wurde modernisiert und ist aufmerksamkeitsstark und interaktiv.
- Personalmarketing-, Bewerber- und Karrierethemen finden in verschiedenen Formaten wöchentlich in den **Social Media-Kanälen** unseres Unternehmens statt.
- Wir beantworten **Bewertungen über unser Unternehmen** in Arbeitgeberbewertungsportalen wie kununu oder glassdoor.
- Es gibt in unserem Unternehmen **Social Media-Guidelines**, in denen die Mitarbeitenden ermutigt werden, Beiträge in Arbeitgeberbewertungsportalen zu hinterlassen, Stellenanzeigen in den sozialen Netzwerken zu teilen, etc.
- Wir haben bei unserem Träger **einen bestimmten Arbeitsschwerpunkt oder ein ungewöhnliches Konzept** installiert, das uns von der Konkurrenz unterscheidet und das wir für das Personalmarketing nutzen.
- Wir starten jedes Jahr zusätzlich zum „Grundrauschen“ im Karriereportal und den Stellenanzeigen eine **besondere Personalgewinnungs-Aktion** als Impuls.
- Wir setzen **Facebook- oder Google-Werbung** ein, um unser Karriereportal, unsere Stellenanzeigen-Posts o.ä. zu bewerben.
- Wir nutzen die **Mitmach-Möglichkeiten und -Kanäle unseres Dachverbandes** für unser Personalmarketing.
- Wir haben einige Mitarbeiter aus der Fachebene oder Azubis (w/m/d) zu **Markenbotschaftern/Corporate Influencern** geschult. Wenn sie beispielsweise als Standbetreuer auf Messen eingesetzt werden oder Social Media-Kanäle betreuen, handeln sie professionell im Sinne unserer Personalmarketingstrategie.

## Methoden der Personalgewinnung

- Es gibt bei uns ein professionelles, idealerweise digital unterstütztes „**Mitarbeiter werben Mitarbeiter**“-Programm inkl. »**Now Hiring**«-Cards.
- Ein Mitarbeiter (w/m/d) der Personalabteilung hat eine Fortbildung zum Thema **Direktansprache von Kandidaten** (Active Sourcing) über Plattformen wie XING, LinkedIn oder soziale Netzwerke besucht und verwendet mindestens fünf Wochenstunden für diese Methode.
- Wir setzen mindestens ein **innovatives digitales Werkzeug** wie Recruiting-App, Matching-Tool, Jobsharing-Plattform, Videostellenanzeigen-Portal o.ä. ein.
- In unserem Unternehmen gibt es ein **internationales Recruiting-Programm**, also Know How und abgestimmte Prozesse zur Anwerbung und Integration von Fachkräften aus dem Ausland.
- Wir haben einen **professionellen Talentpool** installiert, also einen digitalen Ort, an dem wir interessante Kandidaten sammeln, die regelmäßige Kontaktpflege dokumentieren und bei Vakanzen anfragen.
- Die **gezielte Praktikantenakquise**, enge Begleitung der Praktikanten und Überführung der Praktikanten in den o.g. Talentpool ist Teil unserer Personalgewinnungsstrategie.
- Wir bieten **Ausbildungsplätze oder/und ein Traineeprogramm** an.
- Wir pflegen eine strukturierte **Kooperation mit Schulen** in der Region zur Vorstellung unseres Arbeitgebers unter Schülern (Roadshow, Berufskundeunterricht, ...).

## Bewerbungsprozess

- Wir bieten **niedrigschwellige digitale Möglichkeiten der Kontaktaufnahme** für Bewerber (z.B. **WhatsApp-Bewerberberatung**, wöchentliches Zeitfenster für Drop-In Vorstellungsgespräche ohne Termin).
- Bewerberanfragen werden bei uns in allen Kanälen garantiert **innerhalb von 2 Werktagen** beantwortet.
- Alle Mitarbeitenden, die im Bewerbungsprozess mit den Bewerbenden zu tun haben, wurden geschult sodass sie einen **optimalen Bewerberservice** nach dem Motto „Der Bewerber ist König“ bieten.
- Die Mitarbeitenden in unserer Personalabteilung haben **einen festen Anteil ihrer Arbeitszeit für die Bewerberkommunikation** reserviert.
- Wir halten während des Bewerbungsprozesses vom Bewerbungseingang bis zum Arbeitsantritt proaktiv mindestens 14täglich **Kontakt zum Bewerber**.
- Wir haben die **Papierbewerbung abgeschafft** und akzeptieren Bewerbungen über E-Mail und Onlinebewerbungsformulare sowie One-Click-Bewerbungen per XING und LinkedIn.
- Wir haben in unserem Unternehmen zumindest diskutiert oder bereits entschieden, Bewerbungen **auch ohne Motivationsschreiben** anzunehmen.
- Wir haben unseren **Bewerbungsprozess derart beschleunigt**, dass wir ein Vorstellungsgespräch maximal 2 Wochen nach Bewerbungseingang anbieten können und einen Vertrag möglichst schon im Gespräch oder spätestens zwei Wochen später.
- Wir haben unsere **automatischen Antwortmails** an unsere Bewerber (wie z.B. Bewerbungseingangsbestätigungen, Zu- und Absagen) modernisiert und persönlicher/freundlicher formuliert.
- Wir haben den Raum für die **Vorstellungsgespräche** gemütlich eingerichtet, bieten Getränke, Snacks und ein Erinnerungsgeschenk an.

- Wir haben unsere Vorstellungsgespräche einmal von einem **externen Berater** begleiten lassen, der uns Verbesserungsvorschläge gemacht hat (Raumgestaltung, Sitzanordnung, Gesprächsführung, Ansprechhaltung).
- Wir bieten **Bewerbern, die von außerhalb kommen**, einen besonderen Service wie Unterstützung bei der Wohnungs- oder Kitaplatzsuche oder ein Infoset mit wichtigen Adressen an.
- Unser oben beschriebener exzellenter Bewerberservice wird im Rahmen des Personalmarketings auch **kommuniziert**.

## Professionelles Onboarding neuer Mitarbeiter (w/m/d)

- Wir haben einen **definierten Onboarding-Prozess**, der in allen Arbeitsbereichen befolgt wird. Dieser ermöglicht es neuen Mitarbeitern, unseren Träger in den ersten 10 Wochen umfassend kennenzulernen.
- Es gibt **systematisierte Einarbeitungspläne** mit integrierten Feedbackschleifen.
- Es gibt eine **verbindliche Willkommenskultur** für neue Mitarbeitende mit definierten Umgangsregeln.
- Es gibt standardmäßig bereits nach wenigen Wochen **ein erstes Mitarbeitergespräch** mit neuen Mitarbeitenden, in dem sie nach ihrer Zufriedenheit und ihrem Eindruck vom Arbeitgeber gefragt werden.
- Wir stellen für die Einarbeitung **ausreichend Ressourcen** (Zeit, Personal) zur Verfügung.
- Bei unserem Träger gibt es ein **Mentorenprogramm**.

## Monitoring

- Wir haben **Erfolgsmesszahlen für die Personalgewinnung** definiert, die über das Zählen der eingehenden Bewerbungen hinausgehen (z.B. Quote der A-Kandidaten, Quote der Abbrüche, Kosten pro Stellenbesetzung, Dauer bis zur Einstellung, Vergleiche verschiedener Kanäle, etc.), und monitoren diese Messzahlen.
- Wir führen eine **Bewerberbefragung** durch, in der die Bewerbenden z.B. vier Wochen nach Eingang der Bewerbung um Rückmeldungen zu ihren guten und schlechten Erfahrungen im Bewerbungsprozess gebeten werden.
- Wir nutzen **HR Analytics**, um Muster hinter unseren Top-Performern oder treuesten Mitarbeitenden zu erkennen und die Personalgewinnungsstrategie daraufhin zu optimieren?
- Wir legen für neue Methoden und Kanäle der Personalgewinnung konkrete Testzeiträume fest und **evaluieren strukturiert den Erfolg**, bevor wir über eine langfristige Integration in die Personalgewinnungsstrategie entscheiden.
- Wir haben die Kanäle, in denen unsere Stellenanzeigen verbreitet werden, nach Erfolg evaluiert, nicht erfolgreiche Kanäle abgeschaltet, die Nutzung erfolgreicher Kanäle intensiviert und neue Kanäle zum Portfolio hinzugenommen.