Geld ist nicht alles

Laut Umfragen leidet fast die Hälfte der deutschen Unternehmen unter Fachkräftemangel. Zielgerichtete Online- und Social Media-Kampagnen können das Problem lösen. Spezialist hierfür ist die Münsteraner Agentur „Mission Personal", die auch verschiedene Unternehmen im technischen Produktions- und Handelsumfeld betreut. Die Inhaber Marvin Staufenberg und Tim Haver erklären, was die digitale Akquise von Mitarbeitenden erfolgreich macht.

Bildquelle: denisismagilov / stock.adobe.com

Warum tun sich Unternehmen derzeit so schwer, Mitarbeitende zu finden?
Staufenberg: Ein wichtiger Grund ist der demografische Wandel. Laut Statistiken sind in Deutschland gerade noch 10 % der EinwohnerInnen unter 24 Jahren alt, gleichzeitig haben im letzten Jahr mehr als 1,4 Mio. Arbeitnehmende Rente beantragt. Verstärkt wird der Mangel durch die vielen Corona-Erkrankten und ein verändertes Bewerbungsverhalten.
Haver: Zu den demografischen Gründen kommen viele individuelle Unternehmensgründe: falsche Medienauswahl, wenig motivierende Stellenangebote, schlechte Bewertungen im Internet. Problematisch ist häufig auch das nicht mehr zeitgemäße Verständnis von Arbeitsmotivation.

Die digitale Suche nach Mitarbeitenden ist für viele Unternehmen noch ein unbekanntes Feld. Warum soll sie erfolgreicher sein als bisherige Methoden?
Staufenberg: 70 % der Menschen suchen heute passiv nach einem neuen Job. Das heißt: selbst, wenn sie wechselwillig oder unzufrieden im bisherigen Umfeld sind, studieren sie keine Stellenmärkte. Sie erwarten stattdessen, dass sie ein Jobangebot automatisiert und direkt auf ihr Smartphone bekommen. Die geringeren Reichweitenverluste und die Erfolgskontrolle sprechen zudem für die sozialen Medien. Es ist nicht nur genau festzulegen, an wen und wo eine Stellenanzeige ausgespielt wird. Es lässt sich auch nachvollziehen, wie oft ein Stellenangebot geklickt wurde und welche Anzeige am besten bei der Zielgruppe ankommt.

Was unterscheidet eine digitale Stellenanzeige von einer klassischen Stellenanzeige in Print?
Haver: Die multimediale Vernetzung. Ein Klick auf den angegebenen Link und man ist auf der Homepage, eine Eingabe bei Google und man sieht, wie das Unternehmen online bewertet wird. Innerhalb kürzester Zeit hat man so einen Eindruck und die Grundlage, sich zu bewerben oder eben nicht. Ein weiterer Vorteil der digitalen Stellenanzeige: Ich kann den gesamten Bewerbungsprozess ohne große Hürden ebenfalls digital anbinden.

Was heißt das für Unternehmen, die Stellen anbieten wollen?
Staufenberg: Wer online Mitarbeitende finden will, muss häufig erstmal seine „digitalen" Hausaufgaben machen. Wie sieht die Homepage aus? Gibt es einen Imagefilm, der das Unternehmen visuell darstellt? Welches Arbeitgeberimage wird transportiert? Die Nennung eines Personalrabatts als „Vorteil" reicht dabei genauso wenig aus wie Worthülsen à la „angemessenes Gehalt" oder „moderner Arbeitsplatz". Auch fehlende Gehaltsangaben sind eher kontraproduktiv. Wer weiß, dass er sich seinen Arbeitsplatz aussuchen kann, will vor der Bewerbung alle Fakten und Mehrwerte kennen.
Haver: Wichtig ist auch das vorhandene Image im Netz. Welche Bewertungen liegen auf kununu.com vor? Oder auf Google MyBusiness? Außerdem ist es wichtig, auf allen Kanälen sichtbar zu sein, auf denen potenzielle Mitarbeitende zu vermuten sind. eBay, Kleinanzeigen, lokale Facebook-Gruppen, Instagram oder TikTok – je mehr „Köder" man auslegt, desto schneller kommt man zum Erfolg! Beim Auftritt in der Öffentlichkeit gilt zudem: Emotionen verkaufen sich auf Social Media besser als Produkte.

Das hört sich nach viel Arbeit an. Wie unterstützen Sie die Unternehmen?
Haver: In allen Belangen. Wir kümmern uns einerseits um die „digitalen Hausaufgaben" der Unternehmen und danach um die Recruiting-Kampagnen – zum Beispiel auf digitalen Kanälen wie Facebook, Instagram, TikTok oder LinkedIn. Gerade haben wir einem Unternehmen des Technischen Handels bei der Besetzung einer vertrieblichen und einer administrativen Stelle geholfen. Eine Person arbeitet schon im Unternehmen, mit anderen werden Vorstellungsgespräche geführt. Auch Jobs für Fahrer:innen, Produktionshelfer:innen oder Lagerist:innen besetzen wir bereits häufig via Social Media. ■

Kontakt
M4 digital GmbH, Münster, kontakt@mission-personal.de, T +49 251 2031947-0, www.mission-personal.de