



7 Geheimnisse: Die besten Mitarbeiter magnetisch anziehen

Das Problem:

An allen Ecken und Enden mangelt es an Fachkräften. Jeden Tag schlagen bei uns die gleichen Fragen auf: Woher bekomme ich gute Mitarbeiter? Wohin mit meinen offenen Stellenausschreibungen?

Die gute Nachricht ist:

- 41 % der Arbeitnehmer sind im Allgemeinen nicht zufrieden mit ihrem Job.
- 60 % sind offen für neue Angebote, auch wenn sie nicht auf Jobsuche sind.
- 81 % informieren sich regelmäßig über Jobs innerhalb ihrer Branche.

Recruiting ist kein Tagesthema oder Projekt, das irgendwann abgeschlossen ist: Recruiting ist ein Arbeitsfeld, das immer wieder weiterentwickelt werden möchte und den Firmenalltag begleitet.

Sie sollten nicht erst dann suchen, wenn Sie bereits Bedarf haben, sondern bei Bedarf aus den passenden Persönlichkeiten direkt auswählen können. Doch alles Bemühen nützt nichts, wenn niemand von Ihrer Firma oder von offenen Stellen etwas weiß.

Was müssen Sie tun, um Ihre Bekanntheit nachhaltig zu steigern und Ihre Stellenangebote gut zu präsentieren, Ihre Firmenstellung zu stärken und positiv in aller Munde zu sein:

1. Die Reputation Ihrer Firma stärken

Die Mitarbeiter-Gewinnung fängt bereits vor der Stellenausschreibung an: nämlich bei der Reputation Ihrer Firma und der Firmenkultur, die nach außen transportiert wird.

- 24 % sprechen täglich, 53 % mehrmals wöchentlich mit Familie und Freunden über die Arbeit. Nur 3 % geben an, dass sie „so gut wie nie“ über die Firma sprechen.
- Also ist das Ziel, dass über positive Dinge gesprochen wird und die Firma kein Dorn im Auge der Menschen Ihrer Umgebung ist. Wenn Ihr Betrieb positiv in aller Munde ist, werden sich mehr Bewerber finden.

Aktives Bewerben der Vorteile abseits des Fachlichen ist besonders wichtig:

- In der derzeitigen Beinahe-Vollbeschäftigung stehen die Arbeitskonditionen mehr und mehr im Vordergrund.
- Flexible Arbeitszeit, HomeOffice, Gesundheit/Ernährungs-Programme, Weiterbildungen, schnelle Verantwortungsübernahme, dynamische Prozesse, agile Strukturen usw.
- Ziehen Sie alle Register was Ihr Unternehmen zu bieten hat und bewerben Sie dies aktiv. Sie brauchen z. B. mit kostenlosen Getränken nicht hinterm Berg halten „Das macht doch jeder ...“ – zeigen Sie was Sie haben! Die Möglichkeiten von Weiterbildungen sind zwar oft selbstverständlich, aber kein Grund diese nicht zu bewerben.
- Versuchen Sie Ihre Firma in einem einfachen Satz zu beschreiben und schon werden Ihnen Ihre Stärken auffallen.
- Dabei ist entscheidend wer Ihre Zielgruppe ist. Fragen Sie sich: Was will der Bewerber? Und erfüllen Sie ihm diesen Wunsch! Zum Beispiel, dass Sie bei einem Schreibtischjob gleichzeitig „gesundheitsfördernde Maßnahmen“ anbieten.





2. Pflegen Sie Ihr Aushängeschild – Ihre Webseite ist Ihre Visitenkarte

- Ihre Website ist für viele einer der ersten Anlaufpunkte für Interessierte. Ob über eine Suchmaschine, einen Link oder weil sich derjenige über Sie informieren möchte.
- Stellen Sie sicher, dass ein interessierter Besucher Sie kennenlernen kann.
- Stellen Sie Ihr Team, Ihre Produkte vor, geben Sie Einblick in Ihre Arbeitsstätte – Menschen mögen Transparenz und dies gibt ihnen das Gefühl von Sicherheit und Sympathie.
- Achten Sie darauf, dass Ihre Website nicht veraltet ist oder den letzten Zeitungsartikel von 2010 zeigt.
- Egal über welchen Weg ein Bewerber Sie findet, er wird sich auch Ihre Website angucken um herauszufinden wie Ihr Unternehmen tickt.
- Stellen Sie sicher, dass alle Informationen zu Ihren offenen Stellen auf der Website ansprechend dargestellt sind.
- Achten Sie auf klare Formulierungen in Ihren Anforderungen und den Leistungen, die Sie bieten – alleine aus dem Stellentitel sollte schon klar sein, was die Hauptaufgabe ist.

3. Legen Sie ein kununu-Profil an

kennen Sie Ihren kununu-Wert? Hinter der Plattform kununu verbirgt sich die größte und bekannteste Arbeitgeber-Bewertungsplattform im deutschsprachigen Raum. kununu ist eine Plattform mit Bewertungen und Erfahrungsberichten für Unternehmen, auf welcher sich viele potentielle Bewerber informieren. Haben Sie hier ein aussagekräftiges Profil und gute Bewertungen, zieht dies automatisch Bewerber an.

Das Portal kununu ermöglicht es Arbeitnehmern, ihre Arbeitgeber zu bewerten und einen Score des Unternehmens anzugeben. Nicht wenige ziehen diese Bewertungen zu Rate bevor sie sich für einen Job entscheiden:

- Suchen Sie doch einmal Ihr Unternehmen auf kununu.com: Gibt es Bewertungen? Wenn Sie einen Wert schlechter als der Schnitt (3,2) haben, sollten Sie handeln und die Bewertungen aufarbeiten.
- Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter Bewertungen zu erstellen, um Ihre Bewertung zu verbessern.
- Ansonsten werden viele Bewerber, um Ihre Firma einen großen Bogen machen.

4. Seien Sie in der regionalen Presse & auf Social Media vertreten

Steigern Sie Ihre regionale Bekanntheit, indem Sie Kontakte zur regionalen Presse pflegen und regelmäßig Beiträge über Ihr Unternehmen veröffentlichen. Seien Sie präsent in der Region und somit sichtbar für potentielle Bewerber! Die lokale Presse ist nicht so tot wie man denkt.

Zeigen Sie was Sie können: Gesellschaftliches Engagement, Sponsoring, Spenden, ... Platzieren Sie sich in den Köpfen der Menschen.

Social Media (Twitter, Facebook, Instagram)

- Die Kommunikation und Information vieler Menschen findet immer mehr in sozialen Medien wie Facebook, Twitter und Instagram statt.
- Suchen Sie sich einen Mitarbeiter, der die sozialen Medien betreut und berichten Sie dort über Ihre Highlights im Unternehmen.





5. Setzen Sie auf Empfehlungen durch Ihre A-Mitarbeiter

Es gilt der Grundsatz: Gute Leute kennen gute Leute. Animieren Sie Ihre Mitarbeiter, ihre besten Kontakte vorzuschlagen. Prämien für Empfehlungen der Mitarbeiter motivieren diese zusätzlich. Bieten Sie beispielsweise einen bestimmten Betrag (1000 – 2000 €) bei Einstellung oder nach erfolgreichem Abschluss der Probezeit:

- Die eigenen Mitarbeiter haben oft ein gutes Gefühl dafür, wer ins Team passt und würden seltener einen Ungeeigneten empfehlen.
- Nutzen Sie diese Menschen, die Sie kennen.
- Die beste Referenz für die Eignung eines Mitarbeiters ist immer noch der Mensch selbst.
- Nutzen Sie Unternehmerfreunde, Vereine, Kollegen, Lieferanten oder Kunden um Empfehlungen und Bewerber zu bekommen.

6. Warten Sie nicht auf die Besten! – Active Sourcing

Headhunting

Apple wartet nicht auf Bewerbungen. Die Kalifornier gehen vor wie Headhunter und werben die größten Talente in anderen Firmen ab. Die besten Leute sind fast nie arbeitslos, also warten Sie nicht, sondern begeben Sie sich auf aktive Suche! Wenn Ihnen ein Talent ins Auge fällt, dann zögern Sie nicht und gewinnen Sie es für sich.

- Beim Headhunting sucht ein Agent gegen Honorar für einen bestimmten Job geeignete Kandidaten, bis Sie einen Mitarbeiter gefunden haben der passt.
- Diese Methode beginnt erst ab 50.000 Euro Jahresgehalt und die Agenturen nehmen meist 30 % dieser Summe als Provision.
- Dieser Weg lohnt sich also nur für Schlüsselstellen und Führungspositionen.

Suche in Netzwerken

- Xing und LinkedIn sind große Plattformen für Arbeitnehmer und -geber zum Netzwerken und um Kontakte zu knüpfen.
- Diese können genutzt werden, um gezielt nach qualifizierten Mitarbeitern zu suchen, allerdings gegen Geld.
- Hier können Sie wunderbar nach Profilen, Eigenschaften oder Qualifikationen suchen und aktiv auf Mitarbeitersuche gehen.

7. Suchen Sie „Outside the Box“

Ein Beispiel: Phoenix Contact stellte einen 63jährigen Bewerber ein. Nach kurzer Zeit genoss der neue Mitarbeiter höchstes Ansehen und erfüllte seine Aufgaben zu höchsten Zufriedenheit. Das Unternehmen stellt Ältere auch ein, um junge High Potentials zu entwickeln. Viele ältere Arbeitnehmer verlieren unverschuldet Ihren Job durch Insolvenzen oder Restrukturierungen, sind aber top Mitarbeiter. Nutzen Sie hier Ihre Chance!

Stellen Sie sich die Frage: Wen habe ich in der letzte Woche getroffen?

- Investieren Sie vielleicht am Freitagnachmittag, 30 Minuten Zeit, darüber nachzudenken und greifen Sie einmal zum Telefon um einem Kontakt nachzugehen.
- Denn Recruiting ist vor allem eins: Ständig aufmerksam zu sein und die Umgebung zu beobachten. Nicht erst wenn Sie den Bedarf haben, sondern handeln Sie dann, wenn Sie einen geeigneten Mitarbeiter gefunden haben.

