

# Von Personalrekrutierung und Mitarbeiterbindung



SIMONA ROLF-PISSARCYK, 1. VORSITZENDE DER UNTERNEHMERFRAUEN IM HANDWERK IM LANDKREIS OSTERHOLZ, MIT DEM REFERENTEN JÖRG HENSEL. FOTO: FR

Landkreis Osterholz. Stellenanzeigen in der Tagespresse schalten? Das war gestern, verdeutlichte Jörg Hensel von der HR-Perfect Unternehmerberatung in einem Vortrag vor den Unternehmerfrauen im Handwerk. „Ihre zukünftigen Mitarbeiter sind heute oftmals in einer festen Anstellung und suchen nicht aktiv nach einem neuen Job, halten sich aber durch das flüchtige Studieren von Jobbörsen, Apps oder Social-Media-Kanälen auf dem Laufenden“, erklärte Hensel.

Wichtig sei vor allem, sich als attraktiver Arbeitgeber am Markt zu positionieren: „Sorgen Sie dafür, dass ihr Unternehmen digital wahrgenommen wird. Dieser Prozess sollte von Ihnen gesteuert werden, die Rückmeldungen sollten ausgewertet werden. Verschiedene Softwareprogramme könnten diesen Prozess optimieren“, sagte Hensel.

„Ihre digitale Anzeige muss auch an mobilen Geräten gut lesbar sein“, betonte er weiter. Sie hätte die Aufgabe, zunächst die potenziellen Bewerber anzuziehen. „Was zeichnet ihr Unternehmen aus? Stellen Sie die Menschlichkeit Ihres Unternehmens in den Vordergrund“, so Hensel. „Fragen Sie ihre jetzigen Mitarbeiter, was diese an ihrem Arbeitsplatz schätzen, und verwenden sie deren Aussagen kurz und prägnant in ihren Anzeigen“, schlug Hensel weiter vor.

Allerorts würden Kandidaten mit „überzeugendem“ oder „sympathischem“ Auftreten gesucht, die „Flexibilität“ und ein „hohes Maß“ an „Selbstständigkeit“, „Eigeninitiative“ und „Zuverlässigkeit“ mitbrächten. Geboten dagegen würden durchweg ein „kollegiales Arbeitsklima“ in einem „dynamischen Team“, eine „leistungsgerechte Vergütung“ und „ständige berufliche Weiterbildung“.

„Schmeißen Sie diese Floskeln aus Ihren Anzeigen raus“, empfahl der Unternehmensberater. Denn damit würde man heutzutage keine neuen Mitarbeiter gewinnen.

Zweieinhalb Minuten Zeit brächten potenzielle zukünftige Bewerber heutzutage im Durchschnitt auf, um eine Stellenanzeige zu lesen. In dieser kurzen Zeit müsse die digitale Anzeige überzeugen. Diese sollte immer einen konkreten Ansprechpartner benennen – und sollte unbedingt auf die eigene Homepage verweisen. „Vergeben Sie Kennziffern, aus denen für Sie deutlich wird, welche Anzeige Sie in welchen Kanälen positionieren. Aus dem Rücklauf erkennen Sie, welcher Kanal, welche Anzeige die meiste Aufmerksamkeit am Markt gefunden hat“, erläuterte Hensel.

„Sie haben einen digitalen Fußabdruck im Internet hinterlassen und auf diesem Weg neue Mitarbeiter gefunden? Bleiben sie bis zum Einstellungstermin mit den zukünftigen Mitarbeitern durch persönliche Gespräche, Einladungen zu ihren Messen oder Firmenfeiern in Kontakt“, empfahl Hensel. Dies gelte insbesondere für Auszubildende. Diese hätten nämlich ihren Marktwert erkannt – und würden erst einmal unterschreiben und trotzdem weitersuchen. Schließlich sei Mitarbeiterbindung genauso wichtig wie Personalrekrutierung. Wenn die Mitarbeiter sich für ihr Unternehmen begeisterten, seien dies die besten Multiplikatoren, so Hensel.

In der anschließenden Diskussion mit vielen hilfreichen Formulierungsvorschlägen für zukünftige Stellenanzeigen bedankten sich die Unternehmerfrauen bei Jörg Hensel für seinen aufschlussreichen Vortrag.

---