



Bewerber,
WOSEIDIHR?!

RECRUITING Die Suche nach neuen Mitarbeitern kann zeitaufwendig und teuer werden. Diese Tools helfen Ihnen, vakante Stellen effizient mit guten Fachkräften zu besetzen

Text: Jelena Altmann

BESONDERS **RELEVANT**, WEIL

- Fachkräftemangel nahezu alle Unternehmen betrifft
- alte Gewohnheiten verhindern, gute Mitarbeiter zu finden

Arbeit bleibt liegen, Umsatz fällt weg: Auf Dauer unbesetzte Stellen sind der Albtraum aller Unternehmer. Doch gegen den Personalnotstand kann jede Firma etwas tun – trotz Fachkräftemangel. Dafür müssen sich Unternehmer jedoch von alten Gewohnheiten verabschieden und beginnen, neue Wege in der Rekrutierung zu gehen (siehe auch Interview auf Seite 78).

Für mehr Erfolg bei der Personalsuche gibt es verschiedene Ansatzpunkte: etwa die systematische Auswahl von Jobbörsen, die effiziente Gestaltung von Stellenanzeigen oder ein vereinfachter Bewerbungsprozess. Für alles gibt es nützliche Tools. Fünf Ideen, wie Unternehmer schneller an qualifizierte Bewerber kommen:

1.

STELLEN MANAGEN

Ob für Verkäufer oder Ingenieur – Recruiting-Prozesse laufen meistens nach dem gleichen Muster ab: Stellenanzeige gestalten, auf einer Jobbörse veröffentlichen, Bewerbungen sichten, Kandidaten einladen. Große Firmen nutzen sogenannte Bewerbermanagementsoftware, mit der sich der Ablauf steuern lässt. „Diese lohnen sich erst ab etwa 20 zu besetzende Stellen pro Jahr“, erklärt Robindro Ullah, Recruiting-Experte und Geschäftsführer

der Marktforschungsfirma Trendence. Doch auch kleine Firmen, die nur hin und wieder Leute suchen, können die Suche effizienter gestalten, etwa mit Tools wie **stellenwunder.de**.

Auf der Plattform sind 469 (Stand November 2019) verschiedene Jobbörsen aufgeführt, darunter bundesweite und regionale sowie Anzeigenportale für bestimmte Berufe wie Apotheker oder Mechatroniker.

Unternehmer, die das Programm nutzen wollen, können sich bei Stellenwunder kostenlos registrieren. Im Login-Bereich gibt es Musterlayouts zur Gestaltung einer Stellenanzeige mit Firmenlogo, Jobbezeichnung, Anforderungsprofil und den Kontaktdaten. Firmen können die Anzeige mit ihrer Karriere-seite, dem Xing-Profil oder einer E-Mail-Adresse verlinken. Das Stellenangebot lässt sich dann direkt über das Portal in einer der vielen Stellenbörsen veröffentlichen. Preise werden angezeigt: Eine Anzeige bei der Arbeitsagentur zum Beispiel ist kostenlos, bei **medizinerjobs.com** kostet sie 169 Euro, bei **stepstone.de** 1190 Euro.

Alle erstellten Anzeigen können im Login-Bereich gespeichert, bearbeitet und dupliziert werden. Unternehmer erhalten eine Übersicht, auf welchen Kanälen die Jobangebote laufen. Das Programm erstellt zudem eine Erfolgsanalyse. Wer verschiedene Jobbörsen für ein Stellenangebot nutzt, kann vergleichen, wo die Anzeige am besten geklickt wurde und über >

Mitarbeiter "WERBEN MITARBEITER" IST IM Recruiting sehr EFFEKTIV

ROBINDRO ULLAH *Recruiting-Experte und Geschäftsführer von Trendence*

welche Kanäle die meisten Kandidaten kommen. „Das Tool hilft, sein Geld nicht aus dem Fenster zu werfen“, sagt Ullah.

FÜR WEN? Für kleine Unternehmen, die ihren Bewerbungsprozess verbessern, aber keine teure Software anschaffen wollen

WELCHE JOBS? Für alle Berufe

KOSTEN? Registrierung und Nutzung kostenlos

2.

SOZIALE MEDIEN

Bürokaufleute, Lkw-Fahrer, Handwerker oder Pfleger sind schwer zu rekrutierende Fachkräfte. Sie findet man über soziale Netzwerke mit Millionen Mitgliedern wie Facebook und Instagram. „Hier lassen sich gut Menschen erreichen, die nicht aktiv auf Jobsuche sind“, erklärt Tobias Heers, Gründer der Berliner Personalagentur Prenzlmedia.

Allerdings brauchen Unternehmer Erfahrung im Umgang mit sozialen Medien, zumindest sollten sie einen Account bei Facebook und Co. besitzen. Wer beides nicht hat, kann trotzdem Netzwerke als Recruiting-Kanal nutzen.

Eine Alternative zum Selbermachen sind Portale wie **mobilejob.com** oder **talentbait.de**. Dort zahlt man ähnlich viel wie für eine Stellenanzeige auf Jobbörsen, braucht sich aber nicht darum zu kümmern, wie man genug Aufmerksamkeit erzeugt.

Firmen können sich bei den Plattformen registrieren. Die Anbieter erstellen nach Vorgaben des Unternehmens ein Jobangebot und verbreiten dieses über Facebook und Instagram. Das Angebot erscheint in der Timeline der potenziellen Kandidaten als Werbung, die sie anklicken oder teilen können. Die Bewerber werden dem potenziellen Arbeitgeber gesammelt angezeigt und können per Telefon, E-Mail oder Whatsapp kontaktiert werden.

Wer Facebook und Instagram mit anderen Jobbörsen kombinieren will, kann auch die Plattform **heyjobs.de** ausprobieren. Das Portal funktioniert ähnlich wie Mobilejob und Talentbait, verbreitet die Anzeigen aber auch auf anderen Stellenmärkten wie Google und Ebay.

Die Besonderheit bei allen Anbietern: Die Hürden für Bewerbungen sind niedrig, Kandidaten können sich per Smartphone bewerben, indem sie einen kurzen Fragebogen zu Qualifikation und Berufserfahrung beantworten. „Wir haben festgestellt, dass sich 43 Prozent mehr Kandidaten auf eine Stelle bewerben, wenn sie nicht gleich einen Lebenslauf einreichen müssen“, sagt Heyjobs-Gründer Marius Luther.

FÜR WEN? Für Unternehmer, die wenig Erfahrung mit Social-Media-Recruiting haben

FÜR WAS? Für kaufmännische, gewerbliche und medizinische Berufe, eher ungeeignet für akademische Berufe

KOSTEN? 400 bis 1000 Euro pro Jobanzeige

3.

CHATBOT

Wer potenzielle Bewerber auf seine Karriere-seite lockt, kann sie mit einem kleinen, aber sehr wirkungsvollen Tool sofort begeistern: mit sogenannten Chatbots. Man erkennt sie als kleine Textfelder, die oft am rechten Rand der



Website aufpoppen und fragen: „Hallo! Was kann ich für Sie tun?“ Dazu gibt es ein leeres Textfeld, in das Websitebesucher ihre Fragen eingeben können – wie bei einem gewöhnlichen Chatfenster.

Hinter Chatbots stecken jedoch keine Menschen, sondern eine Software. Sie werden oft im Marketing und Vertrieb eingesetzt, funktionieren aber auch im Recruiting. „Sie lassen sich gut in der Kommunikation mit Kandidaten vor der Bewerbung einsetzen“, sagt Recruiting-Experte Ullah. Zum Beispiel zur Beantwortung typischer Bewerberfragen, die sich standardmäßig beantworten lassen: Wie viele Mitarbeiter arbeiten im Unternehmen? Wie läuft der Bewerbungsprozess ab? Welche Unterlagen sind erforderlich? Mit einem Chatbot erhalten Kandidaten auch dann eine Antwort, wenn in der Firma keiner erreichbar ist.

Es gibt Chatbot-Lösungen für Laien. Anbieter wie **iox.bot** oder **chatteron.io** versprechen, dass Nutzer in wenigen Minuten ohne Programmierkenntnisse einen Bot erstellen und auf ihrer Website integrieren können.

Unternehmer brauchen lediglich häufig gestellte Fragen in eine Maske des Programms einzugeben. Das System sucht anhand der Schlüsselwörter passende Antworten heraus,

die ebenfalls vorher formuliert und hinterlegt werden müssen. (Worauf Sie noch achten müssen, lesen Sie auf impulse.de/chatbot).

FÜR WEN? Für Firmen mit einer Karriereseite

FÜR WAS? Für alle Stellen

KOSTEN? Chatteron bietet eine kostenlose Version, IOX Bot kostet nach einer Gratis-Testphase 47 Euro pro Monat. Eine Liste mit weiteren Anbietern und Preisen finden Sie auf dem Blog Digital Affin: tinyurl.com/impulse-chatbot

4.

MITARBEITER EINBINDEN

Mitarbeiter werben Mitarbeiter – „diese Rekrutierungsmethode ist nicht neu, aber immer noch sehr effektiv“, sagt Ullah. Der Effekt lässt sich steigern, indem die Kontakte der Angestellten gezielt ausgeschöpft werden – mithilfe sogenannter Mitarbeiterempfehlungsprogramme. Für kleine Betriebe ab 20 Köpfen lohnt sich der Anbieter **mitarbeiterwerben.de**. Wer nicht so viele Leute beschäftigt, kann auch Geschäftspartner und Bekannte einbinden. Je mehr, desto besser. >

„IHR MÜSST MIT ALLEN LEUTEN INS GESPRÄCH KOMMEN“

Bewerbungsmappe mit Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnissen war gestern. Wer Mitarbeiter für schwer zu besetzende Stellen sucht, sollte die Hürden für Kandidaten niedrig halten und auch scheinbar ungeeigneten Bewerbern eine Chance geben. Warum, erklärt der Recruiting-Experte Henrik Zaborowski



HENRIK ZABOROWSKI arbeitet als Recruiting-Berater, Redner und schreibt einen Blog zum Thema

Warum tun sich Firmen schwer, gute Mitarbeiter zu finden?

Unternehmer beklagen sich, dass sie keine Bewerber haben, sehen aber ihre Mitschuld nicht. Alte Gewohnheiten, die man nicht ablegen will, Voreingenommenheit und Wunschdenken hindern Firmen daran, Mitarbeiter zu finden.

Welche Gewohnheiten meinen Sie?

Viele Unternehmen haben einen einheitlichen Rekrutierungsprozess, unabhängig von Stelle und Arbeitsmarktsituation. Jeder Bewerber muss etwa Anschreiben, Lebenslauf und Zeugnisse schicken. Dann wird geschaut, ob die Bewerbung fehlerfrei ist und die richtigen Schlüsselwörter aufweist. Wenn alles passt, dann sagt man: Ja, derjenige kann es. Und wenn nicht, wird abgesagt.

Was ist daran falsch, Kandidaten nach Qualifikation und Berufserfahrung auszusuchen?

Wenn sich 100 Leute auf eine Stelle bewerben, dann können Sie der Einfachheit halber so verfahren. Wenn Sie aber nur fünf Bewerbungen erhalten, dann würde ich mir auch die scheinbar ungeeigneten Kandidaten anschauen.

Was ich aus einem Lebenslauf herauslese, ist oft nicht so aufschlussreich, wie man meint. Wenn dort steht, dass der Kandidat seit fünf Jahren als Verkäufer arbeitet, weiß ich immer noch nicht, ob er darin gut ist. Umgekehrt bedeutet es nicht, wenn jemand noch nie Verkäufer war, dass er es nicht kann. Er hat es einfach noch nie gemacht.

Ich soll also immer alle Kandidaten zu einem Gespräch einladen?

Wenn Sie nur eine Handvoll Bewerber



haben, eindeutig ja. Oder zumindest mit ihnen telefonieren und Fragen stellen.

Welche Fragen?

Überlegen Sie sich vorher, was der Mitarbeiter für den Job können muss. Welche Eigenschaften sind notwendig? Daraus formulieren Sie pro gewünschter Fähigkeit drei Schlüsselfragen. Muss man für den Job etwa stressresistent sein, könnten Sie fragen: Waren Sie schon einmal in einer stressigen Situation? Wie haben Sie reagiert? Muss man gut verhandeln können, fragen Sie:

Schildern Sie uns Ihre letzte Verhandlung. Worum ging es, wie sind Sie in die Verhandlung reingegangen, was war Ihr Ziel und wie haben Sie es erreicht?

Lohnt es sich, auch bei anspruchsvollen Jobs so vorzugehen?

Ich habe vor Kurzem einen Kunden beraten, der händeringend Controller brauchte. Er bekam trotz intensiver Suche keine Bewerbungen. Also hat er sich gefragt: Was genau macht ein Controller? Welche Fähigkeiten braucht er? Er muss rechnen und analytisch denken können und kommunikativ sein. Die Firma hat entsprechend die Anzeige formuliert: „Sie sind zahlenaffin und Excel-Experte“ anstatt „Sie bringen fünf Jahre Controllingenerfahrung mit.“ Daraufhin haben sich viel mehr Kandidaten beworben, die nach diesen Kriterien geprüft wurden. Wichtig ist, dass der Kandidat alle Grundlagen mitbringt, um ein guter Controller zu sein. Das Handwerk lässt sich lernen.

Man will doch nicht monatelang Mitarbeiter einarbeiten müssen.

Aus Unternehmersicht ist es verständlich, dass man nur Bewerber will, die Aufgaben schon beherrschen. Aber wir sind nicht mehr bei „Wünsch Dir was“. Ich erlebe häufig, dass Stellen zwei Jahre nicht besetzt sind, weil sich nicht die gewünschten Leute bewerben. In der Zeit hätte man schon dreimal jemanden eingearbeitet.

Welchen Vorteil hat es, unperfekte Kandidaten einzustellen?

Aus Bewerbersicht ist immer die Arbeit interessant, in der man sich weiterentwickeln kann. Wer diese Chance bekommt, ist eher dankbar, loyal und hängt sich in den Job voll rein.

Und so funktioniert's: Firmen registrieren sich auf dem Portal und laden Jobangebote etwa als PDF hoch. Diese Angebote werden den Mitarbeitern auf dem Handy angezeigt, vorausgesetzt, sie haben sich die entsprechende App dafür heruntergeladen. Die offenen Stellen können dann über den eigenen Facebook-, Instagram- oder Whatsapp-Account an Freunde und Bekannte verbreitet werden.

Unternehmer können in ihrem Login-Bereich sehen, auf wessen Empfehlung der Kandidat kommt und ihre Mitarbeiter dafür belohnen. Das Tool lässt sich mit einem Bonus kombinieren, beispielsweise mit einer Prämienzahlung oder einem Einkaufsgutschein.

Mitarbeiterwerbung lässt sich gut bei Akademikerberufen anwenden. „Angestellte erzeugen als Botschafter der eigenen Firma oft mehr Vertrauen als ein Headhunter“, erklärt Rekrutierungs-Experte Ullah.

FÜR WEN? Für Firmen mit großen Teams
FÜR WAS? Akademische Berufe
KOSTEN? Zwischen 50 Cent und 1 Euro pro teilnehmendem Mitarbeiter. Je mehr, desto günstiger

5.

VIDEOBEWERBUNG

Wer über einst bewährte Wege keine geeigneten Kandidaten findet, sollte neue ausprobieren, sich etwa statt Anschreiben und Lebenslauf ein Bewerbungsvideo schicken lassen. „Firmen werden vielleicht nicht mehr Bewerber bekommen, aber andere“, erklärt Ullah.

Das Stellenportal **jobufo.com** bietet diese Möglichkeit, ohne dass sich Firmen um technische Details kümmern müssen. Unternehmer melden sich bei dem Dienstleister über ein Kontaktformular auf der Website. Nach Vorgaben der Firma erstellt Jobufo eine Stellenausschreibung und veröffentlicht sie im Stellenportal.

Bewerber können sich auf die Stellen wahlweise klassisch mit Lebenslauf, per Video oder Audiobotschaft bewerben, das alles läuft übers Portal. Das Angebot soll Menschen ansprechen, die lieber Sprach- und Videonachrichten

Es bewerben sich MEHR LEUTE, WENN SIE KEINEN Lebenslauf EINREICHEN MÜSSEN

MARIUS LUTHER *Gründer der Berliner Recruitingfirma Heyjobs*

verschicken als Texte schreiben, also keine Scheu vor Kamera oder Mikro haben. Wer Mitarbeiter für den Kundenkontakt sucht, kann so vorab das Auftreten der Kandidaten bewerten.

Unternehmer bekommen die Lebensläufe, Videos oder Audiodateien mit Angaben zum Bewerber zugeschickt und können entscheiden, ob sie den Kandidaten kontaktieren wollen oder nicht. Jobufo hat im vergangenen Jahr nach eigenen Angaben 70 000 Bewerbungen vermittelt.

Unternehmer zahlen nicht pro Stellenausschreibung, sondern pro erhaltene Bewerbung. Es geht ab 100 Euro los. Firmen können vorher eine Budgetgrenze festlegen.

FÜR WEN? Für Unternehmer, die über klassische Jobbörsen bisher erfolglos waren
FÜR WAS? Berufe, in denen Mitarbeiter viel Kundenkontakt haben
KOSTEN? Ab 100 Euro pro Bewerber ■

Sie haben Fragen? altmann.jelena@impulse.de

UNTERM STRICH Von null bis 1000 Euro – hilfreiche Recruiting-Tools gibt es in jeder Preisklasse. Sie können Zeit- und Budgetprobleme bei der Suche nach neuen Mitarbeitern lösen.