

↪ 15 Methoden zur Mitarbeitergewinnung ↩

◆ 1. Karriereseite

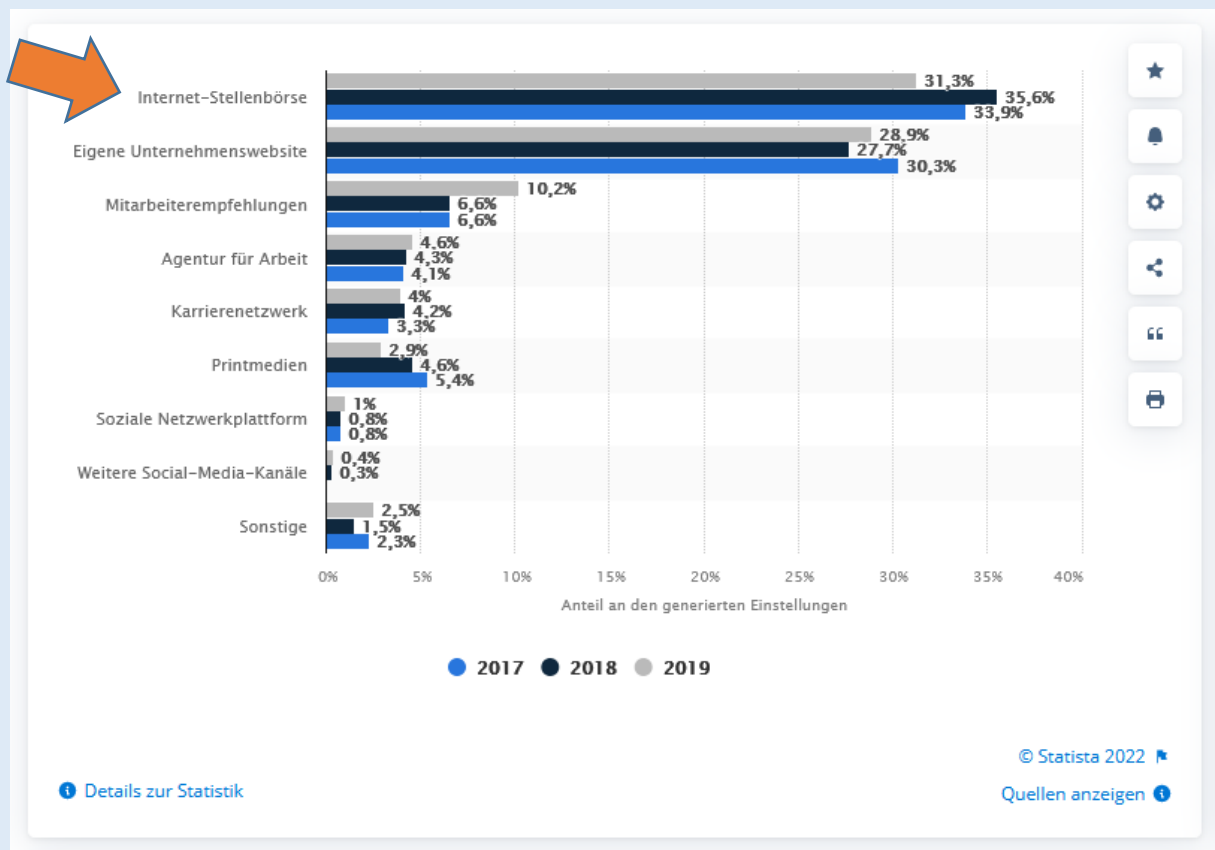
Als Basis elementar wichtig, da es hier ausschließlich um die Mitarbeitergewinnung, die Arbeitsweise, die Benefits usw. von Unternehmen geht. Hier lernen Bewerbende/ Interessierte das Unternehmen genau kennen – und sie schauen schon längst ganz genau hin - eben wie bei Ihren Produkten, Dienstleistungen usw. Interessierte gehen auf Ihre Webseite und informieren sich genauesten. Hier gilt es sofortige Aufmerksamkeit zu erwirken – durch eben einen professionell gestalteten Karrierebereich.

Warum ist das zudem so extrem wichtig? Ganz einfach: Weil wir seit Jahren einen sogenannten Arbeitnehmermarkt haben. Hier muss man sich als Unternehmen bewerben. Die Interessierten können sich schon längst ihren Arbeitgeber (selber) aussuchen. Das war vor vielen Jahren genau andersherum. Hier war man Unternehmen in der luxuriösen Situation, dass man sich die Bewerbenden aussuchen konnte.

Und noch mal, da man es nicht oft genug betonen kann: Demnach müssen die Inhalte professionell und vor allem interessant und spannend gestaltet sein.

◆ 2. Stellenportale

Bis 2021 die Nr. 1 als Methode der Bewerbungsgewinnung.



Dies hat sich durch etwaige Marketingmethoden seit „Corona“ etwas verändert. Nichts desto trotz kann es ein wichtiger Baustein für die Gewinnung sein.

Zu bedenken ist jedoch folgendes: hierbei erreiche ich lediglich die aktiv Suchenden. Rund jeder Zweite ist jedoch wechselbereit – weil unter anderem eine gewisse Unzufriedenheit beim jetzigen Arbeitgeber herrscht. Das heißt, wenn man sich als Unternehmen interessant darstellt, erreicht man auch leicht Kandidaten (m/w/d), die gar nicht aktiv auf der Suche sind, jedoch auf Ihr Unternehmen aufmerksam geworden sind.

Ein wichtiger weiterer Grund, warum Stellenportale an Attraktivität verlieren:

Erfahrungsgemäß schalten viele Unternehmen Anzeigen und rechnen automatisch mit Bewerbungen. Das ist ein sehr fataler Irrtum! Ohne ein aktives Dazutun ist dies ein absolutes Glückspiel.

Und jetzt mal ganz ehrlich: Möchten Sie sich rein auf Glück verlassen?

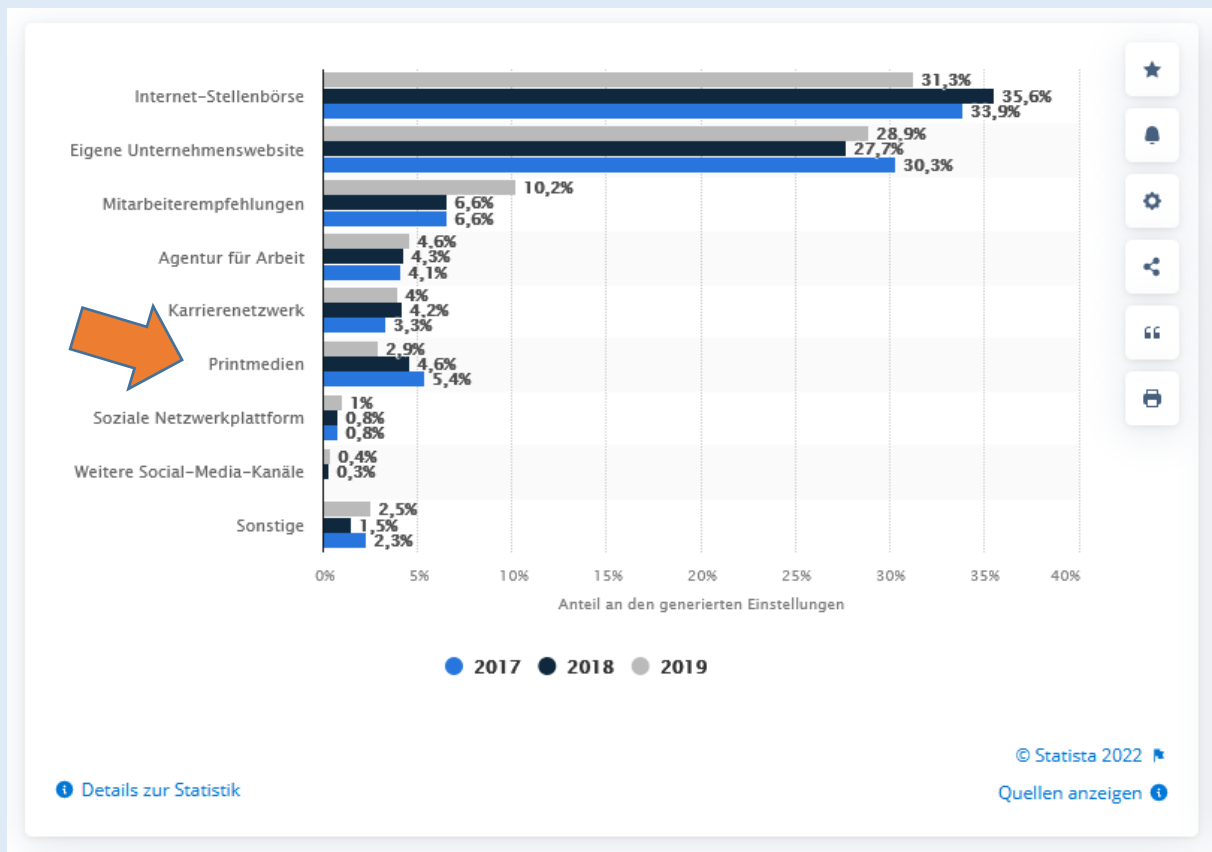
◆ 3. Analoge Wege, hier bspw. Printmedien

Zu den analogen Möglichkeiten zählt unter anderen der Bereich Printmedien. Beispiele sind hier:

- Flyer,
- Anzeigen,
- Plakate,
- Aushänge usw.

Gerade Printanzeigen in beispielsweise sogenannten Wochenblättchen werden immer unattraktiver. Hierzu noch einmal die Graphik von vorhin:

-vgl. Graphik auf der Folgeseite-



Ein weiterer Faktor für die Irrelevanz innerhalb des Marketings in Bezug auf Printanzeigen ist jener, dass das Thema Analytics (Erhebung und Auswertung von Daten) immer wichtiger geworden ist/wird. Bei einer Printanzeige lässt sich u.a. nicht messen, wie viele und wer die Anzeige überhaupt liest. Aber dennoch kann ein Artikel in einer Fachzeitschrift mit hoher Auflage eine Ergänzung sein. Man sollte jedoch nicht zu viele Erwartungen hieran hegen.

Hingegen können Flyer mit einem innovativen Marketingkonzept sehr gut funktionieren. Ebenso ein Poster im Warteraum eines Arztzimmers stellt eine Erhöhung der Sichtbarkeit und Reichweite dar - zwei absolut wichtige Faktoren.

Weitere Möglichkeiten können zum Beispiel sein:

- Aufdrucke – auf sämtlich denkbaren Medien (Wände, Säulen, T-Shirt usw.)
- Infostände
- Werbeartikel

◆ 4. Bundesagentur für Arbeit, Pool

Die Bundesagentur für Arbeit unterstützt Unternehmen in vielen Bereichen. Die Informationsseite allgemein lautet: <https://www.arbeitsagentur.de/unternehmen>

Hier werden beispielsweise auch Fragen zu personaltechnischen Themen aufgeführt.

Bei der Suche nach Fachkräften kann der Arbeitnehmerpool eine sinnvolle Ergänzung sein. Diesen finden Sie über die allgemeine Infoseite., oder direkt hierüber:

<https://www.arbeitsagentur.de/bewerberboerse/>

Sie selbst können ebenso Stellen schalten und somit einen direkten Vergleich mit etwaigen Kandidaten (m/w/d) aus dem Pool veranlassen. Ebenso haben Sie die Möglichkeit sich bei der Suche und Auswahl unterstützen zu lassen.

Ein Urteil über diese Methode möchte ich mir hier nicht erlauben. Dennoch verweise ich nochmals auf die in vielen Bereichen aussagefähige Graphik von vorhin. In dieser ist die Agentur für Arbeit ebenso als „Erfolgsfaktor“ aufgeführt.

◆ 5. Headhunting

Wer nicht selbst Fachmann/Fachfrau ist, sollte sich in jedem Fall Unterstützung an Bord holen. Eine Möglichkeit ist die Beauftragung eines externen Spezialisten. Das kann in diesem Beispiel ein Headhunter sein. Der Hauptunterschied zu einem Personalberater liegt unter anderem in der qualifikationstechnischen Ausbildung der Kandidaten (m/w/d). Ein weiterer Unterschied ist sehr häufig die Vergütung. Hier gibt es einige verschiedene Modelle. Ein gängiges Modell ist, dass sie auf sogenannter Provisionsbasis vergütet werden. Hier wird bei Erfolg ein prozentualer Betrag abhängig von jeweiligen Jahresgehaltes des neuen Mitarbeitenden gezahlt.

Eine kurze, vereinfachte Definition/Erklärung, Headhunting:

- in der Regel auf Führungs- und Managerpositionen spezialisiert
- suchen aktiv mit diversen Methoden oder greifen auf ihr evtl. vorhandenes Netzwerk zurück
- werden oft nach dem Jahresgehalt vergütet (verschiedene Modelle möglich)

◆ 6. Personalberater / Personalberatungsunternehmen

Dies sollte im besten Fall ein weiterer Fachmann/eine weitere Fachfrau als Externer Spezialist sein, der Ihnen zu neuen Talenten verhilft. Oftmals weisen Personalberatungen sogenannte Kandidatenpools auf. In diesem Pool befinden sich etliche Profile von Jobsuchenden oder wechselfertigen tollen Menschen. Wie der Name vermuten lässt, beraten diese auch in den jeweiligen Kompetenzbereichen. So können sie beispielsweise Tipps zu einem qualifizierten Bewerbungsgespräch bieten.

Eine kurze, vereinfachte Definition/Erklärung Personalberater:

- spezialisiert auf Fachkräfte und auf Personen in mittlerer Führungsebene
 - suchen aktiv
- ...nächste Seite...

- weisen oft einen Bewerberpool auf
- werden regelmäßig neben einer grundsätzlichen Pauschale mit einer Erfolgsbeteiligung vergütet (Einmalzahlung). Es gibt jedoch auch andere Vergütungsmodelle.

Ein Vorteil liegt bei beiden in der Kompetenz an sich. In vielen Fällen waren beide (jahrelang) selbst in der Personalabteilung tätig. Somit kennen diese alle Abläufe in einem Unternehmen – eben auch jene im Recruiting usw.

Zu beachten sollte man jedoch:

Ich rate stets zu einer genauen „Prüfung“ wen man mit dieser absolut wichtigen Aufgabe beauftragt. Nicht immer sind die Qualitäten so wie sein sollten – dies muss ich leider so offen und direkt mitteilen. Ebenso muss ein Kandidatenpool sorgsam ausgewählt und gepflegt werden - oftmals erhält man diesen Eindruck eben nicht.

Verstehen Sie mich bitte nicht falsch:

Ich spreche hier von ganz persönlichen, eigenen Erfahrungen in verschiedenster Weise (selbst Bewerbender oder aus anfänglichen Kooperationen heraus).

Es gibt jedoch ganz tolle Personalberater / Personalberatungsunternehmen.

◆ 7. Zeitarbeit

Ja, auch heute noch kann man Menschen sozusagen mieten – aber nun Spaß bei Seite. Bei der Zeitarbeit schließt ein Arbeitnehmer/eine Arbeitnehmerin einen Arbeitsvertrag mit einer Verleihfirma (Zeitarbeitsfirma). Diese vermittelt diese dann an Unternehmen, für einen gewissen vereinbarten Zeitrahmen. Die Arbeitnehmer/Arbeitnehmerinnen heißen fachmännisch Leiharbeiter/innen. Nach der vorherigen Erläuterung, was es damit auf sich hat, erschließt sich die Begrifflichkeit auch schnell. Es ist schließlich eine geliehene Arbeitskraft. Die Leiharbeitsfirmen greifen ebenso wie die Personalberatungen auf einen Kandidatenpool zurück. So können Vakanzen relativ schnell geschlossen. Erst recht, wenn kurzfristig jemand im Unternehmen ausfällt. Ebenso sind viele Leiharbeitern/Leiharbeiterinnen in etlichen Saisonarbeiten tätig. Auch hierüber schließen sich nach Möglichkeit feste Arbeitsverträge. Wenn die Vertragslaufzeit mit der Leiharbeitsfirma abgelaufen ist und es für Unternehmen + Leiharbeiter passt, kann ein neuer Arbeitsvertrag geschlossen werden. Dieser ist dann ein Vertrag in Festanstellung.

◆ 8. Social Media Recruiting

Zunächst eine kurze Definition: Hiermit sind alle Maßnahmen in den sozialen Netzwerken gemeint, mit denen ich neue Talente akquiriere(n kann). Ein Beispiel wäre hier Active Sourcing, also die direkte Kandidatenansprache. Doch damit ist es meist nicht alleine getan.

Professionelles Active Sourcing geht noch weit darüber hinaus. Ebenso ist das Posting (Erstellen und Einbringen eines Beitrags in dem jeweiligen Netzwerk, bspw. Facebook) sehr erfolgsversprechend. Diese Posts kommen seit längerem nicht mehr ausschließlich aus dem Recruiting-Sektor. Viele Unternehmen geben bereits tiefere Einblicke in das gesamte Unternehmen und dessen Strukturen. So können Interessierte Einblicke und somit (schneller) Vertrauen gewinnen. Insgesamt ist das Posting für Unternehmen sehr sinnvoll, da hiermit ebenso letztlich mehr Gewinn erzielt werden kann. Zudem haben bereits etliche Unternehmen durch eine sogenannte Imagekampagne für mehr Ansehen Ihres Unternehmens gesorgt.

◆ 9. Mobile Recruiting ; Kampagnen, Apps

Als eigenständige Methode möchte ich nun das Mobile Recruiting nennen. Hierbei geht es um eine Strategie, bei der mithilfe mobiler Technologie Kandidaten angezogen und konvertiert werden. Zu den gängigen Taktiken gehören beispielsweise mobile Karriereseiten oder mobile Rekrutierungs-Apps. Letztlich geht es um eine Strategie bei der man Maßnahmen und Taktiken, wie der Name bereits sagt, mobil gestaltet. Dies hat sich in den letzten 10 Jahren sehr etabliert – was sich aus einem Trend heraus dem Nutzungsverhalten der Konsumenten angepasst hat. Gerade Recruiting-Apps sind modern geworden, wobei auch diese bereits spielerisch einen Teil des Recruiting-Prozesses abbilden. Zugegebenermaßen muss man allerdings erwähnen, dass dies nahezu für größere Unternehmen (auch KMU) interessant ist, da die Entwicklungskosten regelmäßig erst im sechsstelligen Bereich anfangen. Für den klassischen Mittelstand empfehlen auch wir etwaige mobile Kampagnen. Diese können sehr unterschiedlich und völlig flexibel gestaltet werden – welches zugleich ein großer Vorteil darstellt. Hier können spezifische Maßnahmen frei auf die Bedürfnisse und Gegebenheiten des jeweiligen Unternehmens abgebildet werden. Diese Maßnahmen haben gerade momentan zu Corona-Zeiten enorm an Beliebtheit gewonnen. Als ein Beispiel sind hier Recruiting-Funnel zu nennen, die mittels eines Quiz beispielsweise digital und somit mobil aufgebaut werden können.

◆ 10. eigene Mitarbeiter = Aufmerksamkeit, Augen & Ohren offen halten

Immer noch eine Methode, die erstaunlicherweise in den wenigsten Unternehmen (konsequent) umgesetzt wird. Oftmals wird ausschließlich über externe Wege und Möglichkeiten nach den neuen Talenten gesucht. Doch oft ist ein Blick in die "Ferne" erst gar nicht nötig, habe ich doch die Vertriebsmitarbeiter bereits an Bord. Diese kennen Ihr Unternehmen genauestens und können dies sowohl fachlich als auch auf persönlicher Ebene sehr gut kommunizieren und für die Ansprache potenzieller Kandidaten (m/w/d) nutzen. Ein zweiter großer Vorteil ist, dass man somit auch keine Kosten für etwaige Maßnahmen hat. Wer sich um seine vorhandenen Mitarbeitenden gut kümmert, schickt sie unter anderem regelmäßig auf Fort- und Weiterbildungen. Hier kann man, geschickt platziert, auf seine Suche nach neuen Talenten aufmerksam machen – eben aktiv eingreifen.

Wer hier sein Unternehmen lobend hervorbringt, hat dies eine höhere Wirkung als ein Flyer oder Aufdruck auf einem Firmenfahrzeug. Jeder kennt diesen Effekt, (Weiter)Empfehlung. Wenn ein guter Bekannter einem einen guten Rat geben kann, wo man beispielsweise gute Beratungs- und Produktqualität in Sachen Elektroartikel erhält, ist das Vertrauen direkt automatisch höher. Folglich kauft man selbst bei dem empfohlenen Elektrofachhandel. So ist es letztlich auch mit Empfehlung von Mitarbeitenden.

Wichtig bei allen Programmen/Maßnahmen ist eine professionelle Gestaltung und zielgerichtete Schulung Ihrer Mitarbeiter. Wie bei allen verlieren sich hier viele potenzielle Möglichkeiten – bis hin zu einem Verlust Ihres potenziell neuen Kandidaten (m/w/d), da die Ansprache beispielsweise gar nicht, oder sehr „plump“ stattfindet.

◆ 11. Bewerberpool

Viele vergessen/vernachlässigen, dass sie für später freiwerdende Stellen, bereits gute Kandidaten (m/w/d) kennengelernt haben. Nämlich diejenigen Bewerbenden, die leider eine Absage erhalten haben. Diese sind hoffentlich mit einem gut begründeten Argument nicht Teil Ihres neuen Teams geworden. Logischerweise sind auch nicht alle Bewerbenden für den Pool „brauchbar“. Jedoch gibt es viele interessante Persönlichkeiten, die dann eben zu einem späteren Zeitpunkt Ihr Unternehmen bereichern würden. Somit ist es also klug, dass man diese im Zuge des Bewerbungsverfahrens in seinen unternehmenseigenen Pool aufnimmt.

Vorteile -zusammengefasst-:

- Kenntnis über fachliche Kompetenz und Entwicklungsmöglichkeiten
- Kenntnis über persönliche Kompetenz und Anpassungsmöglichkeiten
- zeitlich (dadurch) schnellere Besetzung
- im Prinzip keine Kosten (nur ein Telefonat oder erneutes Gespräch)

◆ 12. Messen, Veranstaltungen

Eine längst beliebte Methode ist die Präsenz auf einer Messe oder Rekrutierungs-Veranstaltung.

Messen beispielsweise sind heute noch sehr beliebt, wenn sie innovativ gestaltet sind. Zudem lassen sie sich auch sehr wunderbar in digitaler Form ausrichten.

Dies senkt enorm die Kosten und ich kann dies beispielsweise durch digitale Marketing-Maßnahmen ergänzen. Das macht es heute zu Tage so extrem erfolgreich.

Als ebenso längst etablierte Methode lassen sich sogenannte Recruiting-Days aufzählen.

Hierbei richten die Unternehmen einen Tag lang Vorträge, Einblicke und Informationsmöglichkeiten ein und geben somit Einblicke in das Unternehmen. Hierbei kann man sich über etwaige Karriere- und Einstiegsmöglichkeiten informieren. Wer sich hier interessant und authentisch präsentiert, hat sich die nächsten Vorstellungsgespräche und somit seine nächsten neuen Talente gesichert.

◆ 13. analoge Wege: T-Shirt, KFZ, Schaufenster etc.

Wer mit dem Auto unterwegs ist, sieht es schon relativ häufig – Firmenfahrzeuge, die mit einer Aufschrift versehen sind: “Wir suchen Dich für unser Team“. Dies stellt nur eine der unzähligen Möglichkeiten dar, wie man die analogen Mittel für sein Recruiting nutzen kann – dies, um seine Sichtbarkeit und Reichweite zu erhöhen. Je mehr und öfter von einer offenen Stelle erfahren, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine “Anzeige“ jemand sieht, sich informiert und im besten Fall eben auch bewirbt.

Weitere Möglichkeiten sind hier:

- T-Shirt Aufdruck
- Flyer und/oder Poster
- Aushang im Schaufenster
- Aufdruck auf E-Mails
- Werbemittel

Natürlich gibt es hier noch viele weitere Möglichkeiten. Wichtig bei allen ist heute folgendes: Es kann und sollte auch mal kreativ, provokant oder mutig sein. Dies erhöht enorm die Aufmerksamkeit und die Erfolgchancen steigen enorm.

◆ 14. Empfehlungsprogramme: mit Budget oder ohne, alternative Anreize

Im Gegenzug zu den bereits genannten nicht-monetären Empfehlungsprogrammen (Methode Nr. 10) möchte ich hier speziell auf solche eingehen, welche für das Unternehmen mit Kosten oder Benefits verbunden sind. Als Beispiele wären hier beispielsweise Prämien oder Sonderurlaubstage (als Benefit) zu nennen. Es gibt jedoch noch viele weitere attraktive Möglichkeiten. Ein gut durchdachtes Bonusprogramm kann ebenso sehr attraktiv sein. Diese Programme sind auch entgegen der allgemeinen Meinung auch nicht unattraktiv, weil sie teuer seien. Errechnen Sie doch mal im Gegenzug die Kosten einer offenbleibenden Vakanz.



Bonus-Hinweis zu den Kosten einer offenen Stelle:

Es variiert natürlich je nach Art und Branche, als grobe Faustformel gilt:

Eine Vakanz, die 83 Tage unbesetzt bleibt, kostet das Unternehmen ein komplettes Bruttojahresgehalt der entsprechenden Stelle.

In Zahlen bedeutet dies ein Verlust von ca. 49.200€³ in weniger als 3 Monaten.

☹️ Autsch ☹️

³ausgegangen von dem Bundesdurchschnittsgehalt

◆ 15. Digitales Marketing/Online Marketing: Bsp. Ads

Ich weiß, Eigenlob stinkt, wie man so sagt. Jedoch war ich einer mit der Ersten, der sich für eine Zusammenarbeit der Personalabteilung mit der Marketingabteilung eingesetzt hat. Großkonzerne haben es vor vielen Jahren vorgemacht. Innovative Online-Marketing-Kampagnen und Co. Aktuell sind, durch Corona begünstigt, sogenannte Funnel-Marketing-Maßnahmen sehr beliebt. Gepaart mit einer dazugehörigen Ads-Kampagne sind diese äußerst erfolgreich. Diese Kombination bedeutet, dass man beispielsweise einen Online-Funnel in Form eines Quiz erstellt und so letztlich mehr Bewerbungen erhält. Wer hier sehr strategisch und clever vorgeht erhält sogar nur interessante Bewerbungen. Eine gewisse Vorselektion ist also somit bereits innerhalb des Quiz geschehen. Etliche reine Marketing-Agenturen sind auf diesen Zug aufgesprungen. Mein persönlicher Rat an dieser Stelle: Schauen Sie sich die Agenturen und deren Qualifikationen genau an. Wenn es um das reine Sammeln von Bewerbungen geht, sind diese völlig in Ordnung und ausreichen. Erwartet man noch qualitativ hochwertige personaltechnische Beratungen oder Dienstleistung, wäre ich persönlich äußerst zurückhaltend. Deren Background liegt schließlich nicht in professionellen personaltechnischen Prozessen. Da genügt das oft nur vorhandene Basiswissen nicht aus.

Hier kann ich Sie jedoch sehr beruhigen: Da ich selbst über 15 Jahre als Personalreferent in den unterschiedlichsten Unternehmen beschäftigt war, bringe ich dieses notwendige Fachwissen selbstverständlich mit – und noch viel mehr. 😊

Ebenso lassen sich durch reine digitale Marketing Maßnahmen Bewerbungen sammeln, oder im den Verlauf des Interesseweckens noch verstärken. Hier wäre als Beispiel das Content Marketing zu nennen, oder gewisse SEO-Optimierungen. Gerade wenn man Google for Jobs nutzt ist dies einerseits zwingend notwendig und richtig angewendet, sehr erfolgreich. Für Unternehmen, wo der Kundenkontakt möglich ist (Blumenhändler, Einzelhandel, aber auch Dienstleistungen wie Steuerberater usw.), empfiehlt es sich ebenso ein Google Business Konto (ehemals Google My Business-Konto) anzulegen. Hierüber lassen sich auch tolle Anzeigen aufsetzen. Sie können dies ganz einfach hier aufrufen

https://www.google.com/intl/de_de/business/

Seit der Einstellung von Google My Business (und die dazugehörige App), gibt es die Funktionen und Verwaltungen zudem innerhalb von Google Maps – dies ist also darin integriert worden.

Auf der nachfolgenden Seite finden Sie noch ein wichtiges Schlusswort.

Dies waren also meine ersten 15 Tipps, bzw. Methoden zur Gewinnung neuer Talente. Letztlich empfiehlt es sich eine genaue Strategie zu planen und eine sinnvolle Kombination aus einzelnen Methoden zu gestalten. Dies hat die höchste Reichweite und die höchste Sichtbarkeit. Es ist, wie ich bereits in einem meiner Videos gesagt habe: Je mehr Angeln ich auslege, desto mehr Fische fange ich (bzw. ist die Wahrscheinlichkeit das ich etwas fange). Mit den Bewerbenden verhält es sich genauso.

Zum Schluss noch einen Hinweis: Innerhalb der Gewinnung geht es selbstverständlich auch um weitere elementaren Strategien und Prozesse, die professionell aufgestellt sein müssen – wie etwa die Personalauswahl, die Einarbeitung und die Bindung. Heute gewinnt und behält man nur noch sein wertvollstes Gut, wenn man sich in allen Bereichen als Top-Arbeitgeber positioniert.

Nun bleibt mir nur noch Ihnen ganz viel Erfolg bei der Akquirierung Ihrer neuen Talente zu wünschen.

Ihr

Christoph Krupp

Berater und Kooperationspartner für KMU



Mehr Infos unter: www.krupp-talente.de

Oder auf meinen neuen YouTube-Kanal: <https://bit.ly/39y5Ea3>