



21

Ideen & Marketing Tipps

wie Sie neue Mitarbeiter
und Fachkräfte finden

Im Folgenden finden Sie eine Ideensammlung für Ihre Mitarbeitersuche. Sicher ist nicht jede Idee für jedes Unternehmen oder jede Branche sinnvoll.

Aber dadurch, dass sich Fachkräfte durch die Wandlung des Arbeitsmarktes ihren Arbeitgeber aussuchen können, sollte die Personalsuche jedes Unternehmens mit Tipp 1 beginnen.

Tipp 1 - Erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit.

Kommunizieren Sie Ihre Leistungen, Ihre Produkte und die Philosophie ihrer Firma nach außen. Überlegen Sie, wie Sie sich am besten präsentieren und positionieren können, wie Sie aus der Masse hervorstechen. Erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit, denn wer nicht sichtbar ist, bei dem bewirbt sich auch niemand.

Tipp 2 - Setzen Sie nicht nur auf ein Marketinginstrument

Schalten Sie zum Beispiel nicht nur Stellenanzeigen in der Zeitung, sondern nutzen Sie viele verschiedene Marketing Instrumente. Es sollte eine Kampagne entstehen, bei der sich die einzelnen Maßnahmen ergänzen und gegenseitig verstärken, damit Sie Ihr Ergebnis erreichen und Ihre freien Stellen besetzen können.

Tipp 3 - Wen genau brauchen Sie?

Beginnen Sie intern mit einer genauen Beschreibung Ihres Bedarfs und der Voraussetzungen.

Folgende Fragen wollen Sie zunächst beantworten:

- Welche Arbeitsstelle soll besetzt werden, inklusive genaue Stellenbeschreibung wie Aufgaben, Ziele, Rahmenbedingungen, Befugnisse, Verantwortlichkeiten, Aufstiegschancen usw.
- Wie ist das Anforderungsprofil an die Bewerber?
- Welche Kompetenzen benötigen diese?
- Wie ist die Stelle im Unternehmen eingeordnet?
- Welcher Lohn, welches Gehalt wird gezahlt?
- Welche sonstigen Vergünstigungen für die Arbeitnehmer gibt es?

Tipp 4 - Ihre Stellenbeschreibung: Alles außer langweilig

Formulieren Sie Ihre Stellenangebote authentisch, persönlich, sympathisch und auf die zu besetzende Position zugeschnitten.

Das gehört in die Stellenbeschreibung:

- Die genaue Beschreibung der Stelle.
- Ihre Erwartungen an die Bewerber.
- Ihre Leistungen und ihre Vorteile als Arbeitgeber.

So formulieren Sie interessante, spannende Stellenanzeigen:

- Beginnen Sie nie mit: „Wir suchen für unsere Firma eine...“, sondern überlegen Sie, was die potenziellen Bewerber an einer Arbeitsstelle interessieren könnte (außer der Verdienst natürlich).

Formulieren Sie zum Beispiel:

- > Sie wollen in einem professionellen Team arbeiten...
- > Sie suchen eine sinnstiftende Tätigkeit...
- > Sie wollen eigenverantwortlich arbeiten...

- Schrecken Sie potenzielle Bewerber nicht ab, indem sie ein Anforderungsprofil schreiben, das niemand erfüllen kann. Machen Sie es kurz und nennen Sie nur die wichtigsten Fähigkeiten und unbedingt notwendigen Qualifikationen.
- Sagen Sie nicht: Wir bieten... oder Wir suchen..., sondern sprechen Sie die Interessenten persönlich an:
 - >>> Sie finden bei uns... Sie erwartet ein erfahrenes Team...

So fällt ihre Stellenbeschreibung auf:

Vermeiden Sie Fließtext und bevorzugen Sie stichpunktartige Aufzählungen. Schreiben Sie nicht nur den Text, sondern fügen Sie unbedingt noch ein Bild hinzu. Bilder oder auch Infografiken unterstützen die Stellenanzeige inhaltlich und wecken das Interesse des Lesers.

Das können zum Beispiel authentische Aufnahmen aus dem Arbeitsalltag sein. Aber übertreiben Sie es nicht. Maximal zwei Bilder/Grafiken sollten Sie für Ihre Stellenbeschreibung verwenden.

Vergessen Sie die Handlungsaufforderung nicht.

Was sollen die Interessenten jetzt tun:

- >>> Sie interessieren sich für die Stelle? Bewerben Sie sich per E-Mail... usw.

Vermeiden Sie Verunsicherungen

Um potentielle Bewerber nicht zu verunsichern, sollten Sie die von Ihnen ausgearbeitete Stellenbeschreibung als Grundlage für **alle Medien**, die sie für ihre Personalsuche nutzen werden, nehmen. Sie vermeiden Verunsicherungen bei den Interessenten, wenn überall inhaltlich das gleiche steht.

Tipp 5 - Ihre eigene Website

Unverzichtbar und Grundlage für alle Bemühungen Ihrer Fachkräftesuche ist Ihre eigene Website. Hier können Sie sich als Arbeitgeber präsentieren und Ihr Unternehmen überzeugend und authentisch vorstellen.

Denn auf Ihrer Webseite erkundigen sich potenzielle Bewerber zuerst über Ihre Firma.

Hier können Sie die offenen Stellen ausführlich beschreiben.

Es sollte eine eigene, gut gestaltete und informative Job-Unterseite entstehen, die gleich auf der Startseite verlinkt ist und auf die sie bei allen Online- Veröffentlichungen verweisen können.

Schreiben Sie viele E-Mails? Dann könnten Sie unterhalb der Signatur (als P.S.) mit einem kleinen gestalteten Banner oder auch nur mit einem kurzen Text auf Ihre Mitarbeitersuche hinweisen. (Bitte beachten Sie dazu auch die aktuelle Rechtsprechung.)

Denken Sie auch über einen Blog auf Ihrer Webseite nach. Denn erstens erhöht eine Blog-Seite die Öffnungsrate Ihrer Website signifikant und zweitens können Sie Ihr Unternehmen mit verschiedenen interessanten Themen gut vorstellen. Sie könnten auch Mitarbeiter in einer Art Online-Tagebuch von der täglichen Arbeit berichten lassen.

Tipp 6 - Interne Ressourcen nutzen

Je nach Größe ihrer Firma könnten Sie sich auch zuerst in Ihrem eigenen Unternehmen umschauen und sehen, ob interne Ressourcen genutzt werden könnten.

Vielleicht ist nur die Weiterbildung eines Mitarbeiters nötig, um eine Stelle zu besetzen. So haben Sie einen guten und bereits eingearbeiteten Mitarbeiter gebunden und dessen Motivation durch einen Aufstieg erhöht.

Die dadurch freigewordene Stelle ist häufig wegen der niedrigeren Qualifikationsanforderung schneller wieder extern zu besetzen.

Tipp 7 - Kostenlose Werbeflächen nutzen

Nutzen Sie alle kostenlosen Werbeflächen, die Ihnen zur Verfügung stehen, um auf Ihre Stellenangebote aufmerksam zu machen:

Beschriften Sie Ihre Firmenwagen, hängen Sie Plakate in die Schaufenster, bringen Sie Schilder oder Werbeplanen am Firmentor oder am Zaun an. Stellen Sie ein Roll-up an den Empfang...

Suchen Sie auch im Umkreis nach Möglichkeiten, wo Planen oder Plakate angebracht werden können. Lassen Sie zum Beispiel für Außendienstmitarbeiter T-Shirts drucken: „Komm' in unser Team“.

Tipp 8 - Postkarten und Flyer

Drucken Sie Postkarten und verteilen Sie diese zum Beispiel über City-Card oder Edgar Card- Displays in der Gastronomie, in Fitness Centern, Kinos usw.

Lassen Sie Flyer drucken und legen Sie diese bei Geschäftspartnern, Kulturveranstaltungen oder in Geschäften aus.

Dazu noch ein Tipp, der ganz einfach zu sein scheint aber gern immer wieder vergessen wird:

Drucken Sie gleich eine große Stückzahl und verteilen Sie die Flyer auch.

Es nützt nichts, wenn Sie zehn Flyer am Empfang auslegen und die restlichen 2490 Flyer dösen bei Ihnen im Büro vor sich hin.

Nutzen Sie wirklich jede Gelegenheit zur Verteilung. Legen Sie jedem Brief, den sie schreiben oder Rechnungen, die sie verschicken, einen Flyer bei.

Tipp 9 - Mund-zu-Mund-Propaganda

Erfahrungsgemäß werden viele Stellen über persönliche Beziehungen und Mundpropaganda besetzt.

Deshalb: Erzählen Sie allen, dass Sie Mitarbeiter suchen. Nutzen Sie Ihr Beziehungsnetzwerk: Freunde, Bekannte, Geschäftspartner, Lieferanten.

Und: Verteilen Sie Ihre Flyer und Postkarten.

Tipp 10 - Mitarbeiter werben Mitarbeiter

Laut einer Studie von 2018 sind Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Kampagnen eine sehr erfolgreiche Methode zur Fachkräftegewinnung.

Bitten Sie also Ihre Mitarbeiter darum, die Augen offen zu halten. Erfolgreiche Empfehlungen aus der Belegschaft könnten Sie mit einem Bonus oder einer kleinen Aufmerksamkeit belohnen.

Der Vorteil für Sie als Arbeitgeber ist, dass diese Methode kostengünstig und sehr glaubwürdig für die Interessenten ist.

Und natürlich kommen auch hier wieder ihre Flyer und Postkarten zum Einsatz.

Tipp 11 - Die Zeitungsannonce

Immer noch im Einsatz: die Anzeige in Printmedien.

Auch wenn sie durch Onlineanzeigen zurückgedrängt wurden, nutzen viele noch diese klassische Methode, um Mitarbeiter zu finden, z.B. in Stadtteilzeitungen und in der lokalen Presse.

Auch in Fachzeitschriften haben sich Annoncen bewährt, wenn eine spezielle Zielgruppe angesprochen werden soll.

Oft haben lokale Zeitungen einen Online-Bereich bzw. einen Facebook Account. In diesem Fall kann die Printanzeige mit einem Online-Eintrag kombiniert werden.

Tipp 12 – Radio- und Fernsehwerbung

Werbung in den Haupt-Fernsehprogrammen ist für kleine Unternehmen und Freiberufler natürlich finanziell nicht möglich. Aber es gibt unzählige regionale Fernsehprogramme, bei denen sich eine Firmenvorstellung lohnen kann. Auch örtliche Radiosender haben oft eine Rubrik für Stellenangebote.

Tipp 13 - Jobbörse der Agentur für Arbeit / Lehrstellenbörsen von IHK und HWK

Auch wenn die Personalsuche über die Agentur für Arbeit nicht den besten Ruf genießt, hat sie einen Vorteil: Sie ist kostenlos.

Einen Versuch ist es jedenfalls wert. Und Sie können nicht nur ihre offenen Stellen anbieten, sondern auch ein eigenes Unternehmensprofil anlegen.

Sollten Sie Azubis suchen, können Sie die Lehrstellenbörsen der örtlichen IHK's und Handwerkskammern nutzen.

Tipp 14 – Online-Stellenbörsen

Eine viel genutzte Möglichkeit der Fachkräftesuche sind auch die vielen Internet-Stellenbörsen.

Großer Vorteil von diesen Stellenbörsen ist natürlich die Über-Regionalität und auch die Einfachheit der Nutzung.

Für Jobsuchende ist die Nutzung kostenfrei, Unternehmen müssen bei den meisten Plattformen bezahlen.

Deshalb sollten Sie sich vorher genau überlegen, auf welcher Plattform Sie inserieren wollen, ob in einer allgemeinen oder in einer fachspezifischen Jobbörse.

Hier einige Beispiele:

- allgemeine Jobbörsen: monster.de jobbörse.de stepstone.de
- Europäische Fachkräfte erreichen Sie auf der Website der europäischen Kommission
- Studenten oder junge Akademiker berufsstart.de

- Azubis oder dual Studierende azubiyo.de
- Fach- und Führungskräfte experteer.de
- Mitarbeiter aus dem IT-Bereich 4Scotty.com

Tipp 15 - Social Media

Haben Sie schon ein Profil auf Xing oder LinkedIn? Haben Sie bereits eine Unternehmensseite bei Facebook angelegt?

Dann sollten Sie das unbedingt tun. Denn Anzeigen in sozialen Netzwerken (auch als Social Media Recruiting bekannt), nehmen immer mehr zu.

Außerdem verschaffen sich potenzielle Bewerber auch über soziale Netzwerke einen Eindruck von ihrer Firma. Und hier können Sie Links zu ihrer Job-Website oder zu ihren Angeboten in Stellenbörsen setzen.

Ein Tipp: der Zeitaufwand für die Pflege eines Social Mediakanal ist nicht zu unterschätzen. Daher sollten Sie sich auf einen Kanal beschränken und diesen dafür aber regelmäßig mit interessanten Infos zu Themen ihrer Branche füllen.

Achten Sie darauf, dass sie nicht ständig Werbung für Ihre Produkte oder Dienstleistungen machen. Das nehmen die Nutzer übel.

Und noch ein Tipp: Nutzen Sie auch das Potenzial Ihrer Mitarbeiter. Sicher haben viele ein privates Profil auf Facebook und Co.

Bitten Sie darum, dass Stellenangebote oder Infos zu Veranstaltungen geteilt werden.

Tipp 16 - Personalvermittler

Für kleine Unternehmen und Freiberufler ist eine professionelle Personalvermittlung durchaus eine Option. Zwar fallen Provisionen an aber dafür entsteht kein weiterer Aufwand für die Mitarbeitersuche mehr. Vor allem wenn Sie wenig Zeit haben, kann es sich lohnen einen Personalvermittler zu suchen, dem Sie vertrauen können und der das nötige Know-how mitbringt.

Tipp 17 – Job-, Karriere- und Ausbildungsmessen

Stellen Sie Ihre Firma bei Job-, Karriere- und Ausbildungsmessen vor.

An einem Stand präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Sie kommen in direkten Kontakt mit Bewerbern. Sie treffen Interessenten praktisch auf „neutralem Boden“, können sich erst einmal unverbindlich kennen lernen und geeignete Leute dann zu weiteren Gesprächen einladen.

Kleinere Unternehmen können sich überlegen, einen Stand mit anderen Firmen zu teilen, damit die Kosten nicht zu hoch werden.

Bieten Sie den Messeveranstaltern an, einen Fachvortrag zu einem bestimmten Thema zu halten. So steigern Sie ihre Bekanntheit und Vertrauenswürdigkeit.

Auch wenn Sie auf Fachmessen vertreten sind, können Sie an ihrem Stand auf offene Stellen aufmerksam machen.

Auf alle Fälle sollte allen Messebeteiligungen ein durchdachtes Konzept zu Grunde liegen.

Tipp 18 - Hochschulwerbung (Campus-Recruiting)

Hochschulwerbung eignet sich für Unternehmen, die Nachwuchs aus dem akademischen Bereich suchen aber auch für Firmen, die Quereinsteiger ansprechen wollen, zum Beispiel für eine Ausbildung im Handwerk oder sozialen Unternehmen.

Möglichkeiten einer zielgerichteten Werbung sind:

- die Auslage von Broschüren und Flyern,
- das Aushängen von Plakaten,
- die Teilnahme an speziellen Hochschulmessen,
- das Anbieten von Betriebsbesichtigungen,
- das Halten von Gastvorträgen,
- das Anbieten von Praktika, Werksstudentenstellen oder Abschlussarbeiten,
- das Anbieten von Seminaren und Workshops zu bestimmten Themen,
- Anzeigen in Studentenmagazinen (Print und online).

Vor allem das Anbieten von Praktika oder Abschlussarbeiten ist eine gute Möglichkeit, Mitarbeiter zu finden und an das Unternehmen zu binden. So können Sie auch Ihre Kontaktliste weiter ausbauen (s.nächster Punkt).

Tipp 19 - Kontaktliste anlegen

Sicher erhalten Sie einige Initiativbewerbungen von Interessenten, die im Prinzip in Ordnung sind, die Sie aber gerade nicht benötigen.

Oder Studenten haben im Rahmen eines Praktikums, bzw. in den Ferien bei Ihnen gearbeitet. Oder Sie hatten anderweitig Kontakt zu Interessenten, die sich dann aber für einen anderen Arbeitgeber entschieden haben.

Behalten Sie diese Kontakte und notieren Sie sie in einer Liste. Bleiben Sie in Verbindung und im Gedächtnis, in dem sie diese Personen zum Beispiel zu Veranstaltungen einladen oder ab und zu eine kleine Nachricht schreiben, zum Beispiel zu Weihnachten.

Denn die Umstände können sich auch mal wieder ändern und dann haben Sie einen Kontakt-Pool, auf den sie zurückgreifen können.

Tipp 20 - Veranstaltungen

Finden Sie Gründe für regelmäßige Veranstaltungen. Planen Sie immer mal wieder einen „Tag der offenen Tür“, ein Sommerfest, ein Fest zum Firmenjubiläum... Und laden Sie auch ihre Kontakte aus der Job-Kontaktliste dazu ein. Geben Sie so Interessenten die Möglichkeit, Sie und Ihr Unternehmen unverbindlich kennen zu lernen.

Planen Sie Fachvorträge oder Veranstaltungsreihen zu bestimmten Themengebieten. Damit ziehen Sie Interessenten aus ihrer Branche an, die Sie sonst nur schwer erreichen könnten.

Natürlich liegen bei Ihren Veranstaltungen auch Ihre Flyer und Postkarten aus. Und Rollups oder Displays weisen darauf hin, dass sie Mitarbeiter suchen.

Tipp 21 - Active Recruiting (zu deutsch: Aktive Suche)

Die Zeiten, in denen man gelassen darauf warten konnte, dass sich Mitarbeiter von alleine bewerben, sind vorbei.

Deshalb sollten Sie die Suche aktiv selbst in die Hand nehmen:

- durch gezieltes Durchsuchen von Benutzerdatenbanken in Online-Jobbörsen oder Stellenplattformen
- durch Suche in sozialen Netzwerken, vor allem beruflich orientierten Netzwerken wie Xing oder LinkedIn
- bei Fachtagungen, an denen Sie teilnehmen und bei denen der Kontakt zu potenziellen Fachkräften über den fachlichen Austausch entsteht
- durch Nutzung von Karrierenetzwerken zum Beispiel Digital Media Women (DMW), Lions oder Rotary Clubs, Business Network international (BNI)...

Nutzen Sie die verschiedenen Kanäle, um passende Bewerber ausfindig zu machen und gezielt anzusprechen.

Bonus Tipp:

Gehen Sie konzeptionell an ihre Mitarbeitersuche heran. Mit nur einer Maßnahme Erfolg zu haben, wird sicherlich schwierig werden.

Aber mit einem durchdachten Konzept, das Sie genau auf Ihr Unternehmen und Ihren Bedarf zuschneiden, werden Sie Erfolg haben.

Denn dann ergänzen sich die einzelnen Maßnahmen, greifen wie Zahnräder ineinander und bringen den Stein ins Rollen.

Viel Erfolg bei der Erarbeitung Ihres Konzeptes und bei Ihrer Mitarbeitersuche wünscht Ihnen

Kerstin Brückner
Wolke zwo – Marketing mit Plan.



Kerstin Brückner

kerstin.brueckner@wolke-zwo.de
www.wolke-zwo.de



Marketing & Multimedia Studio

Tel. 0371 - 4059551
Reineckerstraße 50 • 09126 Chemnitz