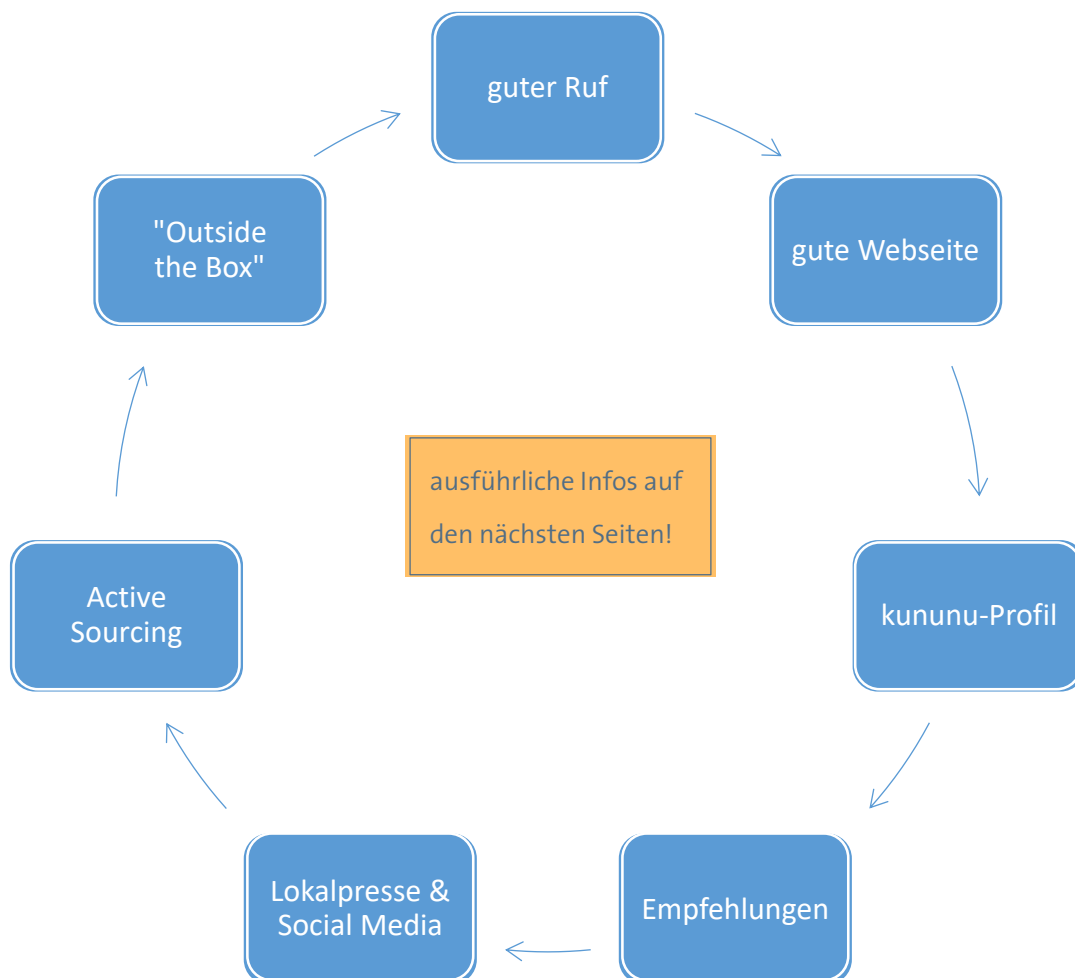


## 7 Tipps für mehr Arbeitgeberattraktivität

So ziemlich jedes Unternehmen hat mittlerweile Probleme, seine offenen Stellen zu besetzen. Zwar können wir keine neuen Menschen aus dem Hut zaubern, aber wir können auf vorhandene zurückgreifen:

- 4 von 10 Arbeitnehmern sind im Allgemeinen unzufrieden mit ihrem Job.
- 6 von 10 sind jederzeit offen für neue Angebote, auch wenn sie nicht aktiv nach Jobs suchen.
- 8 von 10 informieren sich regelmäßig über Jobs innerhalb ihrer Branche.

Wie können Sie nun diese potenziell wechselwilligen Arbeitnehmer erreichen ... und gleichzeitig sicherstellen, dass Ihre vorhandenen Mitarbeiter zufrieden sind? Hier 7 Tipps im Überblick:





Miriam Engel: Royal führen, loyal handeln. Nachhaltige Wertschöpfung für Ihr Unternehmen  
UVK Verlag München 2019, ISBN 978-3-86764-873-8 (Print)

## 1) Bauen Sie einen guten Ruf auf und pflegen Sie diesen!

Gute Bewerber sehen sich nicht nur die Stellenausschreibung an und bewerben sich blindlings. Sie sehen die Firma hinter der Anzeige. Sie wollen etwas Sinnstiftendes tun und für eine gute Sache, für einen guten Arbeitgeber arbeiten. Die wenigsten Menschen arbeiten heute noch, nur um Geld zu verdienen.

Daher ist es unabdingbar, dass Sie eine gute Reputation aufbauen und diese auch nach außen wirksam zeigen. Ein guter Ruf baut insbesondere auf eine angenehme Firmenkultur, die die eigenen Mitarbeiter zu zufriedenen Kollegen macht.

Drei von vier Deutschen sprechen laut Statistik mehrmals wöchentlich mit ihrem privaten Umfeld über die Arbeit. In diesen Gesprächen schwingt immer mit, ob jemand gern dort arbeitet. Sorgen Sie dafür, dass Sie in diesen Gesprächen auftauchen – und das natürlich positiv! Je breiter Ihr guter Ruf gestreut wird, desto mehr Bewerber werden den Weg zu Ihnen finden.

Das Fachliche ist dabei gar nicht so wichtig: Natürlich sind die Arbeitsaufgaben und -inhalte ein wichtiger Faktor, aber immer mehr spielen auch die Arbeitskonditionen eine Rolle. Versetzen Sie sich in Ihre Mitarbeiter oder fragen Sie direkt, was diese sich wünschen: flexible Arbeitszeiten, Home-Office, kostenlose Fitnessangebote, Gesundheits- und Ernährungsprogramme, vergünstigtes Mittagessen, Gratisgetränke, Kinderbetreuung, Weiterbildungen, schnelle Verantwortungsübernahme, dynamische Prozesse, flache Hierarchien und, und, und ... Zeigen Sie nach außen, was Sie bieten! So werden Sie als offener, progressiver Arbeitgeber angesehen, der nicht in verkrusteten Strukturen denkt.

Ihnen fällt es schwer, das Besondere zu unterstreichen?

Versuchen Sie, in einem Satz zu beschreiben, was Ihre Firma besonders macht.

So werden Ihnen Ihre Stärken auffallen.

## 2) Ohne gute Webseite landen Sie auf keinem Radar!

Ihre Webseite ist **der** Anlaufpunkt für Ihre Bewerber. Sie sollte daher nicht nur Informationen für potenzielle Kunden, d.h. über Ihre Produkte, enthalten. Auch Hintergrundinformationen über das Unternehmen als solches (auch Kunden wissen gern, bei wem sie kaufen) und speziell als potenzieller Arbeitgeber gehören unbedingt auf die Webseite! Stellen Sie Ihr Team vor und geben einen Einblick in den möglichen Arbeitsplatz. So zeigen Sie: wir sind auch nur Menschen. Die Besucher Ihrer Webseite werden sich über diese Transparenz freuen, es gibt ihnen ein Gefühl von Sicherheit und Sympathie. Halten Sie dabei Ihre Webseite unbedingt auf dem neuesten Stand und vergewissern Sie sich, dass Sie auch auf Smartphones und Tablets gut aussieht! Jeder (größere) Patzer wird einen schlechten Eindruck beim Bewerber hinterlassen. Stellen Sie sicher, dass alle Informationen zu Ihren offenen Stellen auf der Webseite ansprechend, umfassend und eindeutig dargestellt sind. Holen Sie sich idealerweise regelmäßig externes Feedback ein.



Miriam Engel: Royal führen, loyal handeln. Nachhaltige Wertschöpfung für Ihr Unternehmen  
UVK Verlag München 2019, ISBN 978-3-86764-873-8 (Print)

### **3) Legen Sie ein kununu-Profil an!**

Wenn Sie jetzt denken: „Kununu – was ist denn das?“, dann aber schnell! „Kununu“ stammt aus der afrikanischen Sprache Swahili und bedeutet „unbeschriebenes Blatt“. Kununu.com existiert seit 2007 und ist das größte deutschsprachige Portal zur Bewertung von Arbeitgebern: Rund 3 Millionen Bewertungen für knapp 800.000 Arbeitgeber zählt das seit 2013 zu XING gehörende Portal. Bewertet werden u.a. Betriebsklima, Arbeitsbedingungen, Gleichberechtigung, Image und Engagement.

Wenn Sie hier keine gute Figur machen oder noch gar nicht gelistet sind, sollten Sie handeln, damit Ihre Bewerber sich auch aus unabhängiger Quelle informieren können: Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter, eine (anonyme) Rezension zu erstellen, um Ihre Bewertung zu verbessern. Denn es tendieren eher schlecht gelaunte Menschen dazu, ihre Meinung im Internet kundzutun. Bei einem kununu-Score unter 3,5 (von 5) Sternen sollten Sie sich hingegen selbst Gedanken machen, wie es um Ihr Unternehmen bestellt ist.

### **4) Ermutigen Sie Ihre Top-Mitarbeiter, in ihrem eigenen Umfeld zu rekrutieren!**

Gute Leute kennen Leute. Dieser Satz hat sich schon oft bewahrheitet. Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter also zum „Spread the Word“: Bitten Sie darum, dass sie diese Stellenausschreibungen aktiv verbreiten, z.B. durch einfaches Teilen auf Facebook oder auch durch gezielte Ansprache. Als Anreiz können Sie Prämien bieten, die nach Einstellung oder erfolgreicher Probezeit gezahlt werden können.

Für diese Methode spricht, dass Ihre Mitarbeiter am ehesten ein Gefühl dafür haben, wer ins Team passt, zumal sie dann auch schon den neuen Kollegen ganz gut einschätzen können. Durch Empfehlung einer ungeeigneten Person würden sie sich im Zweifel ja selbst schaden. Empfehlungen für Mitarbeiter können darüber hinaus von Netzwerken, Vereinen, Freunden, Lieferanten oder Kunden kommen – lassen Sie keine Chance ungenutzt!

### **5) Seien Sie in der Lokalpresse & auf Social Media vertreten!**

Die lokale Presse ist nicht so tot, wie man denken könnte. Durch regelmäßige Kontakte zur Lokalpresse bleiben Sie in deren Hinterkopf. Lokaljournalisten sind gut vernetzt, kennen alles und jeden. Sie wissen um den Ruf einer jeden Firma und formen diesen durchaus auch mit. Stellen Sie sich also gut mit ihnen! Liefern Sie regelmäßig Beiträge über Ihr Unternehmen, um in der Region bekannt zu werden und zu bleiben. Beachten Sie den Unterschied zwischen den für Kunden kostenpflichtigen Lokalzeitungen und die in der Regel kostenlosen Anzeigenblätter.

Präsentieren Sie sich auch online (Facebook, Twitter, Instagram – je nach Zielgruppe) von Ihrer besten Seite, geben Sie Einblicke ins Unternehmen und zeigen Sie Haltung, z.B. durch gesellschaftliches Engagement, Sponsoring, Spenden usw.

Platzieren Sie sich in den Köpfen der Menschen. So sind Sie sichtbar für potenzielle Bewerber.

### **6) Warten Sie nicht auf die Besten!**

Warten Sie nicht auf Bewerbungen – suchen Sie selbst nach interessanten Köpfen. Werden Sie zum Headhunter und werben Sie die größten Talente von anderen Firmen ab. Die besten Leute sind fast nie arbeitslos, oft suchen sie auch gar nicht aktiv nach Arbeit – unter Umständen sind sie es seit dem Studium gewohnt, angesprochen und abgeworben zu werden. Gucken Sie sich am besten in Sozialen



Miriam Engel: Royal führen, loyal handeln. Nachhaltige Wertschöpfung für Ihr Unternehmen  
UVK Verlag München 2019, ISBN 978-3-86764-873-8 (Print)

Netzwerken wie LinkedIn oder XING um. Fällt Ihnen ein Talent ins Auge, zögern Sie nicht und gewinnen Sie es für sich!

Diese Aufgabe können Sie gegen Provision auch an Headhunting-Agenturen abtreten. Diese haben Erfahrung und wissen, wie sie am besten vorgehen und wer gut zu Ihnen passen könnte. Verlieren Sie die Bewerbersuche dadurch aber nicht aus den Augen!

#### **7) Suchen Sie „Outside the Box“!**

Recruiting ist vor allem eins: ständig aufmerksam zu sein und die Umgebung zu beobachten. Gehen Sie nicht erst auf die Suche nach Bewerbern, wenn akuter Bedarf besteht. Gehen Sie die Sache andersherum an: Stellen Sie sich die Frage: Wen habe ich in der letzten Woche getroffen? War jemand Vielversprechendes dabei? Schaffen Sie Stellen anhand der Leute, die Ihnen begegnen, Leute und deren Kompetenzen, anstatt stur Stellen auszuschreiben und dann zu versuchen, Menschen aus dieser „Schublade“ zu finden.