

Zusammenkommen – mit Perspektivwechsel

Impulse für die Kommunikation
von Antje Hein



Letztens im Büro

Frau M.: „Schnell, wir müssen eine Stelle besetzen!“

Herr S.: „Okay, ich aktualisiere gleich die Vorlage und schick die Stellenanzeige dann raus. Text wie immer:

- Wir suchen
- Wir sind ein Träger
- Ihre Aufgaben
- Wir erwarten
- Wir bieten.“



Stellenangebot

Für unsere Einrichtung suchen wir zum nächstmöglichen Termin eine

Fachkraft (m/w/d)

mit einer Arbeitszeit von 39 Stunden in der Woche oder in Teilzeit. Die Stelle ist unbefristet.

Ihre Aufgaben:

- Alles, was die Stelle (in der Regel bekanntermaßen) erfordert
- Hier erklären wir Ihnen auch gern mal Ihren Job, z.B. Kinder betreuen, das Sekretariat wuppen oder eine Gemeinde leiten

Wir erwarten:

- Eine Berufsausbildung
- Teamfähigkeit
- Offenheit
- Engagement und Freude am Beruf
- Mitgliedschaft in einer christlichen Kirche

Wir bieten:

- Eine interessante und verantwortungsvolle Tätigkeit
- Ein engagiertes Team
- Fortbildungsmöglichkeiten
- Vergütung nach Tarif
- Zusätzliche Altersversorgung

Ihre aussagekräftige Bewerbung schicken Sie bitte per E-Mail.

Auskunft erhalten Sie von uns, wenn Sie uns anschreiben oder anrufen.

Ergebnis: wie immer

- Zu wenige Bewerbungen
- Zu wenige Bewerbungen, die passen
- heißt: Zu viele Bewerbungen, die nicht passen

Wer passt denn eigentlich?

Welche Typen Mensch wünschen Sie sich in Ihrem Team oder an dem Arbeitsplatz, für genau diese Aufgabe – jenseits fachlicher Qualifikation? Wer soll bei Ihnen zusammenkommen?

- Fähigkeiten, Talente, Vorlieben (findet jeden Rechtschreibfehler, kann Gitarre spielen, überblickt das Zahlenmeer sofort...)
- Teamrolle: Kreativ, strukturiert, analytisch, beratend, unterstützend... (Systeme nutzen, z.B. Belbin, TMS usw.)
- Berufserfahrung/Lebenssituation (erfahrene Kräfte, Berufsanfänger*innen, Menschen die längere Zeit Pause gemacht haben, Quereinsteiger*innen...)

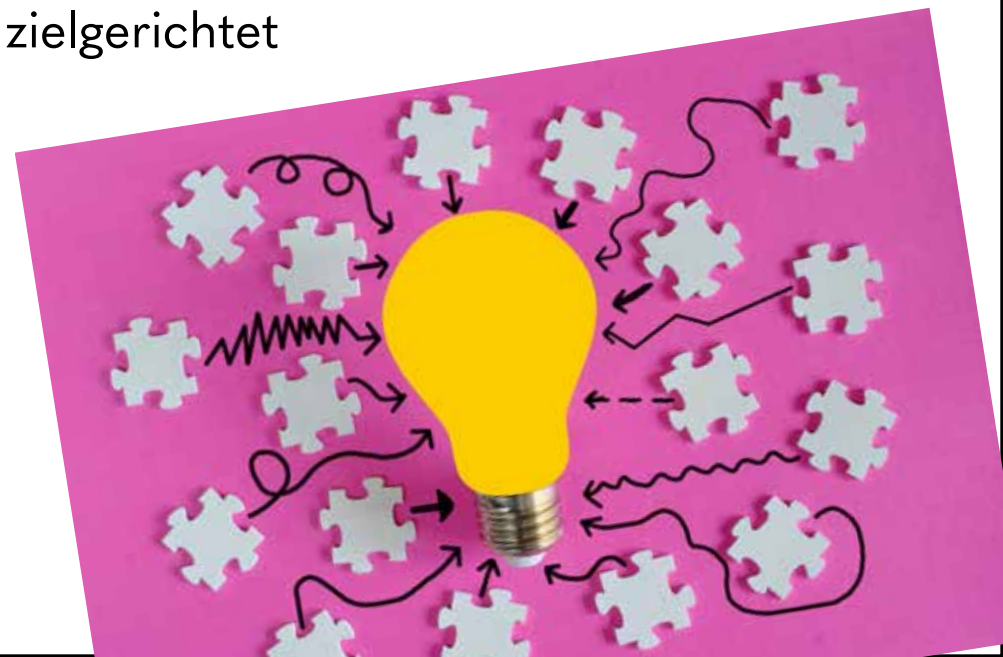
Tipp für Verbindung:

Tauschen Sie sich dazu mit Ihrem Team aus!



Kommunikation, die verbindet

- In einer gemeinsamen Sprache sprechen
- Interessen des Gegenübers erfragen oder kennen
- Persönlich und konkret
- Sachverhalte mit Beispielen verdeutlichen
- Auf die (Gesprächs-)Situation eingehen, zielgerichtet
- Gemeinsamkeiten herausstellen
- Zugewandt
- Aktiv
- ...



Der Perspektivwechsel: In Beziehung treten

- In welcher Situation befindet sich Ihr Wunschmensch, wenn er nach einer neuen Stelle sucht?
- Was brauchen diese Menschen, um sich wohlfühlen?
- Was hindert diese Menschen, den Arbeitsplatz zu wechseln?
- Was sind ihre Befürchtungen?
- Gibt es Vorurteile, z.B. Ihnen gegenüber als Träger oder Arbeitgeber*in?

Das ist der Stoff, aus dem gute Texte sind!



Geld – oder Leben?

Warum gute Texte wichtig sind

- Weil Geld nicht alles ist im Leben und Sie als soziale Organisation für Werte und Inhalte stehen, sind gute Texte, Fotos, evtl. Videos usw. wichtig.
- Denn: Wie soll sich jemand für einen Arbeitsplatz entscheiden, wenn es keine Website gibt, wenn die Website veraltet ist oder wenig hergibt, wenn alle Stellenanzeigen gleich sind?
- Auf einer Karriere-Website oder zumindest Seite für den Beruf können Sie mittels Verlinkung viel mehr Infos zur Stelle unterbringen, als vielleicht in den Anzeigentext hineinpasst.
- Ohne beschreibende Texte bleibt für die Entscheidung für Ihre ausgeschriebene Stelle das Geld, die Leistung und die Marke übrig. Passt das wirklich zu Ihnen?

Warum ist eine passende Kommunikation für soziale Organisationen so wichtig?

- Mehr Fachkräfte werden gebraucht
- Der Markt vergrößert sich, es gibt mehr Konkurrenz – die oft gut kommuniziert
- Spenderkarteien müssen aufgebaut, erweitert und/oder verjüngt werden
- Imageverluste durch Medienberichte über schwieriges Verhalten einzelner in kirchlichen Zusammenhängen
- Vermittlung der Haltung – spürbar machen! – und des Profils in Abgrenzung zu anderen Wohlfahrtsverbänden



Seien Sie mutig!

- **Wechseln Sie die Perspektive!** Versuchen Sie, die Welt aus der Brille der Menschen zu sehen, die auf der Suche nach einer neuen Arbeitsstelle sind.
- Entwickeln Sie **individuelle Texte**, die zu Ihnen und dem Menschen passen, den Sie sich in Ihrem Team wünschen.
- Gehen Sie in den **Dialog** mit sich, mit Ihrem Team, am besten sogar mit potenziellen Bewerber*innen.
- Erarbeiten Sie **erst die Inhalte** und entscheiden dann, auf welchen **Kanälen** Sie diese Menschen erreichen.
- **Schreiben Sie mehr, als Sie denken.** Auch wenn es heißt, dass niemand mehr Zeit hat, lange Texte zu lesen: Wenn sie wirklich **relevant** und damit interessant sind, werden sie eben doch gelesen und erreichen ihr Ziel.





Und jetzt: Tun Sie's!

Mehr Informationen auf
www.fachkraefte-reichtum.de

Ich wünsche Ihnen von
Herzen viel Erfolg.
Ihre Antje Hein

