Personalgewinnung in schwierigen Zeiten

Jahrestagung APK 25./26. Sept. 2023

Berlin

Dieter Grupp

Die Zentrale Herausforderung der nächsten Jahre

- <u>Personal</u> - Mangel an qualifizierten Fachkräften
  - Bedingt durch den demografischen Wandel gehen in naher Zukunft sieben Millionen Arbeitnehmer:innen in Rente. Wie alle anderen Branchen trifft dies auch die Krankenhäuser, die somit im Wettbewerb um die verbliebenen Arbeitskräfte stehen
  - Im Gegensatz zur Privatwirtschaft befinden sich Krankenhäuser in einem regulierten Markt mit festen Preisen und Kostensätzen oder Fallpauschalen (DRG). Das hat zur Folge, dass sie Vergütungen und Entgelte ihrer Mitarbeitenden nicht ohne Weiteres dem Markt anpassen können.

→ Unternehmenskultur ist entscheidend!

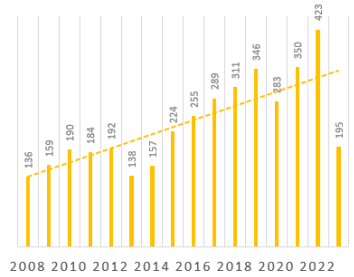
Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor

- Unternehmenskultur als Gesamtheit gemeinsamer Werte, Normen und Einstellungen, die die Entscheidungen, Handlungen und das Verhalten der Mitarbeitenden prägen
  - Wie verhält sich die Organisation nach innen und außen?
- Im Zusammenhang mit Personalgewinnung spielt die Reputation, also das Image oder der Ruf eines Unternehmens, eine zentrale Rolle.
  - Dieses Image oder dessen Wahrnehmung ist nach innen und außen durch die Unternehmenskultur geprägt
  - Das Personalmarketing gibt idealerweise die Unternehmenskultur durch eine geeignete Kommunikation wieder.
- Unsere Strategie zur Personalgewinnung setzt auf die Unternehmenskultur auf, die das Ergebnis eines langjährigen strategischen Personalmanagement ist.
- Der Erfolg gibt uns (bisher) recht…

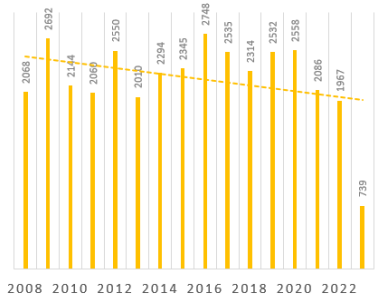
Kennzahlen ZfP Südwürttemberg

- 2.915 VK Budget -> 2.832 VK IST
  - 2,84% der budgetierten Stellen sind nicht besetzt
- PPP-RL-Abdeckung
  - Personalausstattung in allen Regionen, über alle Berufsgruppen sehr stabil und auf einem hohen Niveau
- Jahresdurchschnittlich deckt das ZfP Südwürttemberg den Personalbedarf im Umfang von ca. 0,2 % – 0,5 % durch Leiharbeitnehmer

Ausschreibungen pro Jahr (ZfP)



Bewerbungen pro Jahr (ZfP)



2008: 15,2 Bewerbungen pro Ausschreibung
2022: 4,6 Bewerbungen pro Ausschreibung

Personalstrategie und Unternehmenskultur

Bausteine für die Personalgewinnung

Zusammenarbeit fördern

Zusammen Arbeit.

Unternehmen als Ökosystem:

- Die Personalstrategie des ZfP Südwürttemberg setzt auf die Schwerpunkte: Werteorientierung, Zusammenarbeit, Qualität der Arbeit und betriebliche Solidarität

Rückmeldung der Mitarbeitendenbefragung:

Die besten Aussagen im Vergleich zum externen Benchmark

	Ergebnis	Differenz
Kann bei Bedarf Zeit frei nehmen	(61%)	31%
Alle ziehen an einem Strang	(52%)	26%
Erhalte Weiterbildungs- & Entwicklungsangebote	(70%)	26%
Psychische & emotionale Gesundheit ist gewahrt	(48%)	22%

ZfP Südwürttemberg 2022 (2019)
Kliniken – gut*

Übersicht der GPTW Fokusbereiche

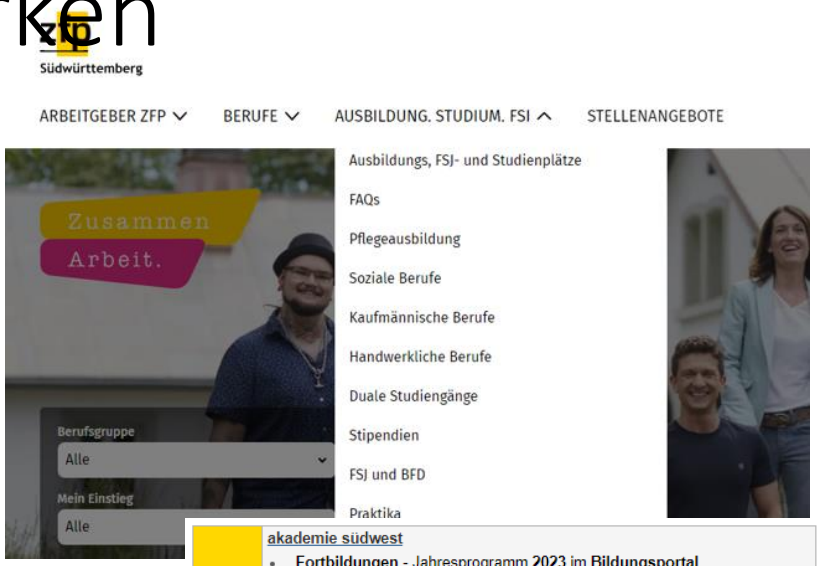
Glaubwürdigkeit	60%	52%
Respekt	56%	42%
Fairness	62%	50%
Stolz	63%	62%
Teamgeist	67%	52%

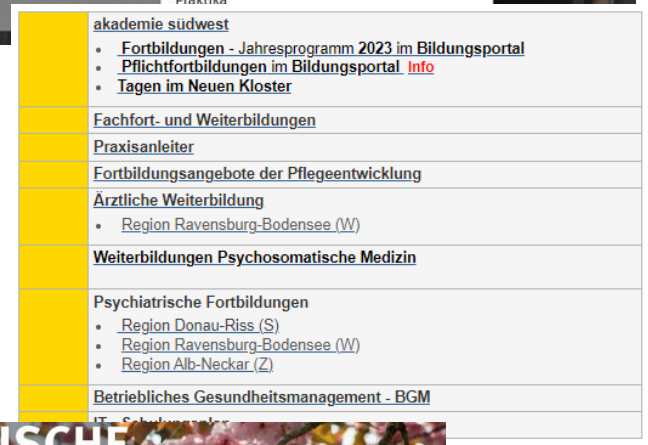
Chancengleichheit, Vereinbarkeit Beruf/Familie

- Frauenförderung und Chancengleichheitsplan seit 25 Jahren
  - Frauenförderung auf Leitungspositionen
  - Equal Pay
  - Arbeitszeitmodelle sollen Flexibilität und Vereinbarkeit ermöglichen: Teilzeit, Gleitzeit, Homeoffice
  - Unterstützungsangebote zur Kinderbetreuung, Ferienbetreuung, Care-Arbeit (z.B. „Essen aus der Kantine“)

Aus-, Fort- und Weiterbildung stärken

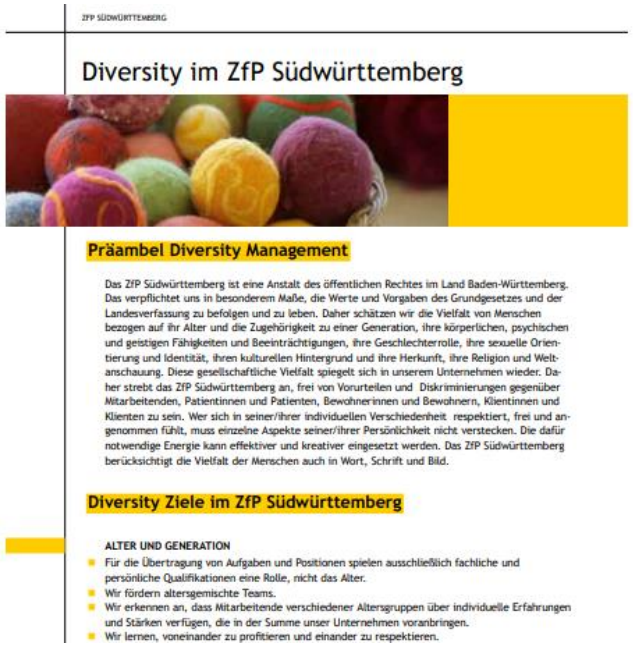
- Bildungseinrichtung „akademie südwest“
- Pflegefachschulen an zwei Standorten
- Duale und ausbildungsintegrierte Studiengänge
- Kooperationen mit verschiedenen Hochschulen und Ausbildungsinstituten
- Weiterbildungsermächtigung in allen relevanten Facharztgebieten
- Psychotherapeutenaus- und –weiterbildung
- Kaufmännische und technische Ausbildungsberufe





Diversity Management, Integration und Inklusion

- Das ZfP Südwürttemberg hat 2016 die Grundlagen für ein aktives Diversity Management gelegt
  - 2018: Beitritt zur Charta der Vielfalt
- Gesamtschwerbehindertenvertretung, regionale Schwerbehindertenvertretung, Inklusionsvereinbarung
- BEM-Team



ZFP SÜDWÜRTTEMBERG

Diversity im ZfP Südwürttemberg

Präambel Diversity Management

Das ZfP Südwürttemberg ist eine Anstalt des öffentlichen Rechtes im Land Baden-Württemberg. Das verpflichtet uns in besonderem Maße, die Werte und Vorgaben des Grundgesetzes und der Landesverfassung zu befolgen und zu leben. Daher schätzen wir die Vielfalt von Menschen bezogen auf ihr Alter und die Zugehörigkeit zu einer Generation, ihre körperlichen, psychischen und geistigen Fähigkeiten und Beeinträchtigungen, ihre Geschlechterrolle, ihre sexuelle Orientierung und Identität, ihren kulturellen Hintergrund und ihre Herkunft, ihre Religion und Weltanschauung. Diese gesellschaftliche Vielfalt spiegelt sich in unserem Unternehmen wieder. Daher strebt das ZfP Südwürttemberg an, frei von Vorurteilen und Diskriminierungen gegenüber Mitarbeitenden, Patientinnen und Patienten, Bewohnerinnen und Bewohnern, Klientinnen und Klienten zu sein. Wer sich in seiner/ihrer individuellen Verschiedenheit respektiert, frei und angenommen fühlt, muss einzelne Aspekte seiner/ihrer Persönlichkeit nicht verstecken. Die dafür notwendige Energie kann effektiver und kreativer eingesetzt werden. Das ZfP Südwürttemberg berücksichtigt die Vielfalt der Menschen auch in Wort, Schrift und Bild.

Diversity Ziele im ZfP Südwürttemberg

ALTER UND GENERATION

- Für die Übertragung von Aufgaben und Positionen spielen ausschließlich fachliche und persönliche Qualifikationen eine Rolle, nicht das Alter.
- Wir fördern altersgemischte Teams.
- Wir erkennen an, dass Mitarbeitende verschiedener Altersgruppen über individuelle Erfahrungen und Stärken verfügen, die in der Summe unser Unternehmen voranbringen.
- Wir lernen, voneinander zu profitieren und einander zu respektieren.

charta der **vielfalt**
Für Diversity in der Arbeitswelt

Führungskräfte entwickeln

- Für Führungskräfte wurden spezielle Personalentwicklungsprogramme aufgelegt
  - Kurs „Management“
  - Kurs „Führung“
  - Vertiefende Seminare zu den Themen „Jahresgespräche“, „Gesund führen“, Konfliktmanagement, Changemanagement usw.
- Mentoring-Programme (Management)
- Trainee-Angebote (Pflege)
- Potenzial-Analysen (Pflege)

Nachhaltigkeit und Menschenrechte

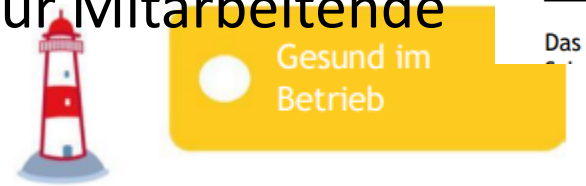
- Interne AG Nachhaltigkeit seit 2016
- Beitritt zur WIN Charta 2020
- Nachhaltigkeitsstrategie 2022
- „Grundsatzerklärung zu Menschenrechten und Nachhaltigkeit“ 2023
- Weitere Bausteine:
  - Gesund im Betrieb (BGM)
  - Nachhaltige Benefits für Mitarbeitende

Grundsatzerklärung zu Menschenrechten und zur Nachhaltigkeit

Die Geschäftsleitung des ZfP Südwürttemberg gibt auf Grundlage von § 6 Abs. 2 des Gesetzes über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten (LkSG) mit Wirkung zum 01.01.2023 die folgende Grundsatzerklärung ab:

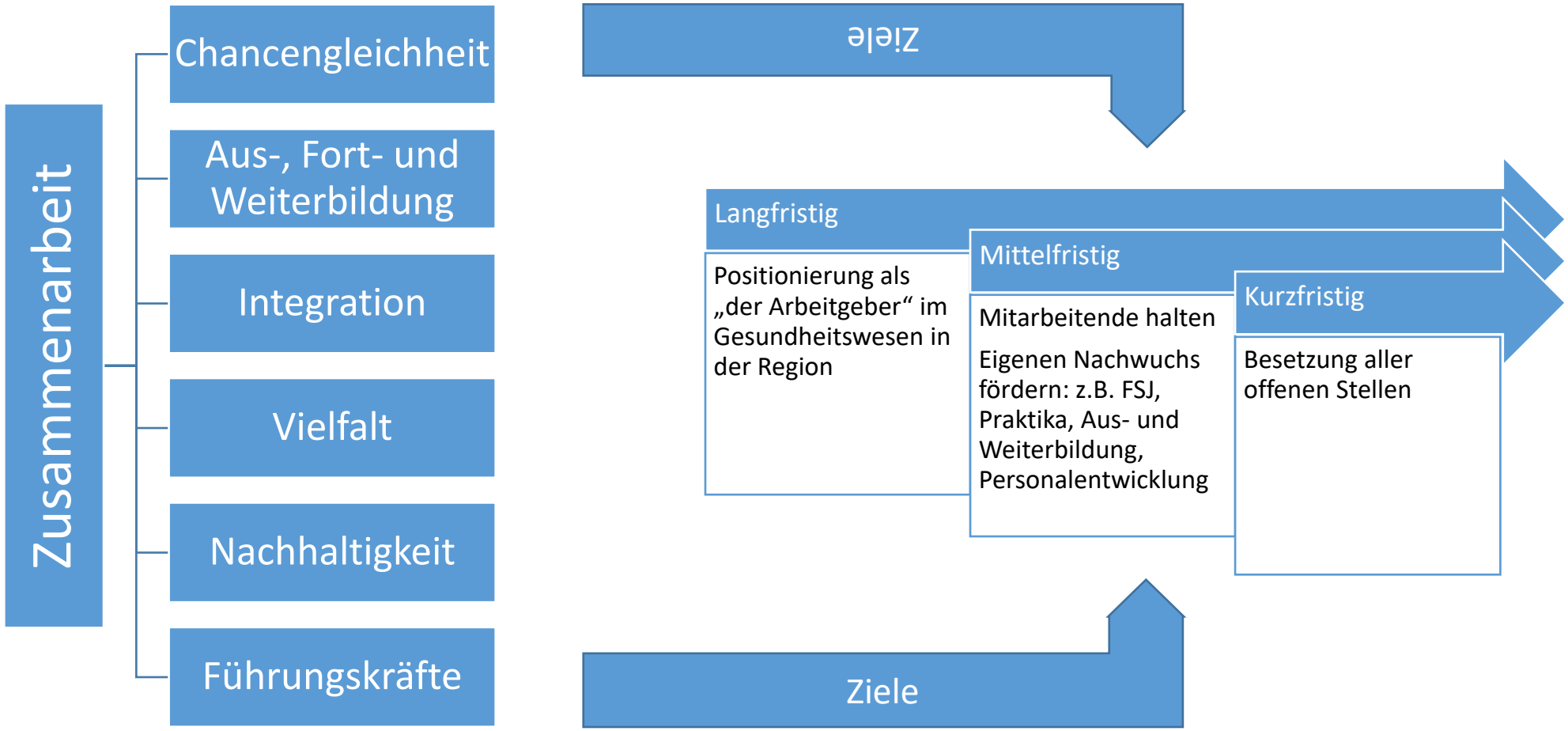
Bekenntnis zu Menschenrechten und Umweltschutz

Das ZfP Südwürttemberg verpflichtet sich zur Achtung von Menschenrechten und zum



Personalstrategie und Strategie der Personalgewinnung

Zusammen Arbeit.



Markenkonzept und Markenbotschaft

Die Arbeitgebermarke des ZfP Südwürttemberg

Markenkern und Markenbotschaft

- Dachmarke: „Zusammenarbeit“
  - Markenkern:
    - Zusammenarbeit
    - gleiche Chancen für alle
    - große Auswahl an Standorten und Bereichen
    - flache Hierarchien
    - Verantwortung für Mitarbeitende
  - Markenbotschaft
    - wertschätzendes Miteinander
    - krisensicher und sinnhaft
    - Vielfalt: bezogen auf Berufe, Menschen und Aufgaben
    - hohe Flexibilität: bezogen auf Karriere, Arbeitszeiten, Standorte, weitere

Benefits und Argumente

- familienfreundlicher Arbeitgeber
- Tarifverträge, gute Arbeit, sichere Arbeit, Zusatzleistungen in der Pflege in der Psychiatrie
- Teamarbeit (Bereich, Hierarchie, Standort)
- Integration ausländischer Fachkräfte
- Zeitarbeitskonten
- flexible Arbeitszeiten, auch ein Vorteil für junge Väter, die Familie und Beruf vereinbaren wollen
- Betriebliches Gesundheitsmanagement, on-/offline
- Quereinsteiger:innen und Umsteiger:innen willkommen
- Jobticket
- Karriereplanung und -maßnahmen
- Fort- und Weiterbildung, intern und extern
- Unterstützung bei der Wohnungssuche
- Einstieg ins Berufsleben über Freiwilligendienste
- Ausbildung & Studium im Gesundheitsunternehmen

Auf allen Kanälen

Webseiten, Social Media, Anzeigen, Pressearbeit

Baukasten für das strategische Personalmarketing

Berufsgruppe/n	externe und interne Nutzung	externe und interne Nutzung	interne Nutzung
Ärzt:innen Psycholog:innen Therapeutische Berufe & Soziale Arbeit Management & Verwaltung IT, Technik, Handwerk Pflege (teils)	Zusammen Arbeit.	Miteinander. Füreinander.	
Auszubildende Studierende	Anfänger Glück.		
Freiwillig Tätige	Voll Wert.		
Pflege	www.yeswecare.de ♥ yes we care ♥		
Ärzt:innen Psycholog:innen Therapeutische Berufe & Soziale Arbeit Management & Verwaltung IT, Technik, Handwerk Auszubildende, Studierende Freiwillig Tätige	Weiter Denken.		Sicher.Vertraulich
Ärzt:innen Psycholog:innen Therapeutische Berufe & Soziale Arbeit Management & Verwaltung IT, Technik, Handwerk	Rundum Blick.		

3 Kontaktchancen (Candidate Journey)

Chancen und Möglichkeiten, mit potenziellen und bestehenden Mitarbeitenden im Dialog zu stehen, über Benefits und Werte zu kommunizieren.

Wahrnehmen
- Freunde, Bekannte, Familie
- Busse, Plakate, Flyer
- Pressemeldung
- Stellenanzeigen
- Social Media
- Karriereportal
- Standorte

Erkennen
- Stellenanzeige/ Jobbeschreibung
- Karriereportale (Stepstone, Monster)
- berufliche Netzwerke (XING, LinkedIn)
- Infoveranstaltungen an ZfP-Standorten
- Messen
- persönlicher Austausch
- Präsenz vor Ort

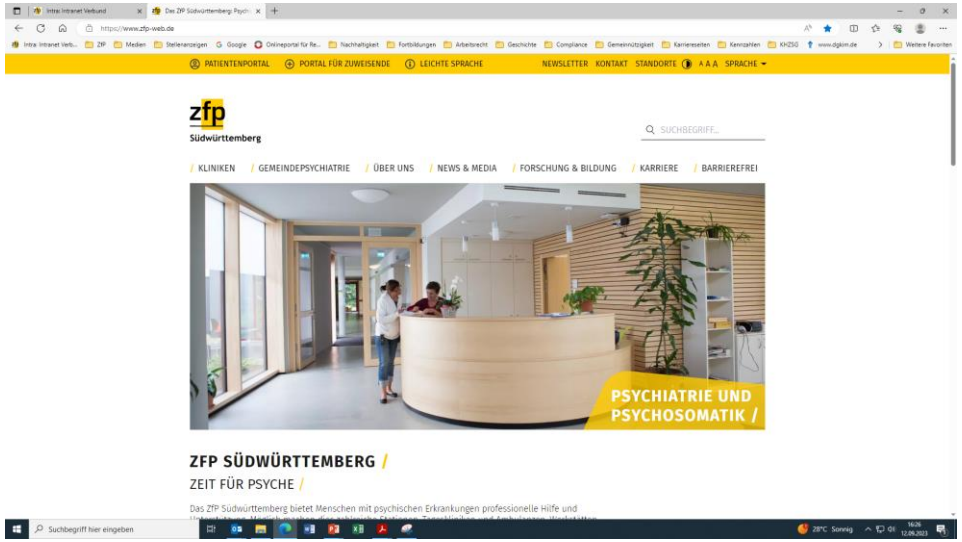
Bewerben & Einsteigen
- Prozedere
- Kommunikation
- Einladung zur Bewerbung
- Gespräch
- Benefits
- Hospitation
- Vertrag
- Onboarding

Bleiben
- Benefits
- Fort- und Weiterbildung
- Karriereplanung
- Veranstaltungen
- Intranet
- Supervision
- Zeitmodelle
- Jahresgespräche
- Feedbackkultur

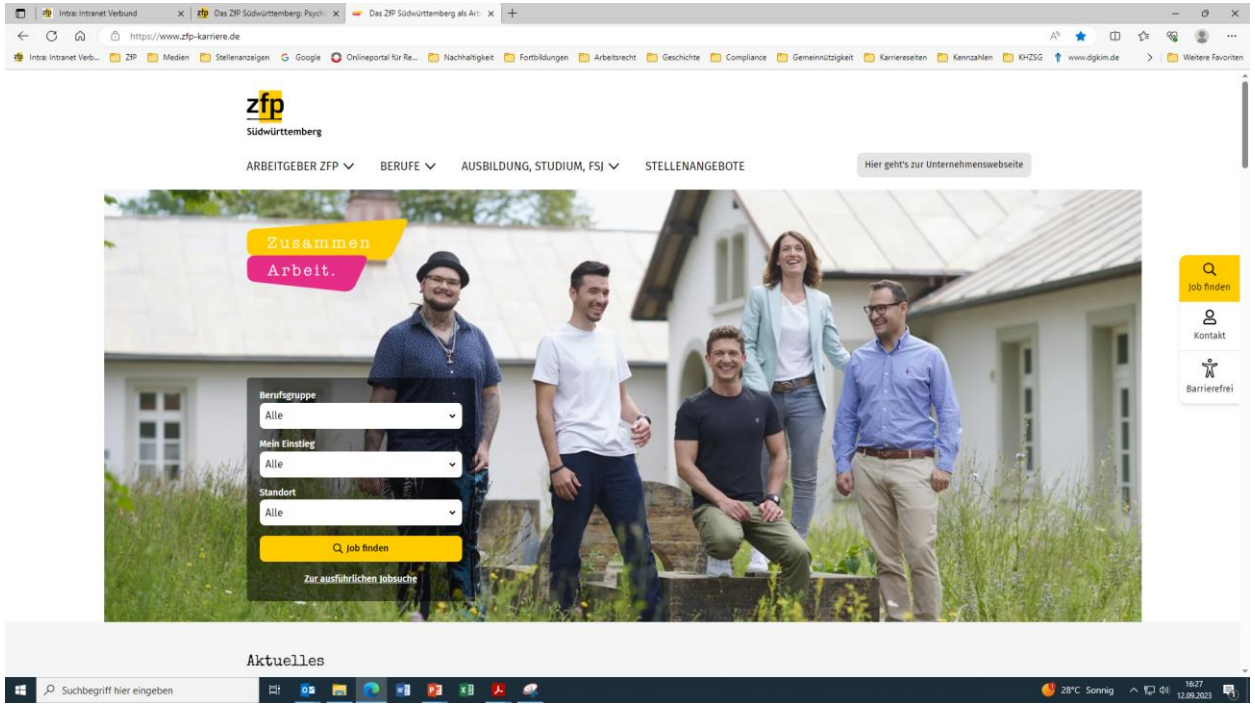
Erinnern
- Kommunikation in Elternzeit, Sabbatical
- Kommunikation Ehemalige

Unternehmenswebseite und Karriereportal

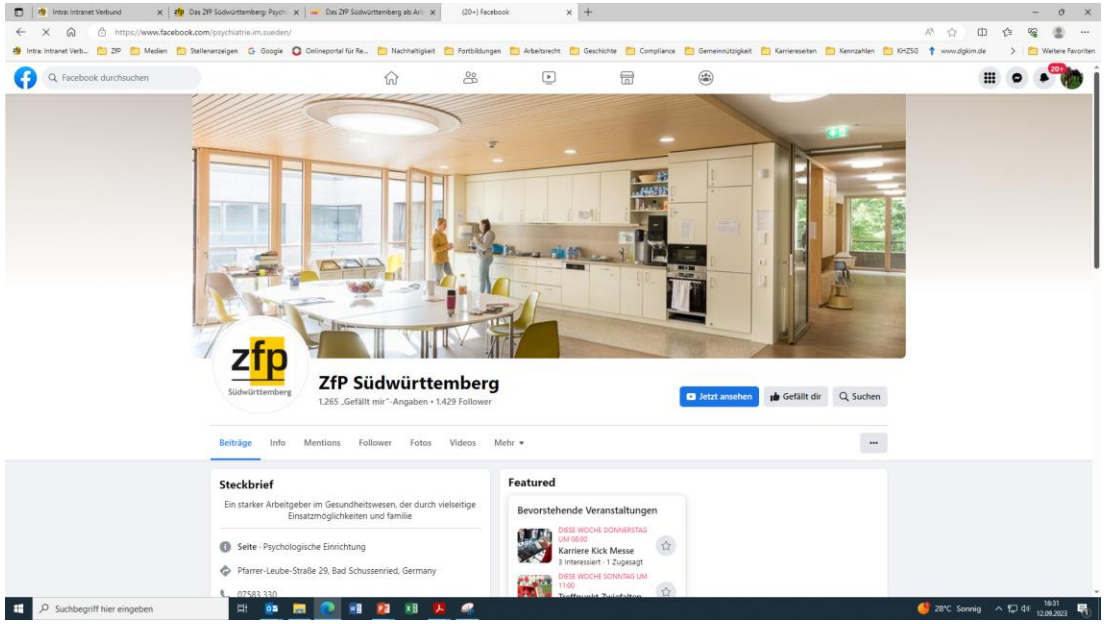
Unternehmenswebseite

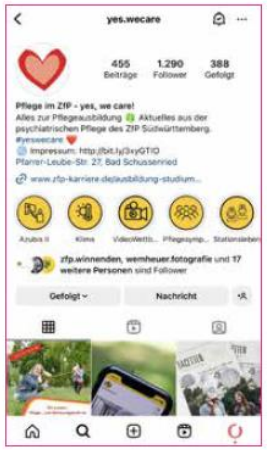


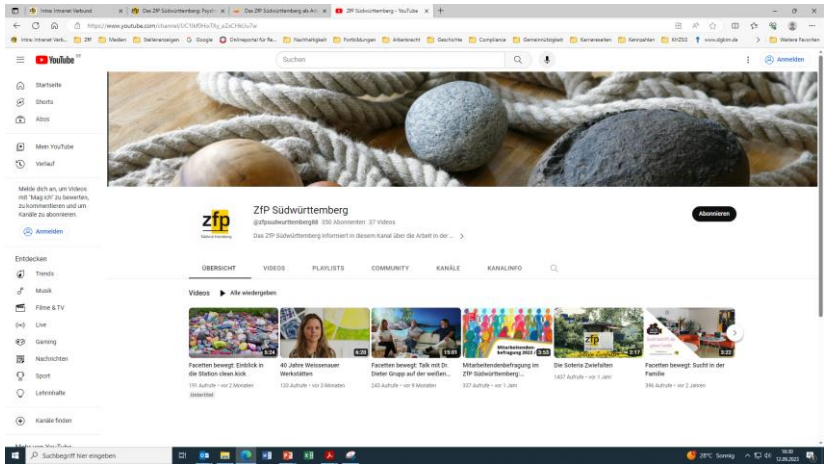
Karriereportal



Social Media: Instagram, Facebook, Youtube



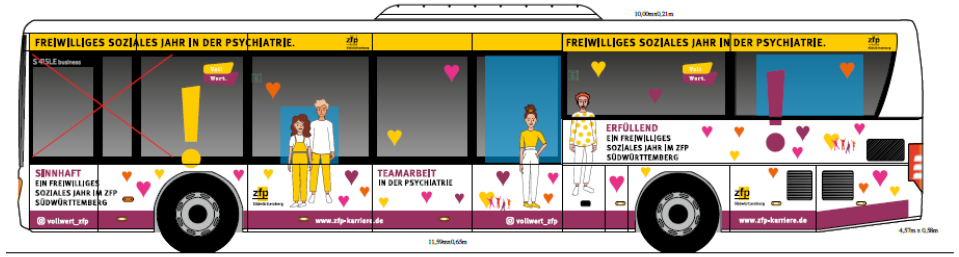




Anzeigen, Magazin, Broschüren

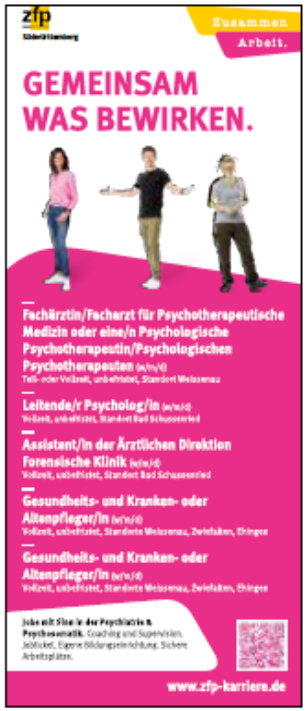
Weitere Maßnahmen

- Postwürfe, Beilagen, Plakate, Buswerbung



Weitere Maßnahmen

- Themenanzeigen, Stellenanzeigen



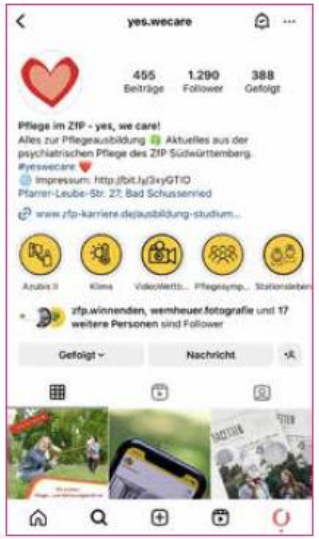
Zielgruppenspezifische Kampagnen

Pflegekräfte, Aus- und Weiterbildung, FSJ/Ehrenamt, Nachhaltigkeit

Pflege-Kampagne „yes, we care“

www.yeswecare.de

- Postkarten, Social Media, Imagekampagnen

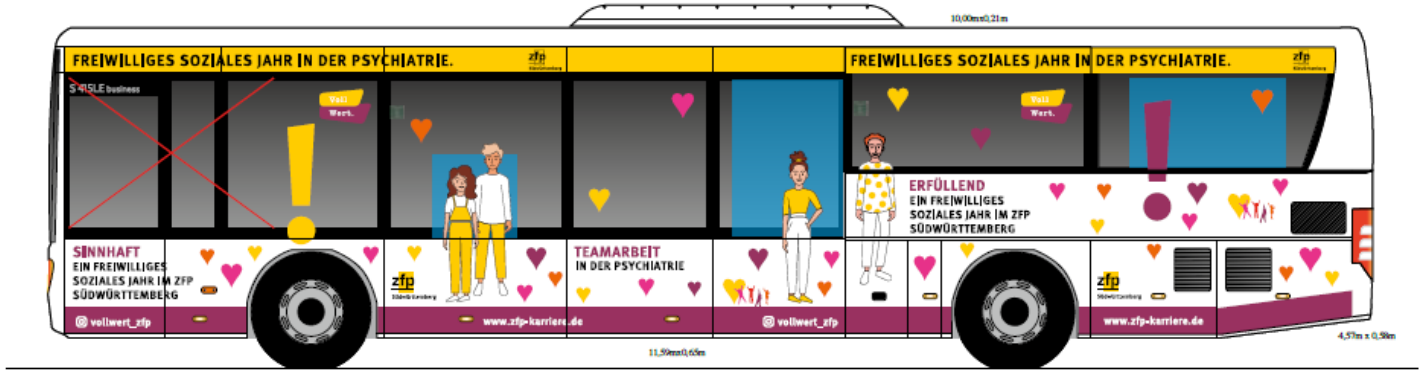


Ausbildungskampagne „Anfängerglück“

- Social Media, Anzeigen, Ausbildungsmessen, Virtuelle Messen, Broschüren, Giveaways

FSJ-Kampagne „Vollwert“

- Anzeigen, Social Media, Buswerbung



Nachhaltigkeitskampagne „Weiter Denken“

- Projekte
  - ZfP-Job-Ticket, Mobilitätskonzept
  - Fahrradgutschein, ab 2024: Job-Rad
  - Nachhaltigkeitstage
  - Nachhaltigkeitsstrategie
  - WIN-Charta-Verfahren