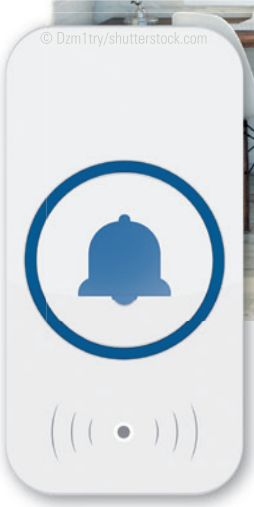
Wenn der Bewerber nicht mehr klingelt …

Thomas Völkl, Rhetorik- und Kommunikationstrainer sowie ehemaliger Headhunter, gibt Ratschläge zur effizienten Bewerbersuche.

© Rakic/shutterstock.com

„Bei uns bewirbt sich einfach keiner mehr!“ Eine Aussage, die man landauf, landab aus vielen Unternehmen hört. Noch gibt es in einigen Branchen genug Bewerber, während andere tatsächlich leer ausgehen und nicht wissen, wie sie Ausbildungsplätze oder offene Stellen besetzen sollen. Gemäß dem Zitat von Leo Tolstoi „Was du heute denkst, wirst du morgen tun“ sind Unternehmen gut beraten, die Weichen im Bewerbungsprozess jetzt neu zu stellen. Die Personalauswahl macht nicht halt vor den bekannten Herausforderungen. Globalisierung, Digitalisierung und Agilität allerdings werden das Recruiting noch viel stärker verändern, als es sich Unternehmer derzeit vielleicht vorstellen können und wollen.

Eine aktuelle Studie, die das Basler Forschungsinstitut Prognos Ende August 2017 veröffentlicht hat, sagt für den deutschen Arbeitsmarkt einen dramatischen Fachkräftemangel voraus: „Auch wenn Ungewissheiten beim Blick in die Zukunft bestehen und gerade auch die Digitalisierung zu Veränderungen der Arbeitsnachfrage führen wird. Die Prognos AG hat für das Jahr 2030 eine Fachkräftelücke von etwa 3 Millionen, für 2040 von rund 3,3 Millionen, errechnet.“ (Quelle: www.prognos.com) Natürlich gilt dies, wie eingangs bereits beschrieben, nicht für alle, aber ganz sicher für eine Vielzahl an Branchen: Im Gastgewerbe, im Medizinsektor oder in den technischen Berufen werden Fachkräfte zukünftig ohne jeden Zweifel immer knapper.



© Dzm1try/shutterstock.com

Auswirkungen deutlich spürbar

Viele Unternehmen spüren bereits heute die Auswirkungen des Wandels am Arbeitsmarkt. Ausgeschriebene Stellen bleiben unbesetzt, Bewerbungen gehen erst gar nicht ein. Umgekehrt gibt es Unternehmen in der gleichen Branche, die nach wie vor eine Auswahl an möglichen Bewerbern haben und auch erfolgreich neue Mitarbeiter einstellen können. Aber was unterscheidet nun die einen von den anderen Unternehmen? Eigentlich ist es ganz einfach und doch auch wieder nicht, weil veraltete Denkmuster und alteingesessene Strukturen aufgebrochen werden müssen. Genau da ist die viel zitierte Agilität gefordert, sind neue, auch digitale Wege gefragt. Unabhängig davon legen die erfolgreichen Unternehmen in jedem Fall Wert auf eine exzellente Personalauswahl und überlassen im Prozess der Personalsuche nichts dem Zufall. Dieser wird vielmehr zur „Chefsache“. Die Zeiten, in denen man auf eine einmal in einer Tageszeitung veröffentlichte Stellenanzeige ausreichend Bewerbungen bekommen hat, sind nun einmal vorbei. Ein langfristiges und der Zielgruppe angepasstes Bewerbermanagement ist notwendig. Leichter gelingt dies in folgenden vier Schritten:

1. Lernen Sie sich kennen

Jedes Unternehmen spricht eine andere Sprache, hat andere Mitarbeiter und arbeitet anders. Hier gilt es, genau zu definieren, welche Art von Unternehmen man ist. Ein Unternehmen im Pflegesektor agiert anders als ein Bauunternehmen. Ein Familienbetrieb anders als eine börsennotierte Firma. Auch die Analyse der bestehenden Mitarbeiter ist eine wunderbare Möglichkeit, sich besser kennenzulernen. Sind viele Mitarbeiter eines Ingenieurbüros beispielsweise in der Freiwilligen Feuerwehr und/oder in einem Modellbauverein aktiv, haben die dort gezeigten Interessen sicherlich auch auf das Arbeitsklima einen Einfluss. Der rote Faden, der ein Unternehmen in all seinen Facetten, Unterschiedlichkeiten und Herausforderungen zusammenhält, ist das Leitbild, das anhand folgender Fragen erstellt werden kann:

- Wofür steht unser Unternehmen, was leistet es, und warum ist es erfolgreich?
- Welche Unternehmenskultur wird gelebt?
- Nach welchen Werten und Maßstäben wird in unserem Unternehmen gehandelt?
- Welche Vision treibt unser Unternehmen an?
- Wie lauten die Unternehmensziele?

Im Idealfall kurz, prägnant und anschaulich formuliert, hat das Leitbild im Bewerbungsprozess eine leitende Funktion. Es hilft dem Unternehmen, klar zu definieren, welche Menschen mit welchen Fähigkeiten, Werten und Normen notwendig sind, um den Weg gemeinsam erfolgreich weiter zu beschreiten. Schließlich müssen die Unternehmenskultur und das Wertesystem des Unternehmens zur Persönlichkeit des neuen Mitarbeiters passen und umgekehrt. Deshalb ist das Leitbild auch Grundlage und Mittelpunkt der Gespräche und vielfältigen Berührungspunkte mit den potenziellen Kandidaten. Wo auch immer Menschen erfolgreich zusammenarbeiten sollen, spielen Werte und Tugenden eine entscheidende Rolle. Umso wichtiger ist es, diese in einen wertschätzenden Bewerbungsprozess einfließen zu lassen und sich dabei der eigenen Unternehmenswerte bewusst zu werden.

ANZEIGE

Vertrauen ist gut, vergleichen ist wertvoller! Exklusiv Gold
Wir werben nicht mit HÖCHSTPREISEN
wir ZAHLEN sie - jeden Tag!
Wir schmelzen - mengenunabhängig - für nur 79,00 € inkl. 4 Stoff Analyse
Seit 30 Jahren: persönlich - leidenschaftlich - ehrlich - diskret
AHLDEN Edelmetalle GmbH - Ihr Partner für Dentallegierungen - Goldrecycling - Anlagemetalle
www.exklusivgold.de
Tel: 05161 - 98 58 0

2. Definieren Sie, wen Sie exakt suchen

Je klarer typische Alltagssituationen beschrieben werden, die auf einen neuen Mitarbeiter zukommen können, und je klarer man sich hier ist, welche Reaktion oder welches Verhalten dabei von einem idealen Mitarbeiter gewünscht wird, desto klarer kann beschrieben werden, wie ein idealer Kandidat aussieht. Ein weiteres Ergebnis dieser fundierten Analyse ist, dass dabei typische Interessen und Vorlieben beschrieben werden können. Und diese spielen eine große Rolle, um die Zielgruppe der möglichen Kandidaten enger einzugrenzen oder zu lokalisieren. So sind beispielsweise Teamplayer, die das Zusammenspiel mit Kollegen beherrschen müssen, vielleicht leichter im Teamsport oder in der Musik, im Orchester oder Chor zu finden.

Wer eine Reise macht, muss sein Ziel kennen. Auf die Personalrekrutierung übertragen bedeutet dies schlicht und einfach: Wenn ein Unternehmen Personal sucht, muss es wissen, was es mit dieser Person erreichen will. Erst dann wird die Zeit der Zusammenarbeit eine erfolgreiche sein. Und das bedeutet, am besten einfach einmal gedanklich in die Zukunft zu reisen, genauer gesagt in die Zeit, in der der neue Mitarbeiter bereits im Unternehmen tätig ist. Im besten Fall wird das betreffende Team mit auf die Zeitreise genommen, um gemeinsam festzustellen, was sich durch die Mitarbeit des Neuen geändert hat. Zeit für einen gemeinsamen Reisebericht:

- Welche Aufgaben wurden erledigt?
- Wo konnten wir positive Veränderungen feststellen?
- Was hat sich für das Team, in dem der neue Mitarbeiter arbeitet, geändert?
- Wie und wo hat sich das Unternehmen verändert?

Ein spannender Weg des Sich-Fragens und der Antwortsuche, in dessen Fokus wertvolle Analysen, breit gefächertes Hintergrundwissen und vor allem eines steht: Die Erfahrung des Unternehmens, besser gesagt seiner Mitarbeiter. Bisherige Stelleninhaber und auch zukünftige Teamkollegen sind eine wertvolle Ressource auf dem Weg der exzellenten Personalsuche. Werden erst einmal alle Tätigkeiten möglichst detailliert aufgeschrieben, ergeben sich nicht selten ganz nebenbei wichtige Erkenntnisse zur generellen Teamzusammensetzung, zu vakanten Aufgabenfeldern und neuen Möglichkeiten der Zusammenarbeit im bestehenden Team.

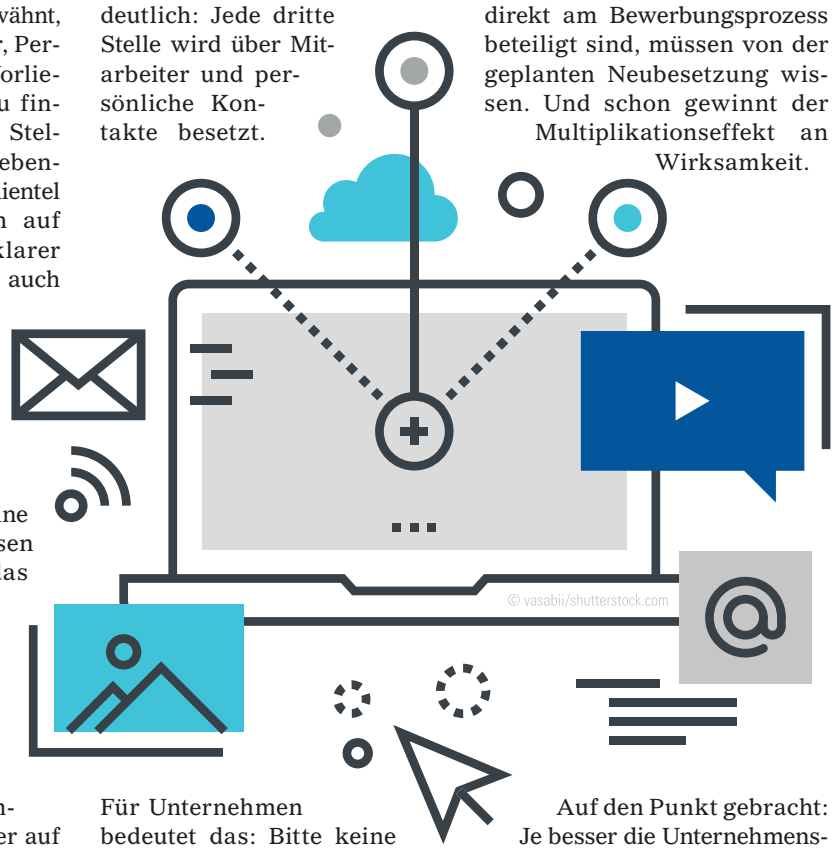
3. Passen Sie Ihre Stellenanzeige entsprechend an

Genug Gedanken gemacht. Jetzt ist es Zeit, diese Gedanken in die passende Form zu gießen, in die

Form einer Stellenanzeige. Wo und wie auch immer diese Anzeige veröffentlicht wird, es lohnt sich IMMER, eine gut durchdachte Stellenanzeige zu kreieren und diese an die Definition der Zielgruppe möglichst genau anzupassen. Kreative Personen sprechen sie über eine ganz andere Art der Ausschreibung an, als Controller oder Buchhalter. Aber in erster Linie gilt: Schriftlichkeit sorgt für Klarheit. Klarheit schafft Verbindlichkeit. Erst nach einer schriftlichen Fixierung wird klar, inwieweit Ergebnisse aus Diskussionen und Abstimmungen im Vorfeld von allen Beteiligten gleich verstanden und wahrgenommen wurden. Die Weitergabe der Informationen über die zu besetzende Stelle unterstützt den Kommunikationsprozess in die Firma hinein und beugt Missverständnissen vor. Eine verschriftlichte Stellenanzeige ist ein wichtiges internes Instrument zur Klärung des gemeinsamen Zieles. Wichtig dabei ist: Die Stellenanzeige muss „dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“. Also am besten in die Rolle des suchenden Betrachters schlüpfen und sich in dessen Umgebung umschauen.

4. Gehen Sie aktiv auf die Zielgruppe zu

Der nun entscheidende Schritt ist es, direkt auf die Zielgruppe zuzugehen und nicht nur durch ein Inserat in einer Tageszeitung zu hoffen, zufällig die Zielgruppe anzusprechen. Vereine stellen, wie bereits erwähnt, eine gute Möglichkeit dar, Personen mit bestimmten Vorlieben oder Erfahrungen zu finden. Anzeigen für offene Stellen auf Ebay sprechen ebenfalls ein ganz spezielles Klientel an, wie auch Anzeigen auf XING. Je gezielter und klarer die Zielgruppe und damit auch der optimale Kommunikationskanal definiert sind, desto erfolgreicher läuft die Personalsuche. Innovative Wege sind gefragt: Auf seiner Internetseite hat ein Unternehmen beispielsweise eine Sammlung von Hinweisen und Tipps rund um das Thema Bewerbung, Lebenslauf, Assessment-Center, Anschreiben u. a. erfasst und kostenlos zur Verfügung gestellt. Diese kleinen Tipps kommen sehr gut an und werden weiterempfohlen. So kommen wieder neue Besucher auf die Karriereseiten des Unternehmens, und es entsteht nach und nach ein Erfolg versprechender Bewerberpool.
Mitarbeiter erfahren aus der Zeitung, dass ein neuer Kollege gesucht wird? Schade, denn damit bleibt eine wichtige Suchoption außen vor – die eigenen Mitarbeiter. Umfragen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) zeigen deutlich: Jede dritte Stelle wird über Mitarbeiter und persönliche Kontakte besetzt.



Für Unternehmen bedeutet das: Bitte keine Geheimakte aus der Personalpolitik machen, sondern offene Stellen unbedingt intern kommunizieren. So werden aus Mitarbeitern wertvolle Mitsucher von neuen Mitarbeitern. Jede Führungskraft im Unternehmen muss und darf wissen, welche offenen Stellen zu besetzen sind und welche Personen dafür gesucht werden. Auch die Personen, die nicht direkt am Bewerbungsprozess beteiligt sind, müssen von der geplanten Neubesetzung wissen. Und schon gewinnt der Multiplikationseffekt an Wirksamkeit.

Auf den Punkt gebracht: Je besser die Unternehmenskultur und der ideale Kandidat beschrieben sind, desto leichter können Unternehmen ihre Rekrutierungsstrategie anpassen und festlegen. Keine Möglichkeit, potenzielle Kandidaten anzusprechen, darf vernachlässigt werden.

Dabei ist es wichtig, die Hürde, sich zu bewerben, so flach wie möglich zu halten. Eine mehrseitige Onlineplattform oder eine verpflichtende postalische Bewerbung mit Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnissen kann bereits zu viel verlangt sein und potenzielle Kandidaten abschrecken. Ausreichend sind für das Erste in vielen Fällen Name und Telefonnummer. Denn damit hat das Unternehmen die Chance, den Interessenten zu kontaktieren, ein erstes Telefoninterview durchzuführen oder zu einem Vorstellungsgespräch einzuladen. Der Lebenslauf kann dann immer noch eingefordert werden.
Sobald aber ein persönlicher Kontakt besteht, ist der erste Schritt getan, um den besten Mitarbeiter zu finden und für das Unternehmen zu gewinnen. ZT

Infos zum Autor

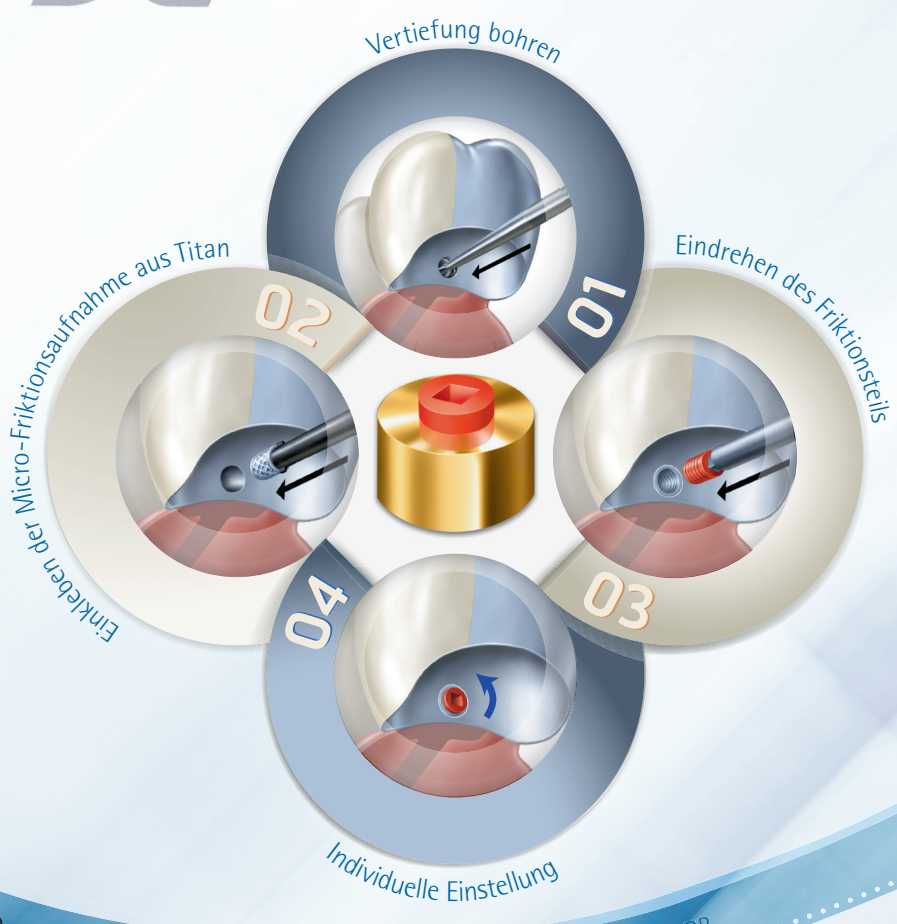
ZT Adresse

Thomas Völkl
die WortMacherei GbR
Hinter dem Kloster 22
95478 Kemnath
Tel.: 09642 5489896
info@diewortmacherei.de
www.diewortmacherei.de

ANZEIGE

microtec

FRISOFT – FÜR EINE PERFEKTE FRIKTION



Mit **Frisoft** haben Sie die Möglichkeit, die Friktion bei Teleskopkronen wiederher- und individuell einzustellen. Das stufenlose Ein- und Nachstellen kann auf jeden Pfeiler abgestimmt werden.

Mit einem Durchmesser von nur 1,4 mm ist das Friktionselement nicht zu groß, und da es aus abrasionsfestem und rückstellfähigem Kunststoff mit einer Aufnahmekappe aus Titan besteht, ist es ausreichend stabil. Die Konstruktion garantiert durch ihre perfekte Abstimmung eine perfekte und dauerhafte Friktion.

Frisoft ist geeignet zum nachträglichen Einbau bei friktionsschwachen Teleskopkronen für NEM, Galvano und Edelmetall.

microtec Inh. M. Nolte
Rohrstr. 14 58093 Hagen
Tel.: +49 (0)2331 8081-0 Fax: +49 (0)2331 8081-18
info@microtec-dental.de **www.microtec-dental.de**

Weitere Informationen kostenlos unter 0800 880 4 880

VERKAUF DES STARTERSETS NUR EINMAL PRO PRAXIS / LABOR

Stempel

per Fax an +49 (0)2331 8081-18

☐ **Hiermit bestelle ich das Frisoft Starter-Set zum Preis von 169,95 €* bestehend aus:**
- 6 Friktionselemente (Kunststoff) + 2 Naturalrabatt
- 6 Micro-Friktionsaufnahmekappen (Titan) + Werkzeug (ohne Attachmentkleber)

☐ **Bitte senden Sie mir kostenloses Infomaterial**

*Preis zzgl. MwSt. und Versand