

## Personalgewinnung

### Moderne Wege gehen

**[17.01.2023] Wirksame Personalgewinnungsstrategien zu nutzen, wird für öffentliche Arbeitgeber immer wichtiger, um die benötigten Fachkräfte zu finden. Dazu gehören etwa eine ansprechende Arbeitgeber-Website, moderne Kommunikationswege und virtuelle Vorstellungsgespräche.**

Arbeitgeber sind in einer schnellen dynamisierenden Welt vielen Herausforderungen ausgesetzt. Spätestens dann, wenn man nach Bewerbungsverfahren merkt, dass eine freie Stelle nicht oder nur mittelmäßig besetzt werden kann, kommt die Feststellung: „Wir bräuchten eine bessere Personalgewinnung, aber können wir das finanzieren und was ist der richtige Weg?“ Einerseits besteht ein großes Bewusstsein über die Bedeutung einer modernen Personalgewinnung – auch E-Recruiting genannt –, andererseits setzen Verwaltungen häufig immer noch auf Vorgehensweisen, die einen eher geringen Wirkungsgrad haben. E-Recruiting umfasst den gesamten Personalbeschaffungsprozess mithilfe elektronischer Medien und Programme. Der konkrete Inhalt dieses Begriffs verändert sich allerdings ebenso rasant wie die Gesellschaft und die digitale Welt. So hat zum Beispiel vor circa zehn Jahren die Bewerbung per E-Mail die aufwendige Papierbewerbung ersetzt, doch nun ist man mit den Bewerberportalen schon einen Schritt weiter. Bereits heute wird der Prozess durch künstliche Intelligenz unterstützt; dies wird in den nächsten Jahren noch deutlich häufiger der Fall sein und die Prozesse verändern, etwa durch eine automatisierte Potenzial- und Bewerberanalyse. Aufgrund der rasanten Entwicklung muss die Personalgewinnungsstrategie regelmäßig angepasst werden. Es geht schon lange nicht mehr darum, dass der Arbeitnehmer sich an den Arbeitgeber vermarktet, vielmehr wird das „perfekte Match“ gesucht. Dabei kommt es darauf an, eine wirksame Strategie zu haben und diese sukzessive auszubauen und zu optimieren. **Employer Branding erarbeiten** Bevor man in den Wettbewerb geht, gilt es, die eigenen Stärken zu kennen. Der Arbeitgeber muss also seine Arbeitgebermarke (Employer Branding) erarbeiten und dabei auch Schwächen beheben. Kultur, Gesundheitsmanagement, Flexibilität, Work-Life-Balance und Entwicklungsmöglichkeiten sind dabei nur einige Themen. Viele öffentliche Arbeitgeber verfügen hier schon über ein gutes Angebot, die Stärken müssen im Rahmen des Employer Branding aber auch gezielt nach innen und nach außen vermarktet werden – es braucht ein Personal-Marketing. Ein wichtiges Argument ist zum Beispiel, ein familienfreundlicher Arbeitgeber zu sein. Der öffentliche Dienst ist bei diesem Punkt der privaten Wirtschaft häufig überlegen. So wird nahezu jeder Teilzeitwunsch umgesetzt, Unternehmen hingegen verlangen häufig noch immer eine Arbeitszeit von mindestens 50 Prozent. Die öffentliche Hand muss im Rahmen des Personal-Marketing also erklären, was sie alles zu bieten hat, von A wie Arbeitszeit bis Z wie Zukunftsmöglichkeiten. Dies lässt sich in einer Stellenanzeige nicht unterbringen, daher müssen die Inhalte auf der Website attraktiv dargestellt werden. **Erfolgreiches Recruiting basiert auf Netzwerken** Herzstück ist und bleibt somit die Arbeitgeber-Landingpage. Dort kommen die Interessenten an und entscheiden, ob sie sich weiter informieren und bewerben – oder wieder gehen. Die Landingpage ist weit mehr als die etablierte Karriereseite, sie ist vielmehr eine zielgruppenorientierte Website, wo potenzielle neue Mitarbeitende aufgrund einer Suche oder eines konkreten Interesses landen. Hier sollten daher alle notwendigen Informationen intuitiv, attraktiv und modern dargestellt werden. Neben einem Arbeitgebervideo ist eine grafische Darstellung des Mitarbeitenden-Benefits genauso wichtig, wie die Darstellung der offenen Stellen und eines einfachen Kommunikationswegs für Fragen. Für Interessenten ist es motivierend, wenn sie bei Fragen ungezwungen per Chat oder Messenger-Dienst mit dem potenziellen Arbeitgeber in Kontakt treten können. Sehr

erfolgreich ist auch eine One-Klick-Bewerbung. Dabei geht es nicht darum, dass die komplette Bewerbung mit nur einem Klick erfolgt, vielmehr wird der Interessent zum „Lead“, das heißt, er signalisiert dem Arbeitgeber, dass ein Interesse besteht, und dieser kann dann wie ein Headhunter mit dem Interessenten Kontakt aufnehmen, prüfen ob eine Zusammenarbeit möglich wäre und zur Bewerbung motivieren. Wenn es beim ersten Mal nicht klappt, kann der Arbeitgeber die Person in den Talent-Pool aufnehmen und sie zu einem späteren Zeitpunkt wieder kontaktieren. Ein erfolgreiches Recruiting basiert schon heute auf Netzwerken und dies wird in den nächsten Jahren noch massiv an Bedeutung gewinnen. **Moderne Kommunikationswege nutzen** Aus diesem Grund sind auch moderne Kommunikationswege so wichtig. Hier führt kein Weg an Social Media vorbei. Gegen soziale Netzwerke gibt es bei öffentlichen Arbeitgebern oft eine Abwehrhaltung, da diese Plattformen zwar interessant sind, aber auch zeit- und ressourcenintensiv. Was früher noch „Nice-to-have“ war, ist heute jedoch ein zwingender und erfolgreicher Kommunikationsweg, denn die klassischen Jobbörsen verlieren zunehmend an Relevanz. Plattformen wie LinkedIn oder Xing bieten schon seit Jahren die Möglichkeit, sich ein Profil anzulegen und in diesem eine Jobsuche zu hinterlegen. Die Nutzer müssen dann nicht mehr aktiv auf Jobsuche gehen, sondern die Portale informieren sie über neue attraktive Angebote, die zu ihnen passen könnten. Die Portale können aber noch weit mehr. So ist die Business-Plattform Xing zum Beispiel mit der Arbeitgeberbewertungsplattform Kununu verknüpft, sodass Interessenten nicht nur auf eine attraktive Stelle hingewiesen werden, sondern auch gleich noch eine Bewertung des Arbeitgebers erhalten. **Stellenanzeigen weiterhin wichtig** Brauchen öffentliche Arbeitgeber dann überhaupt noch Stellenanzeigen? Diese Frage lässt sich mit einem klaren Ja beantworten. Zum einen, um einen rechtssicheren Einstellungsprozess zu ermöglichen, zum anderen, um elektronische Anzeigen zu schalten. Gerade Werbung bei Suchmaschinen wie Google Ads oder Bing Ads ist sehr erfolgreich. Eine andere interessante Plattform ist goodjobs. Dort soll es bei der Stellensuche nicht um den Profit, sondern um die Sinnhaftigkeit der Tätigkeit gehen. Gerade bei der Suche nach IT-Spezialisten hat sich das Portal bei öffentlichen Arbeitgebern als hilfreich erwiesen. Ein weiterer Baustein einer modernen Personalgewinnung ist das virtuelle Vorstellungsgespräch. Zu Beginn der Corona-Pandemie waren Videokonferenzen noch ungewohnt, haben sich inzwischen bei den öffentlichen Arbeitgebern jedoch etabliert. Diese Chance sollte nicht ungenutzt bleiben. Bei mehrstufigen Verfahren, oder wenn Teilnehmende aufgrund einer langen Anfahrt einen Termin nicht oder nur schwer wahrnehmen können, ist es ein sehr wichtiges Angebot, das Vorstellungsgespräch auch digital führen zu können. **Einfach mal anfangen** Der amerikanische Autor, Verkäufer und Motivationsredner Zig Ziglar sagte einmal: „Du musst nicht großartig sein, um anzufangen. Aber du musst anfangen, um großartig zu werden.“ Jeder Arbeitgeber kann eine moderne und wirksame Personalgewinnungsstrategie (weiter-)entwickeln. Diese stellt zwar nicht die Lösung für alle Probleme dar, ist aber ein wichtiger Ansatz, um auch in Zukunft die benötigten Fachkräfte gewinnen zu können. Wichtig ist es, die aktuelle Situation zu analysieren, sich der eigenen Stärken bewusst zu werden und diese auszubauen. Mit dieser Erkenntnis kann dann eine Strategie entwickelt werden, die den Ressourcen und Anforderungen entspricht.

()

Dieser Beitrag ist in der Ausgabe Januar 2023 von Kommune21 im Schwerpunkt Personalwesen erschienen. Hier können Sie ein Exemplar bestellen oder die Zeitschrift abonnieren.

Stichwörter: Personalwesen, E-Recruiting