

Erfahrungsbericht

Vier Träger der Diakonie testeten von Oktober 2016 bis April 2017 [das Recruiting-Tool Talentry](#). Koordiniert und finanziert wurde das Pilotprojekt durch das Team Karriereportal der Diakonie Deutschland und dessen Kooperationspartner, die Fachverbände BeB, EREV, DEKV und DEVAP.



Inhalt

Das Wichtigste auf einen Blick	2
Diese diakonischen Träger haben Talentry mit uns getestet.....	2
Wichtigste Ergebnisse nach einem halben Jahr Testphase.....	2
Und jetzt nochmal ausführlicher	3
Was ist Talentry?	3
Wozu brauchen wir als Arbeitgeber das?	4
Diese Herausforderungen gab es bei der Einführung von Talentry	4
Festlegung der Prämie.....	4
Bedenken und Probleme in der Testphase	5
Zeitplan.....	6
Wie Sie Ihre Mitarbeiter von Talentry überzeugen.....	6
Was kostet Talentry? Und wie soll es weitergehen?	9
Ihre Ansprechpartner	9

Auf einen Blick

- Ein professionelles, digitales „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm kann eine starke Säule der zeitgemäßen Personalgewinnung sein
- Voraussetzung für den Erfolg ist eine Kommunikationsstrategie, die das Programm begleitet
- Talentry bietet Sonderkonditionen für diakonische Einrichtungen!

Diese diakonischen Träger haben Talentry mit uns getestet

Bethel.regional

„Allein schon die Tatsache, dass wir Personalgewinnung über diesen innovativen Kanal betreiben, hat uns einen Imagegewinn eingebracht!“

Jens Hinze

Diakonie Kork

„Unsere Personalabteilung hat sich in Sachen Personalrecruiting und Social Media aktiv auf den Weg gemacht. Tools wie Talentry sind von daher für uns hochinteressant.“

Christiane Schmetzer

Diakonie Leipzig

„Dieses neue Modul der Personalgewinnung stößt auf großen Zuspruch für den Gedanken allein, dass unsere Mitarbeiter die besten neuen Kollegen/innen kennen.“

Andrea Zander

Ev. Johannesstift / PersonaGrata

„Die meisten unserer Mitarbeiter sind im Pflegehelferbereich beschäftigt und finden aufgrund ihres kleineren Gehaltes die Prämien sehr interessant.“

Marcel Kurscheit

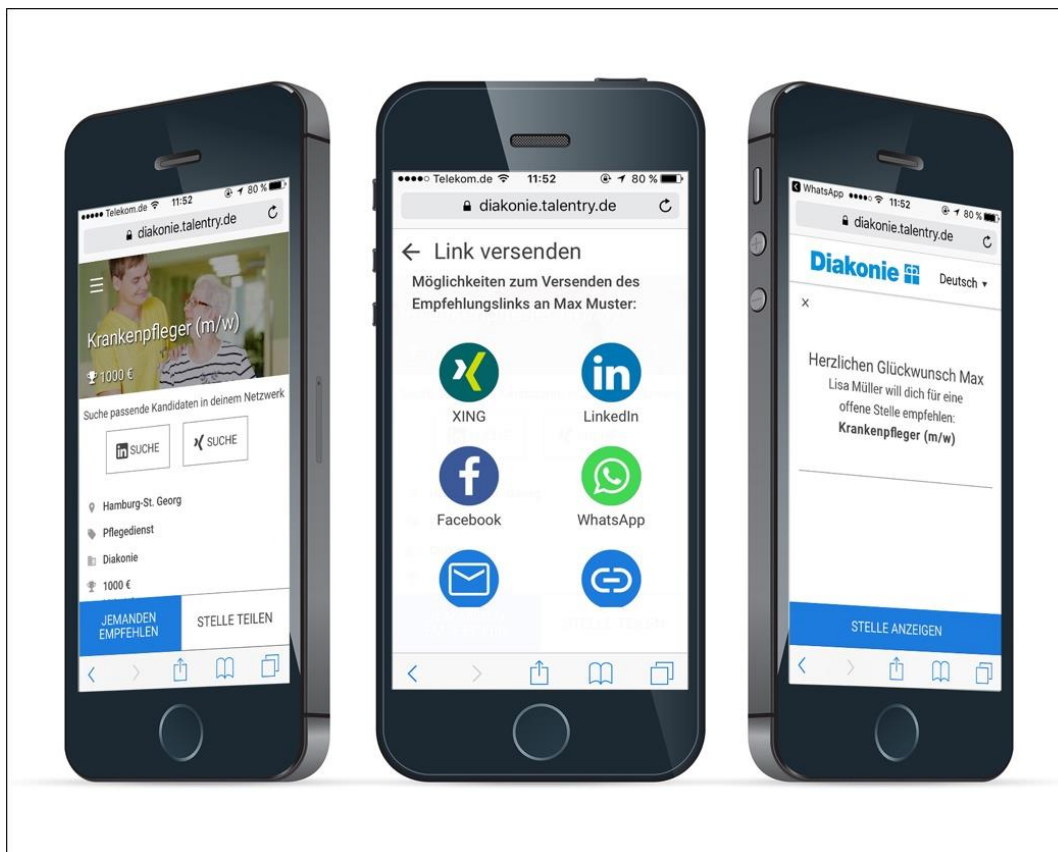
Ergebnisse nach einem halben Jahr Testphase

- 363 registrierte Mitarbeiter (von rund 3.000 angesprochenen Mitarbeitern; erfahrungsgemäß registrieren sich bis zu 30% der Mitarbeitenden)
- 529 Empfehlungen
- 72 Bewerbungen
- **18 Einstellungen direkt über Talentry**, 8 Einstellungen indirekt über Talentry, 26 offene Bewerbungsprozesse
- Cost per Hire: 9.520 Euro Kosten für die Testphase geteilt durch 26 Einstellungen = **366 Euro plus Prämie von 300 bzw. 500 Euro pro neuem Mitarbeiter**
- zwei der vier Testpartner führen Talentry nach Abschluss der Testphase weiter; ein dritter muss Umstrukturierungen im Unternehmen abwarten, bevor das Thema entschieden werden kann
- Im Gegensatz zu anderen neuen Recruiting-Tools, über die sich hauptsächlich die klassischen Fachkraft-Stellen ohne Besonderheiten besetzen lassen, konnten über Talentry

verschiedenste Stellen von der Pflegehilfskraft über Pflegedienstleitung, Gruppenleitung Catering in einer Werkstätte, Sozialpädagoge für die ambulante Jugendhilfe bis zur Dauernachtwache besetzt werden.

- Talentry ist nicht nur ein Recruiting-Kanal für den Nachwuchs. Die Auswertung bei einem unserer Testpartner ergab, dass die empfehlenden Mitarbeiter*innen durchschnittlich 41 Jahre alt sind, die Bewerber*innen 36 Jahre. Alle Altersgruppen waren gleichmäßig vertreten.
- Talentry führt zum Frustrabbau über den eigenen Arbeitgeber: Führungskräfte freuten sich, dass Mitarbeitende ihre Freunde fürs Team empfahlen („Dann scheint ja bei uns doch nicht alles so schlecht zu sein wie alle immer sagen.“)
- Talentry funktioniert nur, wenn es auf Trägerebene für ab ca. 1.000 Mitarbeitende eingesetzt wird

Und jetzt nochmal ausführlicher



Was ist Talentry?

Talentry ist ein digitales „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ -Programm. Als Arbeitgeber pflegen Sie Ihre Stellenanzeigen in Talentry ein. Ihre registrierten Mitarbeiter*innen bekommen eine automatische Info per E-Mail und können die freien Stellen an passende Freunde und Bekannte weiterleiten. Dies geschah in unserer Testphase per E-Mail (52%), Facebook (30%), WhatsApp (12%), XING (4%), LinkedIn und Twitter (je 1%). Bewerber riefen die empfohlenen Stellen vorrangig über Facebook (66%), E-Mail (22%) und WhatsApp (9%) auf. Sie bewerben sich direkt online innerhalb der

Software Talentry. Per E-Mail kann die Bewerbung aus dem System heraus an die Entscheider oder ggf. auch an eine andere diakonische Einrichtung weitergeleitet werden, wenn Sie selbst gerade keinen Bedarf haben. Kommt es aufgrund der Empfehlung zu einer Einstellung, zahlen Sie als Arbeitgeber eine Prämie an den empfehlenden Mitarbeiter. Angeboten wird Talentry von einem Start-up, das sich bereits seit 2012 am Markt hält und dessen Lösung auch andere Arbeitgeber aus dem Sozial- und Gesundheitswesen, u.a. Vivantes, erfolgreich einsetzen.

Wozu brauchen wir als Arbeitgeber das?

Große Wirtschaftsunternehmen nennen heutzutage als Hauptkanäle für die erfolgreiche Personalgewinnung Active Sourcing (Direktansprache) und ein professionelles „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm. Stellenanzeigen in Stellenbörsen verlieren an Bedeutung. Dazu kommt, dass Mitarbeiter, die über Empfehlungen kommen, laut US-Studien schneller eingearbeitet sind und dem Arbeitgeber länger treu bleiben als Mitarbeiter, die über andere Kanäle wie z.B. Stellenanzeigen kommen.

Häufig sagen diakonische Einrichtungen, „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ funktioniere bei ihnen schon lange – und das auch ohne digitales Tool und Prämie. Teils arbeiteten drei Generationen einer Familie bei ihnen im Haus und immer wieder bringe jemand jemanden aus dem Freundeskreis mit. Vielleicht wurde sogar einmal ein Flyer verteilt, der die Mitarbeiter dazu ermutigte. **Das ist sehr schön, schöpft jedoch das Potential dieser Recruiting-Methode nicht einmal annähernd aus! Wenn Sie viele Stellen zu besetzen haben, brauchen Sie Empfehlungen im großen Stil.** Sie wollen die gesamte Mitarbeiterschaft aktivieren und statistisch auswerten, z.B. für welche Art von Stellen Ihr „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm besonders gut funktioniert, welche Ihrer Mitarbeiter gute Multiplikatoren sind, über welche Kanäle Ihre Mitarbeiter bevorzugt empfehlen usw., um das Programm ständig zu optimieren. Diese Möglichkeiten bietet nur ein strategisch eingeführtes, digitales Tool.

Diese Herausforderungen gab es bei der Einführung von Talentry

Festlegung der Prämie

Bei Talentry werden durchschnittlich Prämien von 1.500 Euro pro neuem Mitarbeiter gezahlt. Solche Summen sind für diakonische Einrichtungen utopisch. Einfache Sachprämien oder sehr geringe Geldprämien empfehlen sich jedoch nicht. Denn es geht nicht um ein „kleines Dankeschön“, es geht um eine Dienstleistung (Recruiting), die die Mitarbeiter ihrem Arbeitgeber abnehmen und für die er über andere Kanäle (z.B. Stepstone) auch größere Summen bezahlen würde. Dies sollte entsprechend belohnt werden.

In unserer Testphase zahlten die Testpartner verschiedene Prämien: Von 300 Euro (Diakonie Leipzig) über 500 Euro (Diakonie Kork und Bethel.regional) bis hin zu einer abgestuften Prämie von 300 Euro für Fachkräfte und 100 Euro für Helferstellen (Ev. Johannesstift). Diese Summen wurden von den Mitarbeitern durchweg positiv aufgenommen und als angemessen empfunden.

Neben der Prämienhöhe waren verschiedene weitere Fragen zu klären:

- Wer soll die Prämie bekommen? Auch die Mitarbeiter der Personalabteilung oder die Führungskräfte, zu deren Alltagsaufgaben es gehört, Personal zu rekrutieren, oder nur z.B. Pflegefachkräfte, die sonst nichts damit zu tun haben? Dürfen Mitarbeiter, die keine Prämie bekommen können, trotzdem über Talentry empfehlen (aus Statistikgründen)? Bethel.regional schränkte z.B. wie folgt ein: „Bereichsleitungen können nur Leitungen für andere Bereiche sowie Mitarbeitende für Verwaltungspositionen werben.“
- Soll es eine einheitliche Prämie geben oder eine variable Prämie, die höher ist, je höher in der Hierarchie die ausgeschriebene Stelle angesiedelt ist oder je dringender das Besetzungsproblem ist?
- Wann soll die Prämie ausgezahlt werden? Bei Eingang der Bewerbung? Zu Beginn oder zum Ende der Probezeit? In mehreren Teilen?
- Soll der empfehlende Mitarbeiter zwischen verschiedenen Prämien auswählen können, z.B. hochwertige Fortbildung, Geld oder Spende für einen guten Zweck?
- Wie soll die Prämie ausgezahlt werden? Als Gehaltsbonus, auch wenn die Nettoprämie dann geringer ausfällt? Als steuerfreie Sachprämie auf einer Kreditkarte [des Anbieters Spendit](#)? Gestückelt auf mehrere Monate, um die Steuerfreigrenze für Prämien pro Mitarbeiter auszureizen, auch wenn dies Mehrarbeit für die Personalabteilung bedeutet?

Bedenken und Probleme in der Testphase

- Ausgrenzung von Mitarbeitenden, die kein Handy, PC, Tablet besitzen oder nutzen, da Talentry nur digital funktioniert (Lösung: aus Gründen der Transparenz keine „Umwege“ anbieten; einen Team-PC aufstellen, von dem ausdrücklich Talentry-Empfehlungen getätigt werden dürfen)
- Neid unter den Mitarbeitenden, falls die Empfehlungen des einen häufiger erfolgreich sind als die des anderen (Empfehlung: bei Problemfällen das persönliche Gespräch suchen, Entscheidungen transparent kommunizieren)
- Datenschutz (Empfohlen werden eine Vereinbarung über die Auftragsdatenvereinbarung sowie die Anpassung der Nutzungsbedingungen von Talentry an das kirchliche Datenschutzrecht. Muster für beide Dokumente liegen vor. Ansprechpartner: jens.hinze@bethel.de)
- Zustimmung der Mitarbeitendenvertretung: Es empfiehlt sich, die MAV als Partner des Programms ins Boot zu holen. Ob nach dem MVG EKD eine Mitbestimmungspflicht vorliegt, ist strittig. (Lösung: Zunächst Vereinbarung einer „Testphase“; danach fällt es beiden Partnern leichter, anhand der Fakten Rahmenbedingungen für einen weiteren Einsatz zu vereinbaren.)
- Bereichsleiter*innen wollen die Prämien nicht aus ihrem Etat zahlen (Lösung: Während der Testphase übernahm die Personalabteilung die Prämien; wenn das Programm Erfolg zeigt und Stellen besetzt werden können, sind die Bereichsleiter*innen eher bereit zu zahlen)
- Ein Testpartner hat Talentry testweise zunächst nur für einen Teilbereich seines Trägers von 150 Mitarbeitenden eingeführt und wollte im Erfolgsfall das Programm weiter ausbauen. Dies hat nicht zum Erfolg geführt, da bei einer kleinen Zielgruppe die notwendige „kritische Masse“ an Registrierungen nicht erreicht wird.
- Mitarbeiter forderten Prämien, obwohl sie freie Stellen mündlich oder vor Einführung von Talentry empfohlen hatten (Lösung: konsequent und transparent bleiben: Prämien gibt es

nur für digitale Empfehlungen und erst ab Einführung des Programms – so etabliert es sich am schnellsten)

- Ein Mitarbeiter veröffentlichte die Stellenanzeigen bei ebay-Kleinanzeigen, um die Prämie zu bekommen. Tatsächlich kam es über diesen Weg zur Einstellung neuer Mitarbeiter. Dennoch war dieses Vorgehen nicht gewünscht und der Mitarbeiter wurde gebeten, dies zu unterlassen.

Zeitplan

Obwohl die Talentry-Software relativ schnell aufgesetzt werden kann und die hauseigene IT / EDV keine Arbeit damit hat, benötigten unsere Testpartner einen Vorlauf von mehreren Monaten, um zu starten. Der Grund: Eine umfangreiche Kommunikationsstrategie muss vorbereitet werden, Stakeholder müssen überzeugt werden, Fragen zum Prämienmodell sind zu klären, die Personalabteilung muss sich auf den neuen Recruiting-Prozess vorbereiten. Im Rahmen unseres Pilotprojekts erfolgte im Juli 2016 das erste Treffen der Testpartner und es begannen die Vorbereitungen, im Oktober bzw. November startete das „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm bei den Trägern.

Die Stakeholder, die involviert werden sollten:

- Geschäftsführung
- MAV
- Datenschützer
- IT
- Mitarbeiter in der Personalabteilung
- Multiplikatoren wie Führungskräfte

Wie Sie Ihre Mitarbeiter von Talentry überzeugen

Erfahrungsgemäß erfährt ein „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm anfangs große Neugier und Zuspruch, kann dann aber auch nach einigen Monaten einschlafen. Um dem entgegen zu wirken, sollten stets neue, einfallsreiche Kommunikationsmaßnahmen ergriffen werden. Inhaltlich sollte dabei nicht nur die Geldprämie in den Vordergrund gerückt werden, sondern den Mitarbeitenden erklärt werden, dass sie hier die Gelegenheit bekommen, ihr Unternehmen mitzugestalten und zukunftsfähig zu machen. Diese Motivation verspricht langfristig mehr Engagement.



(Rückseite eines Flyers, der für die Pilotphase entwickelt wurde)

Über folgende Kanäle bzw. mit folgenden Maßnahmen können Sie auf Ihr „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm aufmerksam machen bzw. haben unsere Testpartner aufmerksam gemacht:

- E-Mail
- Info auf/mit der Gehaltsabrechnung
- Wiederholte Verteilung eines Flyers an die Mitarbeitenden
- Neue Mitarbeiter/innen im Rahmen des Onboarding-Prozesses informieren
- Multiplikatoren wie Teamleiter/innen oder digital affine Mitarbeiter persönlich ansprechen und um Mithilfe bitten
- Talentry in Teamsitzungen / Leitungssitzungen vorstellen
- Den empfehlenden Mitarbeitern zusätzlich zur Prämie einen persönlich unterschriebenen Dankesbrief vom Geschäftsführer oder ein Mittagessen mit dem Geschäftsführer anbieten
- Prämien variieren, Attraktivität der Prämie prüfen
- Newsletter

Beispiel: Auszug aus dem Newsletter der Diakonie Leipzig

Seit Herbst vergangenen Jahres können Sie als Mitarbeiterin oder Mitarbeiter der Diakonie Leipzig Stellenanzeigen über das Portal Talentry an Freunde und Bekannte weiterleiten. Bei erfolgreicher Vermittlung erhalten Sie von uns eine Prämie in Höhe von **300,00 Euro**. Inzwischen wurden unsere Stellenanzeigen in Talentry über **700 Mal** aufgerufen und über **100 Mal** über Soziale Netzwerke geteilt. Von den **14** bisher eingegangenen Bewerbungen haben wir **sechs** Bewerberinnen und Bewerber eingestellt. Die verhältnismäßig hohe Zahl der Einstellungen zeugt von der Qualität der von Ihnen vermittelten Bewerberinnen und Bewerber. Die Empfehlung der Diakonie Leipzig als Arbeitgeber sehen wir als Anerkennung unserer Arbeit und als großen Vertrauensbeweis seitens unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

- Plakate am Schwarzen Brett
- Facebook
- Regelmäßige Artikel in der Mitarbeiterzeitung
- Storytelling: Erfolgsgeschichten bekannt machen, z.B. Paar-Fotos vom empfehlenden Mitarbeiter zusammen mit dem von ihm empfohlenen Mitarbeiter in der Kantine aufhängen
- Unternehmens-App
- Umkleieräume der Pflegekräfte
- Mitarbeiterfest
- Mitarbeiterversammlung
- XING
- Intranet
- Verlosung von kleinen Preisen unter allen registrierten Mitarbeitern, unabhängig davon, ob sie jemanden empfohlen haben („Unter allen Mitarbeitenden, die sich bis zum x.x.xx bei Talentry registrieren, verlosen wir 5x2 Kinogutscheine im Wert von je 35 Euro!“)
- [Stellenausschreibungen für Talentry überarbeiten, ansprechender formulieren](#)
- Das Programm auf Führungskräfte tagungen professionell von Talentry-Mitarbeitern vorstellen lassen
- Konsequenterweise nur für Empfehlungen über Talentry Prämien zahlen
- Mit der Talentry-„Kampagnenfunktion“ für einzelne wichtige oder schwer zu besetzende Stellen bestimmte Mitarbeitende direkt ansprechen und um Hilfe bitten
- Freundliche Absage an den Mitarbeiter, falls aus seiner Empfehlung nichts geworden ist („Leider hat es mit dieser Empfehlung nicht geklappt, aber bleiben Sie dran und empfehlen Sie weiter.“)
- Test-Bewerbung über Talentry einreichen, um den Prozess aus Bewerbersicht zu durchlaufen und zu optimieren
- Team-PC/Laptop/Tablet zur Verfügung stellen, an dem offiziell die Talentry-Empfehlungen durchgeführt werden können/dürfen
- Bewerber, die man selbst nicht einstellen kann, an andere diakonische Einrichtungen weitervermitteln
- Speziell die Mitarbeiter anschreiben, die sich bei Talentry registriert haben, aber noch keine Empfehlung getätigt haben („Wir freuen uns, dass Sie sich registriert und Interesse an unserem Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm haben, nun sind wir gespannt auf Ihre erste Empfehlung!“)
- Führungskräfte anregen, über Talentry zu empfehlen, auch wenn sie keine Prämie bekommen können (wer das Programm selbst nutzt, empfiehlt es eher weiter)
- Prämien zu Beginn aus dem Etat der Personalabteilung bezahlen, erst nach erfolgreicher Einführung des Programms die Etats der Einrichtungen/Abteilungen damit belasten
- Umfrage unter Mitarbeitern starten: Würden Sie uns als Arbeitgeber weiterempfehlen? Ggf. positives Ergebnis nutzen, um Talentry einzuführen
- Flyer und anderes Kommunikationsmaterial zu Talentry zum Download anbieten. So können z.B. Teamleiter eigenständig Flyer zum Weitergeben an ihr Team ausdrucken, ohne sich immer an die Personalabteilung wenden zu müssen
- Angst vor „schlechten Empfehlungen“ abbauen („Keine Sorge, wenn der von Ihnen empfohlene Bewerber nicht zu uns passen sollte, wirkt sich das nicht nachteilig auf Sie aus“)

- Erklärvideo produzieren (Beispiel PostCH:
<http://www.elearner.ch/datapublic/p/pkom/p4p/video/index.html>)

Was kostet Talentry? Und wie soll es weitergehen?

Es gibt nun unter diakonie.talentry.de einen Diakonie-Kanal bei Talentry, für den die Einrichtungsgebühren in Höhe von 4.800 Euro von der Diakonie Deutschland und kooperierenden Fachverbänden (siehe unten) bezahlt wurden. Wenn Sie innerhalb dieses Diakonie-Kanals einen Träger-Account anlegen möchten, entfällt für Sie die Einrichtungsgebühr. Wenn Sie einen eigenen Träger-Kanal bei Talentry einrichten möchten, fällt die Einrichtungsgebühr an.

Derzeit sind die teilnehmenden Träger im Diakonie-Kanal bei Talentry als in sich abgeschlossene Instanzen angelegt, d.h. Mitarbeiter sehen und empfehlen nur Stellenanzeigen ihres eigenen Trägers. Mittelfristig wäre es möglich, ein Talentry-Netzwerk für den Diakonie Gesamtverband zu beleben, in dem Empfehlungen auch über Trägergrenzen hinweg getätigt werden können.

Zu der einmaligen Einrichtungsgebühr kommen monatliche Gebühren für die Nutzung von Talentry, die sich aus einer Grundgebühr und einem Zusatzpaket je nach Unternehmensgröße / Anzahl der registrierten Mitarbeitenden berechnen. **Hierzu haben wir Sonderkonditionen für diakonische Einrichtungen verhandelt. Diese können Sie bei unserem zuständigen Account Manager Herrn Mehner unter m.mehner@talentry.de oder 0151 40904967 anfragen.**

Auch wenn wir in Sozial- und Pflegeeinrichtungen jeden Pfennig umdrehen müssen: Ein funktionierendes Recruiting-Tool kostet Geld – genauso wie Stellenanzeigen Geld kosten. Es gibt kostenlose Alternativen im Bereich der Mitarbeiterempfehlungs-Softwares (z.B. firstbird.de), die sicherlich auch in Erwägung gezogen werden können, jedoch bieten diese nicht den Support und die umfangreichen Funktionen von Talentry.

Hier nochmal Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Sonderkonditionen für diakonische Einrichtungen
- Profitieren von den Erfahrungen, die in der Pilotphase gemacht wurden
- Kostenlos Flyer und Grafiken nutzen, die in der Pilotphase entwickelt wurden
- An das kirchliche Datenschutzrecht angepasste Nutzungsbedingungen
- Support von der Diakonie Deutschland

Ihre Ansprechpartner

Koordination der Aktion bei der Diakonie Deutschland: Maja Schäfer, maja.schaefer@diakonie.de,
030-65211-1866

Ansprechpartner bei Talentry: Martin Mehner, m.mehner@talentry.de, zentrale Tel. Nr. 089 –
41615976-0

Dieses Pilotprojekt wurde unterstützt von den Partnern des Diakonie Karriereportals:

