

kann nicht jeder.

SOZIALE BERUFE

Erfolgs- und Zufriedenheitsumfrage

Was bringt die Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ für diakonische Einrichtungen vor Ort? Welche messbaren Erfolge aus Sicht der diakonischen Einrichtungen vor Ort kann sie vorweisen? Diese Fragen richten Sie verständlicherweise häufig an uns, wenn wir Ihnen als Einrichtung vorschlagen, sich aktiv an der Kampagne zu beteiligen. Aufgrund der dezentralen Organisationsstruktur der Diakonie unter anderem ohne zentrales Bewerbermanagement war das bisher schwer zu beantworten, denn wir bekommen nur nach Lust und Laune Rückmeldung von den Einrichtungen, die mit unseren Angeboten arbeiten.

Um Ihnen dennoch Antworten geben zu können, haben wir Ihre Fragen in Form einer Erfolgs- und Zufriedenheitsumfrage an unsere Unterstützer (www.soziale-berufe.com/unterstuetzer) weitergegeben und stellen Ihnen hier die Ergebnisse vor. Gerne laden wir diakonische Einrichtungen auch außerhalb des engeren Unterstützerkreises ein, ebenfalls an der Erfolgs- und Zufriedenheitsumfrage teilzunehmen, um die allgemeingültige Aussagekraft zu verbessern. Das geht online und ganz schnell! Hier der Link: <http://www.q-set.de/q-set.php?sCode=QQEUHWMRGYZF>. Vielen Dank!

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

- Die Mehrheit der Unterstützer findet die Kampagne hilfreich für die Arbeit vor Ort.
- Träger und Einrichtungen, die die Kampagne als erfolgreich und nützlich vor Ort bewerten, kennen durchschnittlich mehr Kanäle der Kampagne, nutzen mehr Materialien und mehr Formen der aktiven Beteiligung als Träger und Einrichtungen, die auf die Frage nach dem Erfolg mit „weiß nicht“ oder „die Erfolge sind noch nicht ausreichend messbar“ antworten.



Tipp: Wir empfehlen daher die rege Auseinandersetzung mit unseren Kanälen und Nutzung unserer Angebote, wenn Sie von unserer Kampagne profitieren möchten!

- Wer die Angebote von „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ aktiv nutzt, kann vor allem mit Onlinebewerbungen über soziale-berufe.com sowie mit mehr Interesse innerhalb der Einrichtung an zeitgemäßer Personalgewinnung rechnen.
- Die deutliche Mehrheit der Unterstützer findet die Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ sehr wichtig für das Image der Diakonie Deutschland, das Image der diakonischen Einrichtungen allgemein, die Darstellung diakonischer Einrichtungen als attraktive Arbeitgeber sowie den Kampf der diakonischen Einrichtungen gegen den Nachwuchs- und Fachkräftemangel.
- Der Mehrheit der Unterstützer ist sowohl das Engagement der Diakonie Deutschland als auch das der Fachverbände für die Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ sehr wichtig.

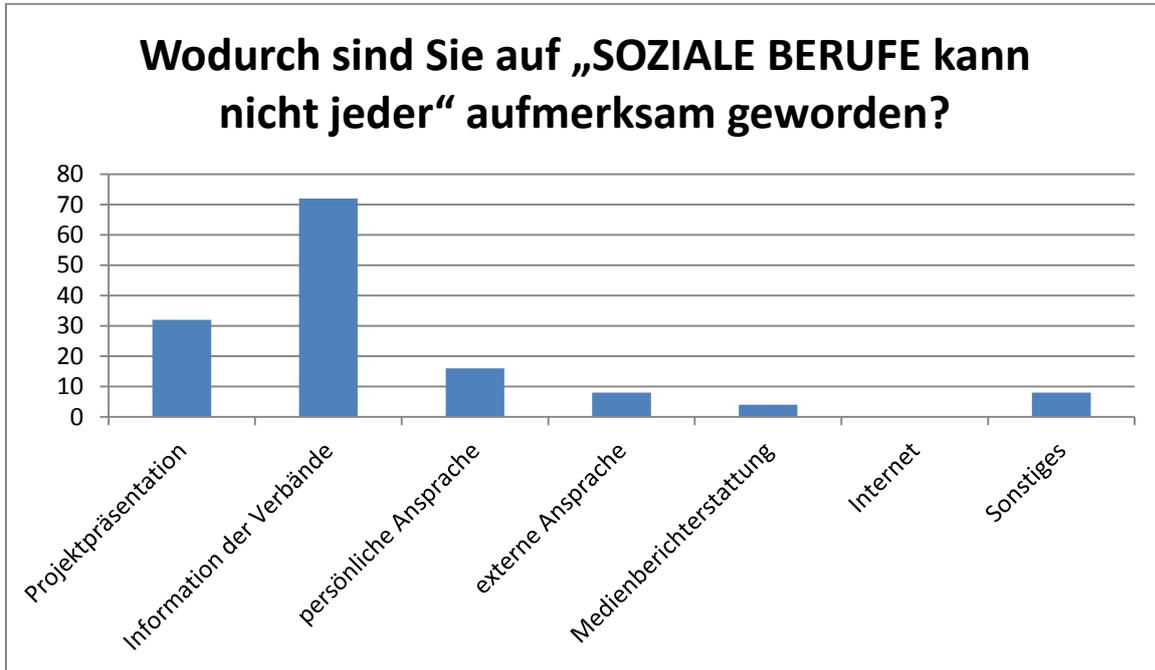


Margret Afting-Ijeh, Personalentwicklung und Qualitätsmanagement im Rauhen Haus in Hamburg: „Es liegt an uns, das Potential von SOZIALE BERUFE zu nutzen. Wir haben etliche Anregungen aufgegriffen, die hilfreich sind. Danke, weiter so!“

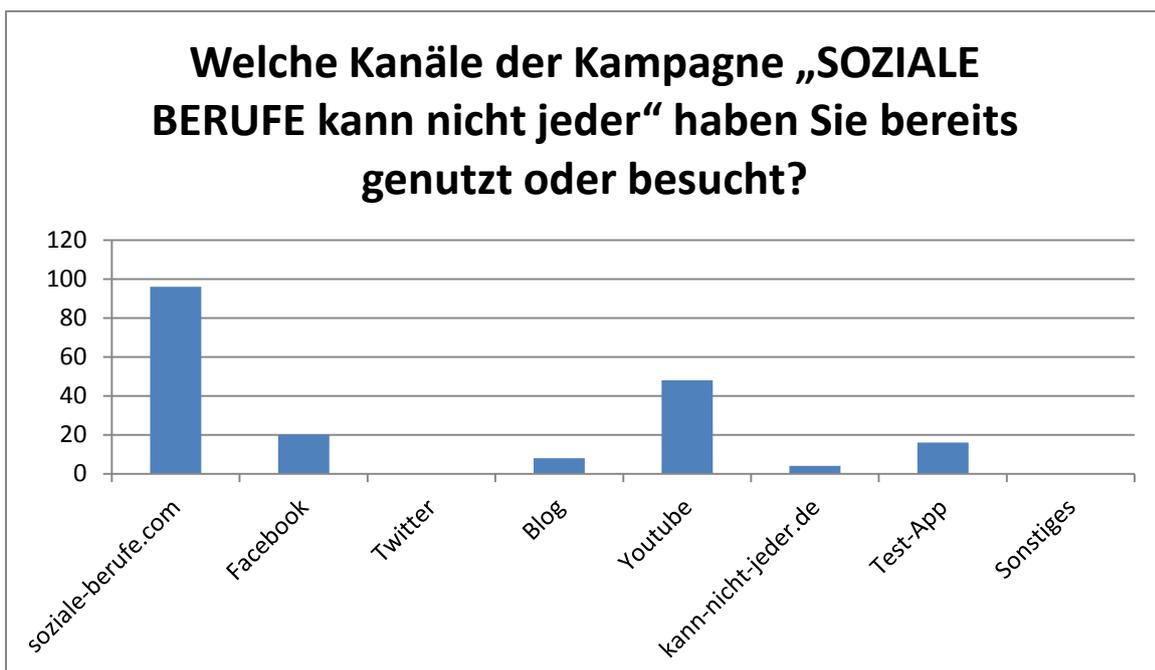


Lilian Breuch, Öffentlichkeitsarbeit Pestalozzi-Stiftung: „Alles prima für Jugendliche, Azubis, Berufsanfänger aufbereitet!“

Ausführliche Auswertung



Die deutliche Mehrheit der Unterstützer hat über Informationen der Fachverbände von der Kampagne erfahren. Hieraus ziehen wir den Schluss, dass es am sinnvollsten ist, Sie weiterhin über die am Projekt beteiligten Fachverbände über unsere neuen Angebote zu informieren.

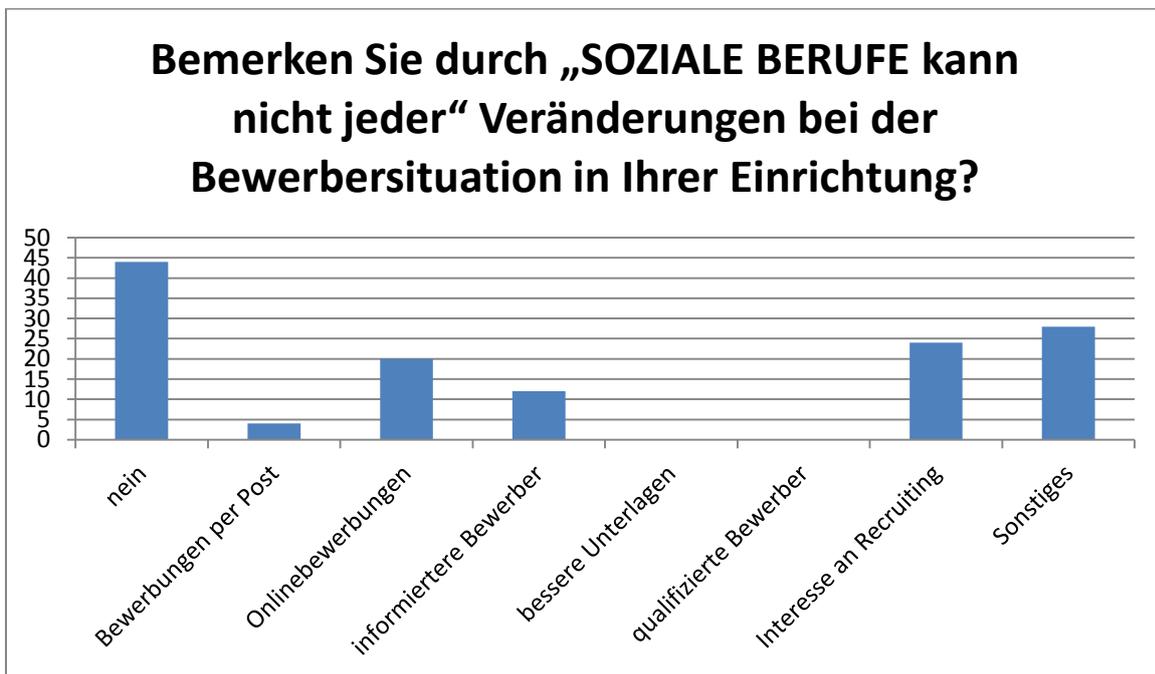


Nach dem Berufeportal ist unser Youtube-Kanal der von den Einrichtungen am meisten genutzte Kanal. Dass Bewegtbild zur zeitgemäßen Personalgewinnung dazugehört und gerade in der jungen Zielgruppe zieht, scheint sich herumzusprechen.



Tipp: Wir empfehlen unsere Anleitung zur Produktion von Videos http://www.soziale-berufe.com/sites/default/files/downloads/anleitung_zur_production_von_videos.pdf.

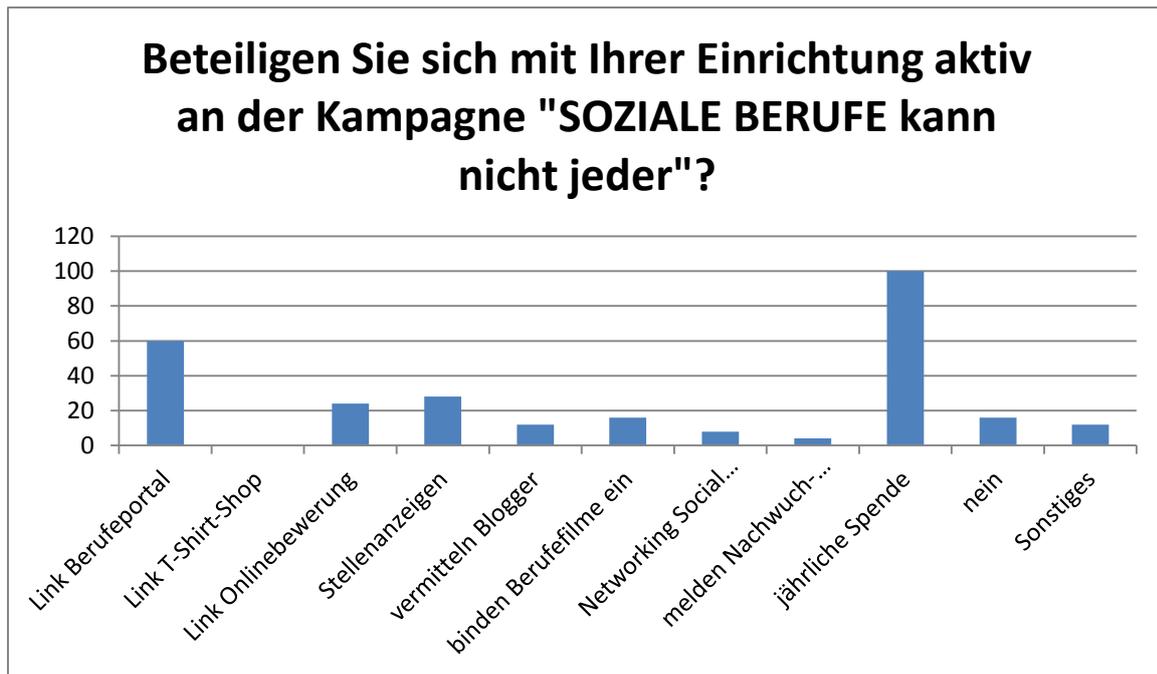
Andere Social Media-Kanäle wie Facebook und Twitter oder der Azubi-Blog werden von den Einrichtungen wenig genutzt. Das ist schade, denn gerade hier bieten wir Ihnen die Möglichkeit, in zeitgemäßen Netzwerken präsent zu sein, ohne selbst allzu viel Arbeit damit zu haben.



Wer die Angebote von „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ aktiv nutzt, kann vor allem mit Onlinebewerbungen über soziale-berufe.com sowie mit mehr Interesse innerhalb der Einrichtung an zeitgemäßer Personalgewinnung rechnen. Damit sind zwei Hauptziele der Kampagne erreicht. Häufig geben Einrichtungen im Kommentar an, dass noch keine Evaluation dazu stattgefunden hat, inwiefern die Kampagne Veränderungen in der Einrichtung anstößt.



Tipp: Wenn Sie den konkreten Nutzen der Kampagne sehen möchten, schlagen wir eine solche Evaluation in Ihrer Einrichtung vor.



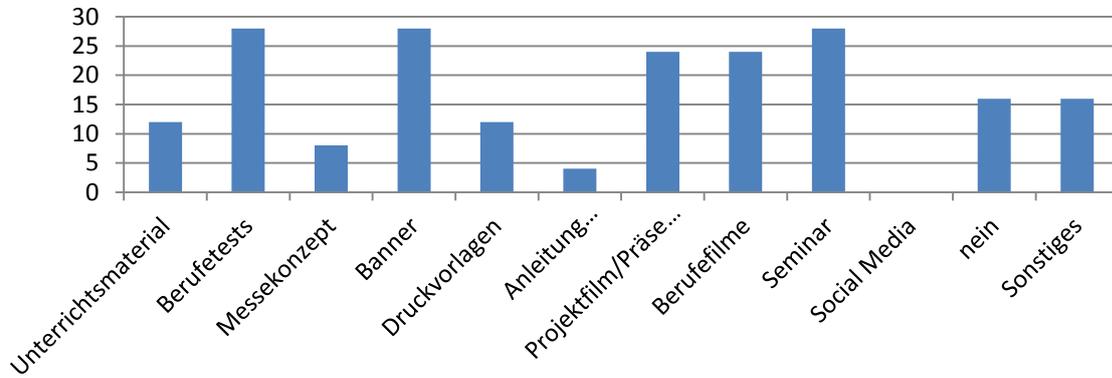
Nur eine Minderheit der Unterstützer nutzt aktiv die verschiedenen Angebote der Kampagne. Die meisten verlassen sich auf eine Verlinkung von der Einrichtungswebsite auf das Berufeportal (manche schalten nicht einmal diese).



Tipp: Eine Spende oder eine Verlinkung auf das Berufeportal allein reicht nicht aus, um das Potential der Kampagne auszuschöpfen und maximalen Nutzen daraus zu ziehen! Aus den Rückmeldungen der Zielgruppe, die sich für einen sozialen Beruf interessiert oder eine Stelle sucht, ist eine hohe Motivation erkennbar, sich online über Social Media zu bewerben oder Kontakt aufzunehmen.

Schön zu hören ist, dass in den Kommentaren zu dieser Frage mehrere Einrichtungen die Absicht erklärten, in Zukunft aktiver zu werden. Unter Sonstiges wurde angegeben, dass die Angebote der Kampagne auf Karrieremessen genutzt und in Schulen empfohlen werden.

Nutzen Sie die von "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" zur Verfügung gestellten Materialien und Ideen zur Nachwuchs- und Personalgewinnung?

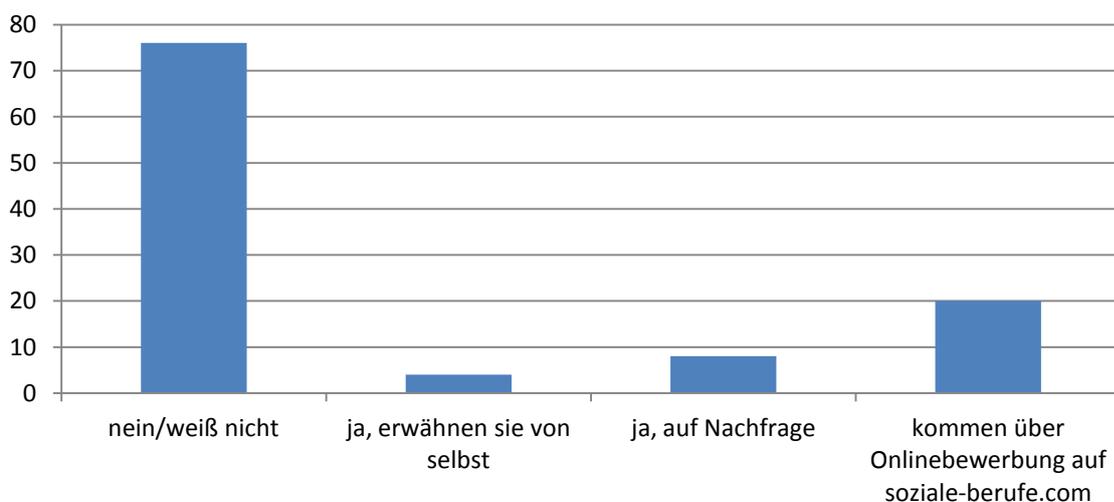


Die vor allem im Downloadbereich www.soziale-berufe.com/downloads kostenlos zur Verfügung gestellten Materialien und Ideen werden relativ rege genutzt. In den Kommentaren zur Frage gaben mehrere Einrichtungen an, die Materialien und Ideen in Zukunft nutzen zu wollen.



Tipp: Wir raten Ihnen, regelmäßig im Downloadbereich vorbeizuschauen, wo stets Neues dazu kommt, zuletzt unsere Anleitung zur Videoproduktion und unser Tutorial zur Nutzung des Onlinebewerbungstools!

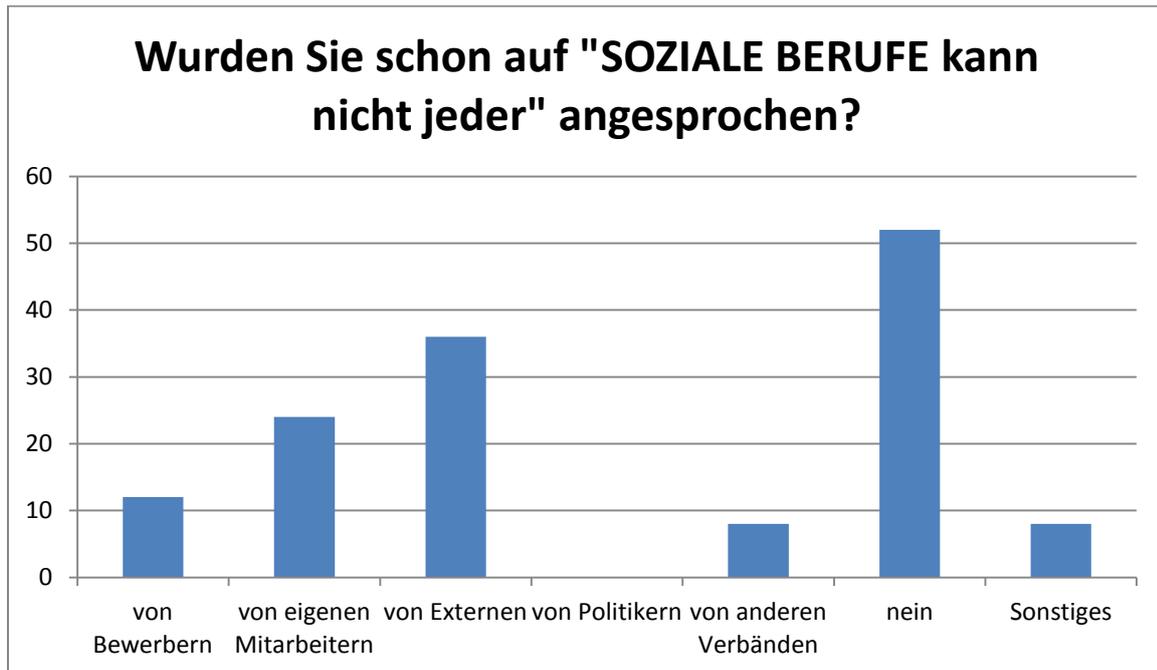
Kennen Ihre Bewerber die Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder"?



Erste Erfolgsgeschichten von jungen Menschen, die über die Kampagne auf die Diakonie als Arbeitgeber aufmerksam geworden sind und inzwischen eine Ausbildung in einer diakonischen Einrichtung machen, wurden uns bereits berichtet. In den Antworten auf diese Frage schlägt sich das noch nicht nieder.



Tipp: Fragen Sie Ihre Bewerber in den Bewerbungsgesprächen zunächst offen, wie sie auf Ihre Einrichtung gekommen sind, und dann ganz konkret, ob sie „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ kennen!

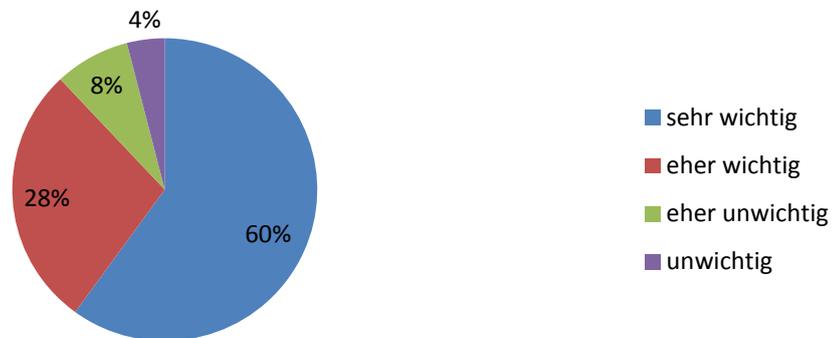


Manchmal wird einem erst bewusst, was man hat, wenn man es von außen gespiegelt bekommt. Wir werden häufig von Ministerien (zuletzt aus NRW und Berlin-Brandenburg) auf unsere beeindruckende Kampagne angesprochen und um Beratung bei ähnlichen Konzepten gebeten. Immer wieder bitten Einrichtungen nicht-diakonischer Träger, in unseren Ausbildungsstätten-Navigator aufgenommen zu werden (nix da!) oder Stellenanzeigen schalten zu dürfen (na gut...).

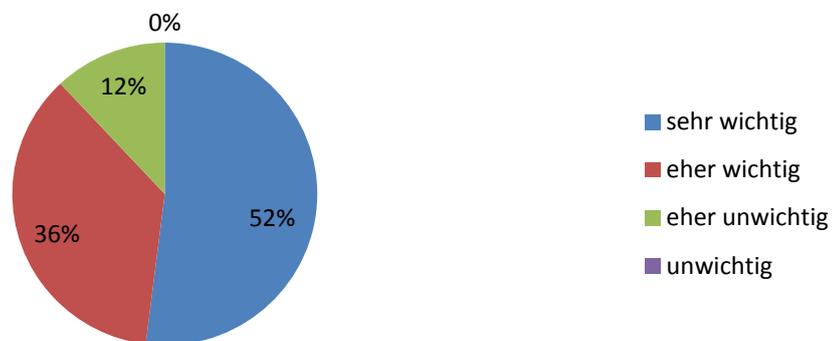


Tipp: Mit dieser Frage möchten wir Sie darauf aufmerksam machen, dass wir manchmal den Eindruck gewinnen, unsere eigenen diakonischen Einrichtungen sehen den enormen Nutzwert der Kampagne und das Alleinstellungsmerkmal, das die Diakonie damit hat, noch gar nicht, während Externe längst überzeugt davon sind.

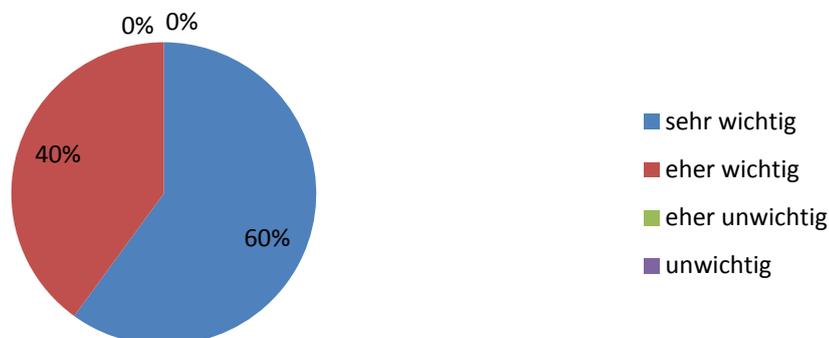
Wie schätzen Sie die Bedeutung der Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" für das Image der Diakonie Deutschland ein?



Wie schätzen Sie die Bedeutung der Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" für das Image diakonischer Einrichtungen ein?



Wie schätzen Sie die Bedeutung der Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" für die Darstellung diakonischer Einrichtungen als attraktive Arbeitgeber ein?

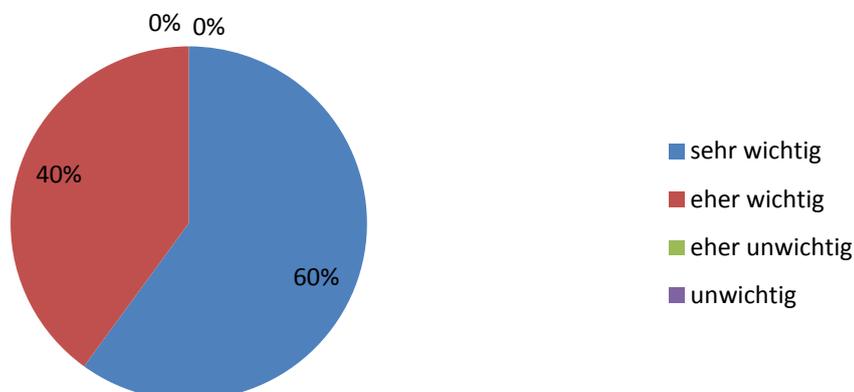


Wie schätzen Sie die Bedeutung der Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" im Kampf Ihrer diakonischen Einrichtung gegen den Nachwuchs- und Fachkräftemangel ein?

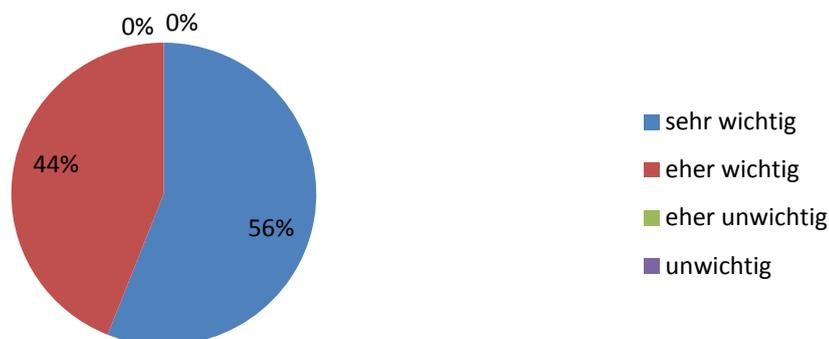


Die deutliche Mehrheit der Unterstützer findet die Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ sehr wichtig für das Image der Diakonie Deutschland, das Image der diakonischen Einrichtungen allgemein, das Image diakonischer Einrichtungen als attraktive Arbeitgeber, den Kampf der diakonischen Einrichtungen gegen den Nachwuchs- und Fachkräftemangel.

Wie wichtig ist Ihnen das Engagement für die Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" seitens der Diakonie Deutschland?

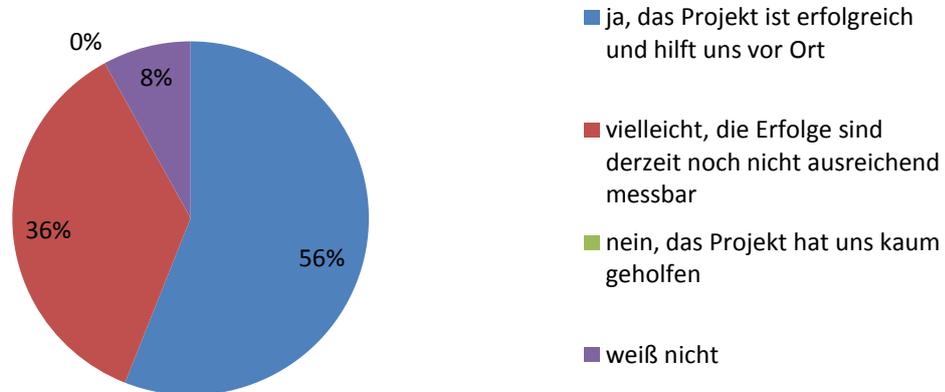


Wie wichtig ist Ihnen das Engagement für die Kampagne "SOZIALE BERUFE kann nicht jeder" seitens der Fachverbände, in denen Sie Mitglied sind?



Der Mehrheit der Unterstützer ist sowohl das Engagement der Diakonie Deutschland als auch das der Fachverbände für die Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ sehr wichtig.

Sind Sie dafür, die Kampagne „SOZIALE BERUFE kann nicht jeder“ ab 2016 weiterzuführen?



Die Mehrheit der Unterstützer findet die Kampagne hilfreich für die Arbeit vor Ort und stimmt dafür, sie nach 2016 weiterzuführen.

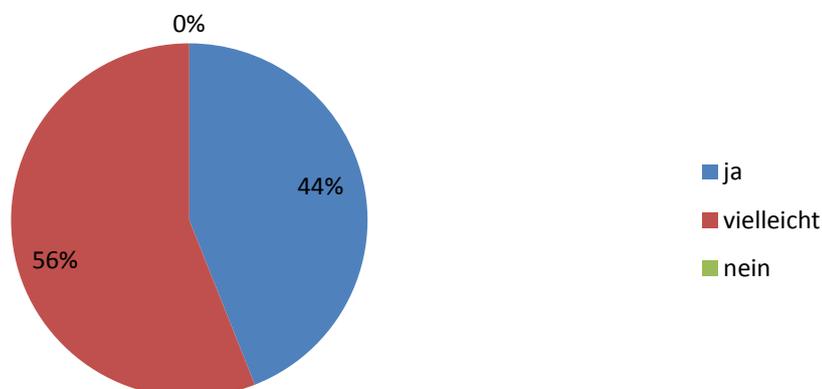
Mit den Mitteln der deskriptiven Statistik haben wir zusätzlich folgendes Ergebnis extrahiert: Träger und Einrichtungen, die die Kampagne als erfolgreich und nützlich vor Ort bewerten, kennen durchschnittlich mehr Kanäle der Kampagne, nutzen mehr Materialien und mehr Formen der aktiven Beteiligung als Träger und Einrichtungen, die auf die Frage nach dem Erfolg mit „weiß nicht“ oder „die Erfolge sind noch nicht ausreichend messbar“ antworten.

Im Einzelnen:

- Träger und Einrichtungen, die die Kampagne als erfolgreich und hilfreich vor Ort bewerteten, kannten im Durchschnitt 2,4 Kanäle der Kampagne, nutzten im Durchschnitt 1,9 Materialien zur Werbung und 2,6 Formen der aktiven Beteiligung.
- Träger und Einrichtungen, die das Projekt als vielleicht/weiß nicht erfolgreich bewerteten, kannten im Durchschnitt nur 1,4 Kanäle, nutzten im Durchschnitt nur 1,7 Materialien und 1,6 Formen der aktiven Beteiligung.

 **Tipp:** Wir empfehlen daher die rege Auseinandersetzung mit unseren Kanälen und Nutzung unserer Angebote, wenn Sie von unserer Kampagne profitieren möchten!

Sind Sie auch nach 2016 bereit, die Kampagne finanziell zu unterstützen, damit eine Fortsetzung gewährleistet werden kann?



Die Unterstützer zeigen grundsätzlich Bereitschaft, die Kampagne auch nach 2016 weiter finanziell zu unterstützen. Die Vielleicht-Stimmen ergeben sich bei vielen Fragebögen daraus, dass sie von Personen ausgefüllt wurden, die nicht über die finanzielle Unterstützung entscheiden. Das ist aus den Kommentaren erkenntlich. Dieses Ergebnis ist erfreulich, da die Weiterführung der Kampagne nur im Rahmen einer Mischfinanzierung durch verschiedentliche Unterstützer und Fördertöpfe möglich sein wird.

Ihre Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge

Anmerkung/Vorschlag	Antwort
Onlinebewerbung funktioniert nicht zuverlässig	Lesen Sie unser Tutorial zur Nutzung des Onlinebewerbungstools: http://www.soziale-berufe.com/sites/default/files/downloads/tutorial_onlinebewerbungstool.pdf ! Sollte sich das Problem nicht beheben lassen, stellen wir gerne den Kontakt zwischen Ihrem Webmaster und unserem Webmaster bzw. unserer Agentur her.
Nach dem Relaunch ist das Layout der Startseite zu unübersichtlich, man muss zu lange scrollen, um alles zu finden; sie wirkt lebendig und quirlig, aber dadurch unübersichtlich und etwas unprofessionell	Beim neuen Design und Layout haben wir uns am State of the Art moderner Websites orientiert: Aufgrund der Optimierung für mobile Endgeräte werden Startseiten wieder länger. Die „Do it yourself“-Optik mit den Aquarellfarben ist in der Jugendkultur im Netz im Trend. Es geht darum, den Eindruck eines topmodernen Arbeitgebers zu hinterlassen, der auch in Sachen Design ganz vorne mit dabei ist (der Annual Multimedia Award 2014 in Silber, den wir bekommen haben, ist z.B. ein Designpreis!). Außerdem geht es darum, einen

	<p>spielerischen Zugang zur Welt der Sozial- und Pflegeberufe zu schaffen. Die Rückmeldungen unserer jungen Zielgruppe zeigen uns, dass es mit dem Berufeportal gelingt, nicht nur Informationen über Sozial- und Pflegeberufe zu transportieren, sondern den Eindruck zu erwecken, der Interessent kann, wenn er einen dieser Berufe wählt, zu einer bunten Welt und einer coolen, lebendigen Community gehören.</p> <p>Wer es sachlich und zielführend mag, kommt trotzdem auf seine Kosten: Rechts oben auf der Startseite gibt es ein kleines Icon mit drei lila Querbalken. Wenn Sie darauf klicken, öffnet sich das übersichtliche Hauptmenü und Sie kommen schnell zu Ihrem Ziel. Dieses Icon hat sich gerade auf mobilen Endgeräten als Zeichen für das Hauptmenü etabliert, daher gehen wir davon aus, dass die User es verstehen.</p>
<p>Stärkere Ausrichtung auf Zielgruppen Quereinsteiger, Berufsrückkehrer etc. gewünscht.</p>	<p>Dies war eins unserer Kernziele für das Projektjahr 2014. Im Sommer ist unser Quereinsteiger-Special online gegangen: http://www.soziale-berufe.com/special-quereinsteiger. Einige Filme zum Thema Quereinsteiger sind noch in der Produktion. Sobald sie fertig sind, werden wir das Special umfangreich bewerben. Alle Interessenten zum Thema Quereinstieg, die sich an info@diakonie.de oder sozialeberufe@diakonie.de melden, bekommen jetzt schon den Link zum Special.</p>
<p>Stärkere Vernetzung der Homepage mit anderen Seiten (studi VZ, Berufsinformationszentrum, Messeauftritte etc.) gewünscht.</p>	<p>Social Media-Experten sind sich einig, dass Studi VZ bei jungen Leuten seit Jahren nicht mehr zu den relevanten Netzwerken zählt. Wir haben andere Netzwerke im Auge, z.B. WhatsApp, die in der Zielgruppe viel wichtiger sind. Allerdings ist es bei WhatsApp schwierig, Unternehmenskampagnen zu fahren, da es vor allem ein Chatdienst ist. Erste Versuche werden hier erst unternommen, die wir aufmerksam beobachten. Einen Berufsberatungs-Chat per WhatsApp werden wir voraussichtlich ab Januar 2015 anbieten.</p> <p>Der Bundesagentur für Arbeit und ihren Berufsinformationszentren haben wir im Jahr 2012 das Berufeportal vorgestellt. Daraufhin hat die BfA das Berufeportal ihren Mitarbeitern über interne und externe Kanäle zur Nutzung in Berufsberatungsgesprächen empfohlen. Immer mal wieder bekommen wir Anfragen von Berufsberatern, die z.B. unsere Filme bei Infoveranstaltungen nutzen. Zuletzt meldeten sich 09/2014 Studierende der Hochschule der Bundesagentur für Arbeit, die ein Konzept zur Berufsberatung im Bereich Sozial- und Pflegeberufe erarbeiten, welches hauptsächlich auf unseren Kanälen basiert.</p> <p>Messeauftritte machen wir im Rahmen der Möglichkeiten unseres Etats. Derzeit ist ein Auftritt pro Jahr auf einer Großveranstaltung drin. Wir waren 2012 auf der YOU in Berlin, 2013 auf dem Kirchentag in Hamburg. 2014 ist die YOU in Dortmund geplant, 2015 der Kirchentag in Stuttgart. Auf</p>

	<p>diese Weise touren wir mit unseren Angeboten durch Deutschland.</p>
<p>Stärkere Betonung „Was macht das Berufsbild so erstrebenswert, wodurch hebe ich mich als Azubi dann ab, welchen Mehrwert habe ich durch diese Berufswahl?“ gewünscht.</p>	<p>Wir haben diesen Punkt für die weitere Contentproduktion im Hinterkopf. Wobei Jugendstudien wie aktuell die Mc Donald's Ausbildungsstudie 2013 eher besagen, dass Jugendliche wissen wollen, ob ein bestimmter Beruf zu ihnen passt (was sie mit unseren Berufetests herausfinden können), ob dieser Beruf Spaß macht und ob sie zu einer Community aus Gleichgesinnten gehören können, was wir mit unserem gesamten Kampagnenkonzept rüberzubringen versuchen.</p>
<p>Die Erfolge müssen messbarer werden, der Respond muss erfahrbarer werden.</p>	<p>Gute Klickzahlen im Berufeportal (bis zu 83.000 Klicks monatlich) sowie Auszeichnungen und Nominierungen für die Kampagne (www.soziale-berufe.com/auszeichnungen) beweisen definitiv den Erfolg der Kampagne in der Öffentlichkeit, auch wenn Sie als Einrichtung das nicht sofort spüren.</p> <p>Spätestens die Wahl der Diakonie auf Platz 36 der Top100 beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands im trendence Schülerbarometer 2014/2015 liefert konkret spürbare Erfolge: Sie können als Einrichtung nun das kostenlose trendence-Top Arbeitgeber-Siegel auf Ihren Websites, in Ihren Stellenanzeigen etc. verwenden. Nähere Infos dazu in unserem Tutorial: http://www.soziale-berufe.com/sites/default/files/downloads/tutorial_onlinebewerbungstool.pdf.</p> <p>Weitere Erfolgs- und Nutzwertzahlen liefert Ihnen diese Umfrage, siehe oben unter „Die wichtigsten Ergebnisse“.</p> <p>Schlussendlich schlagen wir vor, dass Sie selbst in Ihren Einrichtungen den Nutzwert der Kampagne evaluieren und uns dann hierzu Rückmeldung geben, damit wir die Ergebnisse sammeln und allgemein zugänglich machen können. Selbstverständlich erfolgt die Evaluation optimalerweise erst nachdem Sie eine ausreichende Zeit lang intensiv und aktiv unsere Angebote zur zeitgemäßen Personalgewinnung genutzt haben. Bitte schauen Sie sich dazu auch noch einmal unsere Mitmach-Übersicht an: http://www.soziale-berufe.com/sites/default/files/downloads/2014-09-17_aktualisierte_mitmach-uebersicht_0.pdf</p>

Ansprechpartner:

Maja Schäfer (Projektleitung)

maja.schaefer@diakonie.de

030-65211-1866

Claudine da Rocha (Multimediarredakteurin) IN ELTERNZEIT

claudine.darocha@diakonie.de

030-65211-1869

Gesine Kleine-Birkenheuer (Multimediarredakteurin) VERTRETUNG

gesine.kleine-birkenheuer@diakonie.de

030-65211-1027

Diakonie 

Bundesverband
evangelische
Behandlungsstellen
BeB

EVANGELISCHER ERZIEHUNGSVERBAND
EREV

DEW
Deutscher Evangelischer
Krankenhausverband e.V.

VdDD
Verband diakonischer
Dienstgeber
in Deutschland

DeVAP

BKK Diakonie
Von Mensch zu Mensch...