



## Checkliste: Wie ich mir als Recruiter\*in ein besseres Standing im Unternehmen verschaffen kann

Recruiter\*innen in Sozial- und Pflegeeinrichtungen haben es oft nicht leicht. In [dieser Slideshare-Präsentation](#) und [dieser Handreichung](#) haben wir dazu Einzelheiten, Erklärungsversuche und Lösungsansätze zusammengetragen. Beim Diakonie Personaler Barcamp 2018 ist eine Liste mit zusätzlichen Tipps von Personaler\*innen aus diakonischen Trägern entstanden:

- Vertrauen der Öffentlichkeitsarbeit, der Fachabteilungen und der Personalabteilung strategisch erarbeiten, Maßnahmenkatalog entwickeln
- Lieber telefonieren oder persönlich sprechen statt E-Mails zu schreiben, wenn es Konflikte gibt oder neue Prozesse eingeführt werden
- Geduld haben, denn es handelt sich bei der Einstellung eines Recruiters und die Neuausrichtung des Bewerbungsprozesses um seine Stelle herum um einen großen Change Prozess für das Unternehmen
- Auch Recruiter müssen lernen, sich anzupassen und Empathie für die Gegenseite zu entwickeln
- Führungskräfte zu Mitarbeitervideo-Drehs, Anbieter-Präsentationen digitaler Recruiting-Tools etc. mitnehmen, damit sie ein Gefühl dafür bekommen, was Recruiting heute bedeutet
- Tour durch die Einrichtungen des Trägers machen und den neuen Service des Recruiters überall persönlich vorstellen
- Sich als Anlaufstelle etablieren, die Botschaft verbreiten: „Wenn es Probleme rund um den Bewerbungsprozess gibt, kommt zu mir, ich helfe euch“
- Einen festen Teil der Arbeitszeit für die interne Kommunikation des Recruiting-Services reservieren
- Studien herumschicken, die den Nutzen zeitgemäßer Recruiting-Methoden und –Kanäle belegen
- Erfolgsbeispiele kommunizieren (z.B. die erste Einstellung über ein Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm)
- Recruiting-Seminare für die eigenen Mitarbeitenden und Führungskräfte, die ÖA und andere Beteiligte anbieten
- Recruiting-Maßnahmen umfangreich evaluieren, Ergebnisse anschaulich aufbereiten und in Gremien vorstellen
- Ein eigenes Budget für das Recruiting beantragen, im Antrag die notwendigen Ausgaben für das zeitgemäße Recruiting transparent auflisten (Kosten für Videoproduktion, für Stellenanzeigen-Distribution, für digitale Recruiting-Tools, etc.)
- Darauf hinarbeiten, dass das Recruiting-Team eine eigene Abteilung wird, anstatt irgendwo angedockt zu sein

- Zeit für die Zielplanung nehmen: Mit welchen Maßnahmen will ich als Recruiter in welchem Zeitrahmen was genau erreichen?
- Externe Hilfe in Anspruch nehmen, wenn der Prophet im eigenen Land nicht gehört wird (Agentur/Berater/Bundesverband)
- Eine Dachstrategie (Employer Branding-Strategie) über den Einzelmaßnahmen entwickeln. Wenn die Dachstrategie vom Vorstand verabschiedet ist, können die Einzelmaßnahmen, die auf diese Strategie einzahlen, besser begründet werden
- Eigene Regeln für das Personalmarketing mit der ÖA abstimmen (z.B. bei der Nachwuchsgewinnung darf geduzt werden, für die Arbeitgebermarke darf es ein eigenes Logo geben (vgl. „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“))
- Sich mit anderen Recruitern aus diakonischen Trägern mit ähnlicher Mitarbeiterzahl austauschen und Vergleichszahlen einholen: Wie viele Personen sind mit Recruiting beschäftigt? Wie groß ist das Recruiting-Budget?
- einen Praxis-Ausbildungsplatz für eine/n Personaldienstleistungskauffrau/mann anbieten, für den der Recruiter als Praxisanleiter/Ausbildungsleiter fungiert