



PERSONALRECRUITING

Foto: Werner Krüper

Azubis BEGEISTERN

Um Auszubildende zu gewinnen und zu langfristigen Mitarbeitenden zu machen, sollten sie von Anfang an gut begleitet werden.

TEXT: MIRIAM KLÖPPER

Pflegemanagement

Mehr Azubis zu gewinnen, ist kein Hexenwerk, sondern ein fortlaufender Prozess, der gut durchdacht, organisiert und stetig auf seine Wirkung überprüft werden muss. Die Akquise von potenziellen Auszubildenden ist ein Baustein eines ganzen Ausbildungsmanagements. Unter dem Motto: „Den Pflegeberuf zukunftsfähig gestalten“ verfolgt der Caritasverband ein wegweisendes Ziel, nämlich die frühe Akquirierung und langfristige Anbindung von Mitarbeitenden an den Verband. Die Konzeption wird durch drei große Bausteine gehalten:

1. Pflegepraktikum
2. Pflegeausbildung
3. langfristige Personalbindung

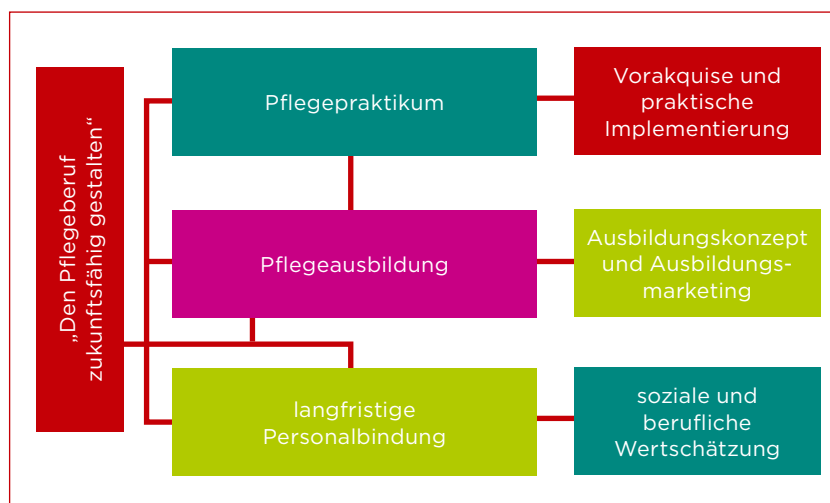
Baustein 1: Pflegepraktikum

Das Pflegepraktikum ist ein Instrument der Vorakquise, Selektion und Überprüfung von Fähigkeiten und Ausbildungseignung. In diesem Baustein arbeitet der Verband eng mit den regionalen weiterführenden Schulen, Berufsorientierungszentren, der Arbeitsagentur und der Kreishandwerkerschaft zusammen.

Akquise

Ein Pflegepraktikum ist keine vorge-schaltete Bedingung mehr, um eine Ausbildung als Pflegefachperson beginnen zu können. Dennoch ist ein Praktikum eine Chance für den Bewerber, durch einen praktischen Einblick zu überprüfen, ob das Berufsfeld die richtige Wahl ist für die persönliche berufliche Zukunft. Beim Caritasverband als Ausbildungsbetrieb entsteht durch das „Schnupperangebot“ im praktischen Kontext häufig ein erster Eindruck von bereits vorhandenen Kompetenzen. Deshalb ist es wichtig, in Kooperation mit weiterführenden Schulen, Berufsschulen und anderen Einrichtungen Schnupperangebote in Form verschiedener Praktika anzubieten, um ein regionales Netzwerk zur langfristigen Personalgewinnung zu stärken. Es zeigt sich, dass Praktikumsabsolventen durch eine frühe Identifizierung mit dem Caritasver-

Bausteine des Ausbildungsmanagements



In drei Schritten vom Praktikum zur langfristigen Mitarbeit

band im weiteren Verlauf zukünftige Auszubildende werden. Kennt eine Praxiseinrichtung den Bewerber bereits durch ein vorgeschaltetes Praktikum, ist es einfacher, gezielt eine qualifizierte Auswahl zu treffen. Außerdem ist die frühe Anbindung an den Verband ein Instrument zur Schaffung eines „Unique Selling Points“. Auf dem Pflegearbeitsmarkt ist es heutzutage unabdinglich ein Alleinstellungsmerkmal wie zum Beispiel eine gut organisierte Pflegeausbildung zu schaffen, um sich von anderen Anbietern zu unterscheiden. Parameter wie der praktische Arbeitsaufwand und eine angemessene Entlohnung, die sich beispielsweise hinter einem Kurzpraktikum verbergen, sollten dennoch als Chance betrachtet werden, junge Menschen als langfristige Mitarbeiter zu gewinnen.

Praktische Implementierung

Hat das Unternehmen die personellen, räumlichen und finanziellen Ressourcen geschaffen, gilt es nun, in die praktische Umsetzung zu gehen. Bisherige Praktika laufen erfahrungsgemäß in vielen Arbeitsbereichen, nicht nur in der Pflege, relativ unkontrolliert ab. Der erste Praktikumstag beginnt und die beteiligten Berufsgruppen haben sich in den meisten Fällen nur vage mit möglichen Umständen,

zum Beispiel erhöhtem Arbeitsaufwand durch Anleitungssituationen, befasst. Im schlimmsten Fall sieht sich kein Mitarbeiter und keine Mitarbeiterin dafür verantwortlich, den Tagesablauf mitzugestalten beziehungsweise sich federführend dem Praktikanten anzunehmen und diesem einen praxisbezogenen Eindruck zu vermitteln. Deshalb hat der Caritasverband Ahaus-Vreden in Zusammenarbeit mit einigen weiterführenden Schulen einen praxisbezogenen Leitfaden erarbeitet, der allen am Praktikum beteiligten Personen eine Orientierung zur Umsetzung eines gelungenen Praktikums gibt. Der Leitfaden zeigt personelle, räumliche, inhaltliche und zeitliche Handlungsanweisungen auf, die auf jede Praktikumsform abgestimmt sind. Vom Tagespraktikum bis hin zu einem Jahrespraktikum verschafft das Instrument über unterschiedliche Items wie eine „Einrichtungsrallye als Erstorientierung“ oder die „Assistenz von kleinen pflegerischen Verrichtungen“ eine gute Übersicht. Durch die hohe Bereitschaft „ausbilden zu wollen“ und durch eine koordinierte Begleitung und Durchführung in Form einer zentralen Praxisanleitung oder Ausbildungskoordination vor Ort resultiert aus einem Kurzpraktikum eine langfristige Wiedererkennung des Verbandes.

»»

»

Baustein 2: Ausbildung

Im nächsten Schritt geht es um die Pflegeausbildung. Darin enthalten sind das Ausbildungskonzept und das Ausbildungsmarketing. Durch eine gute Kooperation mit der Caritas Pflegeschule Wessum und weiteren Standorten des Caritas Bildungszentrums gelingt es unter anderem durch gemeinsam veranstaltete Azubimessen und Infotage ausreichend Azubis zu gewinnen.

Ausbildungskonzept

Mit der Reformierung der Pflegeberufe in 2020 verbirgt sich für Pflegeschulen und Träger der praktischen Ausbildung eine Vielzahl an Möglichkeiten, potenzielle Auszubildende für die eigene Einrichtung gewinnen zu können. Wenn die Ausbildung von Pflegefachkräften bisher „irgendwie“ verlief, bedarf es jetzt einer gezielten Struktur und Organisation durch ein an das Unternehmen adaptierte Ausbildungskonzept. Anfängliche Fragen: Wie und ob wollen wir ausbilden? Wer bildet wen wo aus? Wie viele Azubis bilden wir aus? Mit welchen Pflegeschulen arbeiten wir zusammen? Wie gestalten wir die Ausbildungsakquise? Sind neben den gesetzlichen Rahmenbedingungen, Anforderungen wie z.B. eine Willkommenskultur im Team und der Wille ausbilden zu wollen erfüllt, um qualitativ hochwertig ausbilden zu können? Aus pflegewissenschaftlicher Sicht schaffen interne Instrumente zur Qualitätssicherung die Basis für die Erstellung eines praxisbezogenen Ausbildungskonzeptes. Dazu gehört u.a. die Erstellung und Belegung von Kooperations- und Netzwerkverträgen, Ausbildungsverträgen, Aktualisierungen von ausbildungsbeteiligten Stellenbeschreibungen, die Formulierung einer objektiven Erwartungshaltung an den Auszubildenden, ein Tätigkeitsprofil für Praxisanleiter, die Überarbeitung zu einem ausbildungsfreundlichen Pflegeleitbild/konzept, sowie die Entwicklung eines betrieblichen und individuellen Ausbildungsplans. In allen Bereichen der Entwicklung ist es ratsam eine zentrale Ausbildungscoordination oder Praxisanleitung zu implementieren, die diese Arbeitsfelder gemeinsam mit der Praxis

bestreitet. Erweiterte unterstützende Instrumente für die praktische Arbeit und Ausbildung vor Ort könnte beispielsweise ein digitales kompetenzorientiertes Modulkonzept zur Formulierung von Lernaufgaben für die verantwortlichen Praxisanleiter sein. Maßnahmen zur Umsetzung einer Willkommenskultur im Verband, Onboardingmaßnahmen, sowie „Meet and Greet“-Veranstaltungen für neue Pflegeazubis sind konzeptionell zu begleiten, damit sie sich langfristig und zielführend positiv auswirken. Andere konzeptionelle Ideen wie Azubiworkshops „Experte im eigenen Unternehmen“ integriert motivierte Azubis aus verschiedenen Pflegebereichen zur Mitgestaltung im eigenen Verband. Weitere Themenfelder innerhalb des Konzeptes zur Herleitung eines Alleinstellungsmerkmal könnten die Ausbildung von Pflegebotschaftern, eine Ausbildungsrallye, sowie ein azubigeleiteter Wohnbereich sein. Mit einer angemessenen Relation gut ausgebildeter Praxisanleiter kann dies auch in den kleinsten Unternehmen gelingen und zum langfristigen Ausbildungserfolg führen.

Ausbildungsmarketing

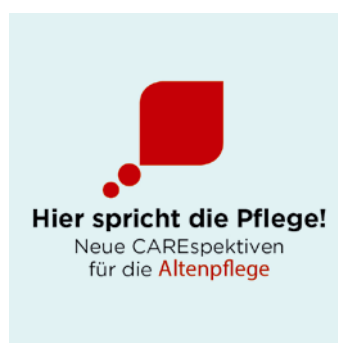
In vielen Branchen zwar professionell etabliert zeigt sich das Ausbildungsmarketing auf dem Pflegemarkt eher zögerlich. Die Zeiten aus üblichen Stell-

lenanzeigen in regionalen Tageszeitungen gutes Pflegepersonal akquirieren zu können wurden von der digitalen Welt, wie auch von den sozialen Medien größtenteils abgelöst. Für die Pflegebranche ist das Marketing ein noch recht befremdliches Feld, welches nun gilt erkundet zu werden, um daraus langfristig Mitarbeiter gewinnen zu können. Durch Praktika und Hospitation, Infotage in Schulen, Girl's und Boy's Day, Berufsorientierungstage, die Initiierung und Teilnahme an Berufsmessen, pflegespezifische Projektwochen in Schulen sowie Schulhoftouren mit berufspraktischen Aufgaben runden eine vielseitige Ausbildungsakquise ab. Nicht zu unterschätzen ist weiterhin die altbewährte „Mund-zu-Mund-Propaganda“, sowie der Einbezug von Eltern in Form von Infoveranstaltungen im Praxisort Unternehmen und Schule.

Eine praxisbewährte Akquisemaßnahme ist die Zusammenarbeit mit Institutionen wie Kreishandwerkerschaften, Berufsorientierungszentren und Berufsbildungsstätten. Zeitgleich besteht auch dort die Möglichkeit leistungsschwächere Azubis bei sozialen und schulischen Konflikten über Unterstützungsprogramme zu begleiten und zu fördern. Gerade für jüngere Generationen sind Akquisekanäle wie Facebook, Twitter, TikTok und die unternehmenseigene Homepage eine unumgängliche Informationsplattform für die Auswahl eines Ausbildungsträgers. Gerade die eigene Homepage sollte „Up-to-date“ sein, kurz und präzise die Ausbildungsinformationen mit konkreten Ansprechpartnern darstellen. Wie in einem bereits erschienenen Artikel erreicht der Caritasverband Ahaus-Vreden auch nicht ortsansässige Azubis mit einer Idee zur Mobilitätssicherung von Pflegeauszubildenden. Das durch den Verband entwickelte Mobilitätssicherungskonzept zur Erreichbarkeit von Pflegeschulen und entfernten praktischen Einsätzen für nicht mobile Azubis eröffnet neue Wege, auch außerhalb seiner Reichweite zu akquirieren. Finanzielle Unterstützung bei der Inanspruchnahme des ÖPNV, CarSharing, das AzubiCar oder auch der Fahrdienst eröffnen neue Wege der Nachwuchsgewinnung.

MEHR ZUM THEMA

**Miriam Klöpfer ist im Februar Gast
in unserem neuen wöchentlichen
Pflege-Talk-Format:
www.altenpflege-online.net/videos**





A ngebote

für ein betriebliches
Gesundheitsmanagement
helfen dabei, die
Mitarbeitenden gesund
und langfristig im
Unternehmen zu halten.

Baustein 3: Langfristige Mitarbeiterbindung

Durch soziale und berufliche Wertschätzung gelingt im dritten Schritt die langfristige Mitarbeiterbindung im Verband. Dies gelingt nicht nur durch die Schaffung finanzieller Anreize, sondern auch durch die Schaffung individueller Freiräume wie Unterstützung bei der beruflichen Fort- und Weiterbildung, das Angebot eines Betrieblichen Gesundheitsmanagements oder auch ein Re-Act Programm von potenziellen Berufsrückkehrern in Verbindung eines Konzepts zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Soziale und berufliche Wertschätzung

Wie gelingt nun neben den Maßnahmen der frühen Akquirierung von Auszubildenden das Ziel der langfristigen Mitarbeiterbindung? In vielen Unternehmensbereichen legen Mitarbeiter immer wieder neue Maßstäbe fest, um sich im eigenen Unternehmen wiederzufinden. Das ist ein generationsübergreifender Wandel, der mit den persönlichen Werten und Vorstellungen der jeweiligen Generation einhergeht. Was für die berufstätige Mutter von Bedeutung ist, ist für den Schulabsolventen vorerst ver-

mutlich belanglos. Arbeitgeberattraktivität sollte demnach nicht zielgruppenorientiert aufgebaut sein, sondern einen Generationsmix vorhalten, wie es sich der Caritasverband Ahaus vorstellt. Obwohl sie in aller Munde ist, unternimmt die Pflegebranche erstaunlich wenig, um ihr Personal an das Unternehmen zu binden beziehungsweise sich ein gutes Image auf dem Bewerbermarkt zu erarbeiten. Der personelle Pflegenotstand tritt in Erscheinung, der Pflegemarkt hat sich gedreht, sodass die Bewerber die „Qual der Wahl“ haben und es sich allemal leisten können, sich den nächsten Arbeitgeber wohl überlegt auszusuchen. Hinzu kommt, dass sich die Ansprüche der Kandidaten und Mitarbeiter an Unternehmen deutlich gewandelt haben. Ein Arbeitsplatz, der lediglich nur zur persönlichen finanziellen Stabilität beiträgt ist längst vorbei. Heute stehen Themen wie Vereinbarkeit von Familie

und Beruf, Wertschätzung, die Möglichkeit sich aktiv einbringen zu können und die Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns, sowie das Image eines Unternehmens deutlich im Vordergrund. In der Praxis haben sich Angebote zur individuellen Personalentwicklung im Rahmen von Fort- und Weiterbildungsangeboten, Traineeprogrammen, die Bereitstellung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements, sowie ein ReAct-Programm für Berufsrückkehrer bewährt. Wenn pflegerische Unternehmen es schaffen durch personalorientierte Konzepte, -wie es der Caritasverband mit seinem Ausbildungskonzept initiiert-, eine langfristige Mitarbeiterbindung an das Unternehmen zu ermöglichen, ist dies das wertvollste Ziel zum Erfolg. ««



Miriam Klöpfer
ist Koordinatorin
für Aus-, Fort- und
Weiterbildung beim
Caritasverband
Ahaus-Vreden.