



1 Ein gutes Betriebsklima und gute Ausbilder sind entscheidend dafür, dass sich Auszubildende im Betrieb wohlfühlen und bleiben.

Foto: Pixabay

## Recruiting wird digitaler

Wie vorgehen, wenn Fachkräfte oder Azubis fehlen? Was ist die richtige Strategie, braucht es eine Strategie oder ist es das Beste, einfach loszusuchen? Sich auf bewährte Methoden verlassen, eine Stellenanzeige in der lokalen Presse schalten oder mal etwas Neues ausprobieren? Trends im Recruiting und Tipps aus der Praxis von Unternehmen aus dem Erfa-Kreis ausbau+fassade.

In den letzten 20 Jahren sei das Recruiting vor allem digitaler geworden, sagt Christoph Heuer, Researcher Kompetenzfeld Berufliche Qualifizierung und Fachkräfte beim Institut der Deutschen Wirtschaft in Köln, im Mapped-Interview. „Vor 20 Jahren die Suche über das klassische Zeitungsinserat nach dem ›Post & Select‹-Prinzip, also Schalten und Auswählen, erfolgreich, funktioniert die Mitarbeitersuche heute fast nur noch online. Darüber hinaus spüren wir heute viel stärker als vor 20

Jahren die Auswirkungen des demografischen Wandels: Es reicht nicht mehr aus, einfach abzuwarten, bis die passende Bewerbung eingeht. Heute müssen sich die Recruiter aktiv um potenzielle Bewerber bemühen und für das eigene Unternehmen als Arbeitgeber werben.“

### Klassische Medien sind auf dem Rückzug

Christoph Heuer führt weiter an, dass die klassische Rekrutierung über ein Zeitungsinserat immer mehr aus

**Auf welche Art und Weise haben Sie die Auszubildenden gewonnen, die derzeit bei Ihnen im Betrieb sind?**

Derzeit bilden wir nicht aus.

**Mit welchen Methoden binden Sie bestehende Mitarbeiter an den Betrieb (Bezahlung, Firmenwagen, Events)?**

Zur Bindung der Mitarbeiter bieten wir einigen einen Firmenwagen an, mit dem sie auch nach Hause fahren.

Außerdem veranstalten wir Events wie Kartfahren, Weihnachtsfeiern und Sommerfest und versuchen, auch außerhalb des Beruflichen über eine „After-Work“-Netzwerkgruppe in Verbindung zu bleiben.

*Marvin Graf, Geschäftsführer Marvin Graf GmbH*

der Mode komme. „Nur noch wenige Unternehmen nutzen diesen Kanal ausschließlich zur Personalgewinnung. Im Gegensatz zu aktuellen Rekrutierungswegen ist die Suche über Printmedien langsam und verhältnismäßig



**Auf welche Art und Weise haben Sie die Auszubildenden gewonnen, die derzeit bei Ihnen im Betrieb sind?**

Wir bilden nicht mehr aus, wenn dann kommen Quereinsteiger zu uns in den Betrieb. Wir würden zwar gerne ausbilden, finden aber niemanden.

**Mit welchen Methoden binden Sie bestehende Mitarbeiter an den Betrieb?**

Wir sind ein klassischer Familienbetrieb und leben das auch. Es gibt bei uns kostenlose Kaltgetränke und Kaffee, außerdem wird die Arbeitskleidung gewaschen. Wichtig sind uns auch die Arbeitsgeräte, es gibt Top-Sicherheitsausrüstung, alle bekommen ein iPhone10, wir arbeiten mit modernster Technik. Arbeit mit hochwertigen Geräten ist aus meiner Sicht um gerade jüngere für unseren Beruf zu gewinnen. Dazu gehört auch das Thema Digitalisierung, damit wollen junge Menschen umgehen. Unterwegs auf den Baustellen haben wir ein Team-Mobil mit Kühlschrank, Spind und Mikrowelle. Bei uns gibt es außerdem für jeden Mitarbeiter zwei Fortbildungen pro Jahr, außerdem bezahlen wir den Anhängerführerschein. All diese Maßnahmen führen dazu, dass wir nahezu keine Fluktuation haben. Der Lohn ist dafür zwar auch wichtig, aber aus meiner Sicht nicht entscheidend. Viel wichtiger ist ein gutes Betriebsklima. Dabei spielt auch eine Rolle, wie ein Betrieb nach außen auftritt, was für ein Image er hat. Ich bin beispielsweise Lehrer an der Meisterschule, das ist für meine Mitarbeiter wichtig. Dazu zählen auch Firmen-Events mit Kunden, an denen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter teilnehmen können.

*Horst Hubka, Malermeister Horst Hubka GmbH*

teuer. Allerdings lassen sich bestimmte Zielgruppen wie Ältere oder Fachkräfte mit einem hohen Spezialisierungsgrad nach wie vor auch über Printmedien, z. B. über Beiträge in Fachzeitschriften, gewinnen. Printmedien eignen sich außerdem zur Suche nach Fachkräften aus der Region.“

Dem Themenspecial „Social und Active Sourcing 2019“ zufolge werde „nur jede zehnte Vakanz über diesen Kanal veröffentlicht. Unter den IT-Unternehmen hat sich der Anteil im Vergleich zum Jahr 2013 halbiert.“

### **Von One-Click-Bewerbungen bis Influencer Recruiting**

Auf die Frage, welche Trends sich im Personal Recruiting derzeit abzeichnen, sagt Christoph Heuer: „Einen immer breiteren Einsatz findet ›Mobile Recruiting‹, also die Ansprache potenzieller Bewerber und deren Bewerbung über mobile Endgeräte, wie dem Smartphone oder Tablet. Hierzu zählen für mobile Endgeräte optimierte Karrierewebsites oder Online-Jobbörsen genauso wie Recruiting Apps, WhatsApp-Newsletter oder QR-Codes. Die Bewerbung kann dabei ebenfalls direkt mit dem Smartphone versendet werden (›One-Click‹ Bewerbung).

Die meisten Unternehmen rechnen mit einer zunehmenden Bedeutung mobiler Endgeräte für die Mitarbeitergewinnung.“

Relativ neu seien auch Spiele, die der Berufsorientierung dienen und mit denen für das eigene Unternehmen geworben wird. Neben der Entwicklung solcher „Recruiting Games“ machen Unternehmen auch zunehmend durch andere interaktive Elemente wie Grafiken, Animationen, Audio- und Videobotschaften, also durch ein ›Recruitment‹, einer Mischung aus Rekrutierung und Entertainment, auf sich aufmerksam.

„Zu den aktuellen Trends gehört außerdem das Influencer Recruiting“, erläutert Christoph Heuer. „Influencer sind Meinungsmacher, die in sozialen Medien, allen voran YouTube, Produkte oder Marken bewerben. Da sie einen großen Einfluss auf die Entscheidung der Konsumenten haben und ihre Reichweite teilweise sehr hoch ist, nutzen immer mehr Unternehmen Influencer, um sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.“

### **Social Media wird als Mittel zum Recruiting immer wichtiger**

Immer mehr im Kommen ist Social Media-Recruiting, also die Bewerbersuche über die sozialen Netzwerke wie Facebook, Twitter, Instagram, YouTube und ähnliche. Der Vorteil ist der direkte Kontakt zum Bewerber und die wechselseitige Interaktion. Der Interessent kann sofort mit dem Unternehmen in Kontakt treten und Rückfragen zu einer Stellenanzeige oder einem Jobangebot stellen und der Personalverantwortliche kann unkompliziert und schnell auf Fragen antworten.

Durch solche Interaktionen entsteht rasch eine Verbindung zwischen Jobsuchendem und Recruiter. Die junge Generation lebt mit Social Media, daher macht es Sinn,



2 Die Möglichkeit kontinuierlicher Weiterbildung im eigenen Unternehmen oder bei Herstellern erhöht die Arbeitszufriedenheit und kann Fluktuation vermindern. Foto: Brillux

Azubis und Nachwuchs auf diesen Kanälen anzusprechen oder zu suchen.

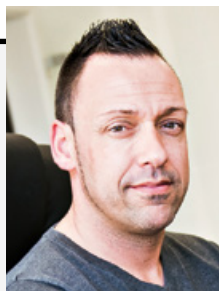
Was beim Ausbildungsmarketing zu beachten ist, hat die Agentur Junges Herz in einem Whitepaper auf ihrer Homepage [www.agentur-junges-herz.de](http://www.agentur-junges-herz.de) zusammengestellt. In dem Papier werden die aktuell vier größten Social-Media Plattformen in Deutschland vorgestellt und die Vor- und Nachteile in der Nutzung im Ausbildungsmarketing beschrieben.

Die Autoren sind der Meinung, dass besonders kleine und mittelständische Unternehmen enorm von der Reichweite der sozialen Netzwerke profitieren könnten.

### Homepage der Agentur für Arbeit hat mehr Stellenanzeigen

Im Themenspecial „Social und Active Sourcing 2019“ sind die Trends auch nach wie vor in konservativen Recruiting-Methoden verankert. Den Autoren zufolge wurden Stellenanzeigen in den letzten Jahren vor allem auf Unternehmenswebseiten und in Internetstellenbörsen veröffentlicht.

Darüber hinaus sei im Vergleich zum Jahr 2013 ein Anstieg bei der Veröffentlichung von Stellenanzeigen über die Agentur für Arbeit festzustellen. Außerdem setze sich



**Auf welche Art und Weise haben Sie die Auszubildenden gewonnen, die derzeit bei Ihnen im Betrieb sind?**

Unsere aktuellen Auszubildenden haben wir über Social Media und Website gewonnen. Desweiteren über Außenpräsenz wie zum Beispiel Stadtbuswerbung.

**Welche Social-Media-Plattformen nutzen Sie um Auszubildende zu gewinnen und wie sind die Erfahrungen damit?**

Wir sind bei Facebook und Instagram. Da wir hier Auszubildende generieren konnten sind die Erfahrungen gut.

**Mit welchen Methoden binden Sie bestehende Mitarbeiter an den Betrieb?**

Wir haben ein zusätzliches Bonuskartensystem welches vergleichbar mit einer Kreditkarte ist. Jeder Mitarbeiter bekommt steuerfrei 44,00 €/Monat auf diese Karte gebucht und kann diese in sehr vielen Geschäften/Tankstellen etc. als Zahlungssystem benutzen. Am Jahresende bekommen unsere Mitarbeiter eine Erfolgsbeteiligung berechnet nach dem Jahresergebnis. Firmenwagen sind bei uns nicht über vier Jahre alt und gut ausgestattet inkl. Handwerkerregalsysteme.

*Sven Finger, Geschäftsführer Werner & Sohn GmbH*



Auf welche Art und Weise haben Sie die Auszubildenden gewonnen, die derzeit bei Ihnen im Betrieb sind?

Auf Empfehlung von Mitarbeitern und durch die Integration von Geflüchteten.

Welche Social-Media-Plattformen nutzen Sie um Auszubildende zu gewinnen und wie sind die Erfahrungen damit?

Die nutzen wir bislang relativ wenig, wir müssen da stärker werden. Wir schalten jetzt einen Kinospot im Autokino.

Mit welchen Methoden binden Sie bestehende Mitarbeiter an den Betrieb (Bezahlung, Firmenwagen, Events)?

Da sind wir sehr vielseitig unterwegs. Wir bieten die Nutzung von Jobrad, betriebliches Gesundheitsmanagementsystem, Arbeitskleidung, Mitbestimmung und Mitgestaltung, hohe Eigenverantwortung, Integration von Familienmitgliedern, freie Softgetränke, Firmenhandy, zwei Feiern im Jahr und arbeiten mit einem Leitbild.

*Frank Vorwerk, Geschäftsführer Heinz Vorwerk GmbH*

der Trend der Mitarbeiterempfehlung auch in diesem Jahr fort. Drei von zehn der befragten „Top-1000-Unternehmen“ würden freie Stellen aktuell besetzen, indem sie ihre eigenen Mitarbeiter dazu aufrufen, die Stellenanzeigen weiterzuempfehlen oder potenzielle Kandidaten vorzuschlagen.

Auch IW-Researcher Christoph Heuer misst der Empfehlung durch Mitarbeiter einen enorm hohen Stellenwert

zu: „Gerade kleine Unternehmen rekrutieren ihr Personal häufig über die Netzwerke ihrer Mitarbeiter.

### Kontakte zu Freunden und Bekannten können wichtige Quelle sein

Die eigenen Mitarbeiter besitzen mit großer Wahrscheinlichkeit zahlreiche Kontakte zu ähnlich gut ausgebildeten Freunden, Bekannten oder Verwandten und können relativ schnell und kostengünstig zwischen diesen und dem Betrieb vermitteln. Da die Mitarbeiter gegebenenfalls mit den von ihnen empfohlenen Personen in Verbindung gebracht werden, treffen sie bereits bei der Kommunikation des Angebots eine Vorauswahl. Sie wissen häufig am besten, welche Aufgaben zu erledigen sind und welche Fähigkeiten benötigt werden. Außerdem kennen sie die Besonderheiten des Unternehmens und geben diese an ihre Kontakte weiter.“

Egal welche Methode gewählt wird, die Mitarbeitersuche muss heutzutage von den Unternehmen aktiv angegangen werden. Beim Active Sourcing dreht sich der Spieß um: Nicht die Bewerber suchen nach Jobangeboten der Unternehmen, sondern Personaler suchen aktiv, beispielsweise in Lebenslaufdatenbanken oder Karrierenetzwerken nach potenziell geeigneten Kandidaten, um diese dann direkt mit einem Stellenangebot anzusprechen.

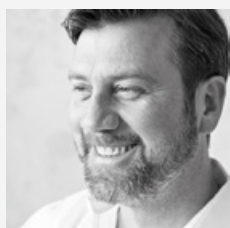
### Personaler kümmern sich aktiv um die Suche nach Bewerbern

Der Studie „RecruitingTrends 2017“ des stufenbiel instituts und Kienbaum zufolge ist Active Sourcing „bereits in rund 70 Prozent der befragten Personalabteilungen angekommen, weitere 15 Prozent haben Interesse. Beim Branchen-Vergleich zeigt sich: Unternehmen aus IT/Tele-



## Früh übt sich...

Im Rahmen eines Projekts war der Stuckateurmeister Heinrich Walther in einer Kindertagesstätte. Die Begeisterung der Kinder war groß. „Sie schauten mir mit ihren großen Augen zu und verfolgten alles. Ob Kelle, Spachtel oder Pigmente und Gips, alles wollten sie untersuchen“, berichtet er von seinem Besuch im Januar. „Das Interesse war sehr groß und ich konnte mittags mit ‚zehn Bewerbungen‘ zufrieden wieder mein Tagesgeschäft aufnehmen“ ergänzt er augenzwinkernd. Sein Fazit: „Wenn man innerhalb der

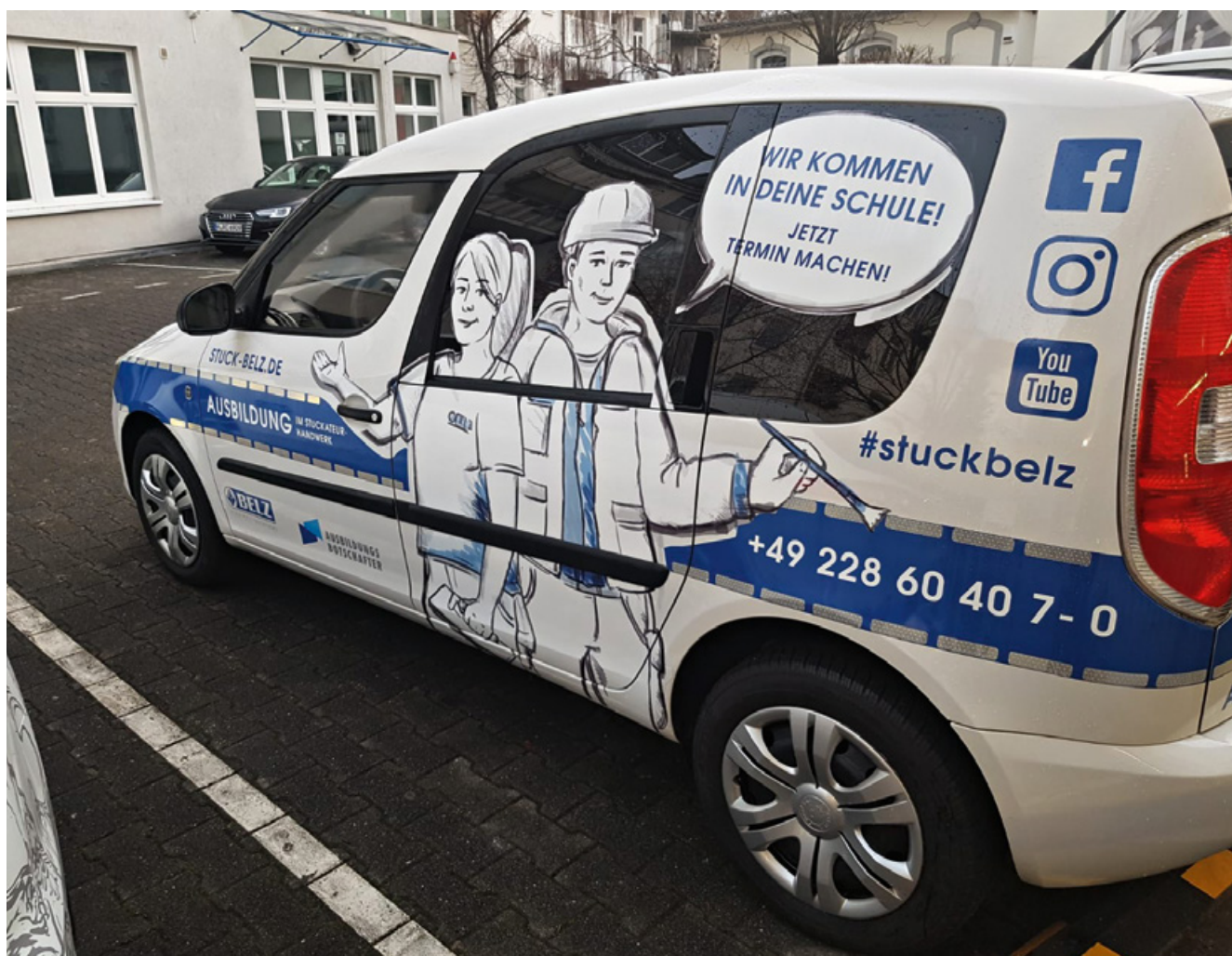


Heinrich Walther

verschiedenen Bildungswege das Handwerk ein bisschen mehr in den Fokus rücken würde und es für den jungen Menschen entsprechend attraktiv gestalten würde, dann denke ich hätte es mehr Ansehen in der Gesellschaft und wir alle hätten nicht diesen Engpass an Nachwuchs.“



Gips, Pigmente und Spachtel stießen in der Kita Schwanspiegel auf großes Interesse bei potentiellen Nachwuchs-Stuckateuren.  
*Foto: H. Walther*



3 Michael Christmann nutzt auch seine Firmenwagen, um junge Menschen auf die Möglichkeit einer Ausbildung in seinem Unternehmen hinzuweisen.

Foto: M. Christmann

kommunikation liegen vorn (55 Prozent aktive Nutzung). Am häufigsten gesucht wird laut der Studie auf Personal-messen und Karriere-Events für Studierende sowie auf Talent-Pools. Bewerber selbst hingegen suchen wie schon in den Vorjahren vornehmlich in Internetstellenbörsen und auf Unternehmenswebseiten nach offenen Stellen.

### Maßnahmen um Mitarbeiter zu gewinnen müssen zum Unternehmen passen

Interne soziale Netzwerke, Videobewerbungsgespräche, Gamification und Virtual Reality – diese Innovationen bieten zahlreiche Möglichkeiten der Arbeitgebermarkenstärkung nicht nur im Bewerbungsgespräch, sondern auch während der Einarbeitung neuer Mitarbeiter und auch danach.

Wichtig sei, das Menschliche im Recruitingprozess nicht zu vernachlässigen, argumentiert Fay Walshe, Global Head of Innovation bei Robert Walters.

Auch wenn das E-Recruiting immer mehr im Kommen ist, muss das nicht für jeden Betrieb das Richtige sein. Entscheidend ist, dass die Maßnahmen, um Mitarbeiter



Auf welche Art und Weise haben Sie die Auszubildenden gewonnen, die derzeit bei Ihnen im Betrieb sind?

Über die Homepage, als Ausbildungsbot-schafter und über das Jobcenter.

Welche Social-Media-Plattformen nutzen Sie um Auszubildende zu gewinnen und wie sind die Erfahrungen damit?

Wir nutzen Azubiyo und die Homepage des Jobcenters, beide arbeiten mit einem Matching System. Außerdem sind wir über unsere eigene Homepage aktiv. Mit Instagram und Facebook sind nur noch die Eltern zu erreichen.

Mit welchen Methoden binden Sie bestehende Mitarbeiter an den Betrieb?

Über engen Kontakt und Informationsfluss, Mitgestaltungsmög-lichkeiten, Betriebsausflüge und Autos für die Azubis.

*Michael Christmann, Geschäftsführer Stuck-Belz*



Auf welche Art und Weise haben Sie die Auszubildenden gewonnen, die derzeit bei Ihnen im Betrieb sind?

Die Auszubildenden finden uns wegen unserem Bekanntheitsgrad in der Region.

Die Firma Sauter hat im Landkreis und in den angrenzenden Landkreisen einen guten Ruf.

Über kommunale Organisationen und Events für Auszubildende sind wir regional präsent.

**Welche Social-Media-Plattformen nutzen Sie um Auszubildende zu gewinnen und wie sind die Erfahrungen damit?**

Auf den Social-Media-Plattformen sind wir nur auf Facebook unterwegs. Wir nutzen jedoch sonstige kommunale Portale die sich allgemein mit Ausbildung beschäftigen.

Hier einige Beispiele: Stadt Singen, Handwerkskammer Konstanz, Wochenblatt, Südkurier, TV3...

**Mit welchen Methoden binden Sie bestehende Mitarbeiter an den Betrieb?**

Hier sind wir flexibel, wir zahlen bei sehr guten Baustellen kleine Prämien. Die Sonntags- und Feiertagsarbeiten werden teilweise extra bewertet und mit einem extra Bonus vergütet.

Wir organisieren ein Sommerfest für die Mitarbeiter mit Ihren Familien. Es gibt eine kleine Weihnachtsfeier als Jahresabschluss und ein kleines Präsent für jeden Mitarbeiter. Lange Betriebszugehörigkeiten werden mit einer kleinen Prämie oder Restaurantgutschein bewertet.

*Josef Steidle, Geschäftsführer Sauter GmbH*

3 Die Nationalmannschaft der Stuckateure, hier Mannschaftsmitglied Niklas Kuhnert, ist nicht nur mit ihren Auftritten auf Messen ein Sympathieträger und wichtiges Aushängeschild der Branche. *Foto: Pia Grund-Ludwig*

und Azubis zu gewinnen, zum Betrieb passen und den Arbeitsalltag widerspiegeln, so dass sich die Kandidaten ein möglichst klares Bild von ihrer künftigen Arbeitsstelle machen können. Denn der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler. So mag es sein, dass sich Bewerber im IT-Bereich von Chatbots beeindruckt lassen, die Bewerberanfragen beantworten, oder begeistert sind von humanoiden Robotern, die mit ihnen strukturierte Auswahlinterviews führen.

**In Handwerksunternehmen sind auch Wertschätzung und Betriebsklima wichtige Faktoren**

Im Handwerk geht es aber um Faktoren wie Wertschätzung, Sicherheit und ein gutes Betriebsklima und auch um Spaß bei der Arbeit. Das gilt es zu vermitteln.

*Bärbel Daiber*