

Recruiting als Differenzierungsmerkmal

Recruiting sieht heute bereits ganz anders aus als noch vor fünf oder zehn Jahren. Neben dem Verkauf wird das Personalmanagement immer mehr zum erfolgsentscheidenden Faktor in den Unternehmen und so zu einem starken Differenzierungsmerkmal. Von Marcus König, Adelsdorf, Deutschland.

„Und dann suche ich mir die richtige Firma aus! Am liebsten würde ich ein paar Praktika machen, damit ich mir die Firmen in Ruhe anschauen kann und somit viel sicherer die richtige Firma wähle. Im Vorstellungsgespräch bekommt man von der Kultur der Firma ja nur wenig mit! Da können die ja eine wunderbare Show abziehen und später ist man dann im Tagesgeschäft überrascht“, so das Statement eines jungen Werkstofftechniklers auf die Frage, wie er denn Jobsuche betreibt. Die Frage, ob es denn nicht eher an der jeweiligen Firma sei, auszuwählen, welcher Bewerber der richtige sei, wurde nicht verstanden.

Die überwältigende Mehrzahl an Bewerbungsrätegebern stellt nach wie vor den Bewerber in den Vordergrund. Wie ist ein Anschreiben zu formulieren? Was zieht man am besten an? Welche Fragen sollte man stellen, welche Antworten parat haben? Ist das wirklich noch zeitgemäß? Geht es heute nicht vielmehr darum, als Unternehmen den jeweiligen Bewerber davon zu begeistern, in die Firma einzusteigen? Es gibt inzwischen Berufsbilder, die sind in manchen Gegenden oder Städten so rar, dass eine regelrechte Hatz auf die Talente ausgebrochen ist. Gute Zeiten für Bewerber. Schlechte Zeiten für Unternehmen mit veralteten Recruitingmaßnahmen.

Dabei ist es für Firmen gar nicht so schwer, hier zu punkten. Man muss akzeptieren, mit der Zeit zu gehen. Also das, was man auf der Verkaufsseite macht, um nicht von der Konkurrenz überholt oder ausgelöscht zu werden,



ist nun auch auf der Personalseite notwendig. Hier einige Möglichkeiten, um in einem hart umkämpften Markt an Talente zu gelangen.

1. Mitarbeiter werben Mitarbeiter

Ein erster Schritt in diese Richtung sind Aktionen wie „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“. Ob nun mit versprochenen Prämien oder einfach nur aus Loyalität dem Arbeitgeber gegenüber. Hierbei handelt es sich um ein probates Mittel, kennen doch die Mitarbeiter die eigene Firma ziemlich gut und vor allem über die Hochglanzfolien hinaus. Es besteht Erfahrung aus dem täglichen Miteinander. Schwärmt der Mitarbeiter und versucht den Neuen zu begeistern, ist die Grundstimmung schon einmal auf Positiv

gestellt. Vorsicht bei solchen Aktionen allerdings in Verbindung mit Prämienversprechen für erfolgreiche Vermittlungen. Ist das die alles überragende Motivation des Mitarbeiters und es stellt sich im Nachhinein für den neu gewonnenen Mitstreiter heraus, dass doch nicht alles Gold ist, was vorher glänzend versprochen wurde, ist oft nicht nur das Verhältnis zum neuen Arbeitgeber angeknackst, sondern oft auch die private Beziehung zwischen Werber und Geworbenen.

2. Bewertungsportale

Ein weiteres Kriterium für die Auswahl der geeigneten Firma für einen Bewerber sind Bewertungsportale wie zum Beispiel jobvoting.de, kununu.com oder meinchef.de, um nur einige zu nennen. Hier lassen sich

aktuelle oder ehemalige Mitarbeiter aus der Sicherheit der Anonymität lobend oder kritisch über die jeweilige Firma aus. Zu viel kritische oder gar negative Einträge sind für das jeweilige Unternehmen nicht förderlich und beeinflussen potenzielle Bewerber. Allerdings ist es hier ähnlich wie bei Bewertungsmöglichkeiten im Onlinekauf: Man kann zum einen Dienste beauftragen, die möglichst viele Sternchen vergeben und positiv bewerten, zum anderen lassen sich frustrierte Menschen oft sehr langatmig und nicht immer fair aus. Gerade nach einer Kündigung ist die Verlockung groß, in solch einem Portal seinem ehemaligen Arbeitgeber noch einmal einen Denkkzettel zu verpassen.

3. Content Marketing im HR-Bereich

Vor allem der Firmenauftritt sollte in allen Bereichen stimmig sein. Immer noch ist meist die Homepage die erste Adresse, wenn sich ein potenzieller Bewerber über eine Firma informiert: Der Auftritt sollte nicht nur in Richtung Verkauf der Produkte und Leistungen ausgerichtet sein, sondern eben auch auf das Akquirieren von Talenten. Social Media ist heute aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Nutzt eine Firma diesen Kanal nicht, stellen sich unter Umständen bei den jungen Talenten eher Zweifel ein, ob die Firma noch auf der Höhe der Zeit ist. Zumal heute auch die private Nutzung von Social Media erwartet wird. Arbeits- und Privatleben wachsen zunehmend zusammen. Nutzt ein Unternehmen diese Möglichkeiten, kann allerdings ein zweifelhafter Post auch sehr viel Schaden anrichten. Somit gilt hier die dringende Empfehlung, Social Media nicht von einer Stabsstelle „nebenbei mit machen zu lassen“, sondern Profis einzusetzen.

4. Geschwindigkeit und neue Technologien

Heutige Bewerber bewegen sich in einer Onlinewelt mit rasantem Austausch an kurzen Informationen. Da passt ein schriftlicher Bewerbungsprozess mit wochenlangen Schleifen nicht dazu. Wer sich heute online bewirbt, erwartet umgehend eine Nachricht. Warum nicht WhatsApp und Co. nutzen, um kurz einen Status mitzuteilen?

Heutige Recruiter müssen die Klaviatur der modernen Kommunikation beherrschen. Es entsteht sonst eher der Eindruck veralteter Strukturen. Im Gespräch beispielsweise mühsam eine Verbindung zwischen Beamer und altem Laptop herstellen, ist längst nicht mehr zeitgemäß. Besser ist es, das Tablet „rüberzuschoben“ und der Bewerber wischt sich dann schon in seinem Tempo und nach eigenem Gusto durch das, was man zeigen möchte. Es empfiehlt sich darüber hinaus auch, offen für neue Technologien zu sein, was das tägliche Arbeiten betrifft. Der heutige, moderne Mensch bewegt sich privat in einem bestimmten Umfeld – technisch oft auf dem neuesten Stand. Da motiviert es nicht, sich in der Arbeitsumgebung auf 386er-Rechner und Windows XP einzustellen.

5. Proof of content

Natürlich muss sich in der Realität dann auch das vorher Versprochene zeigen. Nichts ist schlimmer als ein plötzliches und böses Erwachen, nachdem man in der neuen Firma angeheuert hat. Es ist ein fataler Irrtum, zu glauben, dass man als Unternehmen dabei auf der sicheren Seite wäre, da man ja einen Arbeitsvertrag habe und der Mitarbeiter damit gebunden sei. Weit gefehlt! Heutige Arbeitnehmer kündigen deutlich schneller und sehen die Probezeit auch eher als Probe für die neue Firma, zu beweisen, ob das Versprochene eingehalten wird. Gehen Mitarbeiter aus Frust und Ärger über die Diskrepanz von Ankündigung und Umsetzung relativ schnell wieder aus der jeweiligen Firma, wird das umgehend im eigenen Netzwerk kommuniziert – schonungslos.

Fazit

Wer als Unternehmen erkennt, dass eine Phase erreicht ist, wo man sich nicht mehr nur um Kunden, sondern auch um geeignete Mitarbeiter „werblich“ bemühen muss, der ist auf dem richtigen Weg. Der Arbeitsmarkt ist inzwischen in vielen Branchen so, dass sich Bewerber/Talente aussuchen können, wo die berufliche Reise hinget. Das gilt es, zu nutzen, denn es bietet die Chance, engagierte, hochgradig mitdenkende und positiv kritische Menschen für sein Unternehmen zu gewinnen. ◀

ANZEIGE


CROIXTURE

PROFESSIONAL MEDICAL COUTURE



croixture.com **SHOP NOW**

Kontakt



Marcus König



mensch.business GmbH
 Brandenburger Straße 21
 91325 Adelsdorf
 Tel.: +49 9195 8850871
 koenig@menschbusiness.de
 www.menschbusiness.de

ZAHNÄRZTE LIEBEN ONLINE

Und jetzt noch mehr!

www.zwp-online.info

ZWP ONLINE



© oatawa/Shutterstock.com

ZWP ONLINE

Das führende Newsportal der Dentalbranche in neuem Look.

- neues funktionales Design
- klare intuitive Navigation
- responsive Darstellung
- CME-Videos
- CME-Livestreams
- Newsticker

