



*Maximilian Rheindorf ist als Berater bei der Unternehmensberatung Bauplus GmbH Consulting in Wesseling, die auf Beratungsleistungen rund um das Handwerk und Baubetriebe spezialisiert ist, tätig.*

# Drei Schritte zum Wunschmitarbeiter

**Arbeitsmarkt:** Nicht mehr die Bewerber, sondern die Unternehmen müssen heutzutage überzeugen. Der Arbeitsmarkt hat sich von einem Arbeitgeber- zu einem Bewerbermarkt entwickelt. Deshalb ist es für Unternehmen wichtig, genau zu wissen, welche Bewerber zum Unternehmen passen und wie man diese anspricht.

**Maximilian Rheindorf**

**D**er Wertewandel und der Fachkräftemangel stellen deutsche Handwerksunternehmen aktuell vor eine besondere Herausforderung. Mit welchen einzelnen Schritten Sie die passenden Mitarbeiter für Ihr Unternehmen gewinnen, zeigt der Beitrag.

## 1. Kennen Sie sich selbst!

Bevor Sie herausfinden, welche Bewerber am besten zu Ihnen passen, sollten Sie wissen, was Ihr Unternehmen ausmacht und was Sie potenziellen Bewerbern bieten können. Die eigenen individuellen Stärken zu kennen hilft am Ende, Ihren Wunschmitarbeiter zu überzeugen. Um herauszufinden, welche Stärken Sie besitzen, können Sie zum einen eine Mitarbeiterbefragung (zum Beispiel in Form eines Mitarbeiterworkshops) durchführen und/oder Ihre Unternehmensstruktur analysieren. Dazu bietet es sich an, professionelle Hilfe in Form eines Unternehmensberaters hinzuziehen.

Sie sollten bei der Analyse auf folgende Bereiche besonders achten:

- Betriebsklima und Führungsverständnis
- Work-Life-Balance und Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- Arbeitsbedingungen und Sozialleistungen
- Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Fachkräfte

Wie genau helfen mir diese Informationen, den passenden Mitarbeiter zu finden? Und zwar empfindet nicht jeder Mitarbeiter dasselbe Angebot als interessant und sinnvoll. Denn der 16-jährige Azubi möchte zum Beispiel wissen, ob Ihr Unternehmen ausreichend Weiterbildungsmöglichkeiten zu bieten hat, dagegen möchte die 30-jährige Fachkraft eher wissen, ob es flexible Arbeitszeiten oder Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf gibt. Das bedeutet, dass Sie, je nachdem welche Zielgruppe Sie ansprechen möchten, unterschiedliche Stellenangebote erstellen müssen.

Es zeigt Ihnen ebenfalls, welche Angebote Sie Ihren Bewerbern schon anbieten können bzw. welche Angebote Sie gegebenenfalls noch einführen müssen.

## 2. Wissen, welcher Mitarbeiter zu Ihnen passt!

Nachdem Sie nun wissen, welche Stärken Ihr Unternehmen besitzt, müssen Sie Ihre gewünschte Zielgruppe analysieren. Zuerst müssen Sie sich klarmachen, welche Stelle Sie besetzen möchten. Suchen Sie etwa einen neuen Auszubildenden oder doch eher eine erfahrene Fach- oder Führungskraft (oder auch beides)? In jedem Fall sollten Sie für jede Zielgruppe mit ähnlichen Wünschen und Bedürfnissen ein individuelles Profil entwickeln. Die Zielgruppen können Sie dabei zum Beispiel anhand folgender Merkmale definieren: Alter, Art der Ausbildung, Familienstand, Einkommen, Bedürfnisse rund um die eigene Work-Life-Balance etc.

Ist die Zielgruppe anhand der verschiedenen soziodemografischen Merkmale definiert, müssen Sie herausfinden, welche Bedingungen und Anforderungen ein potenzieller Bewerber an Ihr Unternehmen stellen könnte. Um sich besser in Ihren Wunschmitarbeiter hineinversetzen zu können, sollten Sie folgende Leitfragen für jede Zielgruppe beantworten:

- Welche Gründe hat ein Bewerber, sich bei Ihnen zu bewerben?
- Welche Anreize empfindet der Bewerber als selbstverständlich?
- Welche Anreize erzeugen zusätzlichen Gefallen und Begeisterung?
- Welche Medien und Kanäle werden von der Zielgruppe bevorzugt?

Die Beantwortung dieser Leitfragen hilft am Ende dabei, die gewünschte Zielgruppe gezielt in der Stellenanzeige anzusprechen. Der Vorteil dabei: Man verhindert eine Vielzahl von unpassenden Bewerbungen, die am Ende unnötig Zeit und Geld kosten. Neben Kosteneinsparungen kann man sich mit einer passgenauen Stellenanzeige auch gegen die Konkurrenz am Arbeitsmarkt durchsetzen. Die Voraussetzung dafür ist, dass die angebotenen Anreize auch der Wahrheit entsprechen und im Unternehmen gelebt werden. Wie finden Sie heraus, welche Interessen eine Zielgruppe vertritt? Die einfachste und kostengünstigste Lösung dafür: Fragen Sie Ihre Mitarbeiter! Am sinnvollsten ist es natürlich, Mitarbeiter der gleichen Altersgruppe zu befragen. Alternativ können auch Informationen aus diversen Studien hinzugezogen werden.

Für Informationen über die Sichtweisen, Wünsche und Stimmungen von Jugendlichen bis 25 Jahre bietet etwa die Shell-Studie „Jugend 2015“ umfassende Einblicke. Nachdem Sie nun die Zielgruppen umfassend analysiert haben, gilt es, die Stellenanzeige so zu gestalten, dass die angestrebten Werte, Wünsche und Erwartungen der Zielgruppe besonders hervorgehoben werden. Ob dies mit Videos, Bildern oder anderen kreativen Mitteln umgesetzt wird, bleibt Ihnen selbst überlassen. Sie sollten jedoch beachten, dass verschiedene Zielgruppen unterschiedlich auf verschiedene Medien reagieren bzw. unterschiedliche Kanäle nutzen. Im nächsten Schritt soll erläutert werden, wie und über welche Kanäle Sie Ihren Wunschmitarbeiter am effizientesten ansprechen.

### 3. Sprechen Sie Ihren Wunschmitarbeiter gezielt an!

Die gesammelten Informationen ergeben nach und nach ein immer exakteres Bild von der Person, die Sie für Ihr Unternehmen suchen. Ein solches exaktes Bild Ihres Wunschmitarbeiters könnte zum Beispiel wie folgt aussehen:

Der gewünschte Mitarbeiter ist zwischen 20 und 25 Jahren alt, lebt in einer ländlichen Region und hat ein sozial gesichertes Umfeld. Die Gründung einer Familie ist noch nicht geplant. Das Einkommen soll angemessen sein.


Der gewünschte Mitarbeiter ist aktuell Geselle, will aber in naher Zukunft den Meistertitel erwerben und bei der Weiterbildung vom Unternehmen unterstützt werden.

Er bewegt und informiert sich auf Netzwerken wie Facebook oder Instagram und bevorzugt dabei Medien wie Videos und Infografiken.

Dem Wunschmitarbeiter ist eine ausgeglichene Work-Life-Balance wichtig, weiterhin gibt er einen großen Teil seines Einkommens für Freizeitangebote und Entertainment aus. Die Beschreibung des Wunschmitarbeiters hilft Ihnen dabei, eine passgenaue Stellenanzeige zu entwickeln. Folgende Informationen sind dem Wunschmitarbeiter aus dem Beispiel wichtig und sollten unbedingt in der Stellenanzeige auftauchen: Angaben über das Einkommen, Weiterbildungsmöglichkeiten, flexible Arbeitszeiten und Work-Life-Balance-Angebote aus den Bereichen Sport, Fitness oder Entertainment. Damit diese Informationen Ihren Wunschmitarbeiter auch erreichen, sollten Sie darauf achten, die richtigen Kanäle und Medien zu verwenden. Aus dem vorherigen Beispiel ergibt sich folgende mögliche Recruitment-Kampagne: ein Recruiting-Video, das alle relevanten Informationen zeigt, auf Instagram veröffentlichen und zielgerichtet verbreiten. Auch hier empfiehlt es sich, professionelle Hilfe hinzuzuziehen.

Fazit: Folgen Sie den drei beschriebenen Schritten, dann steht Ihnen bei der Suche nach Ihrem Wunschmitarbeiter nichts mehr im Wege! //

Anzeige



## Werden Sie Fachkraft für Arbeitssicherheit

Berufsbegleitender Lehrgang für Ingenieure, Meister und Techniker verschiedener Fachrichtungen

**Lehrorte und Termine:**  
**Hochschule Bochum**  
11.10.2019 – 04.04.2020  
**Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin**  
18.10.2019 – 18.04.2020

Weitere Informationen zu unserem berufs-  
begleitenden modularen Lehrgang erhalten  
Sie unter:  
[www.isaev.de/fasi](http://www.isaev.de/fasi)  
oder unter Tel. 02324/280621-2

**ISN** | International  
Security Academy  
powered by **RM** Rudolf Müller