

# So geht erfolgreiche Personalgewinnung in 2021

Wie potenzielle neue Mitarbeiter Ihr Unternehmen in den sozialen Medien finden – und wie Sie Ihre „Sichtbarkeit“ auf Facebook, Instagram und Co. signifikant erhöhen.

Von Petroula Silbernagl

Sie kennen das Eisbergmodell: 80 Prozent eines im Wasser schwimmenden Eisberges befinden sich unterhalb der Wasseroberfläche. Nur ein Fünftel ist oberhalb der Wasseroberfläche zu sehen. Ähnlich wie mit dem Eisberg verhält es sich auf dem Arbeitsmarkt. Laut dem „Gallup Engagement Index 2020“ sind lediglich 25 Prozent aller Arbeitnehmer proaktiv auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber – und somit sichtbar am Arbeitsmarkt. Die restlichen Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt sind für Sie unsichtbar.

Um Bewerbungen von der proaktiven Gruppe zu erhalten, sind Stellenportale wie StepStone, Indeed & Co., Ihre Homepage oder die Agentur für Arbeit ideal geeignet. Sie verhalten sich als Arbeitgeber reaktiv und warten darauf, dass bei Ihnen eine Bewerbung rein-

flattert. Nun müssen Sie sich die Frage stellen, ob Sie mit den Bewerbungen, die über diese Kanäle reinkommen, immer zufrieden sind. Falls Sie diese Frage mit „Nein, nicht immer“ beantworten, trifft das bekannte Zitat von Albert Einstein zu: „Die Definition von Wahnsinn ist, immer wieder das Gleiche zu tun und andere Ergebnisse zu erwarten.“

Ich lade Sie hiermit dazu ein, über einen neuen Weg der Mitarbeitergewinnung nachzudenken. Einen Weg, mit dem Sie die unsichtbaren 80 Prozent am Arbeitsmarkt erreichen (und die sichtbaren 20 Prozent noch dazu). Einen Weg, mit dem Sie sich von Ihren Wettbewerbern klar abheben werden.

Lassen Sie uns zunächst gemeinsam die unsichtbaren 80 Prozent analysieren. Laut Gal-

lup Engagement Index 2020 sind es sogar genau 83 Prozent, die zu ihrem Arbeitgeber eine geringe emotionale Bindung oder sogar keinerlei emotionale Bindung haben. Diese Fachkräfte sind grundsätzlich zufrieden mit ihrem Arbeitsplatz. Sie sind jedoch nicht emotional gebunden und daher offen für ein finanziell attraktiveres Angebot, einen Arbeitsplatz mit einer geringeren Pendelzeit oder einen Arbeitgeber, der eine berufliche Weiterentwicklung ermöglicht. Eventuell sind diese Arbeitnehmer sogar unzufrieden, da ihre Arbeitsleistung vermeintlich nicht wertgeschätzt wird, der Vorgesetzte eine schlechte Phase hat, im Team etwas nicht passt, oder, oder, oder ...

Diese 83 Prozent sind jedoch nicht proaktiv auf der Suche nach einem neuen Job, da sie nach

Feierabend keine Motivation mehr haben, sich an den Schreibtisch zu setzen, im Internet nach einer neuen Stelle zu suchen, zufällig genau Ihr Unternehmen zu finden, sich bis auf Ihre Karriere-Seite durchzuklicken, ein individuelles Anschreiben zu verfassen, den Lebenslauf zu aktualisieren, und dann alles gesammelt in einer perfekt formulierten E-Mail an Sie abzuschicken. Wie Sie sehen, ein sehr aufwändiger Prozess mit vielen Stolpersteinen.

Laut der „Candidate Journey Studie“ dauert es im Schnitt zwischen 15 und 60 Minuten, bis eine Bewerbung abgeschickt wird. In Deutschland beträgt die Dauer des gesamten Bewerbungsprozesses nach den Daten von Glassdoor.de satte 28,8 Tage. Es vergeht also fast ein ganzer Monat vom Moment des Bewerbungsschreibens bis zur Einstellung – falls es dann überhaupt noch zu einer Einstellung kommt.

Der traditionelle Bewerbungsprozess hat im heutigen Arbeitnehmermarkt schlichtweg zu viele Hürden und dauert viel zu lange – für beide Parteien. Aus diesem Grund sollten Sie die 83 Prozent am Arbeitsmarkt verfügbaren Fachkräfte mit Ihrem Job-Angebot proaktiv überraschen. Überraschen Sie Ihre zukünftigen Mitarbeiter da, wo diese hauptsächlich mit Ihrer Aufmerksamkeit sind. Nämlich in den sozialen Medien – oder neudeutsch: Social Media.

Sie haben sicherlich schon verstanden, dass es unerlässlich ist, ein Facebook-Profil und ein Profil auf Instagram zu pflegen. Das Zauberwort im (Online-)Marketing heißt „Sichtbarkeit“. Wer mit seinem Unternehmen für die Zielgruppe nicht sichtbar ist, existiert auch nicht in deren Köpfen, wenn es um die Suche nach einem neuen Arbeitgeber geht. Nehmen Sie jetzt bitte kurz Ihr Smartphone zur Hand und prüfen Sie, wie viele „Follower“ Sie mit Ihrem Unternehmen insgesamt auf diesen beiden Kanälen haben. Schreiben Sie sich diese Zahl nun bitte auf. Die Anzahl der Personen, die Sie gerade notiert haben, kennt Ihr Unternehmen bereits. Diese Zahl ergibt sich aus Ihren Mitarbeitern, Ihren Freunden und Ihrer Familie sowie Bestandskunden Ihres

Unternehmens. Diese Personen wissen höchstwahrscheinlich, dass sie auf der Suche nach neuem Personal sind. Demzufolge geht es nun nicht mehr darum, diese Personen nochmals mit dieser Information zu bespielen, wie es der Fall ist, wenn sie einen einfachen „Post“ auf Ihrer Facebook-Seite erstellen – denn dieser Post wird ausschließlich von Ihren „Followern“ gesehen.

Es geht vielmehr darum, die relevante Zielgruppe in Ihrer Region mit diesen Informationen zu versorgen, die Ihr Unternehmen noch nicht kennt oder noch nicht weiß, dass Sie auf der Suche nach neuem Personal sind. Diese relevante Zielgruppe können Sie am besten mit einer professionellen Werbekampagne erreichen, welche mit dem Facebook-Werbeanzeigenmanager aufgesetzt werden muss. Damit können Sie Ihre Anzeige gezielt an alle Personen in Ihrem Umkreis in einem bestimmten Alter mit bestimmten Interessen ausspielen – und auf diese Weise sehr kosteneffizient Werbung schalten.

Nun nehmen wir an, dass Herr Müller Ihr perfekter Mitarbeiter ist. Er ist optimal ausgebildet, aktuell bei Ihrem Wettbewerber angestellt, dort grundsätzlich zufrieden, aber wünscht sich schon seit Längerem eine Veränderung und ist deshalb offen für andere Angebote. Er hat sich bisher jedoch noch nie die Zeit genommen, um eine Bewerbung vorzubereiten, geschweige denn abzuschicken, denn so schlimm ist es ja doch nicht. Herr Müller kommt von einem anstrengenden Arbeitstag nach Hause, liegt entspannt auf der Couch und scrollt durch Facebook. Dort findet er eine gesponserte Werbeanzeige von Ihrem Unternehmen, in der Sie genau die Stelle anbieten, die sich Herr Müller für seine

Weiterentwicklung wünscht. Er klickt auf die Werbeanzeige und kommt auf eine andere Webseite. Auf dieser Webseite werden ihm zuerst die Vorzüge Ihres Unternehmens und der ausgeschriebenen Position nähergebracht. Danach muss Herr Müller ein paar wenige Multiple-Choice-Fragen beantworten, seine Kontaktdaten hinterlassen und ohne Lebenslauf und ohne Anschreiben ist seine Bewerbung abgeschickt. In weniger als 60 Sekunden. Von der Couch aus.

Am folgenden Tag wird Herr Müller von Ihrer Personalabteilung angerufen. Das Telefonat dauert wenige Minuten, Herr Müller stellt sich als spannender Kandidat heraus und wird deshalb direkt zum Probearbeiten eingeladen. Nach diesem Probetag bieten Sie ihm einen Arbeitsvertrag an und haben Ihren Wunsch-Kandidaten eingestellt. So funktioniert Mitarbeitergewinnung heute schon und vor allem in Zukunft. Proaktiv. Persönlich. Effizient.

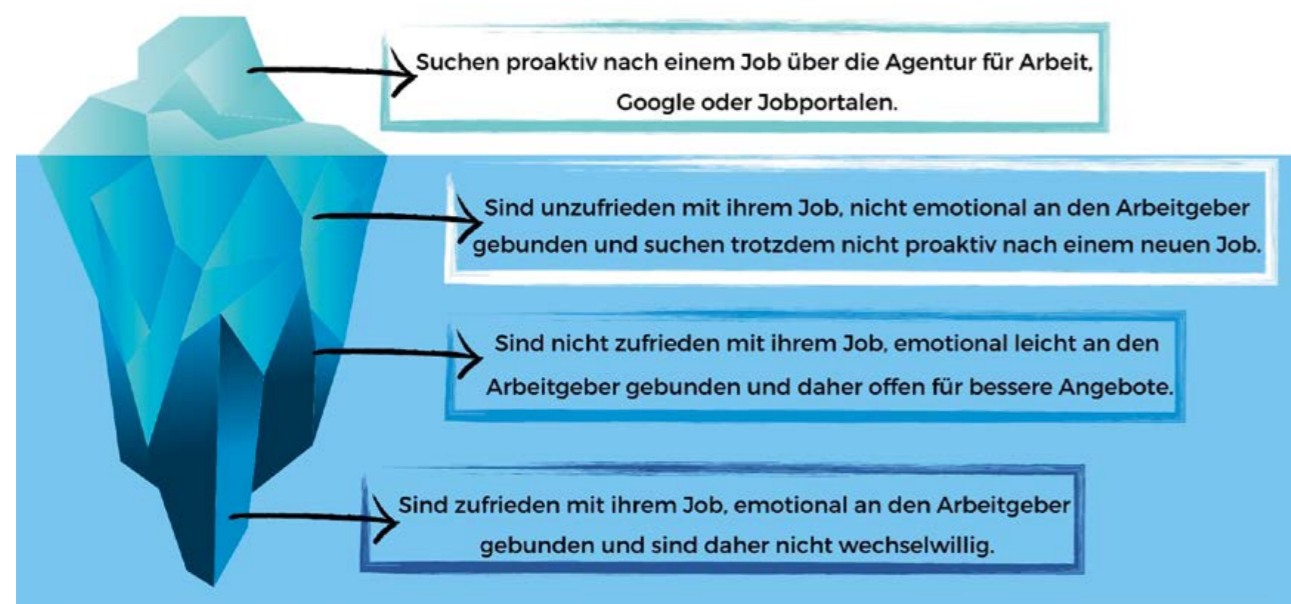
Noch ein Nachtrag: Einige von Ihnen nutzen bereits gesponserte Werbeanzeigen und verlinken dann auf die Karriereseite Ihrer Homepage oder ein Bewerbungsformular. Grundsätzlich eine gute Idee – tun Sie das jedoch bitte nicht. Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Herr Müller seinen Lebenslauf und sein Anschreiben top-aktuell und individualisiert für Ihr Unternehmen auf seinem Smartphone mit sich trägt? Richtig, sehr gering und deshalb wird Herr Müller mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit an dieser Stelle seinen Bewerbungsprozess abbrechen, von der Couch aufstehen, sich sein Abendessen zubereiten und bei Ihrem Wettbewerber weiterarbeiten. <<

Unsere Autorin ist die Inhaberin des Unternehmens „Online Marketing mit PS“.

## DER DEUTSCHE ARBEITNEHMERMARKT

anhand des Eisbergmodells

ONLINE MARKETING  
PS



### Kontakt:

Online Marketing mit PS  
Inhaberin Petroula Silbernagl  
Am Buchteil 3, 82290 Landsberied

Mobil: +49 157 51408547

Internet: [www.onlinemarketingmitps.de](http://www.onlinemarketingmitps.de)

