

ERFOLGREICH MIT EMPLOYER BRANDING MITARBEITER FINDEN

Das Amt für Justizvollzug und Recht in Hamburg sucht nach angehenden Justizvollzugsbeamten. Keine leichte Aufgabe. Denn das Berufsprofil genießt in der Öffentlichkeit kein gutes Image. In einer Employer Branding-Kampagne mit Monster ging es daher vor allem darum, potenziellen Talenten zu vermitteln, warum die gängigen Klischees nichts mit dem echten Berufsalltag zu tun haben. Im Interview spricht Projektkoordinator der Justizbehörde Hamburg Dirk John über die Vorgehensweise.

Mit welchen Herausforderungen haben Sie am Arbeitsmarkt zu kämpfen?

Arbeiten im Justizvollzug wird mit Gefahr und Gewalt gleichgesetzt. So wird es häufig im Fernsehen in Krimis dargestellt. Das hat das Bild in der Öffentlichkeit stark geprägt, wie wir bei unseren Aktivitäten bei Absolventen-messen immer wieder erleben. Es kann vorkommen, dass wir von jungen Menschen angesprochen werden, die vermuten, dass wir für eine Ausbildung bei der Polizei werben. Sobald das Stichwort Justizvollzug fällt, erlischt das Interesse. Diesen Vorbehalten, die häufig auf Fehlinformationen über unser Berufsbild beruhen, wollen wir im Recruiting begegnen und zeigen, dass Justizvollzugsbeamte einen sehr spannenden Beruf in einem nicht alltäglichen Umfeld bekleiden.

Welche Aspekte des Berufs wollen Sie in dem Recruiting-Prozess besonders hervorheben?

Vor allem wird die positive Leistung, die wir mit unserer Arbeit gegenüber der Bevölkerung erbringen, oftmals unterschätzt. Wir sperren nicht nur weg, sondern resozialisieren. Wir begleiten Gefangene Stück für Stück zurück in einen geregelten Alltag mit festen Strukturen. Das setzt eine fundierte Ausbildung voraus, die neben Recht und Sicherheit auch die Themenbereiche Psychologie und Sozialpädagogik umfasst.

Welchen Anspruch stellen Sie an den Recruiting Prozess?

Natürlich geht es uns wie anderen Arbeitgebern auch um eine schnelle Besetzbarkeit unserer offenen Stellen mit den richtigen Kandidaten. Vor allem Employer Branding, die Stärkung unserer Arbeitgebermarke, spielt dabei eine

besondere Rolle, da wir Menschen im Recruiting stärker überzeugen und aufklären müssen als andere. In unseren Anzeigen weisen wir daher vor allem darauf hin, dass es sich in erster Linie um einen sozialen Beruf handelt. Er trägt dazu bei, die Allgemeinheit zu schützen, indem er Menschen, die einmal straffällig geworden sind, hilft, sich wieder in die Gesellschaft einzugliedern.

Vor allem jungen Bewerbern sind laut der Studie Recruiting Trends, die Monster jährlich mit der Universität Bamberg veröffentlicht, neben spannenden und sinnstiftenden Inhalten auch gute Work Life Balance Angebote, Flexibilität und ein gutes Gehalt wichtig. Können Sie auch mit solchen Faktoren in Ihrer Recruiting Kampagne aufwarten?

Ja, definitiv. Zunächst einmal sind wir eine Behörde und können damit eine berufliche Sicherheit als Beamter bieten. Das fehlt in vielen anderen Berufen. Darüber hinaus bieten wir eine langfristige und flexible Schichtdienstplanung, in der sich Schichten und mehrere freie Tage am Stück abwechseln. In Verbindung mit Partner und Kind kann das sehr gut zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf beitragen.

Außerdem zahlen wir eine attraktive Ausbildungsvergütung. Wer mit 30 eine Ausbildung zum Justizvollzugsbeamten beginnt, bekommt 1.500 Euro netto im Monat. Dazu muss man wissen, dass die Ausbildung mindestens einen Hauptschulabschluss und eine abgeschlossene Berufsausbildung voraussetzt. Wer über die mittlere Reife verfügt, sollte eine vierjährige Berufstätigkeit nachweisen. Viele unserer Bewerber sind daher schon ein bisschen älter als bei anderen Ausbildungsberufen.

Auf welche Recruiting-Methoden haben Sie zurückgegriffen, um ihre Arbeitgebermarke angemessen nach außen zu tragen?

Uns war es wichtig, eine individuelle Lösung und kein Produkt von der Stange umzusetzen. Dass Monster uns auch in diesem Punkt professionell begleiten konnte, war natürlich überaus praktisch und einfach. Monster verfügt mit „Monster Talent Consulting“ über eine eigene Inhouse Agentur. Das heißt: Es gibt ein Expertenteam für Employer Branding und Social Media – mit Textern, Grafik-Designern

und Beratern, die wissen, wie Arbeitgebermarken heutzutage am besten platziert werden. Wir haben uns eingehend von den Employer Branding-Spezialisten von Monster Talent Consulting beraten lassen und uns für einen Mix verschiedener Recruiting-Maßnahmen entschieden. Dreh- und Angelpunkt unserer Recruiting Strategie ist eine Zielseite auf Monster mit unserem Unternehmensprofil. Diese ermöglicht es uns den Justizvollzug gegenüber potenziellen Mitarbeitern bestmöglich zu präsentieren und wissenswerte Einblicke in unsere Arbeit zu gewähren. Wir informieren über Einstiegsmöglichkeiten und Perspektiven. Aber auch über die Faktoren, die uns als Arbeitgeber ausmachen. Um unsere Arbeitgebermarke bekannt zu machen, nutzen wir Reichweitenmaßnahmen, wie Online Marketing Kampagnen auf Facebook und im Google Such- und Display Netzwerk mit u. a. Youtube und Gmail. Hier werden unsere Stellenanzeigen passgenau an die avisierte Zielgruppe ausgespielt. Mit diesen Maßnahmen können wir neben aktiv suchenden Kandidaten, auch passive Wechselwillige erreichen. Um unseren Recruiting Kosmos zu vervollständigen, profitieren wir zusätzlich von der Reichweite, die Online Banner auf unterschiedlichsten Webseiten erzeugen. Diese Zusammenstellung verschiedenster Maßnahmen unterstützt uns bei der Rekrutierung erheblich.

Wie bewerten Sie die Zusammenarbeit mit Monster?

Positiv! Wir haben schon kurz nach Veröffentlichung unserer Recruiting-Kampagne erste Bewerbungen bekommen, die sich auf Monster beziehen. Mit der bisherigen Zusammenarbeit sind wir aber auch aus anderen Gründen sehr zufrieden. Monster stellt uns Informationen zur Verfügung, die uns helfen, den Erfolg unserer Recruiting-Aktivitäten noch besser einzuschätzen. Zum Beispiel: Wie oft wurde die Seite aufgerufen? Wie oft wird auf den Bewerbungs-Button geklickt? Das ist ein wichtiger Hinweis, wie die Informationen angenommen werden und hilft uns, uns kontinuierlich zu verbessern und die Zielgruppe besser kennen zu lernen.

Erfreulich ist auch, dass die Mitarbeiter von Monster Talent Consulting sehr proaktiv sind. Bei einem Facebook-Post wurde kurzfristig ein Einzelbild gegen ein häufiger angeklicktes Gruppenfoto ausgetauscht. Dieses Wissen können wir nun auch für andere Recruiting-Themen nutzen. Unser nächster Flyer wird zum Beispiel eben jenes Gruppenfoto nutzen, weil der Zielgruppe der Aspekt Teamwork offenbar sehr wichtig ist. So sieht eine gelungene Zusammenarbeit aus.