

Recruiting

Personalwirtschaft

Guide

2025

www.personalwirtschaft.de
ISSN 0341-4698

Talente brauchen Pflege

Foto: adobe.stock.com / Alexander Rathis

- Best Practice So machen es die anderen
 - Analysen Stimmen aus der Praxis
 - Firmenporträts Experten stellen sich vor
- ++ Online-Recruiting ++ Employer Branding ++ Personaldienstleister ++ Recruiting-Software ++

Personalwirtschaft+

**Das tägliche Plus für Ihren
Kenntnisstand**

Jetzt ausprobieren



Gut zu wissen: Als Abonnentin oder Abonnent haben Sie vollen Zugriff auf die exklusiven Web-Inhalte der Personalwirtschaft. Zudem stehen **drei neue Funktionen** für Sie bereit: Artikel anhören, Artikel zusammenfassen, Artikel merken.



personalwirtschaft.de/plus



TALENTE BRAUCHEN PFLEGE!

Wenn ich auf die letzten Jahre schaue, erscheint mir Deutschland mitunter als idyllischer Schrebergarten inmitten einer zunehmend unwirtschaftlich werdenden Umwelt. Gute Wirtschaftslage, ein solider Staatshaushalt, annähernd Vollbeschäftigung – all das kennzeichnete eine Realität, die sich irgendwann wohl normal anfühlte. Wir werden uns wohl umstellen müssen. Kriege, hohe Energiekosten, internationaler Protektionismus, aber auch überbordende Bürokratie und fehlende Zukunftsvisionen bedrohen die Schrebergartenidylle.

Spürbar werden die Folgen der digitalen Transformation und wirtschaftspolitischer Veränderungen bereits in der Automobilbranche. Dort werden Zehntausende Stellen abgebaut. Und bebt es in Deutschlands Schlüsselbranche, erreichen die Ausläufer auch viele andere Wirtschaftszweige. Ein Beispiel: Der Umsatz von Personaldienstleistern ist deutlich zurückgegangen.

Für das Recruiting sind diese Entwicklungen zweischneidig: Einerseits ist es in manchen Bereichen einfacher geworden, freie Stellen zu besetzen, weil mehr qualifizierte Personen auf dem Arbeitsmarkt sind. Dies führt auch dazu, dass mancher Wildwuchs bei den Ansprüchen von Bewerberinnen und Bewerbern wieder auf ein adäquates Maß zurückgestutzt wird. Das gilt aber längst nicht überall. Ärztinnen und Krankenpfleger beispielsweise sind andererseits weiterhin begehrt und umworben. Die ungewöhnliche Gemengelage hat auch Auswirkungen auf die Recruiting-Branche selbst. Denn dort, wo weniger

gesucht und eingestellt wird, braucht man auch weniger Fachkräfte.

Was bei allen Schwierigkeiten nicht übersehen werden sollte, ist die Tatsache, dass Talente nicht aus dem Boden sprießen und der demografische Wandel unweigerlich kommt. Unternehmen, die jetzt eine kluge und vorausschauende Recruitingpolitik betreiben, können zum einen interessante Mitarbeitende gewinnen. Vor allem aber sollten sie die Talente, die schon da sind, hegen und pflegen. Denn sonst werden die sich womöglich einen anderen Ort suchen, um beruflich Wurzeln zu schlagen. Und das tut spätestens dann weh, wenn unser Schrebergarten in hoffentlich nicht allzu ferner Zukunft wieder üppiger grünt.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen für das Recruiting-Jahr 2025 viel Erfolg und einen grünen Daumen!

Christina Petrick-Löhr
Redakteurin



Im Recruiting-Newsletter der Personalwirtschaft erhalten Sie alle zwei Monate die wichtigsten Informationen rund ums Recruiting in Ihr Postfach. Handverlesen und zusammengefasst von der Personalwirtschaft-Redaktion.

www.pwgo.de/anmeldung-recruiting-newsletter

TRENDS

Transformation 8

Tausende Fach- und Führungskräfte fallen dem wirtschaftlichen Abschwung zum Opfer, nicht zuletzt aus Personalabteilungen und Recruiting. Das wirkt sich auch auf die Wechselbereitschaft der Beschäftigten aus.



Foto: adobestock.com, Alexander Raiths

Mitarbeiterbindung 12

Der Arbeitskräftemangel erreicht einfache Jobs. Welche Bedürfnisse ungelernete Arbeitskräfte haben, untersuchte das Institut für Beschäftigung und Employability IBE. Mehr Wertschätzung für Basisarbeitende ist ein Kernanliegen, dazu gehören angemessene Bezahlung, die stärkere Einbeziehung in Entscheidungsprozesse und mehr Austausch zwischen den Beschäftigten.

NEWSLETTER

Kennen Sie schon unseren **Recruiting-Newsletter**?
Melden Sie sich an: www.pwgo.de/anmeldung-recruiting-newsletter

ONLINE-RECRUITING

Barrierefreiheit 18

Der European Accessibility Act verpflichtet Unternehmen, bis 2025 digitale Barrierefreiheit zu gewährleisten. In der Vereinfachung liegt auch die Chance, neue Talente zu gewinnen.



Foto: adobestock.com, Rene Schmidt

Business-Netzwerke 20

100 Bewerbungen im Monat als Mittelständler in Ostwestfalen: Das Softwarehaus deltra setzt voll auf LinkedIn – und den Recruiter und Corporate Influencer Eduard Bergmann, wie dieser im Interview erzählt.

Branchenverzeichnis 23

Anbieter im Porträt 24

EMPLOYER BRANDING

Handwerk 32

Deutschlands größter Dachdeckerbetrieb wirbt erfolgreich um Azubis: Schulkooperationen, Förderprogramme und Ausbildungsbaustellen – das Engagement ist vielfältig. Im Zentrum steht der Stolz auf die Handwerkskunst, sagt Chef Henning Hanebutt.



Foto: adobestock.com, Yekaterina

E-Sport 34

Die Deutsche Bahn vergibt Stipendien für Azubis mit E-Sport-Ambitionen. Das stärkt die Arbeitgebermarke und bietet Gaming-Talenten ein zweites Standbein. Für die Nachwuchsgewinnung für unbekanntere Berufe wie die Zugverkehrssteuerung oder den Gleisbau ist das eine Chance.

Branchenverzeichnis 37

PERSONALDIENSTLEISTER

Ghosting..... 42

Dass Kandidaten einfach verschwinden, ist auch bei Personaldienstleistern ein wachsendes Problem. Eine engmaschige Begleitung kann dieses Risiko reduzieren.



Foto: adobeistock.com, svf74

Global Mobility 46

Employer of Record versprechen eine einfache Lösung für den Fachkräftemangel. Damit das gelingt, gilt es einiges zu beachten. Denn auch Risiken sind mit diesem Modell verbunden.

Branchenverzeichnis 49

Anbieter im Porträt 50

RUBRIKEN

Editorial 3

Cartoon 71

Impressum 70

RECRUITING GUIDE ONLINE

Unter www.personalwirtschaft.de/dienstleister/recruiting-guide/ finden Sie weitere Recruitingthemen sowie diverse Anbieter. Des Weiteren können Sie dort den „Recruiting Guide 2025“ als PDF herunterladen.



RECRUITING-SOFTWARE

Künstliche Intelligenz..... 54

Wann ist der Einsatz von KI in der Personalarbeit sinnvoll? Und welchen Einfluss hat sie auf die Arbeitskultur? Viele Nutzer sind skeptisch, wenn es um KI-Verwendung im Arbeitsalltag geht.



Foto: adobeistock.com, KOSTIC DUSAN, VUK

Bewerbermanagement 56

Die Vielzahl von Bewerbermanagement-Tools macht die Auswahl schwierig. Am Anfang sollte eine Analyse der Unternehmensbedürfnisse stehen, denn kein System passt überall, erklärt Wolfgang Brickwedde.

Branchenverzeichnis..... 59

Anbieter im Porträt 60

TRENDS

Seite 8 **Transformation erreicht Recruiting-Markt**

Seite 12 **Mehr Wertschätzung für die Basis**



Foto: adobeistock.com, Roberto Sorin

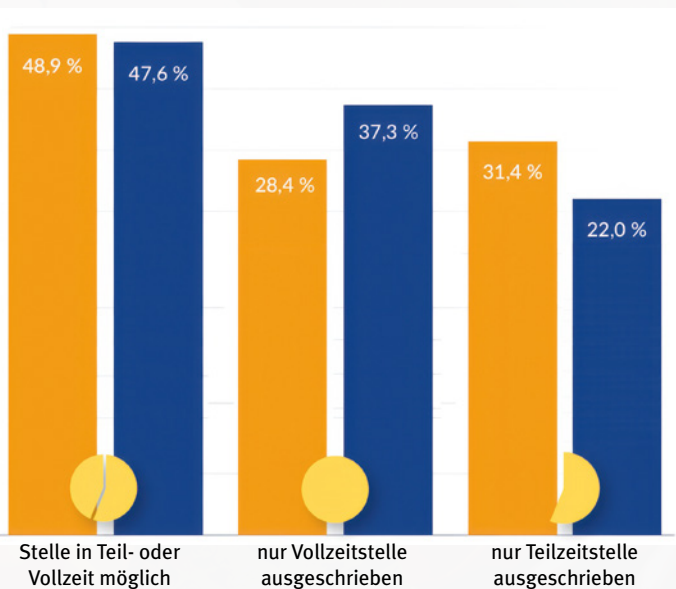
Aufblühen durch Flexibilität

Lange Jahre galt diese Zauberformel: Organisationen, die für Eltern (insbesondere Mütter) kleiner Kinder als Arbeitgeber attraktiv sein möchten, müssen Teilzeitjobs anbieten. Doch ganz so eindeutig ist die Situation offenbar nicht (mehr). Bei einer Befragung von 2500 Männern und Frauen hat die Bertelsmann Stiftung herausgefunden, dass fast die Hälfte der Befragten unabhängig vom Geschlecht Stellen bevorzugen, die sie wahlweise in Vollzeit oder Teilzeit ausüben können. Lediglich 38 Prozent der Frauen mit jüngeren Kindern und knapp 30 Prozent mit älteren Kindern wünschen demnach einen Teilzeitjob. Beliebt sind Arbeitgeber, die vollständig flexible Arbeitszeiten anbieten: Fast die Hälfte der Befragten – Männer wie Frauen – mögen dieses Modell. Starre Arbeitszeiten dagegen schätzen nur ein Viertel der Frauen und ein knappes Drittel der Männer. Punkten können Arbeitgeber auch, wenn sie explizit in Stellenanzeigen auf Vereinbarkeit von Beruf und Familie hinweisen. Insbesondere Frauen schätzen dies.

DIE KLASSISCHE VOLLZEITSTELLE IST NICHT DIE ERSTE WAHL – MEHR FLEXIBILITÄT IST GEWÜNSCHT

Was Männer und Frauen in Stellenanzeigen präferieren.

■ Frauen ■ Männer



FAMILIENFREUNDLICHKEIT MACHT STELLENANGEBOTE ATTRAKTIVER

Präferenzen von Frauen und Männern in Hinblick auf ihren Arbeitszeitumfang.

■ Frauen ■ Männer

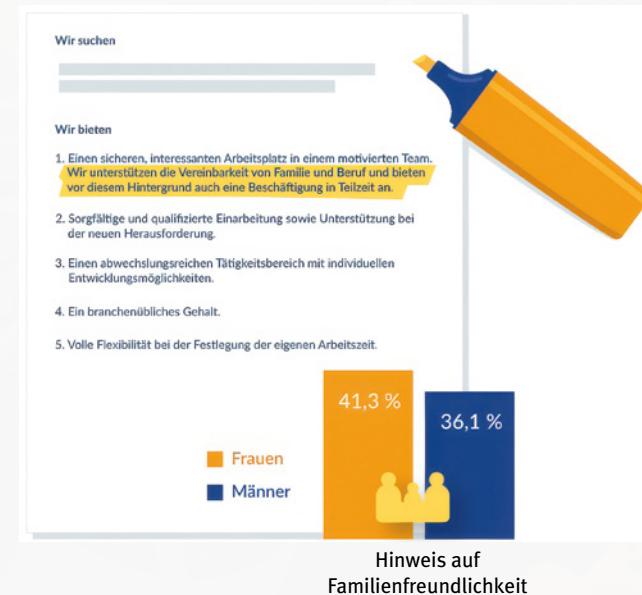




Foto: adobestock.com, Karin und Uwe Annas

AUF DEM ARBEITSMARKT WIRD GESÄGT

Tausende Fach- und Führungskräfte fallen dem wirtschaftlichen Abschwung zum Opfer, nicht zuletzt aus Personalabteilungen und Recruiting. Das wirkt sich auch auf die Wechselbereitschaft der Beschäftigten aus.

VON WINFRIED GERTZ

Deutz baut Stellen ab. Eine Nachricht, stellvertretend für viele andere dieser Tage. Noch schreibt der älteste Motorenhersteller der Welt mit seinen Verbrennerantrieben für große Land- und Baumaschinen schwarze Zahlen. Dabei befindet sich der Markt längst im Umbruch: Umweltschonenden Aggregaten, für deren Produktion viel weniger Personal benötigt wird, gehört die

Zukunft. Die fortschreitende Dekarbonisierung industrieller Fertigung betrifft zahlreiche Branchen, allen voran die Automobilindustrie. Hier bewegen sich Elektrifizierung und Digitalisierung Hand in Hand.

Die Entwicklung geht weg vom klassischen Autokonzept, hin zu einem Softwarepaket auf Rädern: Das ist der Kern der aktuellen Transformation, während sich die Zukunft – autonomes Fahren mit

hilfe Künstlicher Intelligenz – bereits am Horizont abzeichnet. Deshalb müssen Hersteller ebenso wie zahlreiche Zulieferer der Automotive-Branche eilends ihr Portfolio neu ausrichten.

Eine weitere Herausforderung sind die aktuell übermächtigen Konkurrenten aus China und den USA, gegen die sich die hiesigen Hersteller und Zulieferer wappnen müssen. Und zwar unter erschwerten Bedingungen: Denn Büro-

kratie, hohe Energiepreise und sonstige Abgaben belasten die Transformation zusätzlich.

RESTRUKTURIERUNGEN ALS KRISENMASSNAHME

Geraten Unternehmen in wirtschaftliche Krisen, greifen sie zum Kostenmanagement und restrukturieren. Jürgen Seifert, Ex-Geschäftsführer des Logistikkonzerns

TNT Express und bis zur Übernahme durch Federal Express (kurz FedEx) amtierender Personalchef des Konzerns, kennt solche Phasen aus eigener Anschauung. Er erklärt, wie Betriebe auf diese Herausforderung gemeinhin reagieren: „Sie trennen sich von Zeitarbeitskräften und Mitarbeitenden in der Probezeit, und sie reduzieren Hierarchieebenen und Budgets. Personalabbau ist die zwangsläufige Folge.“ Vielfach gerate die Verwaltung ins Fadenkreuz, auch Recruiting und Personalentwicklung sind betroffen.

Dieses Schicksal droht nun vielen Betrieben. Nicht nur Beschäftigte von Deutz befürchten, ihren Arbeitsplatz zu verlieren. Auch beim Automobilzulieferer ZF Friedrichshafen und im Volkswagen-Konzern greift die Chefetage zum Rotstift. Allein ZF erwägt, jeden vierten Arbeitsplatz zu streichen. Das Muster ist meist das gleiche: Werden in Übersee und Fernost Stellen geschaffen, verlieren Mitarbeitende in Märkten mit sinkender Nachfrage wie in Deutschland ihren Job. Dabei erweisen sich global agierende Konzerne in der Personalplanung als äußerst flexibel. Beispiel Infineon: Der Halbleiterlieferant baut an seinem Regensburger Standort Stellen ab, sattelt in Malaysia jedoch mit einer neuen Produktionsanlage – auch personell – drauf.



„In Krisen trennen sich Unternehmen von Zeitarbeitskräften, sie reduzieren Hierarchien und Budgets.“

Jürgen Seifert, Ex-Geschäftsführer TNT Express

Vorläufig dürfte sich die hier skizzierte Situation kaum ändern. Die Wirtschaft steckt in einer Rezession, und fürs Frühjahr erwarten die Auguren lediglich eine leichte Belebung. Auf dem Arbeitsmarkt herrscht Flaute, mehr noch: 60 Prozent der Unternehmen planen einer Personal-Studie zufolge, in den kommenden zwölf Monaten Personal zu entlassen.

BESCHÄFTIGTENZAHL WÄCHST

Was steckt dahinter, ist die Lage wirklich so brenzlig? Legt man den neuesten Bericht des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) zugrunde, eher nicht. Noch nie waren so viele Menschen in sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung. Und sie steigt trotz des wirtschaftlichen Abschwungs und der leichten Zunahme der Arbeitslosenzahl: im laufenden Jahr um 170 000 und 2025 um weitere 180 000 Personen. Grund: Während das produzierende Gewerbe abbaut, stocken öffentliche Dienstleister, der Erziehungsbereich und der Gesundheitssektor ihren Personalbestand auf. Zugleich klettert die Teilzeitquote auf die Rekordmarke von 40 Prozent.

Wie robust der Arbeitsmarkt wirklich ist und wer mehr oder weniger um den Job fürchten muss, zeigt ein Blick in Daten

des Stellenportals Indeed. Demzufolge ist die stagnierende Wirtschaft weniger bereit, Personal einzustellen. Wahr ist auch, dass die Zahl der Entlassungen deutlich niedriger liegt als noch vor der Pandemie.

Besonders betroffen ist der HR-Bereich. Mit seinem Auf und Ab in der Nachfrage gilt das Personalwesen – wie übrigens auch die Zeitarbeit, deren Personalbestand derzeit um 40 Prozent unter ihrem Spitzenwert liegt – als Frühindikator konjunktureller Erholung oder Flaute.

PRÄSENZARBEIT NICHT IN GEFAHR

Nur wer größere Einstellungspläne hat, stellt auch Personalerinnen und Personaler ein, die solche Vorhaben umsetzen können. Davon sind die meisten Arbeitgeber jedoch weit entfernt. Die Lücke zwischen HR-Jobs und dem Gesamtdurchschnitt ist so groß wie seit April

2020 nicht mehr: „Die Talfahrt scheint also noch nicht beendet zu sein“, heißt es im „Arbeitsmarkt Index“ von Indeed. Neben HR, der am stärksten von Jobabbau betroffenen Berufsgruppe, kürzen Unternehmen auch in anderen Feldern, die sich durch geringen Präsenzbedarf auszeichnen: im Projektmanagement und Kundenservice, im IT-Support und in der Softwareentwicklung. Die Zahl solcher Stellen sank im Jahresvergleich beträchtlich. Zulegen konnten hingegen Berufsfelder, die vorübergehend oder dauerhaft nicht im Homeoffice ausgeübt werden können.

Diese Entwicklung spiegelt sich in einer Auswertung von Stellenanzeigen durch die index Internet und Mediaforschung GmbH wider. Danach fiel die Zahl von Annoncen für HR-Personal zwischen Januar und August 2024 im Vergleich zum Vorjahr von 432 657 auf 348 119 Inserate, was einem Rückgang von 17,5 Prozent entspricht. Etwas geringer sank die Zahl der Inserate für Marketing und Werbung (14,7 Prozent), für IT und Telekommunikation (12,1 Prozent) sowie für den Verkauf (6,6 Prozent). Umso stärker fiel dafür der Bedarf an Handwerkerinnen und Handwerkern aus. Anzeigen für diese Berufsgruppe nahmen während der Periode um gut 14 Prozent zu.

„Weiterbildungsbudgets sind gekürzt, Stellen werden nicht freigegeben.“

Henrik Zaborowski, Buchautor



JOBMARKT FÜR RECRUITING-FACHLEUTE UNTER DRUCK

Womit rechnen die einschlägigen Experten: Wie sehr ist der Arbeitsmarkt betroffen, wird er sich rasch erholen? „Der Jobmarkt für Recruiterinnen und Recruiter ist bei weitem nicht mehr so rosig wie noch vor zwei Jahren“, sagt etwa Henrik Zaborowski. Der Buchautor betreibt selbst eine Recruitingagentur und musste infolge der kritischen Auftragslage erstmals einem Angestellten kündigen. Bei HR, beobachtet er, werde aktuell in vielen Unternehmen gespart. „Weiterbildungsbudgets sind gekürzt, Stellen werden nicht freigegeben.“

Ähnlich klingt auch die Einschätzung von Recruitingberater Michael Witt. „Egal in welchem Gewerk: Für Recruiter und Recruiterinnen gibt es etwa 30 bis 40 Prozent weniger zu tun.“ Aber: Sucht ein Unternehmen – gegen den Trend – nach Experten, die Fach- und Führungskräfte anheuern sollen, funktioniere das laut Witt derzeit „ganz gut“.

Nicht nur HR und das Recruiting insbesondere müssen also Federn lassen. Vom Personalabbau – der sich meist ohne viel Tamtam abspielt, worauf Unternehmen aus Sorge vor Reputationsverlust tunlichst achtgeben – sind auch andere Fachkräfte betroffen. Und, nicht zu vergessen, Führungskräfte. Gerade würden viele über 55-Jährige „auf den Markt gespült“, weiß Personalberater Seifert. Obwohl es niemand zugeben werde, überwögen dabei aktive Trennungen mit dem Ziel, den Altersdurchschnitt der Belegschaft zu verjüngen.

ÄLTERE BESCHÄFTIGTE WEICHEN JUNGEN MITARBEITENDEN

Dass Unternehmen diese Strategie in der Krise verfolgen, deckt sich nicht mit einem Narrativ der HR-Bubble, demzufolge Arbeitgeber aus personalpolitischen Erwägungen heraus bevorzugt Ältere einstellen wollen. Chefetagen hätten anderes im Sinn, so Seifert. Eher plant man sie, die Zukunft mit Beschäftigten um die 40 zu gestalten. „Wer älter ist, gilt als kaum belastbar.“ Erfahrung, Ruhe und Gelassenheit: Diese Trumpfkarten stechen nicht. Dass Ältere einen soliden Job bis zur Rente favorisieren, für Abstriche beim Gehalt offen sind und niemandem karrieretechnisch gefährlich werden können, werde als weniger wichtig erachtet, beobachtet Seifert.

Hinzu kommt ein weiteres Faktum, das diesen Kurs erklärt. Denn in den kommenden Jahren gehen viele Boomer in Rente. Allein in der Metall- und Elektroindustrie handelt es sich laut Arbeitgeberverband Gesamtmetall um rund 300 000 Personen. Viele dieser Stellen werden nicht nachbesetzt. So ist es nur logisch, wenn Arbeitgeber ihre High Potentials als Ressourcen für morgen um jeden Preis zu halten versuchen.

Festzuhalten bleibt: Viele Arbeitgeber nutzen die Krise, um die Belegschaft



Foto: privat

„Egal in welchem Gewerk: Für Recruiterinnen und Recruiter gibt es etwa 30 bis 40 Prozent weniger zu tun.“

Michael Witt, Recruitingberater

zu verkleinern und zu verjüngen. Und künftig werden sie – was niemand bezweifeln dürfte – viele Tätigkeiten digitalisieren. Ob der Arbeitsmarkt diese Entwicklung verkraften kann, wird sich zeigen.

Derzeit sind vor allem Arbeitnehmende von Entlassung betroffen, deren Jobs nicht an Präsenz vor Ort geknüpft sind. Sie zählen jedoch oft zu den höher qualifizierten Berufsgruppen und werden laut Zaborowski rasch wieder eine neue gleichwertige Beschäftigung finden. „Arbeitgeber, die jetzt einstellen, kriegen mehr und deutlich bessere Bewerbungen“, betont er. Und sie könnten wieder auswählen zwischen interessanten Kandidatinnen und Kandidaten.

ZWISCHENZEIT NUTZEN

Die verbleibende Zeit, bis eine konjunkturelle Erholung einsetzt, womit viele Marktbeobachter nicht vor der Bundestagswahl im Herbst 2025 rechnen, sollten Arbeitgeber nutzen, um an einigen Stellschrauben der Personalbeschaffung zu drehen. Etwa indem sie herausfinden, welche Kanäle sich für welche Profile am besten eignen. Dazu empfiehlt Zaborowski den Einsatz von Recruiting Analytics.

Recruitingexperte Witt rät angesichts

steigender Cost-per-Click-Preise bei der Anzeigenschaltung und sinkender Wechselbereitschaft, was sich in einem „deutlichen Rückgang im organischen Suchtraffic“ niederschlägt, dringend benötigte Fachkräfte mittels Direktansprache zu kontaktieren. Wobei es nicht zu den herausragenden Eigenschaften von Recruiterinnen und Recruitern gehört, passive Kandidaten erfolgreich zu umgarnen. Denn sie sind nicht auf Jobsuche und entschließen sich laut Witt nur bei „rundherum stimmenden Angeboten“ für eine neue berufliche Etappe.

Sollte die Krise jedoch länger anhalten als erhofft, könnte HR sich zu weiteren Einschnitten veranlasst sehen. Unweigerlich werden sich Unternehmen mit 100 oder 200 Mitarbeitenden fragen, ob sie die Themen Recruiting oder Training überhaupt personell besetzen sollten. Seifert: „Das kann man alles extern organisieren.“ Statt HR Business Partner, Personalentwicklung und Recruiting leistet sich der Arbeitgeber lediglich einen Generalisten und lässt es dabei bewenden. Zaborowski hält das für keine gute Idee – und ist sich ziemlich sicher: „Spätestens, wenn die Babyboomer ausscheiden, wird das Recruiting definitiv wieder zu alter Stärke zurückfinden.“




RETENTION_{pro}

Mitarbeiter Engagement &
Employee Benefits Expo

Inspiring HR Professionals!

**Retention ist das „neue“
Recruiting!**

Powered with  by



10. April 2025
Live im RMCC Wiesbaden

RETENTION_{pro}.de



**Jetzt Tickets
sichern!**

We  our partners





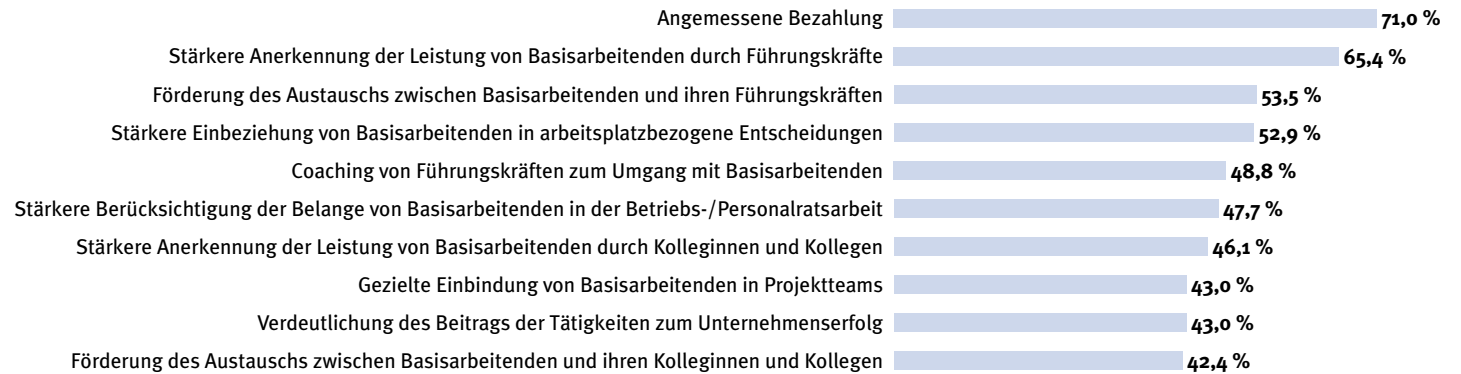
Foto: stock.adobe.com_Serhi

MEHR WERTSCHÄTZUNG FÜR DIE BASIS

Der Arbeitskräftemangel erreicht auch einfache Jobs. Welche Bedürfnisse ungelernte Arbeitskräfte haben, untersuchte das Institut für Beschäftigung und Employability IBE.

Blickt man auf die zentralen Themen, die das Personalmanagement umtreiben, dann beherrscht der Fachkräftemangel seit Jahren die Diskussion und ist aktuell an Relevanz kaum zu übertreffen. Vieles wurde und wird HR-seitig dafür getan, Fachkräfte zu gewinnen, zu binden und zu fördern. Doch die Mangelsituation betrifft längst nicht mehr nur Positionen, die eine mittlere oder hohe Qualifikation erfordern. Vielmehr fehlt es auch zunehmend an Personal für Tätigkeiten, für die es keine formale Qualifikation braucht und die nach einer vergleichsweise kurzen Anlernzeit übernommen werden können: die sogenannte Basisarbeit. Diese Begrifflichkeit, geprägt durch das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), ist bereits ein erster Schritt dazu, diese Menschen und ihre Tätigkeiten stärker als bisher sichtbar zu machen und ihnen einen angemessenen Stellenwert zu geben. Denn Basisarbeit, die von einem Fünftel der Erwerbsbevölkerung ausgeübt wird, ist keineswegs immer einfach und anforderungsarm. Basisarbeitende sind nicht austauschbar und ihr Erfahrungswissen zum Teil nicht zu ersetzen. Sichtbar wird der wachsende Personal-mangel etwa durch zusätzliche Schließtage im Restaurant oder verpasste Flüge infolge nicht ausreichend besetzter Sicherheitskontrollen an Flughäfen. Es ist also auch im Bereich der Basisarbeit wichtig, sich damit auseinanderzusetzen, wie sich Beschäftigte gewinnen beziehungsweise an ihren Arbeitgeber binden lassen. Dabei steht zum einen das Thema Wertschätzung im Fokus.

WIE LIESSE SICH IHRER ANSICHT NACH MEHR WERTSCHÄTZUNG IN IHREM BETRIEB / IN BETRIEBEN ERREICHEN?



Basisarbeitende werden nicht selten in Politik, Gesellschaft und Betrieben gering geschätzt.

WERTSCHÄTZUNG UND ENTWICKLUNG

Dies bestätigen zwei Studien des Instituts für Beschäftigung und Employability IBE in den Jahren 2022 und 2024 in insgesamt acht Fokusbranchen (siehe Kasten). Das Personalmanagement sollte sich also proaktiv damit auseinandersetzen, wie sich die Wertschätzung von Basisarbeit im eigenen Betrieb bestmöglich steigern lässt und gleichzeitig versuchen, zu einem gesellschaftlichen Wandel beizutragen. Im Rahmen einer quantitativen Befragung im Jahr 2024 mit mehr als 500 Teilnehmenden (davon 21 Prozent Basisarbeitende) aus dem Hotel- und Gaststättengewerbe, der Gesundheitswirtschaft, den haushaltsnahen Dienstleistungen

und dem Garten- und Landschaftsbau im Projekt „BasiC“ plädieren die Befragten insbesondere für eine angemessene Bezahlung. Aber auch eine stärkere Anerkennung ihrer Leistung durch die Führungskräfte scheint ihnen sehr wichtig, ebenso wie die Förderung des Austauschs

untereinander und mit den Führungskräften sowie die stärkere Einbeziehung in arbeitsplatzbezogene Entscheidungen (Abbildung 1). Die Ergebnisse decken sich mit denen der Studie aus dem Jahr 2022 zur gleichen Fragestellung mit mehr als 400 Teilnehmenden (davon 23

Abbildung 1

Quelle: IBE

DIE STUDIEN

INFO

Im Projekt „BasiC – Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf Basic Work“, gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), wurden 2023 bis 2024 mit der Gesundheitswirtschaft, dem Garten- und Landschaftsbau, den haushaltsnahen Dienstleistungen und dem Hotel- und Gaststättengewerbe vier Branchen mit einem hohen Anteil an Basisarbeitenden in den Fokus genommen. Von 2020 bis 2022 untersuchte bereits das Projekt „Der Einfluss der Digitalisierung und der Corona-Krise auf Einfacharbeit“ im Auftrag des rheinland-pfälzischen Ministeriums für Wissenschaft und Gesundheit Basisarbeit im produzierenden Gewerbe, dem Einzelhandel, dem Logistikbereich und dem Facility Management. In beiden Projekten kam ein Methodenmix aus Literaturanalysen, leitfadengestützten Interviewreihen und quantitativen Erhebungen zum Einsatz. Dabei wurden zentrale Erfolgsfaktoren zur Förderung von Wertschätzung und Beschäftigungsfähigkeit im Rahmen der Literatur- und Interviewphasen identifiziert und im Rahmen der quantitativen Erhebungen überprüft. Die Abbildungen beziehen sich auf die Studie BasiC, sie stellen die zusammengefassten Werte für hohe und sehr hohe Zustimmung der Befragten dar.

Prozent Basisarbeitende) aus der Logistik, dem Einzelhandel, dem Facility Management und dem produzierenden Gewerbe. Auch die Förderung der Beschäfti-

gungsfähigkeit (Employability) ist ein entscheidender Pfeiler, um Basisarbeitende an das Unternehmen oder die Organisation zu binden. Der Grund:

Die Arbeitsbedingungen führen nicht selten zu physischen und/oder psychischen Belastungen, welche die Entwicklung einer arbeitsbezogenen Identität

behindern und den Menschen kaum Entwicklungsspielraum lassen. Hier kommen in der Konsequenz die drei zentralen Säulen der Beschäftigungsfähigkeit (gemäß der Definition des IBE) zum Tragen: Motivation und Identifikation, Qualifikationen und Kompetenzen und nicht zuletzt Gesundheit und Wohlbefinden. Sie bedingen sich gegenseitig, und viele Maßnahmen und Instrumente nehmen einen Einfluss auf mehr als eine Dimension.

WELCHE ARBEITSBEDINGUNGEN ERHÖHEN ODER ERHALTEN DIE MOTIVATION/IDENTIFIKATION MIT DEM UNTERNEHMEN?

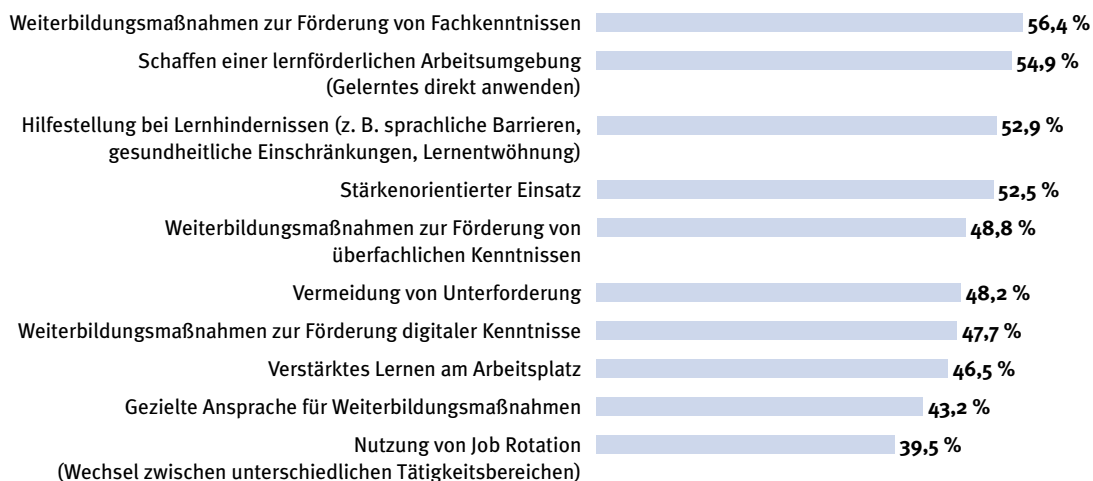
Abbildung 2



Quelle: IBE

WELCHE ARBEITSBEDINGUNGEN KÖNNEN DIE QUALIFIKATION/KOMPETENZEN VON BASISARBEITENDEN ERHÖHEN?

Abbildung 3



Quelle: IBE

AUCH GELD SPIELT EINE ROLLE

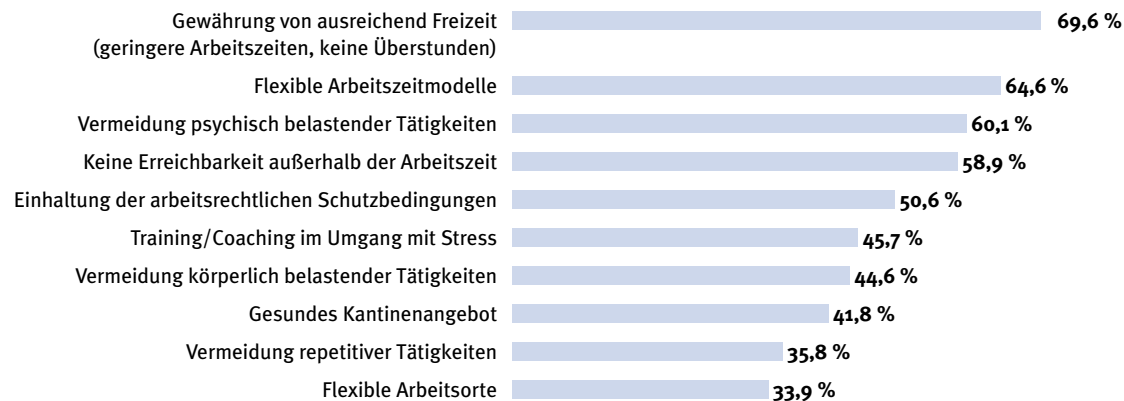
In den Befragungen zeigte sich auch, dass die Beschäftigten neben einem guten Betriebsklima insbesondere monetäre Aspekte für entscheidend halten, um Motivation und Identifikation mit ihrem Unternehmen zu erhöhen. Aber auch Entwicklungs- und Beförderungssowie die Übernahmeperspektiven bei Zeitarbeitsverhältnissen und abwechslungsreiche Tätigkeiten werden als sehr förderlich angesehen (Abbildung 2). Gerade in der Logistik und im produzierenden Gewerbe spielen die Übernahmeperspektiven von Zeitarbeitenden eine vergleichsweise große Rolle.

ANWENDUNGSBEZUG FÖRDERT DAS LERNEN

Anwendungsbezug fördert das Lernen. In der Regel sind die qualifikatorischen Voraussetzungen von Basisarbeitenden sehr heterogen. Daher sollte eine Balance zwischen einer angemessenen Förderung ihrer Qualifikationen und Kompetenzen und dem Suggestieren eines „Herausent-

WELCHE ARBEITSBEDINGUNGEN ERHALTEN/ERHÖHEN GESUNDHEIT UND/ODER WOHLBEFINDEN VON BASISARBEITENDEN?

Abbildung 4



Quelle: IBE

wickeln“ aus der Basisarbeit gefunden werden. In beiden Befragungen wünschen sich die Befragten eine lernförderliche Arbeitsumgebung, in der sich Gelerntes direkt anwenden lässt. Sowohl fachliche wie auch überfachliche Kenntnisse sollten durch Weiterbildung gefördert werden. Darüber hinaus plädieren die Beschäftigten für einen stärkenorientierten Einsatz und die Hilfestellung bei Lernhindernissen wie sprachlichen Barrieren, gesundheitlichen Einschränkungen oder Lernentwöhnung (Abbildung 3). Wiederum sind die fünf am häufigsten genannten Instrumente und Maßnahmen deckungsgleich mit denen der Befragung zwei Jahre zuvor.

WIE SOLLEN ARBEITSBEDINGUNGEN AUSSEHEN?

Arbeitsbedingungen tragen auch in hohem Maße dazu bei, wie sich die

psychische und physische Gesundheit entwickelt und wie es um das Wohlbefinden der Beschäftigten an ihren Arbeitsplätzen bestellt ist. Gerade Basisarbeitende sind häufig hohen körperlichen Anforderungen, aber auch emotional und/oder sozial belastenden Situationen ausgesetzt. Wie können nun Arbeitsbedingungen gestaltet sein, die diese unterschiedlichen Facetten im Blick behalten? Die Befragten des Projekts Basic betonen die Bedeutung von ausreichend Freizeit und flexiblen Arbeitsmodellen, an dritter Stelle wird die Vermeidung psychisch belastender Tätigkeiten genannt. Ebenfalls hoch beziehungsweise sehr hoch wirksam sind aus ihrer Sicht die Sicherstellung von Zeiten der Nichterreichbarkeit und die Einhaltung der arbeitsrechtlichen Schutzbedingungen (Abbildung 4).

In der Vorgängerbefragung von Beschäftigten aus Logistik, Einzelhandel, pro-

duzierendem Gewerbe und Facility Management ergaben sich die gleichen Top-5-Faktoren, um Gesundheit und Wohlbefinden von Basisarbeitenden zu erhalten.

BASISARBEIT ÜBERNIMMT BEDEUTENDE AUFGABEN

Um die Bedürfnisse der Basisarbeitenden zu befriedigen, ist zuerst einmal Wertschätzung erforderlich. Zudem sollte ihre Beschäftigungsfähigkeit gefördert werden. Dafür steht Unternehmen und Institutionen ein Instrumentarium zur Verfügung, welches Basisarbeit in den Fokus stellt und die Arbeitsbedingungen der Beschäftigten auf betrieblicher Ebene entscheidend verbessern kann. Eines ist gewiss: Basisarbeit übernimmt in Betrieben bedeutende (Basis-)Aufgaben und Funktionen – und das wird auch in Zukunft noch so sein. ■

MEHR ZUM THEMA

INFO

Rump, J./Eilers, S. (Hg.): Neue Perspektiven auf Basisarbeit. Status Quo, Einflussfaktoren und Handlungsansätze. Berlin: Springer, 2024.

Rump, J./Eilers, S./Piroth, J./Stelz, P.: Wenig Aufmerksamkeit, hohe Bedeutung: Basisarbeitende gewinnen und binden. In: Badura, B. et al., 2024 (Hg.): Fehlzeiten-Report 2024: Bindung und Gesundheit – Fachkräfte gewinnen und halten. Berlin: Springer, im Druck.

Rump, J./Stelz, P.: Wussten Sie, dass ... Alles über Basisarbeit. Ludwigshafen: Institut für Beschäftigung und Employability IBE, 2023. Weitere Informationen unter: www.pwgo.de/basis.

AUTORINNEN



Fotos: IBE

Prof. Dr. Jutta Rump, Direktorin des Instituts für Beschäftigung und Employability IBE, Ludwigshafen, jutta.rump@ibe-ludwigshafen.de



Pia Stelz, Wissenschaftliche Projektverantwortliche am Institut für Beschäftigung und Employability IBE, Ludwigshafen, pia.stelz@ibe-ludwigshafen.de



Silke Eilers, Wissenschaftliche Projektverantwortliche am Institut für Beschäftigung und Employability IBE, Ludwigshafen, silke.eilers@ibe-ludwigshafen.de

ONLINE-RECRUITING

- Seite 18 **Barrierefrei von Anfang an**
- Seite 20 **Volle Power auf LinkedIn**
- Seite 23 **Branchenverzeichnis**
- Seite 24 **Anbieter im Porträt**



Foto: adbespot.com, Rene Schmidt

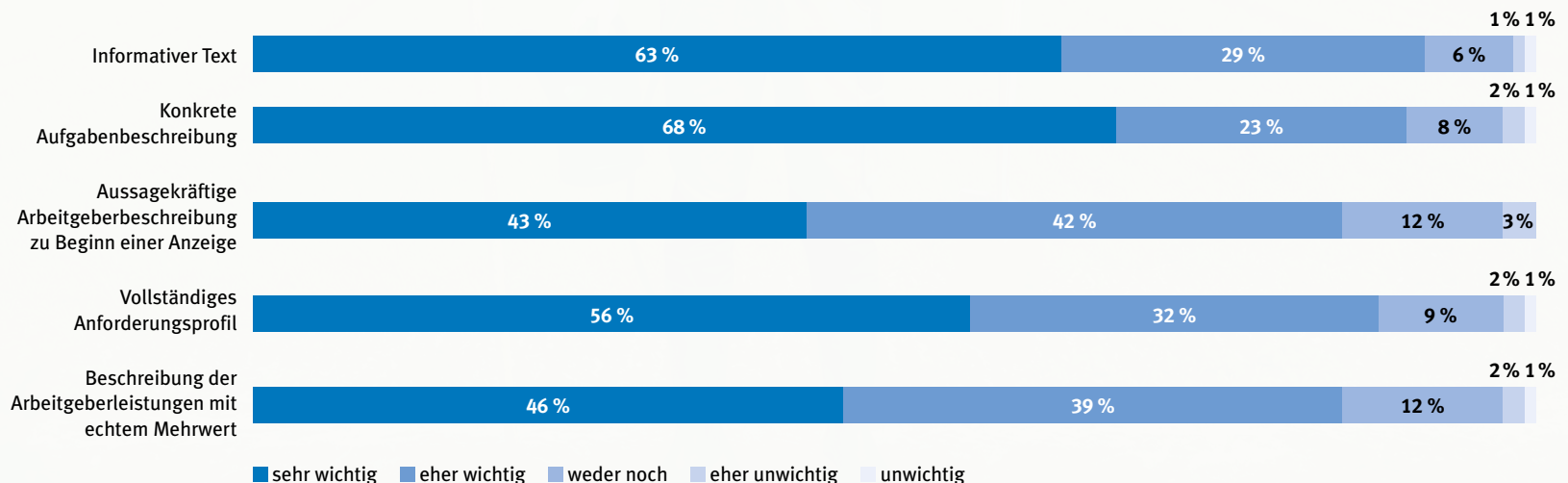
DIE AUFGABEN SIND ENTSCHEIDEND

Stellenanzeigen, die auf Jobbörsen, Social-Media-Plattformen oder auf unternehmenseigenen Karriereseiten veröffentlicht werden, sind das bei weitem gängigste Mittel, mit dem um potenzielle Bewerberinnen und Bewerber geworben wird. Doch welche Informationen wünscht sich die Zielgruppe darin – und in welchem Tonfall sollten die Stellenanzeigen gehalten sein, um auch ansprechend zu wirken? Mit diesen Fragen beschäftigt sich eine Umfrage der Jobbörse jobtensor.

Die größte Aufmerksamkeit in der Stellenanzeige erzeugen demnach die Aufgabenbeschreibung (71 Prozent), das Anforderungsprofil (67 Prozent) und aussagekräftige Arbeitgeberleistungen (56 Prozent). Deutlich weniger spannend ist offenbar die weithin standardmäßig verwendete Beschreibung des Arbeitgebers zu Beginn einer Stellenausschreibung. Bei der Frage, welcher Sprachstil in der Stellenanzeige eine Bewerbungsentscheidung positiv beeinflussen würde, gibt es einen klaren Gewinner: Ein humorvoller Sprachstil, der den eigenen Humor trifft, ist für mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Matchwinner. Ironie hingegen kommt weniger gut an – nur ein gutes Drittel würde sich davon überzeugen lassen.

ATTRAKTIVITÄT VON STELLENANZEIGEN

Wie wichtig finden Sie die folgenden Elemente einer attraktiven Stellenausschreibung?



Quelle: jobtensor

KEINE BARRIEREN VON ANFANG BIS ENDE

Der European Accessibility Act verpflichtet Unternehmen, bis 2025 digitale Barrierefreiheit zu gewährleisten. In der Vereinfachung liegt auch die Chance, neue Talente zu gewinnen.

VON MIRJAM LÖRCHER



Foto: adobestock.com_Yankovoy

Für eine Überweisung muss man nicht mehr zur Bank, sondern überweist schnell Geld per Online-Banking. Für Theaterkarten stellt man sich nicht mehr in die Schlange vor der Abendkasse, sondern kauft sie auf dem Weg zur Arbeit im Internet.

Das klingt alles zunächst einmal selbstverständlich, ist für viele Menschen aber gar nicht so einfach und oft sogar überhaupt nicht möglich. Der Grund: Webseiten sind meistens nicht barrierefrei und damit nicht für alle Menschen zugänglich. In der Folge ist die Teilhabe für Personen mit bestimmten Behinderungen oder etwa ältere Menschen ohne digitale Fähigkeiten und Zugang zu digitaler Infrastruktur am gesellschaftlichen Leben eingeschränkt.

Das soll der European Accessibility Act (EAA) ändern. Mit dieser Richtlinie soll eine inklusive Gesellschaft gefördert werden, in der Menschen mit Behinderung uneingeschränkt teilhaben können. Im Juni 2025 werden die nationalen Regeln zur digitalen Barrierefreiheit in den EU-Staaten in Kraft treten. In Deutschland regelt dann das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) die entsprechenden Anforderungen.

DIE ZEIT DRÄNGT

Betroffen von den neuen Regelungen sind alle digitalen Produkte und Dienstleistungen der deutschen Privatwirtschaft. Ausgenommen sind nur Kleinunternehmen, also solche mit weniger als zehn Beschäftigten oder weniger als

zwei Millionen Jahresumsatz. Um dem neuen Gesetz zu genügen, ist es höchste Zeit für die betroffenen Unternehmen, sich über die Barrierefreiheit ihrer digitalen Angebote im Netz Gedanken zu machen.

Viel zu tun gibt es allemal, denn weltweit sind bislang gerade einmal vier Prozent der beliebtesten Webseiten barrierefrei, berichtet Anke Lenz, Chief Inclusion Officer and Digital Accessibility Lead beim Beratungshaus Accenture. Auch in Deutschland gibt es beim inklusiven Zugang zu digitalen Dienstleistungen sehr viel Luft nach oben. „90 Prozent der Unternehmen in der DACH-Region haben noch einiges zu tun, um den Mindestanforderungen des Acts zu genügen“, erklärt die Chief Inclusion Officer.

BARRIEREFREIE INHALTE

Digitale barrierefreie Inhalte sind so gestaltet, dass sie von allen Menschen, einschließlich Menschen mit Behinderungen, genutzt werden können. Dazu gehört beispielsweise die Bereitstellung von Alternativtexten für Bilder. Auch die Nutzung von ausreichend kontrastreichen Farben für Texte und Hintergründe oder die Möglichkeit, Websites nur über die Tastatur zu navigieren, ermöglichen beispielsweise Menschen mit einer Seheinschränkung den Zugang. Das BFSG legt Mindestanforderungen etwa für Kontraste, Schriftgröße und Bedienbarkeit fest. Mit der Erfüllung dieser Werte sollte es jedoch nicht zu Ende sein, findet Lenz. Zwar würde Inklusion in Deutschland hauptsächlich

lich über Gesetze vorangetrieben, sie sieht aber auch eine soziale und moralische Verantwortung bei den Firmen und Organisationen, sich darüber hinaus zu engagieren.

HR IST IN DER VERANTWORTUNG

„Barrierefreiheit muss von der Bewerbung bis zur Einstellung durchdacht werden“, ist Anke Lenz überzeugt. Das bringt auch Verantwortung für die HR-Abteilungen mit sich – gerade im Recruiting. „60 Prozent aller Behinderungen treten im Laufe des Arbeitslebens auf. Und 75 Prozent aller Beeinträchtigungen sind unsichtbar“, berichtet Lenz. Würde man Menschen mit Behinderungen ausschließen, würden Unternehmen Potenzial verschenken.

Um diese Zielgruppe einzubinden, sollten schon Recruiting- und Onboarding so barrierefrei wie möglich sein. „Das beginnt mit den digitalen Plattformen, auf denen die Rollen angeboten werden“, so Lenz. Die Stellenausschreibungen sollten einfach zu finden sein. Verlinkungen sollten einfach und gut sichtbar gesetzt werden. Auch das gesuchte Rollenprofil sollte verständlich und zugänglich sein. Gut strukturierte Texte seien überdies einfacher zu erfassen, erläutert die Expertin. Auch kurze, gut verständliche Sätze und wenig Akronyme könnten helfen, Inhalte leichter zugänglich zu machen.

PROZESSE OHNE HINDERNISSE

Haben die potenziellen Mitarbeitenden sich erst einmal beworben, kom-

men neue Hindernisse auf sie zu. Denn nicht alle Recruitingprozesse und Vorstellungsgespräche sind zugänglich für jeden. Die Mitarbeitenden im Recruiting sollten in der Lage sein, ein inklusives Gespräch zu führen und gut zugängliche Räumlichkeiten zu schaffen, findet die Chief Inclusion Officer. Es brauche Know-how und Sensibilisierung, damit Bewerber und Bewerberinnen nicht bloß anhand eines Standardrasters bewertet werden und alle Talente Zugang zur Firma finden. Wenn Menschen etwa Augenkontakt vermeiden, sollte das nicht zwangsläufig ein Ausschlusskriterium sein, so Lenz. Die Inklusionsexpertin ist überzeugt, dass geschulte Mitarbeiter im Recruitingprozess Potenzial besser erkennen können.

„Unternehmen haben darauf zu achten, die Schwerbehindertenvertretung (SBV) bei Bewerbungen von Talenten mit Behinderung einzubinden und den Bewerbenden eine Teilnahme der SBV am Bewerbungsgespräch anzubieten“, sagt Lenz. Allen potenziellen Mitarbeitenden solle das Gefühl gegeben werden, dass sie ihre Einschränkungen teilen können, um eine passende Rolle zu finden. Man müsse die Stärken in den Vordergrund stellen.

„Ein Unternehmen, das sich selbst inklusiv aufstellen will, muss auch nach innen gerichtet barrierefrei und inklusiv sein, damit es authentisch nach außen wirken kann“, erklärt sie. Menschen mit Einschränkungen besseren Zugang zu gewähren und ihnen bei der Einstellung eine faire Chance zu geben, ist nur der erste Schritt.

DER EUROPÄISCHE RECHTSAKT ZUR BARRIEREFREIHEIT

INFO

Die völkerrechtliche Verpflichtung zur Barrierefreiheit leitet sich aus dem 2008 in Kraft getretenen **„Übereinkommen über die Rechte von Menschen mit Behinderungen“** der Vereinten Nationen ab. Dieses wurde seither von knapp 180 Ländern ratifiziert. Es fordert ein umfassendes Diskriminierungsverbot für alle Menschen mit Behinderungen.

Das darauf aufbauende **Europäische Gesetz zur Barrierefreiheit (European Accessibility Act, EAA)** wird im Juni 2025 in allen EU-Mitgliedstaaten Gesetz. Durch den EAA soll in ganz Europa ein gleichberechtigter Zugang zu digitalen Produkten und Diensten sichergestellt werden. Der EAA gilt für Unternehmen mit mindestens zehn Mitarbeitern und einem Umsatz von über zwei Millionen Euro. Er betrifft alle Unternehmen, die in der EU Handel treiben möchten, unabhängig davon, wo sie ihren Sitz haben. Auch Unternehmen mit Hauptsitz außerhalb der EU müssen das Gesetz einhalten, wenn sie entsprechende Waren oder Dienstleistungen innerhalb der EU verkaufen.

Die Vorgabe umfasst digitale Endgeräte und zahlreiche Anwendungen wie Computer und Betriebssysteme, Smartphones, Fernsehgeräte und damit verbundene Rundfunkdienste sowie Dienstleistungen im Zusammenhang mit verschiedenen Transportmitteln, E-Büchern, elektronischem Handel, Geldautomaten, Ticket- und Check-in-Automaten.

BARRIEREFREIHEIT NUTZT ALLEN

Accenture bietet selbst einige Maßnahmen für eine inklusive Arbeits- und Unternehmenskultur. Dort sind bereits 97 Prozent der etwa 1000 Webseiten komplett barrierefrei, und der Rest soll laut Lenz bald folgen. Neue Tools und Funktionen, die Accenture implementiert, werden zuvor von Mitarbeitenden mit Einschränkungen getestet, um Barrierefreiheit sicherzustellen. Denn Accenture legt Wert darauf, dass diese direkt von allen Menschen im Unternehmen genutzt werden können.

Barrierefreiheit betrachtet Lenz als „ein kleines Investment für einen langfristigen positiven Effekt“. Denn mit Barrierefreiheit kommen Vorteile, die das gesamte Unternehmen betreffen: „Gute Nutzbarkeit ist für jeden eine Verbes-

serung“, erklärt Anke Lenz. Denn von geräuschunterdrückenden Kopfhörern, einem ergonomischen Arbeitsplatz und auch von einfach auffindbaren Dokumenten oder einer gut organisierten Ordnerstruktur profitieren am Ende alle Mitarbeitenden. Dasselbe gilt auch für digitale Dienstleistungen: Ein einfaches, zugängliches Online-Banking oder simple digitale Lösungen machen den Zugang für alle Nutzer und Nutzerinnen angenehmer.

Auch bei der Produktentwicklung hilft eine inklusive Unternehmenskultur, erläutert die Inklusionsexpertin. „Unternehmen, die die Gesellschaft widerspiegeln, sind besser aufgestellt, um Dienstleistungen und Produkte zu entwickeln.“ Barrierefreiheit kann so nicht nur Menschen mit Einschränkungen helfen, sondern auch Innovation fördern. ■

„DU MUSST WIRKLICH POWER REINSTECKEN“

100 Bewerbungen im Monat als Mittelständler in Ostwestfalen: Das Softwarehaus deltra setzt voll auf LinkedIn – und den Recruiter und Corporate Influencer Eduard Bergmann, wie dieser im Interview erzählt.

INTERVIEW: MATTHIAS SCHMIDT-STEIN



Foto: adobeStock.com_sashafolly

Personalwirtschaft: Herr Bergmann, wie viele Bewerbungen bekommt Ihr Unternehmen im Monat?

Eduard Bergmann: Wir bekommen im Monat zwischen 70 und 100 Bewerbungen – und das als mittelständisches Unternehmen mit rund 150 Beschäftigten, das eigentlich niemand kennt.

Und wie viele davon werden durch LinkedIn auf orgaMAX aufmerksam? Mindestens 80 Prozent.

Sie sind auf der Businessplattform das Gesicht des Unternehmens, haben

(Stand November 2024) mehr als 17 000 Follower. Wie kam es dazu?

Vor gut eineinhalb Jahren rief mich mein Chef ins Büro und fragte mich, ob ich das Gesicht von orgaMAX als Arbeitgeber werden möchte. Ich wollte. Auch weil ich jemand bin, der für das Unternehmen brennt. Ich glaube, es ist für Corporate Influencing unerlässlich, Personen auszuwählen, die für das Unternehmen brennen, die dahinterstehen und Lust haben, auch Persönliches zu erzählen.

Deshalb haben Sie auch den Fokus auf Ihren statt auf den Unternehmensaccount gelegt.

Genau. Über einen persönlichen Account kann man seine Persönlichkeit viel authentischer darstellen, Geschichten erzählen, die man über einen Unternehmensaccount so nicht vermitteln kann. Menschen folgen Menschen – und das ist mit einem persönlichen Account viel einfacher umzusetzen.

Wäre es da nicht konsequenter gewesen, Mitarbeitende aus den Fachabteilungen zu Wort kommen zu lassen?

Wir haben mittlerweile auch Corporate Influencer etwa im Marketing und im Support. Deren Zielgruppe und Fokus sind aber natürlich andere. Grundsätzlich ist es wichtig, sich zu überlegen, wen man erreichen will, und eine entsprechende Strategie zu entwickeln. Meinen Erfolg messen wir etwa in Einstellungen und Bewerbungen, die Kolleginnen und Kollegen haben andere

Ziele. Sie wollen die Markenbekanntheit erhöhen, außerdem Leads und Kunden generieren.

Sie wurden von Ihrem Chef offiziell beauftragt, das Gesicht des Unternehmens auf LinkedIn zu werden. Sie sprechen dort also nicht mehr nur für sich selbst, sondern auch und vor allem für das Unternehmen. Inwieweit wurden hier zu Beginn Grenzen festgelegt?

Ganz zu Anfang haben die Geschäftsleitung und noch einige mehr sich mit mir zusammen hingesetzt, und wir haben gemeinsam überlegt, wie wir vorgehen. Worüber ich schreiben möchte, wie oft und so weiter. Ganz wichtig war es von Anfang an, dass die Geschäftsführung nicht jeden Post absegnen muss.

Das wäre praktisch kaum möglich, oder?

„ Ganz wichtig war es von Anfang an, dass die Geschäftsführung nicht jeden Post absegnen muss.“

Wäre es nicht. Ich poste viermal die Woche. Und wenn ich dann jedes Mal auf das Go der Geschäftsführung warten müsste, wäre das natürlich fatal. Deshalb haben wir uns einmal auf die Themen committed; und seitdem vertraut mir die Geschäftsleitung. Natürlich werde ich nichts posten, was uns schadet. Wobei das nicht bedeutet, nicht auch mal kontroverse Themen aufzugreifen.

Gibt es dann auch Gegenwind?

Absolut. Es ist natürlich das Risiko einer großen Reichweite, dass die Zielgruppe, die die Posts liest, sehr divers ist. Letztens ging es in einem Post darum, dass wir einer Person abgesagt haben, weil sie für die ausgeschriebene Stelle überqualifiziert war und entsprechend dort auch nicht glücklich geworden wäre.

Was gab es für Reaktionen?

Da war die Rede von „sinnlosem Stuss“, den ich immer schreiben würde, nur um etwas Kontroverses zu schreiben. Das Problem auf LinkedIn ist, dass die Leute oft nicht weiterlesen – und in diesem Falle dann eben nicht erfahren haben, dass wir der Person zwar für die ursprüngliche Stelle abgesagt, sie aber ins Verfahren für eine andere Position aufgenommen haben. Ehrlich gesagt freue ich mich aber auch über solche Kommentare.

Wieso?

Sie bringen Reichweite und regen den Algorithmus an. Solche Beiträge schaffen dann gerne 300 000 bis 500 000 Impressionen. Deshalb nehme ich solche Kommentare niemals persönlich,

sondern sehe sie sportlich. So etwas zeigt schließlich, dass dies Themen sind, die die Leute beschäftigen.

Die Moderation und Beantwortung der Kommentare erfordern vermutlich viel Zeit.

Auf jeden Fall. Das haben wir am Anfang auch unterschätzt. Wir dachten, zehn bis 15 Minuten am Tag reichen. Und haben uns dann gewundert, warum der Effekt ausbleibt und wir keine Conversions bekommen. Wir mussten erst lernen, auch zu interagieren, aktiv zu sein und so etwas nicht nur nebenher zu machen. Du musst wirklich Power in den Influencer-Job stecken und Geduld haben, denn es braucht auch Zeit.

Das klingt nach einem Fulltime-Job – oder mehr. Kümmern Sie sich alleine um Ihren Account?

Nicht mehr. Ich habe für die Posts selbst Unterstützung durch eine Texterin. Sie kennt mich mittlerweile aber so gut, dass ich ihr oft nur vier bis fünf Sätze schicken muss, aus denen sie dann den finalen Post baut. Kommentare beantworte und schreibe ich aber komplett selbst.

Wieso machen Sie das?

Weil niemand authentisch für mich antworten kann. Es wäre natürlich einfach, dafür eine Werkstudentin oder einen Werkstudenten einzustellen, aber das ist bei mir eben nicht der Fall. Und ich glaube, das ist ein Grund, warum wir so erfolgreich bei LinkedIn sind. Das zeigt auch eine Anekdote von der Besetzung einer HR-Stelle bei uns im Unternehmen.

NACHGEFRAGT



Eduard Bergmann ist seit Juli 2021 als People and Culture Manager bei der deltra Business Software GmbH, Entwickler von orgaMAX, tätig. Auf LinkedIn erreicht er mit seinen Posts mehr als 17 000 Menschen und gehört damit zu den erfolgreichsten HR-Influencern Deutschlands.

Erzählen Sie gerne!

Vor einigen Monaten hatten wir eine Stelle im Recruiting zu besetzen, und da bekam ich dann irgendwann eine Anfrage: „Hey Edi, ich verfolge deine Posts schon seit einigen Monaten und habe total Lust, bei euch zu arbeiten.“ Im Gespräch war die Kandidatin dann sehr entspannt, was ja alles andere als üblich ist, aber für alle Beteiligten sehr angenehm war. Nach dem Vorstellungsgespräch habe ich sie darauf angesprochen.

Und was war die Antwort?

Sie sagte: „Ich habe das Gefühl, ich kenne dich und das Unternehmen schon. Ich weiß, wie es hier aussieht, ich weiß, wie du denkst, wieso du wel-

che Fragen stellst – und bin schon allein deshalb zum Entschluss gekommen, bei euch arbeiten zu wollen.“

Wurde die Kandidatin genommen?

Ja, Julia arbeitet bei uns in der HR-Abteilung. ■

DAS UNTERNEHMEN

INFO

Die deltra Business Software GmbH ist vor allem für die Bürosoftware orgaMAX bekannt. Das Unternehmen im ostwestfälischen Detmold wurde 1995 gegründet und hat rund 130 Mitarbeitende.

Ran an die KI mit der Personalwirtschaft!

**Testen Sie unseren
Stellenanzeigen-Generator**



Schon gewusst? Als Abonnentin oder Abonnent haben Sie auch vollen Zugriff auf die Online-Tools der Personalwirtschaft.

Pw+

personalwirtschaft.de/tools



ARTS

ARTS Experts GmbH

Hermann-Reichelt-Straße 3
01109 Dresden
Tel.: +49 351 795 808 0
www.arts.eu
info@arts.eu

Als umfassende 360° HR Agentur bieten wir Ihnen innovative, qualitativ hochwertige und maßgeschneiderte HR-Beratungs- und Outsourcing-Lösungen, die Sie dabei unterstützen, sich als attraktiver und zukunftssicherer Arbeitgeber zu positionieren.

**hokify GmbH**

Jakov-Lind-Straße 2 / Stiege 2
1020 Wien, Österreich
Tel.: +49 800 000 8061
www.hokify.de/business
info@hokify.com

hokify hat die Jobs, die Wirtschaft & Gesellschaft am Laufen halten. Mit dem Anspruch „Einfach zu Do-it-Jobs“ verbindet hokify, Candidate Platform und Social Media Recruiting Experte, mehr als 60.000 Unternehmen mit jährlich 6,5 Mio. Nutzer:innen.

**HR Rocket GmbH**

Kettelerstraße 5–11
97222 Rimpfing
Tel.: 09365 82923-0
mail@hr-rocket.com
www.hr-rocket.com

HR Rocket GmbH betreibt ein Netzwerk regionaler und fachspezifischer Jobbörsen. Als Experte für digitales Recruiting bietet das Unternehmen kreative Stellenanzeigen, zielgerichtetes Marketing, Karriereseiten und Whitelabel-Jobbörsen.

**Jobware GmbH**

Technologiepark 15 · 33100 Paderborn
Tel.: 05251 5401-190
www.jobware.de
kundenberatung@jobware.de

Jobware ist der Stellenmarkt für Ihre offenen Positionen. Gewinnen Sie passende Kandidaten schnell und günstig auf jobware.de. Und mit einem Firmenprofil bei UniNow, der #1 App für Studium + Karriere, erreichen Sie Studierende direkt im Hochschulalltag.

KÖNIGSTEINER
DIGITAL**KÖNIGSTEINER digital GmbH**

Taubenstraße 26
10117 Berlin
Tel.: +49 30 403673600
www.koenigsteiner.digital
contact@koenigsteiner.digital

Mit den Recruiting-Lösungen von KÖNIGSTEINER digital sprechen Sie gezielt latent und aktiv suchende Kandidaten an, die Sie mit klassischen Stellenanzeigen nicht erreichen: online und lokal, über Social Media, Google und Programmatic Job Advertising.



Persona Institut

Persona Institut GmbH

Münzgasse 2
97877 Wertheim
Tel.: 0175 5905945
stefan.ripper@persona-institut.de
www.persona-institut.de

Das Persona-Institut ist die erste Anlaufstelle für deutsche Unternehmen zum Thema (datenbasierte) Personas und deren praktische Verwendung – für candidate-zentriertes Recruiting und Employer-Branding.

**XING (New Work SE)**

Am Strandkai 1
20457 Hamburg
Tel.: +49 40 419 131-784
hallo@xing.com
recruiting.xing.com

Mit XING wird Recruiting einfacher, schneller und präziser. Unsere KI-gestützten Lösungen für Active und Passive Sourcing sowie das Bewerbungsmanagement helfen Ihnen, fast von allein passende Talente aus einem Netzwerk von 22 Mio. Mitgliedern zu finden.



hokify GmbH
Jakov-Lind-Straße 2 / Stiege 2
1020 Wien, Österreich
Tel.: +49 800 000 8061
www.hokify.de/business · info@hokify.com

USP

hokify hat die Jobs, die Wirtschaft und Gesellschaft am Laufen halten. Mit einer langjährigen Social Media & Mobile Recruiting Expertise ist hokify die einfache und zeitsparende Lösung für Unternehmen jeder Größe, um Kandidat:innen für Do-it-Jobs zu gewinnen.

PRODUKTE

- Stelleninserate mit Smart Candidate Attraction auf Social Media und Partner-Jobbörsen
- Individuelle Social Media Kampagnen
- Aktive Kandidatenansprache für Do-it-Jobs
- Recruiting-Assistent für gesteigerte Effizienz

REFERENZEN

- Dekra
- Baunit
- Porsche
- JYSK
- McDonald's

KONTAKT

Raffael Herczakowski, Team Lead New Business, Tel.: +49 1520 6747287
raffael.herczakowski@hokify.com

Und jetzt *du!*

Einfach effizientes Recruiting für Do-it-Jobs



EINFACH ZU DO-IT-JOBS!

Dringend gesucht und endlich gefunden: hokify hat die Kandidat:innen, die Wirtschaft und Gesellschaft am Laufen halten. Als Social Media und Mobile Recruiting Experte unterstützt hokify Sie dabei, Kandidat:innen gezielt anzusprechen und Do-it-Jobs einfach und effizient zu besetzen.

ZWEI DRITTEL DER ARBEITNEHMENDEN ARBEITEN IN DO-IT-JOBS

Do-it-Jobs sind all jene Jobs, die wir tagtäglich brauchen. Es sind die Jobs, die oft hinter den Kulissen dafür sorgen, dass der Alltag reibungslos abläuft.

Do-it-Jobs umfassen ein breites Spektrum an Berufen, darunter Blue Collar, Grey Collar, Pink Collar und Basic White Collar Jobs. Ob es die handwerklichen und technischen Aufgaben sind, die unsere Infrastruktur am Laufen halten, die Dienstleistungen, die wir

tagtäglich in Anspruch nehmen, oder die betriebswirtschaftlichen Tätigkeiten, auf die Unternehmen angewiesen sind – Do-it-Jobs sind unverzichtbar. Gleichzeitig zählen sie mittlerweile dank Fachkräftemangel und demografischen Veränderungen zu den am

schwierigsten zu besetzenden Stellen am Arbeitsmarkt.

WARUM DO-IT-JOBS ANDERES RECRUITING BRAUCHEN ALS WHITE COLLAR

Für Arbeitnehmende in Do-it-Jobs sind viele der aktuellen New Work Themen, zum Beispiel Homeoffice, flexible Arbeitszeiten und Desk-Sharing, keine Realität. Gleichzeitig wird der Bewerbungsprozess für Do-it-Jobs oft (unnötig) verkompliziert. Lange Online-Formulare, hohe Anforderungen an Anschreiben oder Karriereseiten, die nicht mobil optimiert sind, führen zu hohen Abbruchraten und niedrigen Bewerbungszahlen. Unternehmen müssen diese Unterschiede anerkennen und die Candidate Journey auf die Bedürfnisse derjenigen, die in Do-it-Jobs arbeiten, auslegen.

Effizientes Recruiting mit hokify: Ihre Vorteile

- ✔ Social Media Recruiting
- ✔ Mobiler Bewerbungsprozess
- ✔ 750+ BMS-Schnittstellen
- ✔ Aktive Kandidatensuche
- ✔ Transparentes Reporting

ALL IN ONE RECRUITING FÜR DO-IT-JOBS

hokify bietet das Gesamtpaket für effizientes und einfaches Recruiting im Bereich der Do-it-Jobs. Statt „nur“ ein Stelleninserat auf hokify zu schalten, werden qualifizierte Kandidat:innen zusätzlich durch Social Media Recruiting, Partner-Jobbörsen und Werbeschaltungen auf relevanten Webseiten erreicht. Der einfache, mobil-optimierte Bewerbungsprozess ohne Anschreiben ist komplett am Smartphone durchführbar und stellt die Bedürfnisse der Kandidat:innen in den Mittelpunkt, um die Abbruchrate zu minimieren. Als Candidate Platform bietet hokify Kandidat:innen außerdem die Möglichkeit, den gesamten Bewerbungsprozess durchgängig in der App abzuschließen und sich mit einem Profil für alle Jobs zu bewerben.



INITIATIVE ERGREIFEN, UM DO-IT-JOBS ZU BESETZEN

Um dem Arbeitskräftemangel entgegenzuwirken, müssen Unternehmen Initiative ergreifen – auch bei Do-it-Jobs! Während im White-Collar-Bereich Headhunting und Active Sourcing bereits bekannte Strategien sind, wurden 60 Prozent der Do-it-Jobs-Kandidat:innen noch nie von einem Unternehmen kontaktiert. Mit der aktiven Kandidatensuche von hokify können Unternehmen Kandidat:innen mit hohem Potenzial direkt kontaktieren und vom Unternehmen begeistern.

EINFACH, EFFIZIENT UND TRANSPARENT

Egal ob KMU oder Konzern: hokify bietet individuelle Lösungen für alle Recruiting-Bedürfnisse und hilft dabei, den Recruitingprozess einfacher und effizienter zu gestalten. Die eingegangenen Bewerbungen können direkt mit dem hokify-BMS verwaltet werden oder per Schnittstelle in eines der 750+ Partner-BMS übertragen werden. Transparentes Reporting ermöglicht es, KPIs einfach und unkompliziert auszuwerten.

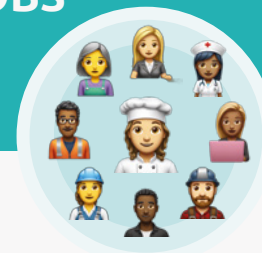
INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



DO-IT-JOBS

in Zahlen



2/3

Arbeitnehmer:innen arbeiten in Do-it-Jobs

1,2 Mio

offene Do-it-Jobs in Deutschland

MEHR ALS

50 %

der Kandidat:innen brechen das Bewerbungsverfahren ab

WENIGER ALS

40 %

wurden schon einmal aktiv von Unternehmen angesprochen



6 VON 10

haben Spaß an der Arbeit in einem Do-it-Job

TOP BRANCHEN



TRANSPORT & LOGISTIK



HANDEL & VERKAUF



GASTRONOMIE



MEDIZIN & PFLEGE

Quelle: hokify Umfragen 01-08/24, n=1.000; Statistisches Bundesamt



Jobware GmbH
 Technologiepark 15
 33100 Paderborn
 Tel.: 05251 5401-190
 www.jobware und www.uninow.de
 kundenberatung@jobware.de

USP

Jobware ist der Stellenmarkt für Ihre offenen Positionen. Gewinnen Sie passende Kandidaten schnell und günstig auf jobware.de. Mit UniNow, der #1 App für Studium und Karriere, erreichen Sie heute schon die Talente von morgen. jobware.de punktet bei HR-Profis auch mit persönlichen Ansprechpartnern und hohem Service. 96 % der Arbeitgeber würden Jobware weiterempfehlen.

PRODUKTE

CI-gerechte Stellenanzeigen, Spotify-Audioteaser, Social Media Boost, Employer Branding, Anzeigenoptimierung, mobile Lösungen, HR-Webinare, Personalberatung, Recruiting Excellence Audit, UniNow #1 Karriere-App, weitere auf Anfrage

REFERENZEN

Allianz, STRABAG, Brückner Maschinenbau, Melitta

KONTAKT

Nils Christian Bruhn, Kundenberater
 Tel.: 05251 5401-190
 kundenberatung@jobware.de



OFFENE STELLEN BESETZEN MIT JOBWARE

„Jobware – da hab’ ich den Job her!“ ist ein beliebter Ohrwurm aus TV und Social Media, der auch HR-Profis begeistert. Mit einer Anzeige auf dem Jobware Stellenmarkt können Sie offene Positionen schnell und präzise besetzen. Der Service inkludiert eine persönliche Beratung mit festem Ansprechpartner: 96 % der Arbeitgeber empfehlen Jobware weiter.

Stellenanzeigen im Jobware Stellenmarkt erreichen qualifizierte und (latent) wechselwillige Kandidaten. Um mehr passende Zielgruppen anzusprechen, erscheinen Anzeigen zudem kostenlos auf hunderten regionalen und zielgruppenspezifischen Plattformen im Rahmen eines umfangreichen Partnernetzwerks. Arbeitgeber richten sich gezielt an die Kandidaten, die zu ihnen passen: entweder mit hybriden

Anzeigenlayouts, die auf langjähriger Erfahrung basieren und entsprechend den Präferenzen der Bewerber entwickelt wurden, oder auch mit individuellem Design, beides ist möglich.

HEUTE DIE TALENTE VON MORGEN ERREICHEN

Die Bedeutung des akademischen Nachwuchses nimmt aufgrund des Fachkräf-

temangels in vielen Wirtschaftszweigen weiter zu. Im „Competition for Talent“ haben Unternehmen, die sich frühzeitig als attraktiver Arbeitgeber für Studierende positionieren, die Nase vorn. UniNow, die #1 App für Studium und Karriere, gehört zu Jobware und bietet die Grundlage für ein noch erfolgreicherer Recruiting von Hochschulabsolventen und auch Azubis bei der immer größer werdenden Zahl von Studienabbrechern.

DAS KANN SICH HÖREN UND SEHEN LASSEN: ANZEIGEN BEI SPOTIFY UND SOCIAL MEDIA

Die hörbare Ergänzung zu einer Stellenanzeige, die im Jobware Stellenmarkt erscheint, ist ein exklusiver Audio-Teaser bei Spotify. Professionelle Sprecher sorgen für eine zusätzliche Beachtung der Anzeigen. Wenn Bewerber also ganz entspannt in einem privaten Umfeld lauschen, welche Stellen offen sind, erhöht sich die Reichweite. Recruiter schätzen dabei auch gezielte regionale Ausspielungen. Vorteil: Es gibt mehr geeignete Bewerbungen und die Stellen werden schneller besetzt. Stellenanzeigen werden auf Wunsch auch über den Social Media Boost von

Jobware mit ausgewähltem Targeting geeigneten Bewerbern bei Facebook und Instagram angezeigt. Dies trägt wesentlich zur Steigerung der Reichweite bei und hilft bei der Besetzung von Positionen.

RECRUITINGPOTENTIALE IDENTIFIZIEREN

HR-Profis wollen wissen, wie sich der Recruiting-Erfolg messen lässt und an welchen Stellen sie noch mehr Potential ausschöpfen können. Der Grad an „Candidate Centricity“ spielt dabei eine entscheidende Rolle – von der Stellenanzeige bis zum Onboarding. Die Jobware-Experten unterstützen auch hierbei gerne.

BEWERBER IM BLICK BEHALTEN

Mehr Bewerber gewinnt, wer deren Wünsche kennt und sie entsprechend umwirbt. Abgeleitet von der Consumer-Philosophie „Customer First“ werden Bewerber bei Jobware in den Mittelpunkt gestellt. Einfache Tools für Bewerbungsprozesse wie bewerbung2go.de erhöhen die Chance auf mehr Bewerbungen – in den Stellenanzeigen integriert und für mobile Geräte optimiert.

PERSÖNLICHE BERATUNG INKLUSIVE

Bei welchen Stellenanzeigen können wir Sie unterstützen? Ein direkter Ansprechpartner setzt sich persönlich für Ihre Belange ein.

Ihre Stellenanzeige in Social Media

Wir garantieren **50.000 Ausspielungen** während der Anzeigenlaufzeit von 30 Tagen.

Facebook Instagram Meta

Jobware.de Anzeige

Jobware

Kooperationsmanager (m/w/d)

Uninow GmbH
Magdeburg

uninow

Jetzt bewerben

Jetzt bewerben

Jobware.de Neuer Job? Kooperationsmanager (m/w/d) bei der Uninow GmbH in Magdeburg. Jobware.de ...

Klingt gut!
Ihre Jobs werden
40.000 x auf Spotify gehört!

Jetzt Reinhören:
[Jobware.de/spotify-sample](https://www.jobware.de/spotify-sample)

Haben Sie Fragen zum Jobware Stellenmarkt? Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen:



Nils Christian Bruhn
Kundenberater
Tel.: 05251 5401-190
kundenberatung@jobware.de

INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.





KÖNIGSTEINER
DIGITAL

KÖNIGSTEINER digital GmbH
Taubenstraße 26
10117 Berlin
Tel.: +49 30 403673600
www.koenigsteiner.digital
contact@koenigsteiner.digital

USP

Mit KÖNIGSTEINER digital sprechen Sie online gezielt latent und aktiv suchende Kandidaten an, die Sie mit klassischen Stellenanzeigen nicht erreichen. Egal ob in Sozialen Netzwerken oder an lokalen Standorten – mit unseren innovativen, datengetriebenen Personalmarketing-Lösungen erreichen wir die besten Talente genau dort, wo sie sich befinden.

PRODUKTE

Maßgeschneiderte Social-Media-Werbeanzeigen bei Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat und vielen mehr, Suchanzeigen bei Google, programmatische Werbeanzeigen auf Webseiten und in Apps, hyperlokales Targeting

KONTAKT

Philipp Theege
Head of Sales
Tel.: +49 174 3378973
p.theege@koenigsteiner.digital



RECRUITING IM DIGITALEN WANDEL

KÖNIGSTEINER digital ist Ihr starker Partner für die digitale Transformation im Recruiting. Als Teil der renommierten KÖNIGSTEINER Gruppe stehen wir für innovative Personalmarketing-Lösungen und unterstützen Sie mit maßgeschneiderten Werbekampagnen dabei, die besten Kandidaten für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

Lange Besetzungszeiten sind ein ernstes Problem, das viele Unternehmen belastet. Laut einer aktuellen Umfrage beträgt die Vakanzzeit einer Arbeitsstelle in Deutschland über

alle Wirtschaftszweige hinweg durchschnittlich mehr als fünf Monate (Statista, 2024). Dies führt zu Produktionsausfällen, erhöhten Kosten und einer geringeren Wettbewerbsfähigkeit. Ursa-

che dafür ist vor allem der Fachkräftemangel, der sich in den kommenden Jahren durch den demografischen Wandel mit hoher Wahrscheinlichkeit weiter verschärfen wird.

JOBBÖRSEN ALLEINE GENÜGEN NICHT

Diese Entwicklung verdeutlicht, dass Unternehmen ihre Recruiting-Strategien anpassen müssen, um im Wettbewerb um die besten Kandidaten bestehen zu können. Es reicht nicht mehr, nur auf klassische Wege wie Jobbörsen zu setzen, da sich nur etwa 8% der Kandidaten aktiv auf Jobsuche befinden. Vielmehr müssen zeitgemäße Werbekanäle wie z. B. Social Media und Programmatic Job Advertising gezielt genutzt werden, um insbesondere wechselwillige, latente Kandidaten zu erreichen, die mehr als die Hälfte des verfügbaren Talente-Pools ausmachen.

DEN FOKUS AUF LATENT JOBSUCHENDE RICHTEN

KÖNIGSTEINER digital unterstützt Ihr Unternehmen mit effektiven Recruiting-Lösungen dabei, genau diese Zielgruppe zu erreichen. Unsere Marketing-Experten erstellen für Sie zielgenaue Kampagnen, die passende Kandidaten auf ihren alltäglichen digitalen Plattformen, wie Soziale Netzwerke, Webseiten und Apps, mit Ihrer Botschaft erreichen. Durch fortlaufende, datenbasierte Optimierung, eine hohe Reichweite und die präzise Ansprache gelingt es uns, Besetzungszeiten deut-

lich zu verkürzen und das auch in wettbewerbsintensiven Branchen, wie der IT oder dem Gesundheitswesen. Auf diese Weise kann es Ihnen gelingen, kurzfristig Personal zu gewinnen, auch ohne einen teuren Headhunter engagieren zu müssen.

DAS GESAMTE BEWERBUNGS-ERLEBNIS MUSS STIMMEN

Die passenden Kandidaten zu identifizieren und richtig anzusprechen ist wichtig. Doch häufig genügt das allein nicht, damit aus einem Interessenten auch ein Bewerber wird. Der Großteil aller Online-Bewerbungen wird abgebrochen, obwohl Kandidaten an einer Stelle interessiert sind. In vielen Fällen sind unnötig hohe Hürden im Bewerbungsprozess der Grund dafür. Dazu zählen das Abfragen zu vieler Informationen, technische Unzulänglichkeiten oder der verpflichtende Upload eines Lebenslaufs.

HÜRDEN IM BEWERBUNGSPROZESS ABBAUEN

Unsere Erfahrungen zeigen, dass schlanke Bewerbungsprozesse ohne Uploads und mit nur wenigen Fragen bis zu zehnmal mehr Bewerbungen generieren. Ein Beispiel dafür sind sogenannte Lead Ads, die KÖNIGSTEINER digital

seit Jahren erfolgreich im Recruiting auf Plattformen wie Facebook und Instagram einsetzt. Dieses Anzeigenformat erlaubt es den Jobsuchenden, ein kurzes Bewerbungsformular innerhalb weniger Sekunden auszufüllen, ohne die App verlassen zu müssen, was es sowohl niedrigschwellig als auch effektiv macht. Die eingehenden Bewerbungen werden im Anschluss automatisch an Ihre Recruiter weitergeleitet und können direkt weiterbearbeitet werden.

Nutzen auch Sie die geballte Power digitaler Marketing-Strategien, um Ihre offenen Stellen schneller zu besetzen, und lassen Sie sich von unseren Experten aufzeigen, wie sie Ihr Recruiting fit für das digitale Zeitalter machen. Wir freuen uns auf Sie.

INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



Seite 32 **So attraktiv kann Handwerk sein**

Seite 34 **Die Bahn buhlt um E-Sport**

Seite 37 **Branchenverzeichnis**



Foto: adobestock.com, Yefeslyna

MIT SICHERHEIT UND TECHNIK PUNKTEN

Die sicherheitspolitische Zeitenwende und technische Entwicklungen wirken sich auch auf berufliche Prioritäten aus. Im Arbeitgeberranking für Young Professionals (rund 9400 befragte Personen mit akademischem Abschluss, maximal 40 Jahre) profitieren in Deutschland Unternehmen der Luft- und Raumfahrt- beziehungsweise der Sicherheits- und Verteidigungsindustrie wie etwa Rheinmetall und die Lufthansa Group. Das sind die Ergebnisse einer Erhebung der zu Stepstone gehörenden Employer-Branding-Beratung Universum.

Unter jungen Ingenieurinnen und Ingenieuren ist demnach erstmals kein Automobilunternehmen auf dem Spitzenplatz, Siemens machte dort das Rennen vor Bosch und Porsche. Den größten Sprung nach vorne machte Rheinmetall, das erstmals unter den Top 10 landete. Die favorisierten Arbeitgeber von IT-Fachleuten sind, wie schon im Jahr zuvor, Google, Microsoft und Apple. Wirtschaftswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler bevorzugen stabil Porsche, Google und BMW – allerdings verbesserte sich in dieser Gruppe die Lufthansa um sechs Plätze auf Rang fünf.

TOP 10 ARBEITGEBER YOUNG PROFESSIONALS (INGENIEURWESEN, WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN, IT)

Die Umfrage wurde zwischen September 2023 und April 2024 unter 9375 Young Professionals in ganz Deutschland durchgeführt. Die Veränderung zur Vorjahresbewertung ist in roten und grünen Zahlen abgebildet.



Quelle: Universum Global

WIE DEUTSCHLANDS GRÖSSTER DACHDECKERBETRIEB AZUBIS GEWINNT

Schulkooperationen, Förderprogramme und eine Ausbildungsbaustelle – das Engagement für die Azubis ist vielfältig. Im Zentrum steht der Stolz auf die Handwerkskunst, sagt Chef Henning Hanebutt.

INTERVIEW: CHRISTINA PETRICK-LÖHR



Rund 70 Azubis werden bei Hanebutt als Dachdecker und Zimmerleute ausgebildet.

Henning Hanebutt leitet seit 1999 in dritter Generation einen der größten familiengeführten Handwerksbetriebe in Deutschland. Der Dachdeckermeister hat sich auf die Fahnen geschrieben, die Zukunft seines Handwerks mitzugestalten. Neue Wege geht der Familienbetrieb dabei nicht nur in technischen Belangen – auch rund um das Thema Ausbildung punktet das niedersächsische Unternehmen aus Neustadt am Rübenberge mit vielen Ideen.

Personalwirtschaft: Herr Hanebutt, in Ihrem Unternehmen arbeiten an elf Standorten in Nord- und Süddeutschland mehr als 560 Beschäftigte, davon rund 70 Auszubildende – ist es für einen so großen Betrieb grundsätzlich einfacher, Azubis zu finden und auszubilden als für kleinere Betriebe?

Henning Hanebutt: Unsere Größe und Bekanntheit erleichtern es uns definitiv, potenzielle Azubis anzusprechen. Beispielsweise haben wir im letzten Ausbildungsjahr über 60 Bewerbungen für unsere Ausbildungsplätze erhalten.

Viele Handwerker klagen, dass sie ihre Ausbildungsplätze nicht besetzen können. Wie sieht das bei Ihnen aus? Gibt es regionale Unterschiede?

Auch wir sind nicht von der Problematik des Fachkräftemangels verschont. Besonders in ländlichen Regionen ist es schwieriger, Auszubildende zu finden.

Sie bilden im Dachdecker- und Zimmerhandwerk aus – adressieren Sie dazu Jugendliche aller Schulformen? Und was ist mit solchen jungen Menschen, die üblicherweise nur schwer einen Ausbildungsplatz finden?

Wir richten uns an Schüler aller Schulformen. In den letzten Jahren haben wir gezielt Programme für Haupt- und Realschüler ausgeweitet, um diesen ebenfalls Chancen zu bieten. Besonders erfreulich ist, dass wir im aktuellen Ausbildungsjahr etwa 25 Prozent unserer neuen Azubis aus benachteiligten Verhältnissen rekrutieren konnten. Für sie bieten wir zusätzlich spezielle Förderprogramme an, um den Start in das Berufsleben zu erleichtern.

Wie sehen solche Förderungen aus?

Wir nehmen Bildungsangebote der lokalen Kammern für Auszubildende mit Migrationshintergrund wahr und arbeiten auch mit einer Sprachschule zusammen. Für Jugendliche mit Lernschwierigkeiten haben wir eine Lehrerin, die zu fixen Terminen ein offenes Lernangebot bietet. In der Regel steht dieses Angebot aber allen Azubis offen, die sich gerne gezielt auf Tests

und natürlich auch Prüfungen vorbereiten wollen. Je nach Leistungsstand gibt es dann die Empfehlung, an den Angeboten teilzunehmen. Ungewöhnlich ist bei uns auch, dass diese Lernzeiten als bezahlte Arbeitszeit gelten.

Erreichen Sie auch Abiturienten?

Ja, rund 15 Prozent unserer aktuellen Azubis haben Abitur. Wir bieten ihnen häufig die Möglichkeit, sich in dualen Studiengängen weiter zu qualifizieren oder spezialisierte Weiterbildungsprogramme zu nutzen. So können Abiturienten bei uns sowohl praktische Erfahrungen sammeln als auch akademische Qualifikationen erwerben.

Auf welche Weise sprechen Sie die Jugendlichen an?

Wir nutzen eine Kombination aus Schulkooperationen, Praktika und Ausbildungsse-

vents. Allein durch unsere Partnerschaften mit den Schulen in der Region konnten wir im letzten Jahr insgesamt 60 Praktikumsplätze bereitstellen. Zusätzlich haben wir an etwa zwölf Ausbildungsmessen teilgenommen und dort zahlreiche Kontakte geknüpft und für Praktika und Ausbildungsplätze geworben.

Sie betreiben Ausbildungsbaustellen – wie funktionieren die?

Unsere Ausbildungsbaustellen sind Projekte, die speziell für die Praxisbildung unserer Azubis ins Leben gerufen wurden. Hier arbeiten die Azubis selbstständig unter Aufsicht erfahrener Meister. Diese Projekte bieten eine ideale Gelegenheit, Theorie und Praxis zu verbinden und Verantwortung zu übernehmen.

Sie vermitteln den Eindruck, dass man sich bei Hanebutt wirklich um die Bedürfnisse der jungen Leute kümmert – was wird gemacht und warum?

Unsere Azubis können Mentorenprogramme, regelmäßige Feedbackgespräche, und maßgeschneiderte Weiterbildungen in Anspruch nehmen. Dazu bieten wir etwa flexible Arbeitszeiten an und es gibt Zusatzleistungen wie zum Beispiel regelmäßige Schulungen zur Ausbildung der Ausbilder, Unterstützung beim Führerschein, die Azubi-WG, eine gemeinsame Skifahrt und andere attraktive Konditionen.

Der Grundtenor Ihrer Webseite ist der **Stolz auf Ihre Arbeit, Ihr Handwerk und Ihren Betrieb** – ist dieser Stolz ansteckend? Absolut, der Stolz auf unser Handwerk und unsere Projekterfolge ist ein zentraler Bestandteil unserer Unter-

nehmenskultur und wirkt sehr motivierend. Wir schaffen es, diesen Stolz auf die Jugendlichen zu übertragen, indem wir eine inspirierende und wertschätzende Lernumgebung bieten. Durch die enge Einbindung der Azubis in spannende Projekte und den direkten Kontakt zu erfahrenen Fachkräften erleben sie täglich, welchen wesentlichen Beitrag ihre Arbeit leistet. Die Begeisterung für das Handwerk und die Identifikation mit dem Unternehmen wachsen dabei ganz natürlich.

Ihr Unternehmen wirbt damit, dass junge Menschen auf Augenhöhe mit den anderen Beschäftigten sind. Was heißt das konkret? Lassen sich bei Ihnen die Ausbilder und Meister auch mal was von den Azubis sagen?

Arbeiten auf Augenhöhe bedeutet bei uns, dass jeder im Team angehört wird. Unsere Azubis sind in Projektteams integriert, und ihre Meinungen werden ernst genommen. Ein Beispiel dafür ist, dass wir nicht nur das Wissen und die Praktiken vermitteln, sondern auch das Warum liefern. Junge Leute wollen wissen, weshalb etwas auf eine bestimmte Art getan wird, und unsere Meister werden für genau diese Nachfragen sensibilisiert, um den Azubis die Bedeutung hinter den Maßnahmen näherzubringen.

Erinnern Sie sich an den letzten guten Ratschlag, den Sie selbst von einem Ihrer Azubis bekommen haben?

Kürzlich empfahl uns ein Auszubildender, Social-Media-Kanäle aktiver für das Recruiting zu nutzen. Diese Idee haben wir aufgegriffen und eine Social-Media-Kampagne gestartet, die zu einem enormen Anstieg der Bewerbungen führte.

Sie haben selbst die Dachdeckerausbildung im eigenen Familienbetrieb gemacht: Wirken Ihre Erfahrungen als Azubi nach?

Meine Ausbildung hat mir gezeigt, wie wichtig es ist, Herausforderungen als Lernchancen zu sehen. Diese Einstellung gebe ich gerne an die jungen Leute weiter. Ich habe jedoch auch erlebt, wie einschränkend es sein kann, nicht genügend Verantwortung zu übertragen; daher ermutige ich unsere Ausbilder, den Azubis größere Handlungsspielräume einzuräumen.

Bleiben die Azubis nach der Ausbildung meist im Unternehmen?

Ja, die Übernahmequote nach der Ausbildung liegt bei uns bei etwa 85 Prozent. Dies zeigt uns, dass die meisten unserer Azubis gerne bei Hanebutt bleiben und ihre Karriere in unserem Unternehmen weiterentwickeln möchten. Darüber hinaus bieten wir gezielte Weiterbildungsprogramme an, um die individuellen Karrierewege weiter zu fördern. Wie die Fortbildung zum Vorarbeiter, Unterstützung beim Meister, aber auch Unterstützung bei körperlichen Einschränkungen durch Krankheit.

Ein so großer Betrieb wie Hanebutt kann Jugendlichen leichter interessante Angebote machen als kleinere Betriebe. Was raten Sie denen?

„ Kleinere Unternehmen sollten ihre einzigartigen Vorteile wie flache Hierarchien und ein familiäres Arbeitsumfeld betonen. "

NACHGEFRAGT



Fotos: Hanebutt

Dachdecker aus Überzeugung und mit Zukunftsvision: **Henning Hanebutt**

Auch kleine Betriebe haben viele Chancen, junge Talente zu gewinnen. Authentizität und persönliche Betreuung sind entscheidende Faktoren. Kleinere Unternehmen sollten ihre einzigartigen Vorteile wie flache Hierarchien und ein familiäres Arbeitsumfeld betonen. Es ist auch hilfreich, enge Kooperationen mit lokalen Schulen einzugehen und Praktika anzubieten, bei denen die Jugendlichen das Handwerk hautnah erleben können. Kreative Benefits und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten können ebenfalls Anreize schaffen. ■

ZOCKEN MIT ZUKUNFT

Die Deutsche Bahn vergibt Stipendien für Azubis mit E-Sport-Ambitionen.
Das stärkt die Arbeitgebermarke und bietet Gaming-Talenten ein zweites Standbein.



Mehr als 6000 Auszubildende und dual Studierende in unterschiedlichsten Berufsbildern stellt die Deutsche Bahn 2024 ein – eine Rekordzahl! Gesucht werden Kandidatinnen und Kandidaten für mehr als 50 verschiedene Ausbildungen, darunter sind bekannte Berufe, wie etwa Lokführer, aber auch für weitgehend unbekannte und bahnspezifische Ausbildungsberufe. Um das zu erreichen, geht die DB gezielt neue Wege im Recruiting und versucht so, neue Zielgruppen zu erschließen. Zu den anvisierten Gruppen gehört unter anderem die Gaming Commu-

nity. In den sogenannten E-Sports treten einzelne Spielerinnen und Spieler oder Teams in verschiedenen Video- und Computerspielen und Disziplinen gegeneinander an, ähnlich wie in traditionellen Sportarten. Die Spielerinnen und Spieler sind Digital Natives – Social Media und Streaming sind für sie Teil der Lebensgestaltung. Die Zielgruppe ist riesig: In Deutschland spielen nach Statista-Angaben 91 Prozent der 16- bis 29-jährigen Computer- und Videospieler. Darüber hinaus verfolgen rund 16 Millionen Menschen in Deutschland E-Sports-Veranstaltungen. Für uns als DB war es wichtig, bei dieser Zielgruppe als attraktive Arbeitgeberin

und Ausbilderin Fuß zu fassen, schließlich bringen viele Gamerinnen und Gamer Skills mit, die wir bei unseren Nachwuchskräften schätzen.

IN WELCHEN BERUFEN BESTEHT BEDARF?

Für die Zugverkehrssteuerung oder den Gleisbau sucht die DB beispielsweise dringend Ausbildungsnachwuchs, ebenso für duale Studienrichtungen wie das Wirtschaftsingenieur-, Bauingenieur-, Eisenbahn- und Bahningenieurwesen und die Elektrotechnik. Relevante Fähigkeiten für diese Berufe sind unter anderem Teamwork, Konzentration

oder Umgang mit Stress – Kompetenzen, die man auch in E-Sports mitbringen muss. Daraus entstand die Idee, die Ausbildung im Unternehmen mit einem E-Sports-Stipendium zu verknüpfen. Der Fokus bei der Stipendiaten-Auswahl liegt auf Personen, die sich bereits in den meistgespielten Games profiliert haben, das sind EA FC, League of Legends, Brawl Stars, Valorant und Counter Strike 2. Für das Ausbildungsjahr 2023 konnten wir erstmals zwanzig Plätze für ein einjähriges E-Sports-Stipendium gekoppelt an eine Ausbildung bei der DB InfraGO anbieten. Die DB InfraGO ist ein hundertprozentiges Tochterunternehmen der DB, das für die Eisen-



Fotos: DB

bahninfrastruktur zuständig ist. Um diese einzigartige Ausbildung entsprechend zu platzieren, sind wir bei der Ansprache neue Wege gegangen. Uns war klar, dass wir die junge Zielgruppe über ihre gewohnten Kanäle wie TikTok, Instagram, YouTube und Discord am besten erreichen können. Ziel war es, in der „Bubble“ gaming-affiner Jugendlicher unsere Ausbildungsberufe in einem kurzen Kampagnenzeitraum von sechs Wochen vor Ausbildungsstart bekannt zu machen.

Gemeinsam mit der „esports player foundation“ (epf, eine Förderinstitution für den E-Sports-Nachwuchs) haben wir eine passgenaue Influencer-Marketing-

kampagne entwickelt und umgesetzt. Im Zentrum standen das Erklären und Bekanntmachen der Berufsbilder sowie die Vermarktung des Stipendienangebots. Auf der neuen Landingpage Esports@DB (db.jobs/esports) finden Interessierte Informationen zum Angebot und können sich direkt bewerben. Auch aktuelle Auszubildende und dual Studierende hatten die Möglichkeit, sich auf ein Stipendium zu bewerben.

INFLUENCER SIND AUF SOCIAL-MEDIA-KANÄLEN AKTIV

Im Rahmen der Social-Media-Kampagne haben wir mit Influencerinnen und

Influencern aus dem Gamingbereich und Azubis der Deutschen Bahn Videos, Storys, Reels, Memes, Livestreams und weitere Content-Pieces zu DB-spezifischen Berufen produziert und diese auf TikTok, YouTube, Instagram, Twitch und anderen Social-Media-Kanälen ausgespielt. Dazu zählten auch zwei Produktionen mit dem deutschen Streamer Pascal Becker, der als „Kalle Koschinsky“ bekannt ist. Er interviewte im Berliner Weichengarten und der Betriebszentrale der S-Bahn Berlin auf seine ganz eigene humorvolle Art unterschiedliche Mitarbeitende, Auszubildende und dual Studierende zu ihren Tätigkeiten. Das Video schaffte es auf Platz 42 der

YouTube-Trends in Deutschland und generierte mehr als 100000 Klicks. Insgesamt erzielte die Influencer-Kampagne über elf Millionen Impressionen und über 130000 Interaktionen auf Social Media in der dezidierten Zielgruppe der Gaming Community.

DIE DEUTSCHE BAHN

INFO

Der DB-Konzern ist ein führender Anbieter im Bereich Mobilität und Logistik. Mit rund 33 000 km Länge betreibt die Deutsche Bahn das längste Schienennetz Europas und ist auch einer der größten Energieversorger Deutschlands. Der DB-Konzern, mit Sitz der Konzernleitung in Berlin, beschäftigt rund 308 000 Mitarbeitende weltweit.

KAMPAGNE STÄRKT DIE BINDUNG

Die Landingpage generierte innerhalb von nur sechs Wochen über 36 000 Klicks und Hunderte Bewerbungen. Mehr als

150 interne Stipendien-Bewerbungen sind von unseren derzeitigen Auszubildenden eingegangen. Das hohe interne Interesse zeigt, wie gut das Angebot ankommt, und leistet zusätzlich einen

Beitrag zur Bindung der Mitarbeitenden. Nach der Bewerbungsphase wurden die besten 50 Bewerberinnen und Bewerber zu einem dreitägigen Auswahl-Summit eingeladen. Wir haben dieses Event genutzt, um einerseits die 20 talentiertesten Gamerinnen und Gamer zu identifizieren, aber auch, um klarzustellen, dass es hier um Leistungssport geht. Denn die Anforderungen an die Stipendiaten sind hoch: Neben der Ausbildung bei der DB trainieren die Nachwuchskräfte mehrmals pro Woche außerhalb der Arbeitszeit. Außerdem nehmen sie an den Wochenenden an Turnieren teil. Für eine optimale Entwicklung erhalten unsere Talente persönliches Ingame Coaching durch erfahrene Profis, Hardware-support sowie Beratungsangebote in den Bereichen Sportpsychologie, Ernährung und Ausgleichssport. Sie haben auch die Möglichkeit, an einem einwöchigen Trainingslager teilzunehmen.

Betriebssport zu etablieren und damit unsere Vorreiterrolle als innovative Arbeitgeberin im Gaming weiter auszubauen. Die Vorteile von E-Sports: Teamarbeit und Kommunikation werden gefördert. Gaming kann zudem den Stressabbau unterstützen. Gemeinsame Spielerlebnisse haben einen positiven Effekt auf das Vertrauen und die Zusammenarbeit im Team, was zu einer positiveren und produktiveren Arbeitsumgebung führt. Die durch Gaming im betrieblichen Kontext gewonnenen positiven Erlebnisse können den Zusammenhalt unter den Mitarbeitenden stärken sowie die Identifikation mit der Deutschen Bahn AG als Arbeitgeberin fördern. Für eine perspektivische Öffnung des Angebots, auch für andere Gruppen von Mitarbeitenden, bestehen bereits viele Ideen, etwa Wettbewerbe innerhalb der Belegschaft, Gaming-Angebote für Pausen oder After-Work-Aktivitäten. ■

STOLPERSTEINE – WO HAT ES IM PROJEKT GEHAKT?

INFO

- **Partnermanagement:** Die Auswahl eines geeigneten Kooperationspartners mit Know-how und Innovationskraft bei der Förderung von E-Sports-Talenten, gepaart mit der Fähigkeit zur Vermarktung unserer gemeinsamen Konzept, war herausfordernd, da der B2B-Bereich im E-Sport volatil und mit Falschspielern gespickt ist.
- **Stakeholdermanagement:** Die Begeisterung der Belegschaft und internen Stakeholder ist und bleibt eine Hürde. Leider ist Gaming immer noch mit Vorurteilen behaftet und es fehlt an Offenheit. Wir arbeiten an der Kulturentwicklung, indem wir fortlaufend über das Projekt und dessen Erfolge berichten.
- **Influencermanagement:** Die Suche nach passenden Influencerinnen und Influencern, die unsere Berufe bei der DB vorstellen und gleichzeitig die E-Sports-Förderung bewerben, war unerwartet schwierig. Die DB polarisiert, genauso wie das Thema Gaming. Wir mussten eruieren, mit wem wir arbeiten wollten, und diese Personen auch für uns begeistern.
- **Talentmanagement:** Wir haben gelernt, dass der persönliche regelmäßige Austausch zwischen Talent, epf und uns als Arbeitgeberin notwendig ist, um die Entwicklung der Talente zu unterstützen und zu begleiten. Dies erfordert entsprechende Kapazitäten vom Projektteam ab, die vorher nicht genau kalkulierbar waren.
- **Driven by passion:** Die Umsetzung ist nur möglich durch eine Leidenschaft für das Thema Gaming und den Willen, eine neue Zielgruppe für uns zu gewinnen und Gaming als Kulturbestandteil in die DB zu integrieren. Das fordert Kreativität und Resilienz vom Projektteam.

UNTERM STRICH – WAS HAT DAS PROJEKT GEBRACHT?

INFO

- **Visibility:** Mit unserer Influencer-Kampagne haben wir in kurzer Zeit über 11 Millionen Impressionen generiert und über 36 000 Klicks auf unserer Landingpage verzeichnet. Hunderte Nachwuchskräfte haben sich auf unsere Stipendien und Ausbildungsplätze beworben.
- **Image:** Wir positionieren die Deutsche Bahn AG als moderne und innovative Arbeitgeberin, die E-Sport-Ambitionen aktiv fördert. Die Bahn ist ein attraktives zweites Standbein und bietet während und nach der Karriere Perspektiven.
- **Community:** Durch die geförderten Talente haben wir die Möglichkeit, künftig eigene DB-Teams zu etablieren, die sich in ihrem Spieletitel in Ligen und auf Turnieren beweisen.
- **Recruiting:** Mit unseren Konzepten haben wir neue Mitarbeitende gewonnen. Die DB will weiterhin Nachwuchskräfte auf Rekordniveau einstellen – und kann nun die Gaming-Community als Zielgruppe dazuzählen.

KONZERN PLANT NEXT LEVEL FÜR ESPORTS@DB

Durch die vielen Bewerbungen und den Erfolg der medialen Kampagne in der Gaming-Community führt die DB das Projekt im Ausbildungsjahr 2024 weiter fort. Mit unserer zweiten Kampagne konnten wir in einem Zeitraum von rund zehn Wochen mehr als 32 Millionen Impressionen und über 600 000 Interaktionen erzielen. Die Zugriffe auf unsere Karriereseite stiegen auf über 50 000 an. Ende des Jahres vergibt die DB InfraGO 22 neue Stipendienplätze. Innerhalb des Bahnkonzerns gibt es mittlerweile Bestrebungen, E-Sports als

AUTOR UND AUTORIN



Foto: DB

Ronald Tammert
Spezialist Grundsätze Onboarding,
Trainees, Esports
DB InfraGO AG
Ronald.Tammert@
deutschebahn.com



Foto: DB

Isabel Bayer
Spezialistin Grundsätze Personal-
marketing und Rekrutierung
DB InfraGO AG
Isabel.Bayer@
deutschebahn.com


ARTS
ARTS Experts GmbH

Hermann-Reichelt-Straße 3
01109 Dresden
Tel.: +49 351 795 808 0
www.arts.eu
info@arts.eu

Als umfassende 360° HR Agentur bieten wir Ihnen innovative, qualitativ hochwertige und maßgeschneiderte HR-Beratungs- und Outsourcing-Lösungen, die Sie dabei unterstützen, sich als attraktiver und zukunftssicherer Arbeitgeber zu positionieren.


Annekatri Buhl –
Die Employer-Branding-Beraterin

Chausseestraße 86 · 10115 Berlin
Tel.: 01516 8468163
ab@die-employer-branding-beraterin.de
www.die-employer-branding-beraterin.de

Annekatri Buhl entwickelt überzeugende Arbeitgebermarken und Strategien für Arbeitgeberkommunikation und HR-Marketing. Für mehr Sichtbarkeit bei Ihren Wunschbewerbern, effizientes Recruiting und langfristige Mitarbeiterbindung im Mittelstand.


HR Rocket GmbH

Kettelerstraße 5–11
97222 Rimpfing
Tel.: 09365 82923-0
mail@hr-rocket.com
www.hr-rocket.com

HR Rocket GmbH betreibt ein Netzwerk regionaler und fachspezifischer Jobbörsen. Als Experte für digitales Recruiting bietet das Unternehmen kreative Stellenanzeigen, zielgerichtetes Marketing, Karriereseiten und Whitelabel-Jobbörsen.


Jobware GmbH

Technologiepark 15 · 33100 Paderborn
Tel.: 05251 5401-190
www.jobware.de
kundenberatung@jobware.de

Jobware ist der Stellenmarkt für Ihre offenen Positionen. Gewinnen Sie passende Kandidaten schnell und günstig auf jobware.de. Und mit einem Firmenprofil bei UniNow, der #1 App für Studium + Karriere, erreichen Sie Studierende direkt im Hochschulalltag.


Persona Institut GmbH

Münzgasse 2
97877 Wertheim
Tel.: 0175 5905945
stefan.ripppler@persona-institut.de
www.persona-institut.de

Das Persona-Institut ist die erste Anlaufstelle für deutsche Unternehmen zum Thema (datenbasierte) Personas und deren praktische Verwendung – für candidate-zentriertes Recruiting und Employer-Branding.

The XING logo, featuring a stylized 'X' symbol in blue and green followed by the word 'XING' in blue capital letters.

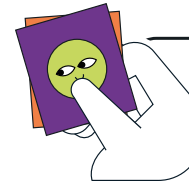
**Lieber Bewerbungen
statt Likes
einsammeln**



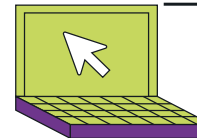
Warum wir uns von einem beruflichen Social Network in ein pures **Jobs-Netzwerk** verwandelt haben? Weil wir keine Lust mehr hatten auf putzige Tierfotos, übertriebene Selbstdarstellungen und die wilde Jagd nach Kommentaren, Likes & Shares. Wir stehen jetzt mehr so auf **pure Zahlen**:

Gefällt Ihnen? Dann schauen Sie doch mal hier vorbei:

recruiting.xing.com



Ø **100.000 neue Talente**
pro Monat



Ø **300 Klicks**
pro Stellenanzeige



Ø **8 Bewerbungen**
pro Stellenanzeige



Über 20 Mio. Besuche im
XING Stellenmarkt pro Monat

Seite 42 **Ghosting: Wo sind die Kandidaten?**
Seite 46 **Der Trend zum Employer of Record**
Seite 49 **Branchenverzeichnis**
Seite 50 **Anbieter im Porträt**



UNBEQUEME ZEITEN FÜR PERSONALDIENSTLEISTER

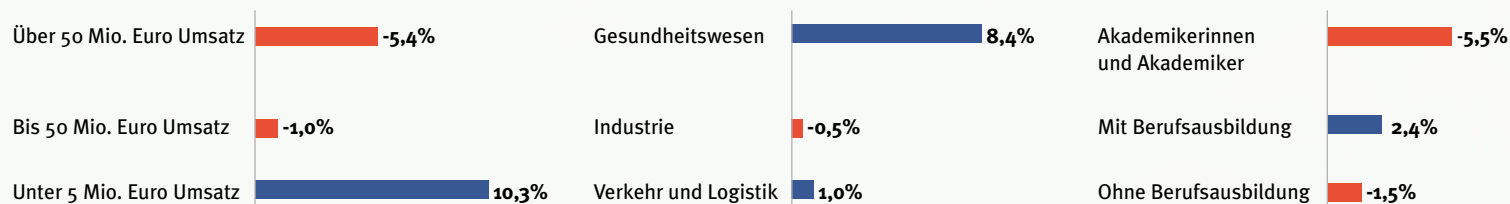
Wachstum und steigende Nachfrage auf der einen Seite, Rückgang auf der anderen Seite – die Situation in der Zeitarbeitsbranche ist so durchwachsen wie die Gesamtwirtschaft. Die Lünendonk-Studie zur Zeitarbeit sieht für 2023 einen Rückgang der Umsätze bei rund drei von zehn Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr. Andererseits aber wachsen fast genauso viele um mehr als zehn Prozent. „Anbieter mit einem hohen Wachstum vermitteln nahezu alle Facharbeiter für Industrie, IT oder das Gesundheitswesen“, erläutert Studienautorin Lena Singer. Das Volumengeschäft in Deutschland liege aber weiterhin bei Helferinnen und Helfern ohne Berufsausbildung, und die Anzahl dieser Zeitarbeitskräfte sinke.

Insgesamt ist 2023 das Marktvolumen für Arbeitnehmerüberlassung in Deutschland um rund drei Prozent auf von 33,9 Milliarden auf 32,9 Milliarden Euro gesunken. Auch die Anzahl der Zeitarbeitskräfte sank um fast fünf Prozent.

GRÖSSTE NACHFRAGE NACH QUALIFIZIERTEN FACHKRÄFTEN, AUS DEM GESUNDHEITSWESEN UND BEI KLEINEN DIENSTLEISTERN

Umsatzentwicklung im 2. Quartal in Prozent in Bezug auf das Vorjahresquartal (YoY)

Frage: Wie haben sich die Kennzahlen für das 2. Quartal 2024 in Ihrem Unternehmen entwickelt?; In Bezug auf das Vorjahresquartal/(YoY); auch Schätzung möglich. Mittelwerte; Auswertungsgruppen; bereinigt um Ausreißer, n = 91



Quelle: Lünendonk@Konjunkturindex Zeitarbeit – 2. Quartal 2024

WENN KANDIDATEN VERSCHWINDEN

Ohne Vorwarnung ziehen sich etliche Bewerbende zurück. Eine engmaschige Begleitung kann dieses Risiko reduzieren.

VON WINFRIED GERTZ



Foto: adobeStock.com_Carola Schubbel

Diese Bilanz ist ernüchternd für HR. Erst verschlankten Personalabteilungen ihre Prozesse, implementieren leistungsstarke Bewerbermanagementsysteme und heuern erfolgreiche Headhunter mit dem Ziel an, fehlendes Personal mit allen Kniffs

anzuwerben. Und dann lassen Bewerberinnen und Bewerber – dieser geballten Professionalisierung des Recruitings zum Trotz – viele Arbeitgeber ins Leere laufen. Die reagieren frustriert: Das sei an Dreistigkeit kaum zu überbieten. Zahlen Bewerbende Unternehmen nun heim, dass man sie selbst lange hinhielt?

Ghosting ist in allen Wirtschaftsbereichen anzutreffen und lässt keinen Arbeitgeber aus. Dass Kandidaten kommentarlos den Bewerbungsprozess abbrechen, beobachtet einer Indeed-Befragung zufolge jeder zweite Personaler. Jeder Achte ist sogar täglich betroffen. Wer nun meint, allein im Recruiting

unerfahrene Unternehmen fielen Ghosting zum Opfer, sieht sich getäuscht. Denn inzwischen hat das Phänomen sogar die Zeitarbeitsbranche heimgesucht, was viele Verantwortliche sich nicht erklären können. Grund ist der zugewiesene Kompetenzausweis: Eben, weil die Personaldienst-



„Stimmt der Lohn, passen die Schichten, ist der Anfahrtsweg nicht zu lang? Ist es also der richtige Einsatzbetrieb?“

Hartmut Lüerßen, Geschäftsführer Index Business Innovation Consulting

leister für ihre Könnerschaft im Recruiting geschätzt werden, beauftragen Unternehmen sie für die Beschaffung dringend benötigten Personals. Den Betrieben fehlen schlicht die Mittel und Methoden, um vakante Stellen zeitnah zu besetzen und gleich ganze Teams für zeitlich eingegrenzte Projekte anzuwerben. Wie erschüttert die Branche ist, fasst Daniel Müller in wenigen Worten zusammen: „Ghosting beschäftigt uns alle“, sagt der Podcaster und einstige Regionalleiter der Zeitarbeitsfirma Kangaroo. „Plötzlich verschwinden sie, und das nimmt zu.“

BINDUNGSBEREITSCHAFT SINKT

Warum wenden sich Bewerbende unversehens ab; was steckt hinter der Volte, die für gestandene Personaler unhöflich, stillos, fast wie ein Affront anmutet? Genauer wissen wollte es der Zeitarbeitsriese Randstad und befragte rund 300 Personen, die sich in den letzten zwei Jahren beworben hatten. 35 Prozent derjenigen, die sich zum Ghosting bekannten, begründen ihr Verhalten mit einem zu niedrigen Gehaltsangebot, 30 Prozent gefielen die Rahmenbedingungen nicht oder hatten bereits einen anderen Job sicher. Lediglich 14 Prozent

wussten von vornherein, dass die Stelle für sie gar nicht infrage kam.

Die Nummer eins der hiesigen Zeitarbeitsbranche erklärt sich diesen anhaltenden Trend als „Folge der hohen Nachfrage an Arbeitskräften“, wie es CEO Richard Jäger ausdrückt. Wer einen Job suche, habe heute schlicht mehr Auswahl als in Zeiten hoher Arbeitslosigkeit. Zwar könne sich das angesichts der aktuell negativen wirtschaftlichen Entwicklung ändern. Aber, so Jäger, „noch beobachten wir eine nachlassende Bindung an Arbeitgeber“. Dieses Momentum bestätigt die Königsteiner Gruppe in ihrem quartalsweise erhobenen Stellenwechsel-Kompass. Danach ist exakt ein Drittel aller Beschäftigten, etwas mehr als im letzten Quartal (32 Prozent), offen für einen neuen Arbeitgeber. Besonders wechselbereit zeigen sich 30- bis 39-jährige, fast die Hälfte dieser Altersgruppe schaut sich um.

Doch die Wechselbereitschaft allein erklärt noch nicht die Motivation, den eingeleiteten Bewerbungsprozess abzubrechen und sich ohne viel Federlesens aus dem Staub zu machen. Um Ghosting zu verstehen, muss man zahlreiche Faktoren berücksichtigen. Drehen wir zuerst den Spieß um – denn Ghosting ist HR selbst zuzuschreiben. Wenn Bewerbende

regelmäßig erleben, dass Feedback über den Fortgang der beruflichen Anbahnung ausbleibt, warum sollten sie sich dann nicht selbst unverbindlich erweisen? „Hundertmal beworben, doch niemand reagiert“, bringt Müller auf den Punkt, was viele Bewerbende erfahren. Und Umfragen bestätigen: Drei von vier Personen, die der sogenannten Generation Z zugerechnet werden, gaben in einer Studie der Karriereplattform Jobteaser an, von HR geghostet worden zu sein. Was übrigens die Gescholtenen – genau gesagt die Hälfte der befragten Personalerinnen und Personaler – ehrlich einräumten.

VON HR PROVOZIERT

Unverbindlichkeit ist ein ernstzunehmender Vorwurf an HR. Sich in der Kommunikation mit Bewerbenden auf den Datenschutz oder das Allgemeine Gleichstellungsgesetz (AGG) zu berufen, um im Zweifel lieber nichts als irgendetwas Konkretes mitzuteilen, lässt an der Ernsthaftigkeit des Recruitings zweifeln. Sind zudem Akteure involviert, die ihre Kinderstube sträflich vernachlässigen, indem sie Bewerbende in der Luft hängen lassen, braucht sich HR über negative Kritik in sozialen Netzwerken nicht

zu beschweren. So bleibt vom Invest in die Arbeitgebermarke nur Schall und Rauch.

Andererseits wäre zu fragen: Hat es unzuverlässige Bewerberinnen und Bewerber nicht schon immer gegeben? Durchaus, doch nun kommt die Digitalisierung hinzu – und die veränderte Arbeitsmarktsituation. „Bewerben wird immer leichter“, sagt Zeitarbeitsexperte Müller. „Ein Klick genügt.“ Doch sich ad hoc entscheiden zu können, betont der einstige Lünendonk-Marktforscher Hartmut Lüerßen mit Blick aufs Arbeitsleben, sei auch „von dauerhafter Tragweite“. Vielen wird's brenzlig, und schwupps sind sie weg.

Als Geschäftsführer von Index Business Innovation Consulting berät Lüerßen heute Zeitarbeitsfirmen, wie sie dank Analytics und Künstlicher Intelligenz sowohl im Recruiting als auch im Vertrieb bessere Ergebnisse erzielen können. Um Ghosting in den Griff zu kriegen, empfiehlt er, die Kommunikation und Interaktion zwischen Unternehmen und Kandidaten teilweise zu automatisieren. Der Vorteil: So könnten Disponenten sich ganz der persönlichen Betreuung der potenziellen Zeitarbeitskräfte und deren Vorlieben widmen: „Stimmt der Lohn, passen die Schichten, ist der

Anfahrtsweg nicht zu lang – ist es also der richtige Einsatzbetrieb?“

UNSICHERE KANTONISTEN

Wird der Dialog derart intensiviert, wird es für Bewerbende immer schwieriger abzuspringen. „Kann der Disponent dem Kandidaten im persönlichen Gespräch eine Zusage abringen“, erklärt Lürßen, habe das mehr Gewicht „als eine Zusage via WhatsApp“. Dass Zeitarbeitsfirmen stärker auf ihr Klientel zugehen müssen, ist auch Randstad-CEO Jager wichtig zu betonen. Sie sollten auf die Ansprüche von Bewerbenden eingehen und schauen, „an welchen Stell-schrauben man eventuell drehen kann“. Doch ganz so einfach ist es nicht. Denn der Zeitarbeitsmarkt bleibt mit Blick auf Qualifikationsanforderungen eindeutig von gewerblicher Arbeit dominiert: Ihr Geld verdienen die Dienstleister mit der Überlassung von an- und unge-lerten Menschen. Höherqualifizierte, etwa für Medical Care, Finance und IT, repräsentieren nur zehn Prozent der überlassenen Kräfte. Und das wirkt sich auch aufs Ghosting aus, wie Podcaster Müller beobachtet: „Je niedriger die Qualifikation, umso mehr nehme ich Ghosting wahr.“ Sind Kandidatinnen

und Kandidaten hingegen höher quali-fiziert, dauern auch die Gespräche länger. „Der Prozess ist aufwendiger, Kan-didaten haben mehr Zeit investiert.“ Die Wahrscheinlichkeit, dass jemand Knall auf Fall abspringt, sinkt.

Wenn Ghosting die gesamte Branche so umtreibt wie hier skizziert, müsste es auch im Interesse des Verbandes liegen, den Zeitarbeitsfirmen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen. Doch der Gesamt-verband der Personaldienstleister (GVP) wiegelt ab. Mit wankelmütigen, illoyalen Bewerbenden umzugehen, sei Auf-gabe jedes einzelnen Dienstleisters, so ein Sprecher. Man könne es auch positiv sehen. Denn wer unversehens abspringt, verursacht nur ein Bruchteil der Recruitingkosten, die entstehen, wenn sich Bewerbende nach der Anstel-lung als untauglich erweisen. 25 und 35 Prozent aller besetzten Stellen seien Fehleinstellungen, beruft sich Professor Florian Feltes, Mitgründer von Zortify, auf eigene Studien. Die Kosten beliefen sich auf das etwa Anderthalbfache eines Jahresgehalts, auf oberer Ebene sogar auf das Dreifache.

Zurück zum Ghosting und der Frage, wie man das Problem in den Griff kriegt. Jager wünscht sich, dass sich Recruiter und Disponenten im Bewerbungsprozess

verlässlich, transparent und zupackend erweisen. Und daran knüpfe auch die neue Strategie „Partner for Talent“ an. Randstad wolle mehr auf das Potenzial von Mitarbeitenden schauen, sie gezielt weiterentwickeln und im Idealfall das ganze Berufsleben lang begleiten. So zugewandt will man sich schon im Bewerbungsprozess zeigen, verspricht Jager. „Wir arbeiten täglich daran, dass Talente dies im Bewerbungsprozess auch wirklich erleben.“

VERLEIHER BEGLEITEN KANDIDATEN ENGMASCHIGER

Konkreter wird Marktinsider Lürßen. „Aus Selbstschutz“, sagt er, gingen viele Personaldienstleister inzwischen dazu über, ihre Kandidaten engmaschiger zu betreuen. Ein Beispiel: „War jemand beim letzten Termin unpünktlich, ruft man am Tag zuvor an und begleitet ihn oder sie am ersten Einsatztag.“ Ein guter Rat: Müller weiß von Menschen, die mangels Hinweis, wo sie den Pförtner finden, „zuerst herumirren und dann einfach abdrehen“. Was soll schon passieren, denkt er oder sie: „Womöglich bin ich nur einer von 100, also fällt das nicht ins Gewicht.“ So oder so: Dass es auf dem Arbeitsmarkt dynamischer

zugeht, könne Segen und Fluch sein, sagt Randstad-Boss Jager. „Menschen bewer-ben sich schneller, springen aber auch rasch wieder ab.“ Nah an Bewerbenden zu sein, Zeit- und Informationslücken zu schließen – darauf komme es an. Das sollte aber nicht isoliert betrachtet werden. Vom Ghosting betroffen seien, laut Lürßen, eher jene Zeitarbeitsfirmen, die mit ihrem Employer Branding im Wettbewerb abgehängt seien. Was ohne Abstriche auch für die jeweiligen Entlei-her gilt. „Top-gerankte Arbeitgeber werden vermutlich weniger Probleme haben als eher unbekannte oder in ihrem Ruf belastete Firmen“, so Lürßen.

KUNDEN VERLANGEN ZUVERLÄSSIGKEIT

Ob Entleiher oder Verleiher – Ghosting beeinträchtigt die Zusammenarbeit in der Zeitarbeit zutiefst. Wobei der Druck auf die Personaldienstleister immens steigt, wie Müller weiß: „Als Dienstleis-ter wird man mit anderen Maßstäben gemessen.“ Entleiher hätten kein Ver-ständnis dafür, dass Leute verschwin-den und sich einem klärenden Gespräch entziehen. Ihre Forderung lautet daher: „Wir haben Sie eingekauft, dann liefern Sie auch!“ ■



Foto: Randstad

„Menschen bewerben sich schneller, springen aber auch rasch wieder ab.“

Richard Jager, CEO Randstad



#1 Event für Recruiting & Employer Branding

 talentpro.de

 blog.talentpro.de

Powered with  by 



Jetzt Tickets sichern!

We  our partners



04.-05. Juni 2025

Live im Zenith München

talentpro.de | [#talentpro](https://twitter.com/talentpro)



WORAUF ES BEIM EMPLOYER OF RECORD ANKOMMT

Employer of Record versprechen eine einfache Lösung für den Fachkräftemangel. Doch damit das gelingt, gilt es einiges zu beachten.

VON CATRIN BEHLAU

Die deutsche Wirtschaft ächzt unter dem Fachkräftemangel. Da ist die Versuchung groß, sich die benötigten Fachleute einfach im Ausland zu besorgen und sie auch dort zu beschäftigen. Doch die Risiken der Beschäftigung eines Mitarbeitenden im Ausland können enorm sein: Von der fehlerhaften Abführung von Steuern und Sozialabgaben bis hin zur unbeabsichtigten Begründung einer Betriebsstätte ist alles dabei – mit den entsprechenden Folgen, die beispielsweise in hohen Straf- oder Nachzahlungen enden können.

Eine einfache Lösung dafür bieten auf den ersten Blick Employer-of-Record-Anbieter (EoR). Diese schließen einen Rahmenvertrag mit dem Unternehmen ab und stellen in dessen Auftrag Mitarbeitende im Ausland ein. Auf dem Papier ist der Arbeitnehmer oder die Arbeitnehmerin beim Employer-of-Record-Anbieter angestellt, der auch die gesamte administrative Abwicklung des Arbeitsverhältnisses übernimmt.

Ein Anbieter für EoR ist das Unternehmen Remote. Deren Head of Marketing DACH, Alexis Seyfried, beobachtet unterschiedliche Gründe für Unternehmen, ein EoR in Betracht zu ziehen: „Manche wollen in einem neuen Land einen neuen Markt erschließen.“ Außerdem seien vor allem mit Blick auf den Fachkräftemangel EoR attraktiv,

um weltweit Fachkräfte rekrutieren zu können. „Und dann gibt es noch Unternehmen, die EoR nutzen, um entweder Kosten zu sparen oder als Ersatz für eine klassische Entsendung, wenn Mitarbeitende beispielsweise für einen gewissen Zeitraum ihren Lebensmittelpunkt ins Ausland verlegen wollen.“ Als EoR übernehmen Anbieter wie Remote die administrative Abwicklung des Arbeitsverhältnisses und sichern dabei Rechtskonformität zu.

EIN RUNDUM-SORGLOS-PAKET? NICHT UNBEDINGT

Denn das inländische Unternehmen gibt einen Teil der Kontrolle und der Verantwortung an den EoR ab. Das kann Fluch und Segen sein. Denn sie müssen sich darauf verlassen können, dass der Anbieter auch wirklich rechtskonform arbeitet. Bei Remote können sowohl Arbeitnehmer oder Arbeitnehmerinnen als auch das auftraggebende Unternehmen die Daten zu den Mitarbeitenden auf einer Plattform einsehen. Alles weitere verbleibt in der Hand des inländischen „Auftraggebers“ des EoR, so zum Beispiel die Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses, die Gehaltsstruktur und das Weisungsrecht.

Doch das System birgt auch durchaus Risiken, sowohl arbeitsrechtlicher als auch steuerlicher Natur. „Eine wirkliche

Rechtssicherheit haben deutsche Unternehmen mit dieser Lösung nicht“, sagte Gisela Baum von der AXA kürzlich im Round Table Global Mobility der Personalwirtschaft.

BUNDEANSTALT FÜR ARBEIT PRÄZISIERT VORSCHRIFTEN

Ein Grund für die rechtlichen Risiken könnte auch die Bundesagentur für Arbeit (BA) sein. Denn die wacht über die Einhaltung des Arbeitnehmerüberlassungsgesetzes (AÜG). Zum 15. Oktober 2024 hat die BA nunmehr eine neue Fassung der sogenannten fachlichen Weisungen zum Arbeitnehmerüberlassungsgesetz veröffentlicht. Damit werden die bestehenden Vorschriften zur Arbeitnehmerüberlassung präzisiert und ergänzt. Nach Auffassung der Bundesagentur droht nun auch in Fällen, in denen diese Arbeitnehmer ausschließlich im Ausland tätig sind, die Gefahr einer illegalen Arbeitnehmerüberlassung.

Bislang galt, dass die Zusammenarbeit beim Employer of Record dann nicht dem Anwendungsbereich des AÜG unterfiel, wenn die Arbeitnehmer ausschließlich im Ausland tätig wurden und der Vertragspartner ebenfalls im Ausland saß. Wenn die Mitarbeitenden, die über ein EOR beschäftigt sind, im Ausland arbeiten, aber virtuell zum

Beispiel in Meetings für ein in Deutschland ansässiges Unternehmen tätig sind, könnte dies als illegale Arbeitnehmerüberlassung gelten, sofern keine entsprechende Erlaubnis vorliegt.

ARBEITSRECHTLER WARNEN VOR DEN FOLGEN

Arbeitsrechtler warnen bereits vor den Folgen: So rät die renommierte Kanzlei Noerr Unternehmen mit Auslandsbezug, ihre Verträge dringend zu überprüfen. „Erfolgt eine nach deutschem Recht zu beurteilende Arbeitnehmerüberlassung ohne die notwendige Erlaubnis, drohen dem Einsatzunternehmen zum einen ein Bußgeld von bis zu 30000 Euro je Einzelfall“, schreibt Noerr-Arbeitsrechtler Yannick Bähr in einem Kommentar.

Bähr hält die Neuregelung zumindest in Teilen für rechtlich fragwürdig: „Eine gesetzliche Grundlage fehlt. Wenn die BA dies mit dem Schutz des Teilarbeitsmarkts Arbeitnehmerüberlassung begründet, lässt dies eher auf die Sorge vor Kontrollverlust schließen als auf einen gesetzlichen Auftrag oder ein praktisches Bedürfnis.“ Wie absurd diese Auffassung der BA sei, zeige sich auch daran, „dass Auftragnehmer außerhalb der EU/EWR nicht einmal eine Arbeitnehmerüberlassungserlaubnis beantragen können.“



„Wir sind uns in unserem europäischen Global-Mobility-Team einig, dass EoR nicht vor der Auslösung einer Betriebsstätte in dem betreffenden Land schützen.“

Claudia Häge, Steuerberaterin und Partnerin bei RWT Crowe

ES BESTEHT DIE GEFAHR DER DOPPELBESTEUERUNG

Auch steuerlich können Hindernisse lauern. Claudia Häge, Steuerberaterin und Partnerin bei RWT Crowe in Reutlingen, warnt daher eindringlich vor EoR-Konstruktionen: „Wir sind uns in unserem europäischen Global-Mobility-Team einig, dass EoR nicht vor der Auslösung einer Betriebsstätte in dem betreffenden Land schützen.“ Denn die Finanzverwaltung beurteilt nicht in erster Linie die vertragliche Konstellation, sondern die

wirtschaftliche Leistung, so die Erläuterung Häges.

Das heißt im Klartext: Erbringt der Mitarbeitende eine wirtschaftliche Leistung für ein Unternehmen und unterliegt dessen Weisungen, kann dies eine steuerliche Betriebsstätte auslösen, auch wenn dieser formell vertraglich beim EoR angestellt ist. Und eine Betriebsstätte würde nicht nur steuerliche Compliance-Kosten verursachen, es bestünde in manchen Fällen auch die Gefahr einer Doppelbesteuerung (bei nachträglich erkannter Betriebsstätte oder bei unterschiedlichen

Modi der Gewinnermittlung im In- und Ausland). Daher ist das primäre Ziel von Unternehmen, Betriebsstätten beim Einsatz von Mitarbeitenden im Ausland zu vermeiden. EoR sind da nur vermeintlich eine einfache und sichere Lösung. Zumal es in der Branche auch „schwarze Schafe“ gibt. Seyfried von Remote empfiehlt daher, bei der Auswahl der Dienstleister genau hinzuschauen: „Ein Vorteil ist zum Beispiel, wenn die EoR-Anbieter eine eigene Niederlassung in dem jeweiligen Land hat.“ Wichtig sei auch, auf die Kosten für die EoR-Nutzung EoR ach-

ten. Manche Unternehmen rechnen, wie Remote, eine monatliche Pauschale ab, andere berechnen die Gebühren nach der Höhe des Gehalts des Mitarbeitenden oder nach anderen Parametern. Welches Kostenmodell sich dann am besten eignet, hängt am Ende vom Ziel und der Ausgestaltung des EoR ab.

EoR können also eine sinnvolle Alternative sein, personelle Engpässe hierzulande oder im Ausland zu überbrücken – doch die Entscheidung will wohlüberlegt und geplant sein. Damit es am Ende kein böses Erwachen gibt. ■

SO FUNKTIONIERT DER EMPLOYER OF RECORD (EOR)

INFO

- Der EoR übernimmt als Dienstleister für das Einsatzunternehmen alle Aufgaben im Zusammenhang mit der Beschäftigung des Mitarbeiters im Ausland. Darunter fallen die Erstellung des Arbeitsvertrages, Lohnbuchhaltung, gesetzliche Abgaben wie Sozialversicherungsbeiträge und Lohnsteuer sowie die Gehaltszahlung an den Mitarbeiter.
- Der gewünschte Mitarbeiter wird nicht bei dem Einsatzunternehmen, sondern direkt bei dem EoR angestellt. Die EoR verfügen regelmäßig über Gesellschaften mit Sitzen in den Ländern, in denen der Service angeboten und Mitarbeiter für das Einsatzunternehmen angestellt werden sollen.
- Der EoR überträgt das fachliche Weisungsrecht auf das Einsatzunternehmen. Zwischen dem Einsatzunternehmen, also dem eigentlichen Arbeitgeber, und dem ausländischen Mitarbeiter besteht kein Arbeitsverhältnis. Der ausländische Mitarbeiter wird letztlich nur für das Einsatzunternehmen tätig. Da der EoR neben der Anstellung der Mitarbeiter und Durchführung der Lohnbuchhaltung keine eigene Geschäftstätigkeit ausübt, ist er lediglich der „Arbeitgeber auf dem Papier“.

Quelle, Kanzlei Noerr

**ARTS****ARTS Experts GmbH**

Hermann-Reichelt-Straße 3
01109 Dresden
Tel.: +49 351 795 808 0
www.arts.eu
info@arts.eu

Als umfassende 360° HR Agentur bieten wir Ihnen innovative, qualitativ hochwertige und maßgeschneiderte HR-Beratungs- und Outsourcing-Lösungen, die Sie dabei unterstützen, sich als attraktiver und zukunftssicherer Arbeitgeber zu positionieren.

**HR Rocket GmbH**

Kettelerstraße 5-11
97222 Rimpfing
Tel.: 09365 82923-0
mail@hr-rocket.com
www.hr-rocket.com

HR Rocket GmbH betreibt ein Netzwerk regionaler und fachspezifischer Jobbörsen. Als Experte für digitales Recruiting bietet das Unternehmen kreative Stellenanzeigen, zielgerichtetes Marketing, Karriereseiten und Whitelabel-Jobbörsen.



ARTS

ARTS Experts GmbH
Hermann-Reichelt-Straße 3
01109 Dresden
Tel.: +49 351 795 808 0
www.arts.eu
info@arts.eu

USP

Als Ihre 360° HR Agentur unterstützen wir Sie dabei, als attraktiver Arbeitgeber zukunftssicher aufgestellt zu sein. Wir gewinnen die richtigen Talente und optimieren Ihre HR-Prozesse mit einer individuellen, kreativen Herangehensweise. Profitieren Sie von unseren flexiblen, hochwertigen HR-Services und bauen Sie auf eine starke Partnerschaft.

PRODUKTE

- Beratungs- und Outsourcing-Kompetenz in der Personalgewinnung, -bindung und -administration
- 360° HR Services: Employer Branding, Personalmarketing, Recruiting, HR Services, Personalentwicklung

REFERENZEN

Die Autobahn des Bundes, Airbus, Jack Wolfskin, RheinPerChemie, proalpha

KONTAKT

Aileen Kreibich
General Manager
Tel.: +49 172 24 81 43 8
aileen.kreibich@arts.eu



ARTS EXPERTS – 360° HR AGENTUR

Als umfassende 360° HR Agentur bieten wir Ihnen innovative, qualitativ hochwertige und maßgeschneiderte HR-Beratungs- und Outsourcing-Lösungen, die Sie dabei unterstützen, sich als attraktiver und zukunftssicherer Arbeitgeber zu positionieren. Unsere Leidenschaft für HR prägt jede unserer Handlungen – wir sind Ihr Macher & Guide.

ARTS Experts ist eine 360° HR Agentur, die sich als treibende Kraft in der HR-Welt etabliert hat. Mit über 24 Jahren Erfahrung und einem Team aus 107 leidenschaftlichen HR-Profis, den „HR Lovers“, bieten wir Ihnen innovative, maßgeschneiderte

HR-Beratungs- und Outsourcing-Lösungen. Unser Ziel ist es, Sie dabei zu unterstützen, sich als attraktiver Arbeitgeber in einer sich schnell wandelnden Arbeitswelt zukunftssicher aufzustellen. Unser Service umfasst ein breites Spektrum an HR-Dienstleistungen: von der

Talentgewinnung über Mitarbeiterbindung bis hin zur Optimierung und Digitalisierung von Personalprozessen. Wir begleiten Sie durch alle Phasen der HR-Landschaft – von der Candidate Journey über die Employee Journey bis zur Alumni Journey. So können wir gezielt

auf Ihre individuellen Bedürfnisse eingehen und nachhaltige Ergebnisse liefern. Wir sind „Macher & Guide“, die strategische Lösungen entwickeln und diese konsequent umsetzen.

Unsere Dienstleistungen reichen von Recruiting as a Service über Employer Branding bis zu Social Media Recruiting und HR-Outsourcing. Im HR-Outsourcing übernehmen wir operative Aufgaben wie Personaladministration, Personalentwicklung und Bewerbermanagement, sodass Sie sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren können und gleichzeitig von unserer Expertise profitieren.

ARTS Experts setzt auf moderne Recruiting-Services, insbesondere im Rahmen von Recruitment Process Outsourcing (RPO). Wir übernehmen Ihre Recruiting-Aufgaben vollständig oder teilweise – transparent, remote und zu attraktiven Preisen. Unser High Volume Recruiting

ist ideal, wenn Sie in kurzer Zeit viele Stellen besetzen müssen; wir entwickeln maßgeschneiderte Recruiting Funnels und können bis zu 1000 Mitarbeiter pro Jahr gewinnen.

IHRE FULL-SERVICE HR-AGENTUR FÜR NACHHALTIGE ERFOLGE

Ein zentraler Aspekt unserer Arbeit ist die enge, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Ihnen. Wir legen Wert darauf, dass unsere Lösungen effizient sind und die Kultur sowie Ziele Ihres Unternehmens widerspiegeln. Dank unserer langjährigen Erfahrung verstehen wir die Herausforderungen sowohl des Mittelstands als auch von Konzernen und öffentlichen Institutionen.

ARTS Experts wurde für innovative HR-Kampagnen anerkannt, darunter die Auszeichnung für unser Projekt bei der Autobahn GmbH des Bundes im Bereich

Personalmarketing, das den Dresdner Marketingpreis 2024 erhielt. Mit einer beeindruckenden Besetzungsquote von 90 % für über 600 offene Positionen war dieses Projekt ein Meilenstein im öffentlichen Dienst und ein Beweis für unsere Fähigkeit, Recruiting-Prozesse zu optimieren.

Neben operativer Unterstützung bieten wir strategische Beratung, um Sie

„ Mit uns profitieren Sie von unserer einzigartig individuellen und kreativen Herangehensweise. Wir reagieren schnell und flexibel auf Ihre Bedürfnisse und bieten dabei stets qualitativ hochwertige, menschenzentrierte HR-Dienstleistungen.

Aileen Kreibich, General Manager



langfristig erfolgreich zu positionieren. Unser Wissen über moderne HR-Technologien hilft uns, Sie bei der Digitalisierung Ihrer HR-Prozesse zu unterstützen. Wir setzen auf maßgeschneiderte IT-Lösungen, die sich nahtlos in Ihre bestehenden Infrastrukturen einfügen. Als Full-Service HR-Agentur sind wir stolz darauf, Unternehmen in der DACH-Region mit innovativen Lösungen und Engagement zu unterstützen. Unsere Mission ist klar: Wir helfen Ihnen, Ihre HR-Prozesse zu transformieren, die besten Talente zu gewinnen und sich als starke Arbeitgebermarke zu positionieren.

ARTS Experts – Wir I(i)eben HR und gehen gemeinsam mit Ihnen die entscheidenden Schritte in die Zukunft.

ARTS sicherte sich mit dem beeindruckenden Recruiting-Erfolg bei der Autobahn GmbH des Bundes den 1. Platz beim Dresdner Agenturpreis 2024!



INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



Seite 54 **KI im Arbeitsalltag**

Seite 56 **Gebote bei der Auswahl von RMS**

Seite 59 **Anbieter im Porträt**

Seite 60 **Branchenverzeichnis**



Foto: adobeStock.com | Dusan Kostic

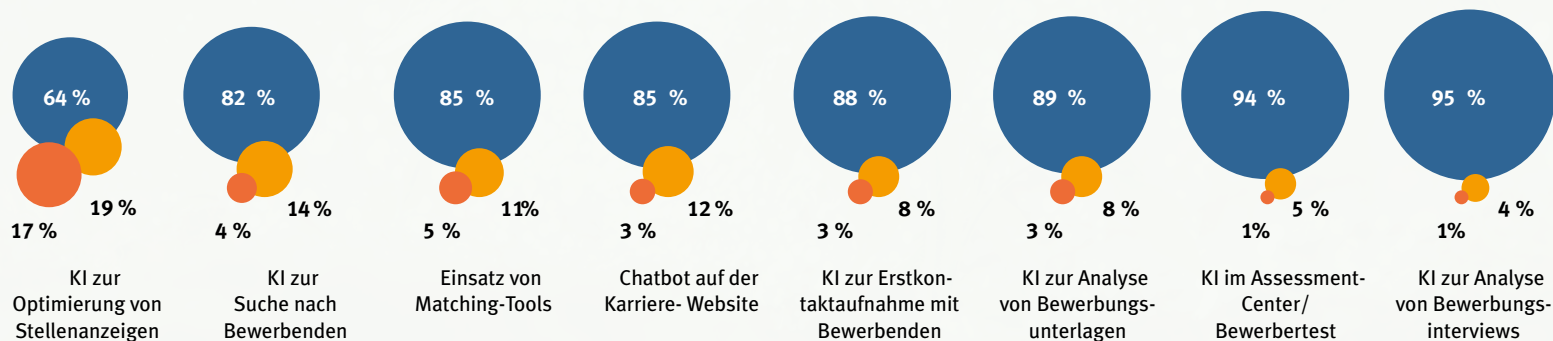
ZARTES PFLÄNZCHEN KI

Der Hype um Künstliche Intelligenz ist im Recruiting von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) noch nicht ganz angekommen. Lediglich ein Drittel der HR-Verantwortlichen meint, dass KI-Tools Recruiting-Abläufe vereinfachen. Das ist das Ergebnis des Index Recruiting Reports 2024. Die Studie basiert auf einer Online-Befragung unter mehr als 600 Personalverantwortlichen (80 Prozent davon arbeiten bei KMU) im Juli 2024. Der tatsächliche Einsatz von KI-Instrumenten ist demnach sogar noch seltener: Am häufigsten nutzen Personaler KI demnach bereits zur Optimierung von Stellenanzeigen (17 Prozent).

IN WELCHEN DER FOLGENDEN BEREICHE SETZEN SIE KI IM RECRUITING BEREITS EIN ODER PLANEN SIE DIES?

Mehrfachauswahl möglich (n = 612)

● Setzen wir bereits ein ● Planen wir ● Weder noch



Quelle: Index Recruiting Report 2024



KI IM ARBEITSALLTAG: NUTZER SIND SKEPTISCH

Wann ist der Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Personalarbeit sinnvoll? Und was für einen Einfluss hat diese auf die Arbeitskultur?

VON ANGELA HEIDER-WILLMS

Künstliche Intelligenz ist längst Teil von HR. Seit Jahren wird KI-basierte Software für Prognosen und Analysen genutzt und hat so ihren Einzug in die HR-Kernaufgaben gehalten. Neue Technologien wie generative Modelle haben dieser Entwicklung einen neuen Schub gegeben,

beispielsweise in Bereichen wie Recruiting, Personalplanung und Personaleinsatzplanung. Was die Technologie alles zu leisten vermag, ist die eine Sache, wie die Userinnen und User deren Einfluss auf ihre Arbeit einschätzen, eine andere. Mit eben dieser Perspektive haben sich zwei aktuelle Umfragen beschäftigt.

UNTERSTÜTZUNG IM ARBEITSALLTAG

Die beste Art eine KI einzusetzen ist dort, wo sie bestehende Datensätze auswerten kann. Dies trifft auf viele Routineaufgaben der Personalarbeit zu, die sich beispielsweise mit Personaldaten beschäftigen. Das spiegelt sich in der Befragung

des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) wider: 61 Prozent der Befragten stuften bezüglich Routinearbeiten den KI-Einsatz als sinnvoll ein. Die Analyse von Weiterbildungsangeboten wird dagegen nur von 40 Prozent als sinnvoller Einsatzbereich eingeschätzt. Und auch weitere Aufgaben, die durch das Analysieren von bereits vorliegenden

Daten von der KI übernommen werden könnten, bekommen nur wenig Zustimmung. Dazu zählen Prognosen des Personalbedarfs (27 Prozent) und erfolgversprechender Karrierepfade (14 Prozent). Thomas Schleiermacher, Verfasser des IW-Kurzberichts, vermutet als Grund für die Skepsis der Anwenderinnen und Anwender die Gegebenheiten der Daten in Unternehmen. Die benötigten Informationen für solche Prognosen lägen den Personalabteilungen theoretisch bereits vor, aber seien meistens in getrennten Systemen gespeichert. Schleiermacher meint im Bericht: „Die für eine KI-Unterstützung sinnvolle Zusammenführung möglichst vieler Einzeldatensätze dürfte für viele Unternehmen ein größeres Entwicklungsprojekt darstellen.“

Viele Bereiche, bei denen eine KI-Unterstützung von Personalverantwortlichen als wenig sinnvoll eingeschätzt wird, hängen zudem mit den Fähigkeiten von Künstlicher Intelligenz zusammen. Sie ist ein leistungsstarkes Instrument, das aber auch klare Grenzen hat. Wer bereits einmal mit ChatGPT gearbeitet hat, stellt schnell fest, wo diese liegen. Die KI ist nicht fähig, neue Erkenntnisse zu produzieren oder das Geschriebene nach Fakten zu überprüfen, sondern erkennt Muster in der menschlichen Sprache und kann Texte daraufhin analysieren oder optimiert wiedergeben.

Im direkten Kontakt mit neuen Talenten oder deren Einschätzung sehen Personalverantwortliche wenig Nutzen für die KI als Helfer im Arbeitsalltag. Laut IW-Bericht finden nur 15 Prozent der Befragten eine KI-Unterstützung bei der Kommunikation mit potenziellen Talen-

ten sinnvoll, 13 Prozent beim Bewerten der eingegangenen Bewerbungen. „Eine KI als Unternehmensrepräsentantin kann nach Einschätzung der befragten Personalverantwortlichen dieser hohen personalpolitischen Bedeutung des Kennenlernprozesses – zumindest in den kommenden fünf Jahren – nicht gerecht werden“, so der Autor.

GROSSE UNTERNEHMEN SIND OPTIMISTISCHER

Die Antworten der Befragten unterscheiden sich je nach den bestehenden Verhältnissen im zugehörigen Unternehmen oder in der Zugehörigkeit zu einer bestimmten Bevölkerungsgruppe teils stark. Die Umfrage des Coachingausbilders InKonstellation zeigt beispielsweise, dass bei der Frage, ob KI im Berufsalltag eher Risiken als Chancen berge, Männer tendenziell optimistischer eingestellt waren. 59 Prozent von ihnen geben „Chancen“ als Antwort an, bei Frauen sind es 51 Prozent.

STARKE VERÄNDERUNGEN

Wird sich der eigene Arbeitsalltag durch KI in fünf Jahren verändern? 40 Prozent der Befragten mit einem akademischen Abschluss rechnen mit „starken“ oder „sehr starken Veränderungen“, bei Nichtakademikerinnen und -akademikern sind es nur 22 Prozent. Mitarbeitende aus größeren Unternehmen, solchen mit tendenziell höherer Wirtschaftsnähe und/oder weit vorangeschrittener Digitalisierung, zeigten sich in der Umfrage des IW generell optimistischer und offener für den Einsatz von

» Eine KI als Unternehmensrepräsentantin kann der hohen personalpolitischen Bedeutung des Kennenlernprozesses derzeit nicht gerecht werden.

KI in der Personalarbeit. Auch Betriebe, die derzeit Azubis beschäftigen, sehen ein höheres Hilfspotenzial von KI als solche, die keine beschäftigen. „Speziell kleineren Unternehmen und Non-Profits fehlen oft die Ressourcen, um in kurzer Zeit einen groß angelegten KI-Umbau durchzuführen. Hier ist es dann umso wichtiger, dass die notwendigen Kompetenzen strategisch klug aufgebaut werden“, meint Jonas Polfuß von der IU Internationalen Hochschule. Er ist derzeit an mehreren KI-Forschungsprojekten beteiligt.

UNTERNEHMEN SOLLTEN KI ETHISCH BELEUCHTEN

Trotz Skepsis: Dass KI den Arbeitsalltag (nicht nur) von Personalverantwortlichen beeinflussen wird, ist inzwischen sehr wahrscheinlich. Eine weitere Frage von InKonstellation zielte auf den Umgang von der Gesellschaft und den Unternehmen mit den kommenden Veränderungen ab. 63 Prozent der Befragten wünschten sich dabei eine verstärkte Diskussion der ethischen Fragen, die mit der Verbreitung von KI aufkommen. Für eine Qualifizierungsoffensive für diejenigen, deren Routineaufgaben von der KI ersetzt werden könnten, sprachen sich bei der Umfrage 58 Prozent der befragten Berufstätigen aus.

AUSWIRKUNG AUF KOOPERATION ZWISCHEN MENSCHEN

Was ist die Einschätzung bezüglich der zwischenmenschlichen Zusammenarbeit? Dass die KI diese nur sehr gering beeinflusst, glauben lediglich fünf Prozent der Befragten. Bei der Frage, ob menschliche Zusammenarbeit durch Künstliche Intelligenz insgesamt leichter oder schwerer wird, sprachen sich rund zwei Drittel für die letzte Option aus. Ebenfalls rund zwei Drittel befürchten, dass sich die Kommunikation durch Verlust von persönlichem Kontakt verschlechtert wird. Mit 65 Prozent sehen den höchsten Nutzen die Befragten bei internationaler Zusammenarbeit, da KI hier Sprachbarrieren abbauen kann. ■

DIE UMFRAGE

INFO

Für den Kurzbericht des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) wurden 752 Personalverantwortliche im Herbst/Winter des vergangenen Jahres danach befragt, für wie sinnvoll sie den Einsatz von Künstlicher Intelligenz in bestimmten HR-Bereichen halten. Im Mai 2024 wurden in einer Online-Umfrage im Auftrag vom Coachingausbilder InKonstellation 1051 Beschäftigte nach dem Einfluss von KI auf die Arbeitskultur befragt.



Foto: adobeistock.com_Tomasz

AUF DER SUCHE NACH DEM BESTEN SYSTEM

Die Vielzahl von Bewerbermanagement-Tools macht die Auswahl schwierig. Am Anfang sollte eine Analyse der Unternehmensbedürfnisse stehen, denn kein System passt überall. Wolfgang Brickwedde, Chef des Institute for Competitive Recruiting, hat die wichtigsten Gebote und Verbote zusammengestellt.

NACHGEFRAGT

„Die Nutzerfreundlichkeit für Bewerber wird wichtiger“

Jedes Jahr zeichnet das Institut for Competitive Recruiting die besten Tools aus. Wolfgang Brickwedde verrät, worauf Personalabteilungen bei der Auswahl achten.

INTERVIEW: MATTHIAS SCHMIDT-STEIN

Personalwirtschaft: Herr Brickwedde, Sie zeichnen einmal im Jahr die besten Bewerbermanagementsysteme – neu-deutsch ATS (Kürzel steht für Applicant Tracking System) – aus. Wieso werden dabei verschiedene Systeme ausgezeichnet?

Wolfgang Brickwedde: Ein System kann für ein Unternehmen oder eine Unternehmensgruppe gut geeignet sein – für das andere eben nicht. Deshalb unterteilen wir das nach Einstellungsbedarf. Also danach, wie viel Personal im Jahr eingestellt werden soll.

Wieso spielt der Bedarf eine so große Rolle? Man könnte ja auch nach hauptsächlichlicher Zielgruppe unterscheiden – also etwa, ob es eher um Blue- oder White-Collar-Jobs geht.

Könnte man theoretisch, klar. Allerdings stellen viele Unternehmen beide Gruppen ein. Ein Industrieunternehmen braucht nicht nur Produktions-, sondern auch Verwaltungsmitarbeiter und ein Dienstleister zum Beispiel einen Hausmeister. Dagegen gibt es bei einem höheren Recruiting-Bedarf ganz praktische Gründe, die manchmal gegen ein System sprechen.

Welche Gründe sind das?

Zum Beispiel gibt es ATS, da lässt ab einem gewissen Volumen an Bewerbungen die Performance – also vor allem die Geschwindigkeit – nach.

Lässt sich die Frage, was ganz allgemein ein gutes Bewerbermanagementsystem ausmacht, denn beantworten?

Ein Punkt ist definitiv die Zukunftssicherheit. Da sind Lösungen, die ein ganzes Ökosystem um sich herum haben, natürlich im Vorteil. Dort lassen sich dann relativ einfach Add-ons und andere Ergänzungen einspielen – und die nutzenden Unternehmen müssen das nicht mühsam selbst programmieren.

Welche Rolle spielen in diesem Zusammenhang die Individualisierungsmöglichkeiten durch die User?

Das ist schon ein wichtiger Aspekt. Früher musste man dem Anbieter einen Change Request schreiben – und mit Glück kam dann nach zwei Jahren eine Lösung. In moderner modular aufgebauter Software können die Abteilungen das hingegen selbst machen – aber nicht alle Zwischenschritte lassen sich ausschalten.

Können Sie das erläutern?

Einige ATS verlangen in jedem Fall eine Registrierung durch den Bewerber oder die Bewerberin. Dabei weiß man, dass man dadurch zwischen 50 und 90 Prozent der potenziellen Bewerbenden verliert. Viele Personalabteilungen wissen gar nicht, wie viel sie hier verschenken – vielleicht sollten sie dazu mal mit ihrer Marketingabteilung über Zahlen sprechen, beispielsweise die Anzahl derer, die auf „jetzt bewerben“ drücken, und derer, die tatsächlich im ATS ankommen. Aber insgesamt wird die Nutzerfreundlichkeit auf der Bewerberdenseite in Zukunft immer wichtiger.

Ihre Auszeichnung basiert auf einer Befragung von rund 2500 Nutzerinnen und Nutzern von ATS. Gibt es Punkte, die diese besonders häufig kritisiert haben?

Durchgängig schlecht bewertet wurde zum Beispiel die Möglichkeit, aus dem System heraus Kandidaten etwa in Xing und LinkedIn zu suchen. Aber auch die Optionen zur Kooperation mit Personaldienstleistern kommen oft nicht gut weg. So wie auch mit dem Controlling – wobei man hier etwas einschränken muss.



Foto: ICF

Wolfgang Brickwedde, Chef des Instituts für Competitive Recruiting

Inwiefern muss man einschränken?

Teilweise kam bei der weiteren Nachfrage bei den Anbietern heraus, dass die vom Controlling geforderten KPIs doch von der Software geliefert werden können – die Nutzerinnen und Nutzer nur nicht wussten, wie. Da ist dann manchmal auch eine gewisse Unkenntnis schuld.

Welche Rolle spielt denn Künstliche Intelligenz in den Systemen?

Immer mehr Systeme integrieren KI schon heute. Die Liste ist aber zugegebenermaßen noch sehr kurz. Die Nutzerinnen und Nutzer haben im Zweifelsfall schon einmal ChatGPT genutzt und wissen, was KI kann. Und um diese dadurch geweckten Erwartungen zu erfüllen, gibt es – glaube ich – noch viel zu tun. ■

10 GEBOTE FÜR DIE AUSWAHL EINES
BEWERBERMANAGEMENTSYSTEMS

INFO

- ① **Du sollst deine Anforderungen klar definieren.** Ohne Klarheit über die eigenen Bedürfnisse wird der Weg zum richtigen System ein Irrweg sein.
- ② **Du sollst auf die Nutzerfreundlichkeit achten,** sowohl für Recruiter als auch für Bewerber. Ein System, das schwer zu bedienen ist, führt zum Scheitern des Rekrutierungsprozesses und vergrämt die besten Talente.
- ③ **Du sollst die Datensicherheit als heiliges Gebot achten.** Unachtsamkeit in der Datenverwaltung bringt das Unternehmen in rechtliche und ethische Schwierigkeiten.
- ④ **Du sollst die Flexibilität und Anpassbarkeit eines Systems hochschätzen.** Denn die Bedürfnisse und Anforderungen ändern sich stetig – ein starres System ist dem Fortschritt hinderlich.
- ⑤ **Du sollst kein System wählen, das nicht für mobile Endgeräte optimiert ist.** Die Generation der mobilen Bewerber soll auch unterwegs die Möglichkeit haben, sich einfach und schnell zu bewerben.
- ⑥ **Du sollst darauf achten, dass das System sich nahtlos in deine bestehende IT-Infrastruktur fügt.** Ein isoliertes System schafft mehr Probleme, als es löst.
- ⑦ **Du sollst das Preis-Leistungs-Verhältnis prüfen** und nicht nur nach dem Günstigsten suchen. Ein scheinbar günstiges System kann langfristig teuer werden und den Erfolg des Recruitings gefährden.
- ⑧ **Du sollst ein System wählen, das detaillierte Berichte und Analysen bietet.** Denn die Messung und Optimierung des Rekrutierungserfolges ist der Weg zu kontinuierlicher Verbesserung.
- ⑨ **Du sollst das System zuerst testen,** bevor du es bindend kaufst. Denn in der Praxis zeigt sich, was in der Theorie nicht sichtbar ist.
- ⑩ **Du sollst die Zukunftsfähigkeit des Systems bedenken** und in Technologien wie KI und Automatisierung investieren. Ein System, das heute zukunftsfähig ist, wird dich auch morgen erfolgreich unterstützen.

10 FEHLER BEI DER AUSWAHL EINES
BEWERBERMANAGEMENTSYSTEMS

INFO

- ① **Keine klare Zielsetzung:** Ohne konkrete Ziele und Anforderungen führt die Auswahl oft zu einem System, das nicht zu den tatsächlichen Bedürfnissen des Unternehmens passt.
- ② **Unterschätzung der Implementierungskosten:** Neben den Lizenzkosten solltest du auch die Kosten für Schulung, Anpassung und Support berücksichtigen, die häufig unterschätzt werden.
- ③ **Zu komplexe Prozesse:** Systeme mit unnötig komplexen Prozessen schrecken Bewerber ab und führen zu einem schlechten Bewerbungserlebnis und höheren Abbruchquoten. Eine Registrierungspflicht führt beispielsweise zu circa 50 bis 60 Prozent Abbruchrate.
- ④ **Fokus nur auf aktuelle Bedürfnisse:** Unternehmen, die nur die heutigen Anforderungen im Blick haben, riskieren, dass das System in wenigen Jahren veraltet ist und nicht mehr den Marktanforderungen entspricht.
- ⑤ **Fehlende Einbindung der Nutzer:** Die Anforderungen und Wünsche der Recruiter und der IT-Abteilung müssen berücksichtigt werden, sonst entstehen unnötige Reibungspunkte und mangelnde Akzeptanz.
- ⑥ **Datenschutz vernachlässigen:** Systeme, die nicht den gesetzlichen Vorgaben entsprechen, führen zu rechtlichen Risiken und einem Vertrauensverlust bei Bewerbern.
- ⑦ **Mangelnde Integration in bestehende Systeme:** Ein Bewerbermanagementsystem, das nicht gut mit vorhandener HR-Software, wie etwa Gehaltssystemen, kommuniziert, kann zu ineffizienten Prozessen führen.
- ⑧ **Unzureichende Schulung der Nutzer:** Fehlende Schulungen und mangelndes Verständnis für die Funktionen des Systems führen zu suboptimaler Nutzung und Frustration bei den Mitarbeitern.
- ⑨ **Verzicht auf Anpassungsoptionen:** Ein starr vorgegebenes System, das keine Anpassungen ermöglicht, wird bei Änderungen der Recruiting-Strategie schnell unbrauchbar.
- ⑩ **Blindes Vertrauen in Anbieterangaben:** Versprechungen der Anbieter entsprechen nicht immer der Realität.



ARTS Experts GmbH
 Hermann-Reichelt-Straße 3
 01109 Dresden
 Tel.: +49 351 795 808 0
www.arts.eu
info@arts.eu

Als umfassende 360° HR Agentur bieten wir Ihnen innovative, qualitativ hochwertige und maßgeschneiderte HR-Beratungs- und Outsourcing-Lösungen, die Sie dabei unterstützen, sich als attraktiver und zukunftssicherer Arbeitgeber zu positionieren.



BITE GmbH
 Magirus-Deutz-Straße 12
 89077 Ulm
 Tel.: 0731 141150-0
www.b-ite.de · info@b-ite.de

Mit über 15 Jahren Erfahrung, mehr als 4500 Kunden und ca. 150000 aktiven Anwendenden zählt die BITE GmbH zu den führenden Anbietern von Recruiting Software in Deutschland. Der BITE Bewerbermanager überzeugt sowohl durch Usability wie auch durch Funktionsumfang.



candidate select GmbH (case)
 Raderberger Straße 173-175
 50968 Köln
 Tel.: +49 221 99554463
www.candidate-select.de
info@candidate-select.com

case (candidate select GmbH) ist ein 2016 gegründetes HR-Tech-Unternehmen, das wissenschaftlich fundierte Recruiting-Algorithmen entwickelt. Mit global anwendbaren Scores bietet es Diagnostik- und Employer-Branding-Lösungen für eine faire Talentbewertung.



HR Rocket GmbH
 Kettelerstraße 5-11
 97222 Rimpfing
 Tel.: 09365 82923-0
mail@hr-rocket.com
www.hr-rocket.com

HR Rocket GmbH betreibt ein Netzwerk regionaler und fachspezifischer Jobbörsen. Als Experte für digitales Recruiting bietet das Unternehmen kreative Stellenanzeigen, zielgerichtetes Marketing, Karriereseiten und Whitelabel-Jobbörsen.



HR4YOU AG
 Breitenbacher Straße 12a
 91320 Ebermannstadt
 Tel.: 09194 72522-0
www.hr4you.de · sales@hr4you.de

HR4YOU steht für:

- Mehr als 10000 Personalern vertrauen uns
- 100 Prozent webbasiertes System
- Datenschutz: ISO/IEC 27001 & 27018
- EU-DS-GVO Compliance
- 24/7 Online-Support-System
- Responsive Design
- Vielfältige Apps verfügbar



softgarden e-recruiting GmbH
 Tauentzienstraße 14
 10789 Berlin
 Tel.: 030 884940-410
softgarden.com
anfrage@softgarden.de

Als umfassendes Angebot für zeitgemäßes Recruiting kombiniert softgarden digitales Bewerbermanagement mit Lösungen sowie Expertenberatung für Reichweite und Image. Schon heute nutzen über 1600 Kunden sämtlicher Branchen und Größen softgarden.



Talentwunder GmbH
 Reinhardtstraße 56-58 · 10117 Berlin
 Tel.: +49 (0)30 12083490
www.talentwunder.com
hello@talentwunder.com

Talentwunder ist ein führendes HR-Tech-Unternehmen, das 2014 gegründet wurde. Mit KI-gestützten Lösungen wie der Talentwunder-App, Sourcing as Service und einem Mitarbeiterempfehlungsprogramm revolutionieren wir das Recruiting. Branchenführer vertrauen uns!



BITE GmbH
 Magirus-Deutz-Straße 12
 89077 Ulm
 Tel.: 0731 141150-0
 www.b-ite.de · info@b-ite.de

USP

Der BITE Bewerbermanager unterstützt Organisationen entlang der kompletten Recruiting-Prozesskette. Mittels Funktionen wie z. B. WhatsApp-Bewerbung, Chatbot-Einbindung auf der Karriereseite sowie Job-Alert werden die Candidate Experience enorm gesteigert, interne Reaktionszeiten verkürzt und Transparenz geschaffen. Über 4500 Kunden können sich nicht irren!

PRODUKTE

WhatsApp-Bewerbung, CV Parser, Chatbot, Arbeitszeugnisanalyse, Job-Alert, Volltextsuche, Videointerview, Sanktionslistenprüfung u. v. m. komplettieren den BITE Bewerbermanager zu einem branchenunabhängigen Spezialisten.

REFERENZEN

Bundeskartellamt, Universität Hamburg, MÜLLER HANDELS GMBH & CO. KG, AUGUSTINER BRÄU WAGNER KG, Stadt Augsburg

KONTAKT

Hubert Ketterer
 Geschäftsführer
 Tel.: 0731 141150-0
 hubert.ketterer@b-ite.de



SCHNELLER DIE BESTEN TALENTE FINDEN

Mit über 15 Jahren Erfahrung, mehr als 4500 Kunden und über 150 000 aktiven Anwendenden gehört die BITE GmbH zu den führenden Anbietern von Bewerbermanagement Software in Deutschland. Kein Wunder, überzeugt der BITE Bewerbermanager seit Jahren sowohl durch seine intuitive Bedienung und Bedienerfreundlichkeit wie auch durch Funktionsumfang.

Unternehmen jeglicher Größe und Branche bemühen sich auf dem hart umkämpften Arbeitsmarkt um die High Potentials. Die Candidate Experience entscheidet maßgeblich über Erfolg und Misserfolg im Recruiting. Im Hinblick auf die Generation Z, bei der reales und digitales Leben nahezu verschmelzen, gilt es mehr denn je die

Personalbeschaffung so einfach und effizient wie möglich zu gestalten: Mini-bewerbung und Recruiting-Chatbot sind hier nur zwei Schlagworte.

INDIVIDUELLE PROZESS-ABBILDUNG

Aufgrund seiner enormen Flexibilität ist der BITE Bewerbermanager in der Lage,

unterschiedlichste Recruiting-Prozesse – angefangen bei der lokalen Personalbeschaffung eines Mittelständlers über das Berufungsverfahren einer Hochschule bis zum globalen Recruiting eines Großkonzerns – abzubilden und zudem Prozessverbesserungen, die mittels Standardisierung erzielt wurden, in der Organisation zu verankern.

MEHR QUALITATIV HOCHWERTIGE BEWERBUNGEN

Dreh- und Angelpunkt für hochwertige Bewerbungen stellt zum einen die Ansprache der gewünschten Zielgruppe sowie zum anderen eine maximale Vereinfachung des Bewerbungsvorgangs dar. Mittels Multiposting auf über 1000 spezialisierten wie auch Premium-Jobbörsen und zahlreichen kostenlosen Jobbörsen sowie zielgerichtetes Social Recruiting wird die gezielte Ansprache der gewünschten Zielgruppe ermöglicht. Darüber hinaus haben interessierte Jobsuchende dank des Job-Alerts

die Möglichkeit, sich anhand von eigens definierten, individuellen Suchkriterien die neuesten Stellenanzeigen via E-Mail automatisiert und in regelmäßigen Abständen für einen spezifischen Zeitraum zukommen zu lassen.

CHATBOT UND WHATSAPP-BEWERBUNG

Anhand der individuellen Zusammenstellung des online Bewerbungsformulars wird sichergestellt, dass die Stellenanforderungen schon anfangs abgefragt werden können. Mit Hilfe des Einsatzes von NIID – dem innovativen Recruiting

Chatbot von BITE – kann direkt während des Bewerbungsvorgangs auf die Fragen der Bewerbenden eingegangen werden, wodurch nicht nur die eigentliche Bewerbung vereinfacht, sondern auch eine erste Bindung mit den Talenten geschaffen wird. Durch die ständige Erreichbarkeit auf der einen sowie die Fähigkeit, immer wiederkehrende Fragen zu beantworten, auf der anderen Seite trägt NIID zu einer spürbaren Entlastung der Recruiter bei, welche sich dadurch auf die wichtigen Dinge, nämlich den direkten Kontakt mit den Top-Talenten, konzentrieren können. Die mit Hilfe von NIID generierten

Antworten sowie ggf. erhaltene Dateiuploads der Bewerbenden werden automatisiert in die jeweiligen Stammdaten des Bewerbenden im BITE Bewerbermanager transferiert.

Basierend auf der NIID-Technologie kann der komplette Bewerbungsvorgang inklusive Dateiupload ebenfalls via WhatsApp sprich Minibewerbung realisiert werden. Hierzu bedarf es lediglich eines Scans des QR-Codes auf der Ausschreibung und die Talente können direkt über ihr Smartphone mit der Bewerbung beginnen.

AUF DER SICHEREN SEITE

Als einer von sehr wenigen Anbietern für Recruiting Software ist die BITE GmbH ISO 27001 und ISO 9001 zertifiziert und erfüllt somit die höchsten Sicherheitsstandards. Sowohl die Software-Entwicklung als auch die Datenerhaltung finden exklusiv in Deutschland statt. Zudem wird sichergestellt, dass alle Handlungsanforderungen aus der DSGVO normkonform in der Software eingehalten und umgesetzt werden können.

HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?

Dann kontaktieren Sie uns am besten noch heute!

INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



NIID & WhatsApp
Mehr Bewerbungen durch KI in der Personalgewinnung

Job-Alert
Informieren Sie Ihre Bewerbenden direkt über neue Ausschreibungen



candidate select GmbH (case)
Raderberger Straße 173–175
50968 Köln
Tel.: +49 221 99 55 44 63
www.candidate-select.de
info@candidate-select.com

USP

case bietet mit wissenschaftlich fundierten Algorithmen eine faire Talentbewertung durch Kontextualisierung von Hochschulnoten und Berufserfahrung. Global anwendbare Scores ermöglichen effizientere, präzisere Auswahlentscheidungen für Unternehmen weltweit.

PRODUKTE

- Diagnostik: Objektive Bewertung von Bildungsabschlüssen und Arbeitserfahrung
- Talentpool: Über 100000 Top-Talente im schnellwachsenden Karrierenetzwerk, maßgeschneiderte Employer-Branding-Lösungen & Recruiting Events

REFERENZEN

DHL, Simon Kucher, Porsche, Kearney, TNG Technology Consulting

KONTAKT

Caren Schneider
Managing Director & CRO
Tel.: +49 221 99 55 44 63
cs@candidate-select.com

Data driven
search and
selection.



CASE – INNOVATIVE HR-TECH-LÖSUNG FÜR DATENGESTEUERTE PERSONALENTSCHEIDUNGEN

Mit der Internationalisierung im Recruiting steigen die Herausforderungen, Talente fair zu bewerten. case bietet mit wissenschaftlich fundierten Algorithmen eine Lösung, um Leistungen im globalen Kontext zu analysieren. Von Diagnostik bis Employer Branding unterstützt case über 600 Unternehmen weltweit – effizient und datenschutzkonform.

In einer Zeit, in der Skalierbarkeit und Internationalisierung im Recruiting immer wichtiger werden, liefert case (candidate select GmbH) eine einfache Antwort, Talente besser zu finden und bewerten zu können. Seit der Ausgründung eines Forschungsprojekts der Universität Bonn im Jahr 2016 hat sich case auf die Entwicklung wissen-

schaftlich fundierter Recruiting-Algorithmen spezialisiert. Was zunächst als Forschungsfrage zu den begrenzten Aussagekräften von Hochschulnoten im Recruiting begann, ist heute ein global anerkanntes HR-Tech-Unternehmen mit einem breiten Angebot an Diagnostik- und Employer-Branding-Lösungen.

LEISTUNG KONTEXTUALISIEREN – DIE IDEE HINTER CASE

Notenschnitte oder Job-Titel sind nur dann aussagekräftig, wenn sie im richtigen Kontext betrachtet werden. Genauso wie ein 1,3er-Schnitt an der einen Universität etwas anderes bedeuten kann als an einer anderen, steht

„Durch die Kontextualisierung von Hochschulnoten mildert der case Score Verzerrungen, die durch Unterschiede in Notensystemen und institutionellen Prestige entstehen können. Dies ist besonders wichtig für globale Unternehmen.“

Dr. Kristina Gushchina, Senior People Analytics Expert, DHL

der „Senior“ vor einem Job-Titel häufig für unterschiedlich lange Berufserfahrungen. Genau hier setzt case an: Die Leistung von Bewerbenen wird mithilfe großer Datensätze innerhalb ihrer Peer-Gruppe analysiert und so in den richtigen Kontext gesetzt. Das Ergebnis sind verschiedene global anwendbare Scores, anhand derer fairere und effizientere Auswahlentscheidungen getroffen werden können. Dies wurde bisher in über 30 wissenschaftlichen Studien validiert, und case wird mittlerweile von weltweit über 600 zufriedenen Konzernen, Mittelständlern und Bildungseinrichtungen genutzt.

DIE BESTEN TALENTE FINDEN UND ANSPRECHEN

Nicht nur Unternehmen und Bildungseinrichtungen setzen auf case, sondern auch weltweit über 100.000 Studierende und Young Professionals. Sie interessieren sich dafür, wie ihre Bildungsabschlüsse im globalen Vergleich abschneiden, und erstellen sich ein Zertifikat auf der case Online-Plattform. Für Unternehmen ergeben sich dadurch viele spannende Kontaktpunkte, seien es Unternehmensprofile, Jobinserate, Mailings oder auch die von case organisierten Online- und Offline-Events. Der case

Score ist auch hier der zentrale Erfolgsfaktor und unterstützt dabei, die Maßnahmen genauestens an die gewünschte Zielgruppe auszuspielen.

EINFACHE NUTZUNG: ONLINE ODER PER INTEGRATION INS EIGENE SYSTEM

Die Scores sowie Sourcing- und Employer-Branding-Lösungen lassen sich ganz einfach online über die case-Plattform nutzen. Aber auch komplexere, indivi-

duelle Anforderungen können umgesetzt werden: case lässt sich problemlos in alle gängigen Applicant-Tracking-Systeme integrieren. Dabei steht die Sicherheit sensibler Daten im Vordergrund: Der case Score kann vollständig ohne personenbezogene Daten verwendet werden und ist somit DSGVO-konform.

CASE FUNKTIONIERT – NACHGEWIESEN IN ÜBER 30 WISSENSCHAFTLICHEN VALIDIERUNGSSTUDIEN

Nachweislich gute Ergebnisse zu liefern steht bei case stets im Vordergrund. In zahlreichen Praxisstudien mit Unternehmen und Hochschulen aus verschiedensten Bereichen wurde unter anderem herausgefunden, dass der case Score nicht nur gute Ergebnisse in traditionellen Assessment Tests vorhersagt,

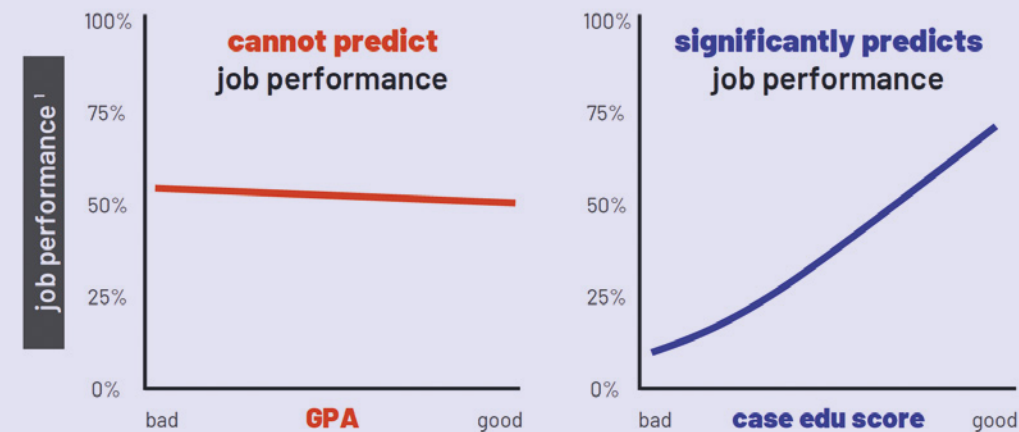
sondern sogar ein Indikator für spätere Performance im Job sein kann. Der case Score bietet somit eine sehr effiziente und kostengünstige Alternative zu teuren und langwierigen Assessment-Prozessen, die gerade auf Top-Talente, die viel Auswahl bei der Jobsuche haben, abschreckend wirken können.

INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



WHY THE ALGORITHM WORKS



¹Probability (logit estimates) that a trainee receives a very positive job review two years after being hired in relationship to education achievement (GPA vs. case score). Of all selection criteria used, the case score has the highest prognostic validity. Other criteria that were used: assessment test (matrices), phone interview, assessment center, work simulation and interview. This finding has been replicated in other studies, e.g., case is a significant predictor of timely promotions.



HR4YOU AG
Breitenbacher Straße 12a
91320 Ebermannstadt
Tel.: 09194 72522-0
www.hr4you.de
sales@hr4you.de

USP

- Active Sourcing
- Outlook-Integration
- KI-Assistent
- WhatsApp-Recruiting
- Intelligenter Stellenpool
- CV-Parsing
- Multichanneling
- Skillmatching
- Smart Search
- ISO 27001

PRODUKTE

- HR4YOU-PRO für Unternehmen:
Bewerbermanagement &
Personalmanagement.
- HR4YOU für HR-Dienstleister:
Personalberatung, Zeitarbeit,
Vendormanagement.

REFERENZEN

Brot für die Welt, LG, UVEX, NKD,
Diakonie

KONTAKT

Matthias Frisch, Vorstand
Tel.: 09194 72522-24
sales@hr4you.de



WHATSAPP IM RECRUITING

WhatsApp ist als Kommunikationsmittel allgegenwärtig und wird sowohl von der Gen Z als auch allen übrigen Altersgruppen täglich genutzt. Was wäre, wenn Sie hier mit dabei wären, um die Kandidaten punktgenau anzusprechen? Binden Sie WhatsApp jetzt in Ihr Recruiting ein, um Ihren Erfolg zu steigern und die Time-to-Hire zu verkürzen.

WhatsApp-Recruiting revolutioniert den Bewerbungsprozess, da es die Generation Z direkt anspricht. Einer Zielgruppe, die nach Effizienz und Einfachheit strebt, widerstrebt es innerlich, eine aufwendige Bewerbungsmappe zu erstellen und diese mit einem Anschreiben zu versehen. Heute erwarten junge Talente schnelle und unkomplizierte Prozesse, die mit ihrer digitalen Lebensweise harmonieren. WhatsApp als Recruiting-Tool verkörpert diesen Wandel und

ermöglicht es Unternehmen, mit der Zeit zu gehen, um die besten Talente für sich zu gewinnen. Denn es geht immer einfacher!

CV-PARSING ALLEIN REICHT NICHT MEHR

Ein Lebenslaufparsing erleichtert das Bewerben heute schon erheblich, da sich mit einem digital verfügbaren Lebenslauf moderne Bewerbungsformulare automatisch ausfüllen lassen. Doch was passiert,

wenn kein aktueller Lebenslauf auf dem neuesten Stand vorliegt und ein attraktiver neuer Job kurzfristig auftaucht? Recruiter sollten auf Kreativität bei der Stellenplatzierung setzen, neue Wege gehen, um somit weiterhin erfolgreich neue Talente zu gewinnen.

DER KONKRETE ANWENDUNGSFALL

Ein ortsansässiges Unternehmen einer deutschen Metropol-Region nutzt einen



QR-Code, um in der U-Bahn freie Stellen zu bewerben. Der Stelleninteressent scannt diesen und wird sofort mit dem WhatsApp-Chat statt einer herkömmlichen Unternehmenswebseite verbunden. Dies vereinfacht den Bewerbungsprozess erheblich, da Kandidaten unabhängig vom Lebenslauf sofort in Kontakt treten können und schlechter Mobilfunkempfang sich nicht hinderlich auswirkt.

80 PROZENT TÄGLICHE NUTZUNG

Aber nicht nur das, wenn 80 Prozent WhatsApp täglich nutzen, wird jeder Blick in den Messenger-Dienst gleichzeitig zur Erinnerung an die noch offene

Bewerbung an Ihr Unternehmen. Zudem ermöglicht WhatsApp eine unkomplizierte Terminvereinbarung für Vorstellungsgespräche. In Zeiten des Fachkräftemangels kann so schnell und effizient auf Talente zugegriffen werden, die sonst unerreicht blieben. WhatsApp-Recruiting ist somit nicht nur eine Frage der Bequemlichkeit, sondern auch ein strategischer Vorteil im Wettbewerb um neue Fachkräfte. Hier sollte ein fehlender Lebenslauf kein Beinbruch sein.

DAS GEFÜHL, ETWAS ZU VERPASSEN

WhatsApp-Recruiting nutzt die „Fear of Missing Out“ (FOMO), um die Time-

to-Hire zu verkürzen. Besonders junge Menschen, die viel Zeit in sozialen Netzwerken verbringen, sind von FOMO betroffen, denn sie könnten ja einen Trend verpassen. Hier setzt die Kommunikation über WhatsApp als effektives Werkzeug im Recruitingprozess an. Es ermöglicht die sofortige Reaktion auf Benachrichtigungen und ist somit attraktiver als die E-Mail, da es Recruitern einen direkten Zutritt zum Leben der Kandidaten ermöglicht, um dort präsent zu sein. Durch die Nutzung von WhatsApp für die Kommunikation können Kandidaten zudem schnell auf Nachrichten reagieren, Termine bestätigen, wodurch der Einstellungsprozess beschleunigt wird.

WHATSAPP-RECRUITING HILFT ÜBERALL

Dass dieser Ansatz in Zukunft nicht nur bei jungen Menschen beliebt sein dürfte, sondern sich als effektiv für alle Altersgruppen erweist, die WhatsApp nutzen, dürfte im Zeitalter der Digitalisierung nicht von der Hand zu weisen sein. Setzen Sie jetzt auf schnelle Antworten, die zu schnelleren Einstellungen führen, und kontaktieren Sie uns unter 01622148350 – natürlich per WhatsApp.

Jetzt Vorteile nutzen!



Junge Generation erreichen



Unmittelbarer Kontakt



Aus der Masse herausstechen



Vollständiger digitaler Prozess



Verkürzung der Einstellungsdauer



Einfach und flexibel

Kunden, die HR4YOU einsetzen



INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.





softgarden e-recruiting GmbH
 Tauentzienstraße 14
 10789 Berlin
 Tel.+49 (0)30 884 940 410
 softgarden.com · anfrage@softgarden.de

USP

softgarden bietet dir alles, was Recruiter:innen brauchen, um in einem anspruchsvollen digitalen Umfeld erfolgreich zu sein. Als umfassende Recruitinglösung kombinieren wir digitales Bewerbermanagement mit Reichweitenlösungen und Expertenberatung für Stellenanzeigen. So setzt du dein Budget optimal ein. Schon heute nutzen über 1.600 Kunden sämtlicher Branchen und Größen softgarden.

PRODUKTE

softgarden digitales Bewerbermanagement (ATS), Google-optimierte Karriereseiten und Landingpages, Arbeitgeberbewertungen (Feedbackförderung), Empfehlungsmanager, Multiposting auf +1.200 Jobbörsen, günstige Stellenanzeigen und Beratung, Onboarding

REFERENZEN

EOS Group, east Hotel Hamburg, GROHE, home24, Johanniter

KONTAKT

Nathalie Berger, Vice President Sales & Customer Service
 Tel.: +49 175 1135368
 nathalie.berger@softgarden.de

Auf der Suche nach Talenten?

Karriereseite ruckzuck selbst gestalten, Arbeitgeberbewertungen einbinden und Reichweite mit Social-Media-Kampagnen steigern.

Mehr zu der innovativen Recruiting-Lösung, die die besten Kandidaten überzeugt, auf:

Mit softgarden aus Jobsuchenden neue Mitarbeiter machen!

softgarden.com

SOFTGARDEN: RECRUITING RUNDUM

Arbeitgeber müssen in einem anspruchsvollen digitalen Umfeld passende Kandidaten gezielt ansprechen, überzeugen und schnell an Bord holen. softgarden bietet dafür eine ganzheitliche, zeitgemäße Lösung: von der kompetenten Beratung zur passgenauen Reichweite bis hin zu schnellem Bewerbermanagement und effizientem Onboarding.

Rund 70 % der Bewerbenden sind aktuell auf dem Arbeitsmarkt aktiv, weil sie sich beruflich verbessern möchten. Das heißt: Arbeitgeber müssen Jobsuchende davon überzeugen, dass sie die besseren Jobs bieten, und sie schnell an Bord holen.

ÜBERZEUGENDE REICHWEITE UND GLAUBWÜRDIGKEIT

Nach wie vor sind Stellenanzeigen dafür das wichtigste Tool. Wir verschaffen dir bis zu 47 % günstigere Anzeigenpreise in Jobbörsen und sorgen dafür, dass deine Stellenanzeigen überall dort ankommen, wo deine Mitarbeitenden von morgen unterwegs sind. Denn 80% der Jobsuchenden nutzen nicht eine einzige Jobbörse, sondern mehrere Kanäle, um nach passenden Angeboten zu suchen. Wir liefern dir alles, was du für eine effiziente Reichweite brauchst. Denn softgarden bietet Beratung, Multiposting mit Anschluss an über 1200 Jobbörsen sowie Bewerbermanagement aus einer Hand.

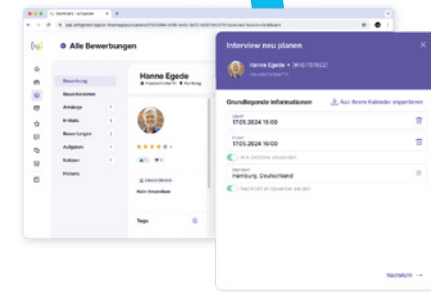
Mit softgarden siehst du, wie weit Kandidaten aus einem bestimmten Kanal im Recruitingprozess kommen. Das ist entscheidend, um Stellenanzeigenbudgets gezielt zu investieren. Wir beraten dich dabei ganzheitlich und serviceorientiert – per Webinar und individuell durch unsere Beraterinnen und Berater. Karriereseiten spielen eine Schlüsselrolle bei deiner Aufgabe, Kandidaten zu überzeugen. 78% der Jobsuchenden wünschen sich kompakte Karriereseiten mit Zahlen und Fakten. Mit softgarden erstellst du im Handumdrehen genau solche suchmaschinenoptimierte Seiten. Unsere Lösung lässt sich auch für Landingpages nutzen, die gezielt besonders stark umworbene Zielgruppen ansprechen – zum Beispiel in Vertrieb oder IT. Arbeitgeber machen sich damit von Agenturen unabhängig und können schnell auf Veränderungen reagieren. Im Zusammenspiel mit Bewertungen steigert dies die Auffindbarkeit im Internet. Als erster Recruitinganbieter haben wir schon 2017 ein Tool entwickelt,

mit dem sich authentische Bewertungen generieren und nutzen lassen. Das zählt auf die Online-Sichtbarkeit von Karriereseiten und Stellenanzeigen ein und führt zu einem besseren Gesamtbild auf der in Deutschland maßgeblichen Bewertungsplattform kununu. So wirst du als Arbeitgeber präserter und glaubwürdiger.

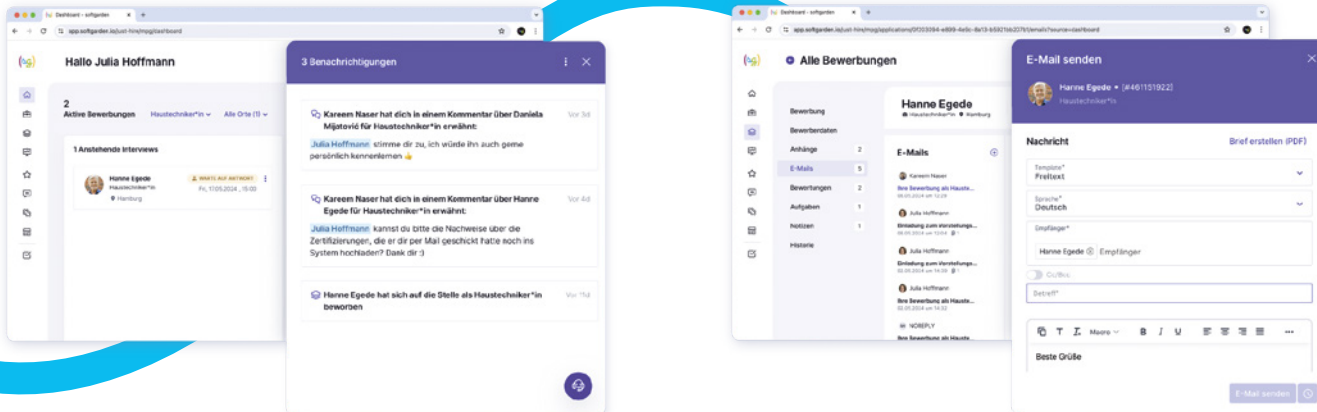
Gute Mitarbeitende kennen andere gute Mitarbeitende von morgen: Unser digitales Empfehlungsmanagement sorgt für passende Kandidaten und Kosteneffizienz im Recruiting und rundet deine Reichweitenstrategie ab. Mitarbeitende informierst du so automatisch über neue Jobs, die sie auf Social Media oder in ihren persönlichen Netzwerken per E-Mail teilen können.

SCHNELLE PROZESSE, GUTES ONBOARDING

Die passenden Jobsuchenden haben sich beworben? Jetzt gilt es am Ball zu bleiben und aus ihnen so schnell wie möglich



neue Mitarbeitende zu machen. Denn aktuell reißt der Geduldsfaden bei 26 % von ihnen schon nach einer Woche (Zeit zwischen Bewerbung und Jobinterview). Mit dem softgarden Bewerbermanagement erreichst du schnelle Prozesse von der Bewerbung bis hin zur Einstellung. Und verkürzt die Zeit, die du brauchst, um Mitarbeitende einzustellen, um mehr als die Hälfte. Möglich macht das zum Beispiel unsere mobile Recruiting-App, die Abstimmungen im Team erleichtert und beschleunigt. Mit softgarden bleibst du auch nach der Vertragsunterschrift und Einstellung dran: 21 % der neuen Mitarbeitenden haben schon einmal wegen eines schlechten Onboarding-Prozesses gekündigt. Die Onboarding Lösung von softgarden unterstützt dich bei jedem Schritt in der Einarbeitung der „Neuen“ und sichert den nachhaltigen Erfolg im Recruiting.



INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



TALENTWUNDER

Talentwunder GmbH
Reinhardtstraße 56–58
10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 12083490
www.talentwunder.com
hello@talentwunder.com

USP

Mit der Talentwunder-App findest Du 5-mal mehr Talente als nur über LinkedIn oder Xing. Du durchsuchst 30 Netzwerke gleichzeitig, hast Zugriff auf über 1 Milliarde Profile weltweit und profitierst von smarten KI-Suchen. Zusätzlich sparst Du bis zu 40 % bei der Schaltung von Stellenanzeigen auf 900 Jobportalen – alles DSGVO-freundlich und intuitiv.

PRODUKTE

Talentwunder bietet die Talentwunder-App zur Talentsuche, Sourcing als Service für maßgeschneiderte Kandidatenvorschläge und ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm, um Deinen Recruitingprozess ideal zu ergänzen.

REFERENZEN

EnBW, DB Schenker, Commerz Real, Lufthansa, BASF

KONTAKT

Emanuel Drescher
Head of Sales Talentwunder GmbH
Tel.: +49 (0)30 12083490
emanuel.drescher@talentwunder.com



MEHR TALENTE, WENIGER STRESS!

Seit 2014 unterstützt Talentwunder Unternehmen dabei, die besten Talente schneller und effizienter zu finden. Mit unserer Talentwunder-App revolutionieren wir den Recruitingmarkt durch innovative Active-Sourcing-Lösungen und smarte Datenanalyse. Branchenführer wie die Deutsche Bank, Edeka, Schwäbisch Hall und Lufthansa vertrauen bereits auf uns.

Talentwunder gehört zu den Top 40 HR-Unternehmen in der DACH-Region und prägt seit Jahren die Entwicklungen im Bereich Recruiting. Als Vorreiter im Bereich Active Sourcing und Datenanalyse haben wir eine Plattform

entwickelt, mit der Du schneller und gezielter auf die besten Talente zugreifen kannst: die Talentwunder-App. Die Talentwunder-App ist eine All-in-one-Lösung, die Deinen kompletten Recruitingprozess vereinfacht und optimiert.

DIE TALENTWUNDER-APP – DEIN SCHLÜSSEL ZU DEN BESTEN TALENTEN

Unsere App ist eine KI-gestützte Sourcing-Plattform, die Deinen Recruiting-



„Wir wollen die Art und Weise, wie Du Talente findest, bewertest und gewinnst, revolutionieren. Unser Ziel ist, dass Du als Recruiter mit Talentwunder einen entscheidenden Vorsprung im Rennen um Top-Talente hast.“

Julian Herzog, Geschäftsführer Talentwunder GmbH

alltag komplett verändern wird. Du kannst über 30 verschiedene soziale Netzwerke gleichzeitig durchsuchen, in Rekordzeit die Kandidaten finden, die genau zu Deinen Anforderungen passen, und die meisten direkt kontaktieren. Neben LinkedIn oder Xing bieten wir Dir auch Tech-Netzwerke wie Github oder Scrum Alliance oder den österreichischen Arbeitsmarktservice an. So entdeckst Du 5-mal mehr Talente als bei der herkömmlichen Suche.

Die Talentwunder-App bietet Dir Zugang zu über 150 Millionen Profilen im DACH-Raum und zu mehr als 1 Milliarde weltweit – perfekt, um White-Collar-Talente lokal und international zu finden. Mit einer Abdeckung von 20 Berufsgruppen findest Du für jede Position die passenden Kandidaten.

MEHR ALS NUR EINE SOURCING-APP

Übrigens: Die Talentwunder-App kann mehr als nur Kandidaten finden. Sie ermöglicht Dir auch das Schalten von Stellenanzeigen auf bis zu 900 Jobportalen gleichzeitig – und das mit bis zu 40% Rabatt. Mit nur wenigen Klicks kannst

Du so Deine Reichweite enorm steigern und mehr Bewerber auf Dich aufmerksam machen.

DAS SIND DIE FEATURES, DIE DICH ÜBERZEUGEN WERDEN:

- 30 Netzwerke gleichzeitig durchsuchen: Du hast Zugriff auf Profile aus 30 sozialen Netzwerken.
- 150 Millionen Profile im DACH-Raum, 1 Milliarde weltweit: Finde Talente schneller und passgenauer.
- Boolesche und KI-gestützte Suche: Die App zeigt Dir genau die Kandidaten, die perfekt zu Deiner Stelle passen.
- Job-2-Skill- und Job-2-Job-Suche: Automatische Verknüpfung von Jobanforderungen mit den passenden Fähigkeiten und Berufserfahrungen.
- DSGVO-freundlich: Deine Daten sind sicher und datenschutzkonform.
- Multiposting auf 900 Jobportalen: Spare Zeit und Geld, während Du Deine Reichweite maximierst.
- Automatisierte Kandidatenempfehlungen: Lass Dir passende Kandidaten von unserer smarten KI vorschlagen.
- Direkte Kontaktaufnahme: Schicke

Nachrichten und Kontaktanfragen direkt über die App an Talente auf LinkedIn oder Xing.

- ATS-Integration: Nahtlose Übertragung der Profile in Dein Bewerbermanagementsystem.
- Agiles Projektmanagement: Verwalte Deine Recruiting-Projekte effizient mit einem Canban-Board.
- Umfangreiche Statistiken und Reporting: Optimierte Deinen Recruitingprozess mit detaillierten Analysen.

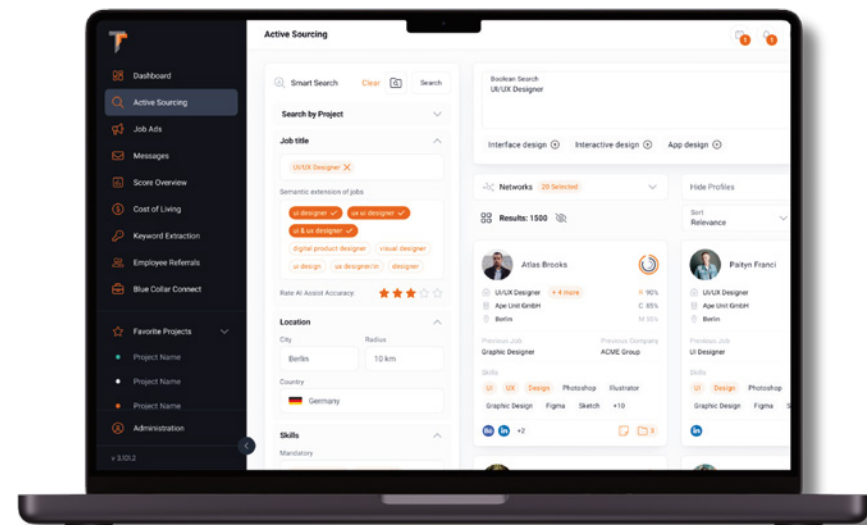
TALENTWUNDER – DEIN RECRUITING-PARTNER FÜR DIE ZUKUNFT

Unser Team aus HR-Experten, Entwicklern und Data Scientists arbeitet täglich daran, Deine Arbeit zu erleichtern und

Dir die besten Talente zu liefern. Wir bieten Dir effizienteres Sourcing, kollaboratives Arbeiten und umfangreiche Reporting-Möglichkeiten, so dass Du Deine Recruiting-Prozesse optimieren kannst. Mit der Talentwunder-App hast Du alles, was Du brauchst, an einem Ort. Suche Kandidaten, schalte Stellenanzeigen, verwalte Bewerber und analysiere Deine Recruiting-Daten. Über 4.000 Recruiter nutzen die App bereits täglich. Starte jetzt durch und optimiere Dein Recruiting – mit der Talentwunder-App!

INFO

Mehr Informationen zum Unternehmen finden Sie in unserer Online-Datenbank.



**IMPRESSUM:**

VERLAG: F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH –
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe,
Pariser Straße 1, 60486 Frankfurt am Main

REDAKTION: F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH –
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe,
Redaktion Personalwirtschaft, Regus – Cologne, Colonius Carré,
Subbelrather Straße 15a, 50823 Köln, Telefon: 069 7591-3416 und -3551,
E-Mail: kontakt@personalwirtschaft.com, www.personalwirtschaft.de

HERAUSGEBER: Erwin Sticking

REDAKTIONSLEITUNG: Catrin Behlau (V.i.S.d.P.), Matthias Schmidt-Stein

REDAKTION: Christina Petrick-Löhr (Projektleitung)

KORREKTORAT: Britta Dubilier, Gaby Flemnitz, Sven Lechtleitner

FREIE MITARBEITER: Kai Felmy, Winfried Gertz

ANZEIGEN:

Christian Sachs (Objektleitung Sales), Telefon: 069 7591-2143
E-Mail: christian.sachs@faz-bm.de

Jörg Walter (Anzeigenverkauf), Telefon: 0931 359515-66

E-Mail: joerg.walter@wanema.de

Anzeigendisposition

E-Mail: anzeigen@faz-bm.de

HERSTELLUNG: Dione Bork

GESTALTUNG: www.auhage-schwarz.de

BILDNACHWEIS: Adobe-Stock

DRUCKEREI: Seltersdruck & Verlag Lehn GmbH & Co. KG, 65618 Niederselters

COPYRIGHT: F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH –
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion oder des Verlages dar. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernehmen wir keine Haftung. Mit der Annahme zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Verfasser alle Rechte, einschließlich der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Speicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Wir streben an, gut lesbare Texte zu veröffentlichen und dennoch in unseren Texten alle Geschlechter abzubilden. Das kann durch Nennung des generischen Maskulinums, Nennung beider Formen („Unternehmerinnen und Unternehmer“ bzw. „Unternehmer/-innen“) oder die Nutzung von neutralen Formulierungen („Studierende“) geschehen. Bei allen Formen sind selbstverständlich immer alle Geschlechtergruppen gemeint – ohne jede Einschränkung. Von sprachlichen Sonderformen und -zeichen sehen wir ab.

F.A.Z. BUSINESS MEDIA GMBH –
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe
Sitz der Gesellschaft: Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main
Telefon: 069 7591-3239
E-Mail: verlag@faz-bm.de
Geschäftsführer: Dominik Heyer, Hannes Ludwig
HRB-Nr.: 53454, Amtsgericht Frankfurt am Main
Umsatzsteuer-ID-Nr.: DE218022242

Die Europäische Kommission stellt unter <http://ec.europa.eu/consumers/odr/> eine Plattform zur außergerichtlichen Online-Streitbeilegung (sog. OS-Plattform) bereit. Wir weisen darauf hin, dass wir an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherstreitschlichtungsstelle nicht teilnehmen.



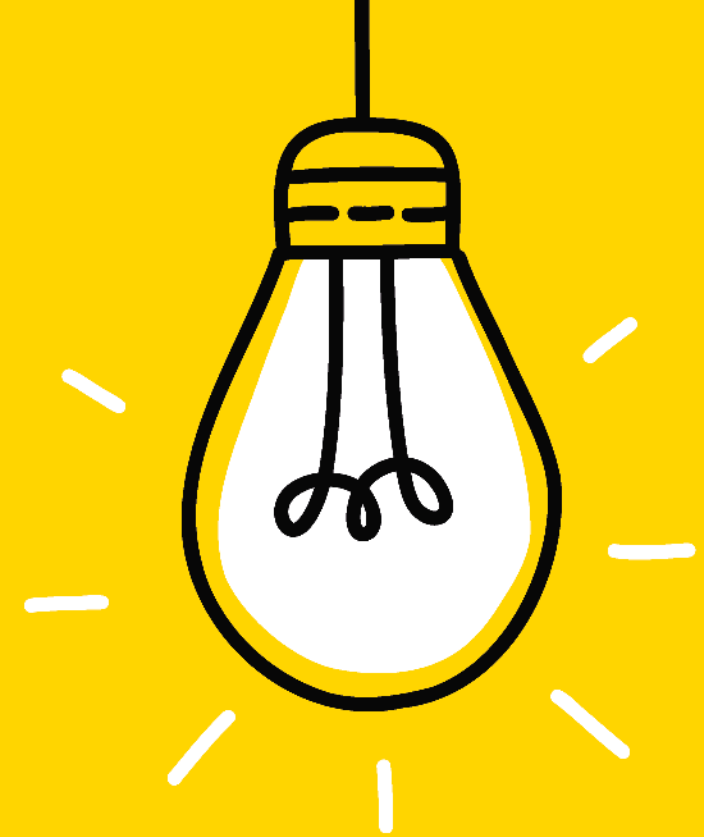
Auf die Tools kommt es an!

EMPLOYER BRANDING

auf den Punkt gebracht!

Das neue Personalwirtschaft-Dossier ist online:

- Ideen & Impulse für Ihre HR-Praxis
- Daten, Fakten, Hintergründe
- Analysen & Entscheidungshilfen



Employer Branding
DOSSIER

Personalwirtschaft

Pw+

Jetzt entdecken ▶

personalwirtschaft.de/dossiers

