

kann nicht jeder. **SOZIALE BERUFE**

Personalmarketing im Radio – lohnt sich das?
Diakonische Einrichtungen testeten neuen Kanal zur Personalgewinnung: KarriereRadio.FM

Hintergrund der Kooperation

Im Januar 2015 startete www.KarriereRadio.FM in Deutschland. Aktuelle Musik wechselt sich auf diesem Onlinesender ab mit Beiträgen über Arbeitgeber, Neuigkeiten vom Arbeitsmarkt, Audio-Stellenanzeigen und Bewerberprofilen. Recruitainment („unterhaltsame Personalgewinnung“) lautet das Motto.



Um diakonischen Einrichtungen zu ermöglichen, diesen neuen Weg des Personalmarketings auszuprobieren, ging „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ eine Kooperation mit KarriereRadio.FM ein, die von Januar bis April 2015 andauerte. Dabei konnten Sonderkonditionen ausgehandelt werden, die Kosten für diesen Probelauf wurden von „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ übernommen. Zehn diakonische Einrichtungen aus dem Kreise der Unterstützer der Kampagne (www.soziale-berufe.com/unterstuetzer) profitierten davon.

Produziert wurde eine ganztägige Sondersendung zum Thema „Soziale Berufe“, die im Kooperationszeitraum ab KW 8 bis KW 18 wöchentlich einmal ausgestrahlt wurde und deren Elemente in der KarriereRadio.FM-Mediathek dauerhaft abrufbar sind. Inhalt:

- Interview mit Interview mit Ute Quednow, Geschäftsführerin, und Lena Müller, Berufspraktikantin, von der Diakonie Himmelsthür <http://bit.ly/17thi0n>

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

- Interview mit Annette Braun, Personalverantwortliche, und Sina Krüger, Pflegedienstleiterin, vom Alexander-Stift Großlarch der Diakonie Stetten <http://bit.ly/1BjwURI>
- Interview mit Erzieherin Vivian Heinze von der Inneren Mission Leipzig <http://bit.ly/17tj29T>
- Interview mit Monika Scholz-Zemann, Leiterin des Fachschulzentrums, und Katharina Pfaff, Heilerziehungspflege-Azubi von den Diakonischen Diensten Hannover <http://bit.ly/1JGaVIm>
- Interview mit Nathalie Hattermann und Christian Anders, beide Altenpflege-Azubis, von der Altenpflegeschule Oldenburg <http://bit.ly/1BLoq5r>
- Interview mit Michael Backhaus, Ausbildungsleiter, vom Mariaberg e.V. <http://bit.ly/1ELSoUu>
- Interview mit Ines Bruns, Personalentwicklerin, und Nils Kaufmann, Abteilungsleiter, vom Landesausschuss für Innere Mission <http://bit.ly/1AFFaYF>
- Interview mit Frank Stefan, Vorstandsvorsitzender, und Jan Magnus Klein, Heilerziehungspflege-Azubi, von der Ev. Fachschule für Heilerziehungspflege der Diakonie Kork <http://bit.ly/1abxZ1O>
- Interview mit Juliane Hanisch, Heimleiterin, vom Jakobushaus der Stadtmission Zwickau <http://bit.ly/1Bkng1h>
- Interview mit Hannes Wolf, Auszubildender zum Diakon, vom Wichernkolleg im Ev. Johannesstift <http://bit.ly/1abHOge>
- Radiospot des Alexander-Stifts <http://on.fb.me/1E3TLB9>
- Audio-Berufeprotrats auf Basis der Berufeprotrats auf soziale-berufe.com (z.B. Ergotherapeut: <http://bit.ly/1LBgRjA>, Erzieher: <http://bit.ly/1Dij8Yf>)
- Interview mit Projektleiterin Maja Schäfer zur Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ <http://bit.ly/1wjsd8F>
- Interview mit Projektleiterin Maja Schäfer über die Berufsberatung per WhatsApp <http://bit.ly/17ttuOt>
- Interview mit Projektleiterin Maja Schäfer zum Fachbuch „Personalgewinnung in der Pflege“ <http://bit.ly/1B8bXHO>

kann nicht jeder. SOZIALE BERUFE

The screenshot shows the website 'KarriereRadio.FM' with a navigation menu including HOME, PROGRAMM, MEDIATHEK, SHOW BUCHEN, WERBUNG, BEWERBER, NEUIGKEITEN, TEAM, and KONTAKT. The main content area features an article titled 'INTERVIEW MIT UTE QUEDNOW UND LENA MÜLLER VON DER DIAKONIE HIMMELSTHÜR' by Heidrun Meder, dated 11 February 2015. Below the title is a video player showing two women, Ute Quednow and Lena Müller, smiling. The text below the video describes the interview as part of the 'Soziale Berufe' campaign, highlighting the work of the Diakonie Himmelsthür in Hildesheim. A sidebar on the right contains a search bar, a 'KARRIERELIVE!' section with a 'KARRIERE LIVE!' logo and the text 'Jetzt: Fashion-Show - Mit Gardeur', and a 'TAGS' section listing various career-related terms like 'Ausbildung', 'Beratung', 'Employer Branding', etc.

Umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit

Eine umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit wurde im Rahmen der Kooperation von beiden Partnern gefahren, sodass die teilnehmenden diakonischen Einrichtungen zahlreiche Nennungen in den Social Media bekamen:

- KarriereRadio.FM postete die Beiträge bei Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Google+, Youtube, Slideshare sowie auf der eigenen Website.
- KarriereRadio.FM nannte die Diakonie und ihre Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ in den PR-Maßnahmen zum Launch von karriereradio.fm als Kooperationspartner <http://bit.ly/1DhrHVC>
- KarriereRadio.FM schaltete eigene Werbespots zur Sondersendung „SOZIALE BERUFE“.
- SOZIALE BERUFE kann nicht jeder berichtete auf soziale-berufe.com, im Blog (<http://bit.ly/1zAdz7q> und <http://bit.ly/1MOvj9i>), auf Facebook, Twitter und Google+


kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

SOZIALE BERUFE kann nicht jeder.
 Öffentlich geteilt - 13:29 #Ausbildung

Diakonische Arbeitgeber stellen sich vor:

Die Diakonischen Dienste Hannover bieten eine besondere Heilerziehungspflege-Ausbildung mit Schwerpunkt Inklusion: Monika Scholz-Zemann, Leiterin des Fachschulzentrums, und Katharina Pfaff, Heilerziehungspflege-Azubi, erzählen



KarriereRadio.FM – Interview mit Monika Scholz-Zemann und Katharina Pfaff von den Diakonischen Diensten Hannover
[bit.ly](#)

Wir sprachen mit Dr. Monika Scholz-Zemann / Leiterin Fachschulzentrum Gesundheitsberufe und Katharina Pfaff / Auszubildende für Heilerziehung Schwerpunkt Inklusion

SOZIALE BERUFE. kann nicht jeder. hat KarriereRadio.FMs Foto geteilt.
 Gepostet von Azubine Maja [?] · 20. Februar um 14:53 ·

Lena (24) hat Soziale Arbeit studiert und erzählt im Radiointerview über ihre Arbeit bei der Diakonie Himmelsthür. Die Behindertenhilfe als spannendes Einsatzfeld hatten ihr Kommilitonen in der Uni empfohlen. Das ist das Tolle am Bachelor Soziale Arbeit: Man muss sich noch nicht vor dem Studium entscheiden, wo man später genau arbeiten will, sondern kann währenddessen Verschiedenes ausprobieren und sich dann eins von 60 Arbeitsfeldern aussuchen! <http://www.soziale-berufe.com/soziale-arbeit>



TWEETS	FOLGE ICH	FOLLOWER	FAVORITEN
1.993	195	750	143

Tweets Tweets & Antworten Fotos & Videos

SOZIALE BERUFE @SozialeBerufe · 20 Std.
 Hier wird Leben und Lernen verknüpft: Das Wichernkolleg im @EvJohannesstift Spandau bit.ly/1abHOge

SOZIALE BERUFE @SozialeBerufe · 21 Std.
 Eine Dienstgemeinschaft von Mitarbeitern im Haupt- und Ehrenamt: Das Jakobushaus der Stadtmission Zwickau bit.ly/1Bkng1h

SOZIALE BERUFE @SozialeBerufe · 21 Std.
 Landesausschuss f. Innere Mission: Belegschaft bildet sich stets weiter, um neuen Pflegestandards gerecht zu werden bit.ly/1AFFaYF

SOZIALE BERUFE @SozialeBerufe · 21 Std.
 Diakonische Arbeitgeber stellen sich vor: An der Ev. Altenpflegeschule Oldenburg sind #Quereinsteiger willkommen bit.ly/1BL0q5r

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

KarriereJobportal.DE

Zusätzlich zur Veröffentlichung der Beiträge in den o.g. Kanälen wurden die Interviews in Stellenanzeigen im KarriereJobportal.DE, das zu KarriereRadio.FM gehört, eingebunden, sodass zeitgemäße Stellenanzeigen mit Audio-O-Ton entstanden (Beispiel: <http://bit.ly/1Da3rEL>).

KarriereJobportal.DE
164 Jobs Online

Home Alle Jobs Arbeitssuchende Arbeitgeber Kontakt

Stichwort Ort Entfernung

Fachkraft (Altenpfleger/in, Gesundheits- und Krankenpfleger/in, Gesundheits- und Kinderkrankenpfleger/in)

Unternehmensinformationen

Die Diakonie Stetten
Alexander-Stift

Anstellungsart: Feste Anstellung
Arbeitszeit: Vollzeit
Berufserfahrung: Mit Berufserfahrung
Land & Region: D-PLZ 7

Alexander-Stift
Heimweg 14
71577 Großerlach
Telefon 07903 930 0

Direkt bewerben

Help a friend with a job

Unsere Firmenseite

Wir wollen unsere Arbeit richtig gut machen!
Wir möchten zufrieden sein mit dem, was wir tun!
Und wir sind stolz auf das, was wir gemeinsam schaffen!
Um unsere Ziele zu erreichen...

Aufgetretene Herausforderungen und Empfehlungen:

Teils wurden die Möglichkeiten, die KarriereRadio.FM bietet, nicht vollständig ausgeschöpft, sodass eine Erfolgsbewertung (siehe unten) nur eingeschränkte Aussagekraft besitzt. Je umfangreicher und professioneller eine Einrichtung es versteht, die neu entstandenen Inhalte zu verbreiten und einzusetzen, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, mit einer Aktion wie dieser Bewerbererfolge zu erzielen.

Das aufgezeichnete Audio-Interview einmalig auf dem Einrichtungsprofil bei Facebook zu teilen, ist schön, aber zu wenig. „Es hätte auf der Facebookseite von KarriereRadio.FM mehr passieren müssen“, meint ein Teilnehmer in der Erfolgsumfrage unten, doch die Verantwortung, mehr aus der Aktion herauszuholen, liegt auch bei den Einrichtungen. Wer eine Aktion wie diese richtig ausschlichten möchte, der baut einen Spannungsbogen in den Social Media auf, indem er eine ganze Serie von Posts aus der Aktion macht:

- Erste Ankündigung „Wir haben was Spannendes vor – ein Radiointerview!“
- Fotogalerie vom Aufbau des virtuellen Studios, vom Anprobieren der Headsets, vom Interview, Spaßfoto, auf dem z.B. eine Banane als Mikrofon benutzt wird
- Teaser-O-Ton, also kurzer Schnipsel aus dem Interview mit dem Hinweis „Das komplette Interview hört ihr bald“
- Fotos der Auszubildenden, die beim Interview dabei waren, mit kurzem O-Ton, in dem sie erzählen, wie aufregend die Aktion für sie war und wie gespannt sie darauf sind, das Interview zu hören
- Ankündigung der Erstausrahlung des Interviews
- Ankündigung jeder weiteren Ausstrahlung des Interviews
- Hinweis für alle, die die Ausstrahlung verpasst haben, wo das Interview in der Mediathek von KarriereRadio.FM zu finden ist
- Teilen aller im KarriereJobportal.DE eingestellten eigenen Stellenanzeigen mit erneutem Hinweis auf das darin enthaltene Audiointerview
- Teilen der Interviews der anderen teilnehmenden Einrichtungen jeweils mit dem Hinweis, dass auch die eigene Einrichtung teilgenommen hat
- Teilen der Audio-Berufeprotrails, die KarriereRadio.FM im Zuge der Aktion erstellt hat
- ...

Je mehr Stellenanzeigen im kostenlosen KarriereJobportal.DE geschaltet und mit dem Audio-Interview verknüpft werden, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, von Bewerbern gefunden zu werden, und desto mehr Inhalte gibt es, die in den Social Media geteilt werden können. Wer gar keine oder nur eine einzige Stellenanzeige pro Einrichtung schaltet oder es versäumt, diese Stellenanzeigen umfangreich zu teilen, verschenkt Potential. Die Einbindung des Interviews in die

Stellenanzeige auf KarriereJobportal.DE durch KarriereRadio.FM erfolgte allerdings wenig prominent. Im Ausbildungsstätten-Navigator und in der Stellenbörse auf www.soziale-berufe.com wird die Möglichkeit der Einbindung eines prominenten Video- oder Audio-O-Tons derzeit eingebaut.

Ein Logo in den Stellenanzeigen und ein sympathisches Foto der Interviewpartner neben dem Audio-Interview auf der Website von KarriereRadio.FM sind unabdingbar. Wer beides nicht mit einpflegt oder nicht darauf achtet, dass die gelieferten Grafiken und Bilder von KarriereRadio.FM eingearbeitet werden, wirkt unprofessionell und verschenkt eine Gelegenheit, seine sympathischen Mitarbeiter vorzustellen. Ohne Foto wirkt ein Audio-Interview online nur halb so stark, zumal wenn es von Nutzern in den Social Media geteilt wird.

Eine Einrichtung ist aufgrund technischer Probleme abgesprungen. Nicht nur die Öffentlichkeitsarbeit bzw. Personalabteilung, das Sekretariat, in dem die Bewerbungen eingehen, sondern auch die EDV/IT muss darauf vorbereitet und eingebunden werden, wenn eine Einrichtung neue Wege des Personalmarketings beschreiten will. Dass hier die technischen Möglichkeiten am Büro-PC erweitert werden müssen, ist nicht nur beim Radiointerview, sondern auch bei vielen anderen neuen Wegen notwendig.

Fehler können passieren – so betitelt KarriereRadio.FM die teilnehmenden Einrichtungen teils mit falschen Namen („Diakonie Mariaberg“, „Altenpflegeschule Oldenburg“ ohne „Evangelische“), im Onlinebeitrag zum Interview wurde auf das falsche Interview (das Interview einer anderen Einrichtung) verlinkt. Hier ist es wichtig, seitens des Auftraggebers darauf zu achten, dass die eingekauften Leistungen korrekt erbracht werden.

Erfolgsumfrage unter den teilnehmenden Einrichtungen

Wir haben die Teilnehmer an der Kooperation zwischen „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ und KarriereRadio.FM nach ihren Erfahrungen gefragt, um daraus Empfehlungen für Sie abzuleiten. Folgende Ergebnisse kamen dabei heraus:

Warum haben Sie an der Kooperation teilgenommen? Was haben Sie sich davon erwartet?

- Erhöhung des Bekanntheitsgrades unserer Einrichtung
- Aufmerksamkeit in der Radio-Öffentlichkeit für unsere Einrichtung als Arbeitgeber
- Nutzung weiterer medialer Kanäle
- Außendarstellung unserer Schule; Transparenz/Infos zum Beruf/Berufsbild, höhere Bewerberzahlen
- Neue Methode des Personalmarketings für die junge Zielgruppe testen

Wie hat es mit der Organisation im Vorfeld geklappt (Absprache der Interviewtermine, Suche nach Interviewpartnern in der Einrichtung, Einweisung durch KarriereRadio.FM in die Stellenbörse KarriereJobportal.de)?

- Sehr gut
- Die Aktion war für Radio-Technik-Unkundige nicht gut vorbereitet. Meine Interviewpartnerin und ich haben uns drei- oder viermal mit KarriereRadio.FM verabredet, bis es technisch geklappt hat, da fehlten uns im Vorfeld auch Informationen.
- Im Prinzip recht gut
- Gut
- Äußerst unkompliziert und einfach

Wie hat es mit der technischen Umsetzung geklappt (Aufnahme des Interviews im virtuellen Studio)? Welche Probleme gab es evtl. dabei? Konnten diese gelöst werden? Halten Sie diesen technischen Weg für diakonische Einrichtungen für „machbar“ oder für zu kompliziert?

- Gut machbar
- Wenn man weiß wie es geht, ist es machbar. Beim 1. Mal ist es recht kompliziert, weil die EDV-Abteilung sich mit der Software nicht auskennt und einen Weg durch die Firewall des Unternehmens freischalten muss. Mein Laptop wurde für die Interviewzeit komplett vom internen Netz abgekapt.
- Größere technische Probleme (Firewall unseres Datennetzes), technische Störungen bei der Aufnahme (deren Auswirkungen für die Hörer jedoch kaum deutlich wurden). Die Interviewfragen kamen leider erst direkt zum Aufnahmetermin, so dass wir uns nicht vorbereiten konnten und wesentliche Details nicht unterbringen konnten.
- Sehr gut und machbar, die Hilfestellung erfolgte prompt und sehr gut!
- Die Aufnahme hat zügig funktioniert und beim ersten Mal war gleich alles im Kasten. Probleme dabei gab es keine. Ich halte diesen Weg für sehr gut machbar. Völlig unkompliziert.

Wie sind Sie mit dem Ergebnis, dem Audio-Interview und seiner Präsentation im KarriereRadio.FM-Blog, zufrieden?

- Sehr zufrieden (3 Nennungen)
- Zufrieden (2 Nennungen)

Haben Sie das Audio-Interview selbst irgendwo verwendet (auf Ihrer Website eingebunden, in den Social Media geteilt, eine Pressemeldung dazu verfasst, ...)?

- Facebook (4 Nennungen)

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

- Einrichtungswebsite (3 Nennungen)
- Newsletter (1 Nennung)
- Info an Social Media-aktiven Azubi, der es intensiv geteilt hat (1 Nennung)
- Idee Pressemeldung kam uns leider erst im Nachhinein

Haben Sie Rückmeldungen von Ihren Mitarbeitern, Bewerbern oder Externen zu dieser Aktion bekommen?

- Ja
- Auf Facebook ein paar, aber nicht so viele
- Nein
- Viele Kollegen und alle Schulklassen haben die Aktion verfolgt und den Schülern, die das Interview gegeben haben, sehr positive Rückmeldungen gegeben
- Einige wenige Rückmeldungen. Die meisten Kollegen haben das Interview nicht gehört, zumeist weil wir in der Einrichtung keine Audio- oder Videodateien abspielen können (kein Flashplayer, keine Lautsprecher)

Haben Sie Bewerbungen bekommen, die eindeutig auf das Interview bei KarriereRadio.FM oder die zugehörige Stellenanzeige im KarriereJobportal.de zurückzuführen waren?

- Nein (4 Nennungen)
- Leider nein, aber wir hätten die Möglichkeiten, die KarriereRadio.FM bietet, noch besser ausnutzen sollen. Eine ausführlichere Einweisung, was z.B. bei den Stellenanzeigen zu berücksichtigen ist, hat gefehlt.

Werten Sie diese Aktion als Erfolg? Warum/Warum nicht?

- Als kleinen Erfolg. Interessenten aus anderen Regionen sind auf uns aufmerksam geworden.
- Eher ja, weil wir so einen modernen Kanal genutzt haben und das auch zeigen. Um auch einen Akquise-Erfolg zu erzielen, müsste z.B. auf der Facebookseite von KarriereRadio.FM dauerhaft etwas Spannendes laufen.
- Ja, es war ein Anfang.
- Mit Blick auf die Schüleraktivität und die Loyalität der Schüler untereinander und mit Blick auf die Außendarstellung unserer Einrichtung war es ein Erfolg, legt man die Hoffnung auf höhere Bewerberzahlen zugrunde, war es kein Erfolg.
- Es war okay, für den Aufwand dahinter aus unserer Sicht ein Erfolg.

Würden Sie Personalmarketing auf KarriereRadio.FM weiterhin betreiben, wenn Sie nun selbst Geld dafür bezahlen müssten (390-1390 Euro pro Sendung je nach Umfang)? Warum/Warum nicht?

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

- Nein, da KarriereRadio.FM in Düsseldorf ist. Wir würden mitmachen, wenn es hier in Stuttgart wäre. [Anmerkung: KarriereRadio.FM ist ein Onlinesender und per WLAN überall zu empfangen.]
- Ich vermute, dass die Geschäftsführer sich dagegen entscheiden würden, weil ihnen der Weg noch nicht nahe genug liegt, bevor darüber nicht ein konkreter Bewerber-Erfolg zu verbuchen war.
- Das müsste systematisch im Konzern entschieden werden.
- Ja
- Ich denke eher nicht, da nicht eindeutig erkennbar ist, wie viele Personen aus unserer Zielgruppe damit erreicht werden. Wenn ich einen Messestand buche, kostet der mich in etwa gleich viel und hat eindeutige Auswirkungen, was die Bewerbungen angeht. Auch der Erfolg über soziale-berufe.com ist aktuell klar nachweisbar.

Würden Sie anderen Einrichtungen das Personalmarketing auf KarriereRadio.FM weiterempfehlen?
Warum/Warum nicht?

- Ja, Einrichtungen in der Region Düsseldorf.
- Eher nein, es gibt in diakonischen Einrichtungen noch zu wenig Erfahrung mit dieser Art von Personalmarketing.
- Ja, die Vernetzung mehrerer Kanäle ist sehr sinnvoll.
- Ja, es ist eine adressatengerechte Plattform und unser Schülerpotential in Sachen zeitgerechte Medien lässt sich so ausschöpfen.
- Als weiteren Baustein im Personalmarketing würde ich es empfehlen.

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

Personalmarketing auf KarriereRadio.FM

So funktioniert Personalmarketing über KarriereRadio.FM:



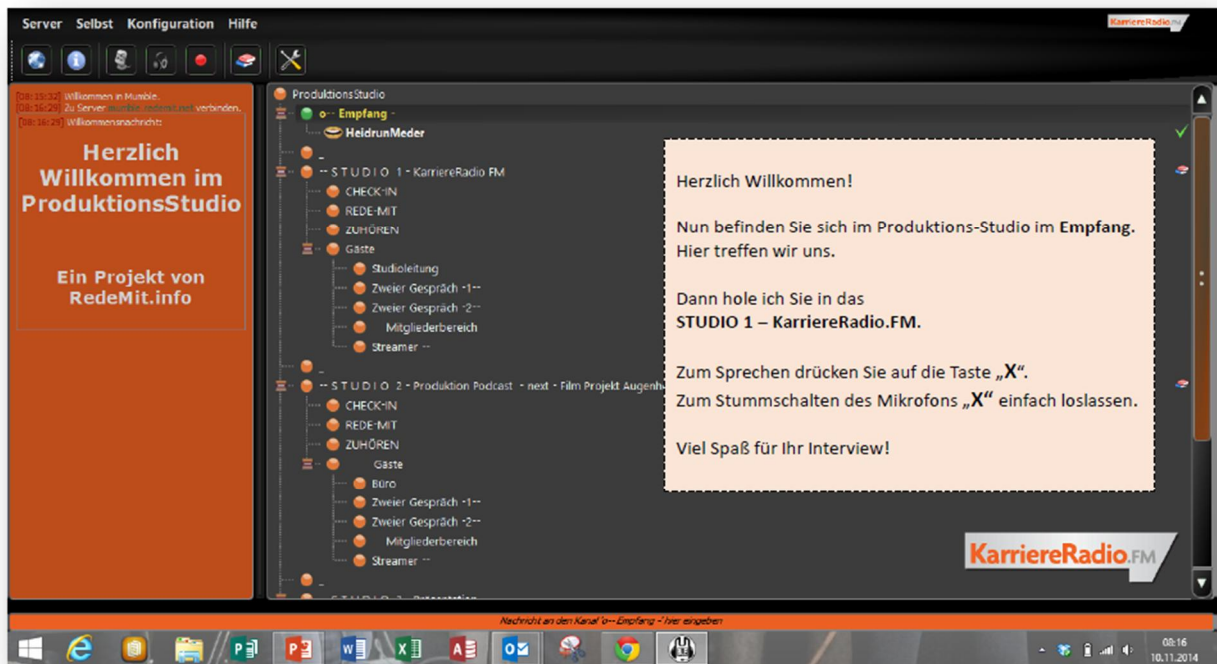
Die Preise für verschiedene Pakete finden Sie hier: <http://bit.ly/1DhrHVC>. Sie liegen zwischen 390 und 1390 Euro pro Sendung je nach Umfang (Stand März 2015).

Die Interviews werden in einem „virtuellen Studio“ aufgenommen, das bedeutet: Sie laden eine Software auf Ihren PC/Laptop herunter und installieren diese. Auf Privatgeräten funktioniert dies leicht selbst, auf Dienstgeräten muss die IT eingebunden werden. Während des Interviews müssen Sie online sein. Sie benötigen ein Headset (Kopfhörer mit Sprechmikro). Zur Not tut es ein Headset wie es mit jedem Smartphone mitgeliefert wird (links). Besser ist ein professionelles Headset (rechts), das es bereits für 20 Euro zu kaufen gibt.



kann nicht jeder. SOZIALE BERUFE

Dies ist die Ansicht im „virtuellen Studio“. Mit dem Headset auf dem Kopf brauchen Sie nun nur noch die Taste X zu betätigen, wenn Sie sprechen möchten. Ein Lippensymbol zeigt Ihnen an, ob Ihr Gesprächspartner bei KarriereRadio.FM mit Ihnen spricht.



Für weitere Informationen stehen Ihnen zur Verfügung:

Maja Schäfer

Projektleitung „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ bei der Diakonie Deutschland

030-65211-1866, maja.schaefer@diakonie.de

Heidrun Meder

Geschäftsführerin bei KarriereRadio.FM

0211 – 930 777 32, heidrun.meder@karrieregate.de

Diakonie

Bundesverband
evangelische
Beauftragte

EVANGELISCHER
ERBEV
VERBAND

DEW
Deutscher Evangelischer
Krankenhausverband e.V.

VdDD
Verband diakonischer Dienstgeber
in Deutschland

DEPAR

BKK Diakonie
Von Mensch zu Mensch...