WIE FINDET MAN NEUE MITARBEITER? – TIPPS & TRICKS ONLINE NEUE MITARBEITER ZU FINDEN

Veröffentlicht am 8. Februar 2019 von Karishma

Wie findet man neue Mitarbeiter online? Wir zeigen Dir, wie Du den War for Talents meisterst und erfolgreich neue Mitarbeiter findest. Hier geht's zu den Tipps und Tricks.

Wie findet man neue Mitarbeiter online? - Wir zeigen's Dir.

Von der Bewerberflut zum Angebotsüberschuss – mittlerweile hat sich der Arbeitsmarkt in den meisten Branchen zu einem **Arbeitnehmermarkt** entwickelt. Als Unternehmen musst Du auffallen und Dein **Employer Branding** stärken, um in dem **War for Talents** potenzielle Mitarbeiter von Dir zu überzeugen. Da heutzutage meist online nach offenen Stellen gesucht wird, solltest Du Dich vor allem hier gut positionieren. Doch wie genau findet man neue Mitarbeiter? Wir zeigen Dir, wie **Online Rekrutierung** funktioniert und wie Du neues Personal gewinnst.

ÜBERSICHT

- Die Vorbereitungen, um neue Mitarbeiter zu finden
- Die geeigneten Online Kanäle für das Recruiting

- Jobportale
- Social Media
- Eigene Webseite
- Google Ads
- Headhunter
- Wie findet man neue Mitarbeiter? - Das Fazit

DIE VORBEREITUNGEN, UM NEUE MITARBEITER ZU FINDEN

PERSONALBEDARF & STELLENBESCHREIBUNG

Als erstes muss Dir natürlich klar sein, in welchem Bereich und für welche Stelle Du neue Mitarbeiter benötigst. Formuliere daher eine aussagekräftige **Stellenbeschreibung**, die die Aufgaben des potenziellen Mitarbeiters wiedergibt und nenne den Startzeitpunkt der Beschäftigung. Lege die Anforderungen und Eigenschaften fest, die der Bewerber für die Stelle mitbringen soll, wie langjährige Berufserfahrung, abgeschlossene Ausbildung, Fremdsprachenkenntnisse, etc.

STELLENANZEIGE

Nun geht's zur **Stellenanzeige**: finde einleitende und sympathische Worte. Stelle dabei nicht nur Dein Unternehmen in den Vordergrund, sondern setze den Fokus auf den Bewerber – **sprich ihn direkt an** (je nach Branche) z.B. mit „Du bist genauso kreativ wie wir, suchst immer nach neuen Herausforderungen und findest, wir sollten Dich unbedingt kennen lernen?" Konzerne und bekannte Marken benötigen nicht immer eine **Unternehmensbeschreibung**. Für kleinere Unternehmen und Start-Ups ist eine kurze Zusammenfassung allerdings vorteilhaft, damit sich der Bewerber ein Bild über das Unternehmen und somit seinen potenziellen neuen Arbeitgeber machen kann. Für den Bewerber von heute sind nicht nur aufgabenbezogene Kriterien wichtig, sondern auch das **Employer Branding** (Arbeitgebermarke). Mache Dich als Arbeitgeber und die Vorteile der Position bei Dir schmackhaft: stelle die **Benefits** für den Bewerber raus, wie beispielsweise Home Office, Flexible Arbeitszeiten, Sportangebote, Teamevents, etc. Hierbei ist wichtig, dass Du die Arbeitssituation realistisch darstellst, ohne diese zu beschönigen. Versprich also nichts, was Du später nicht halten kannst. Nach neuem Gesetz musst Du zudem auf **Geschlechtsneutralität** achten und neben „männlich" und „weiblich" auch „divers" angeben.

BEWERBUNGSPROZESS

Der **Bewerbungsprozess** ist ein wichtiger Teil der Rekrutierung beziehungsweise Personalbeschaffung. Für die Zusendung der Bewerbungsunterlagen empfiehlt es sich, einen direkten Ansprechpartner anzugeben. Dies schafft Vertrauen und wirkt persönlich. Da viele im Internet beziehungsweise mobil aktuelle Jobangebote suchen, ist es von Vorteil, **Online Bewerbungstools** anzubieten. So können sich die Kandidaten mit einem Klick über das Smartphone oder dem PC und durch Hochladen ihrer Unterlagen auf die Stelle bewerben. Um den Mitarbeiter zu finden, der am besten zu Deinem Unternehmen passt, stehen Dir vielseitige Möglichkeiten zur Auswahl. Einige sind Assessment Center, (Online) IQ-Tests oder mehrere **Vorstellungsgespräche** vom Telefoninterview über Gespräche mit dem direkten Vorgesetzten bis zum Abteilungsleiter. Beim **Assessment Center** werden den Bewerbern verschiedene Aufgaben und Übungen aus der alltäglichen Arbeit gestellt. Die Kandidaten stellen dann in Gruppen, Rollenspielen oder Diskussionen ihre Ergebnisse vor. Dieses Auswahlverfahren kann sich über mehrere Tage erstrecken. **Online Tests** werden genutzt, um das Allgemeinwissen sowie die Kompetenz und das Verhalten der Bewerber zu prüfen. Zum einen helfen sie festzustellen, ob der Kandidat zum Team, der Unternehmensphilosophie und zur Stelle passt. Zum anderen erleichtern sie die Wahl zwischen mehreren Bewerbern mit gleichen beziehungsweise ähnlichen Qualifikationen.

Je nach Unternehmensgröße und Branche kommen natürlich unterschiedliche Bewerbungsverfahren in Frage, denn hier sind neben Zeit und Kosten auch der Ressourcenaufwand abzuwägen.

DIE GEEIGNETEN ONLINE KANÄLE FÜR DAS RECRUITING

Die Generation Y (Jahrgänge 1980-1999) regelt fast alles überwiegend über ihr **Smartphone** beziehungsweise das **Internet**. Da ist es nur verständlich, dass diese auch dort nach Jobangeboten schauen. Um potenzielle Bewerber zu erreichen, solltest Du auf **Mobile Recruiting** setzen. Herrscht in Deinem Unternehmen Personalbedarf, ist es daher wichtig, dass Du **Online Formate** wählst wie Jobportale, Deine eigene Website und Social Media. Achte hierbei darauf, dass diese **für mobile**

Endgeräte optimiert sind. Stellenanzeigen in Printmedien stellen dabei die klassische Personalbeschaffung dar und können zusätzlich in manchen Branchen von Vorteil sein. Im Folgenden stellen wir Dir die geeignetsten Online Plattformen für effektive Rekrutierung vor.

JOBPORTALE

Es gibt unzählige Jobportale, die es Unternehmen erleichtern, offene Stellen anzuzeigen und die Suche für Bewerber zu vereinfachen. Über die großen und gängigsten **Online Jobbörsen** wie Indeed, Monster, Stepstone, etc. kannst Du Deine Stellenausschreibung oft sogar **kostenlos** veröffentlichen. Viele dieser Jobportale verfügen über einen **hohen Bekanntheitsgrad** und einer starken **Nutzungsrate**, von denen Du profitierst. Bewerber suchen bei der Jobsuche gezielt diese Karriereportale auf. Dort wählen sie einfach die Region, Branche und den gewünschten Jobtitel aus und erhalten eine Reihe von Jobvorschlägen. Deine vorgefertigte Stellenanzeige samt Stellenbeschreibung und sympathischer Einleitung veröffentlichst Du ganz leicht. Für eine einheitliche Außenpräsentation mit Wiedererkennungswert (**Coporate Identity**) kannst Du bei manchen Jobbörsen die Anzeige in Deinem **Corporate Design** gestalten. Neue Mitarbeiter reichen ihre **Bewerbungsunterlagen einfach online** über das Portal ein. Dies spart ihnen vor allem Zeit und Kosten. Deine Jobanzeige wird (bei einem kostenpflichtigen Abo) außerdem über den **E-Mail-Newsletter** der Portale an Interessenten versandt. Zusätzlich kannst Du über manche Jobbörsen aktiv nach passenden Mitarbeitern anhand ihrer dort veröffentlichten Lebensläufe suchen. Allerdings ist dies mit Kosten verbunden.

SOCIAL MEDIA

Eine weitere erfolgversprechende Möglichkeit für Mitarbeiter Recruiting sind **soziale Netzwerke** wie Facebook, LinkedIn und Xing. Die Auswahl der geeigneten Plattform ist abhängig von der Zielgruppe, die Du ansprechen möchtest. Wir haben die Social Media Kanäle für Dich unter die Lupe genommen:

FACEBOOK

Mit einem regulären Post informierst
Du über offene Stellen in Deinem Unternehmen. Für die Verbreitung

Deiner Stellenausschreibung nutzt Du am besten ein **auffälliges Bild**, das beim Scrollen heraussticht und eine **klare kurze Botschaft** wie „Wir suchen Dich als [...] zum [...]". Beachte hierbei, dass Du nicht die komplette Stellenbeschreibung im Text oder als Bild veröffentlichst, da die Darstellung zu klein ist und die User sich das wahrscheinlich nicht durchlesen werden. **Verlinke** stattdessen auf Deine Stellenanzeige in den Jobportalen oder aber auf Deiner Webseite. Dort können sich die Bewerber ein Bild von den aufgabenbezogenen Kriterien und dem Anforderungsprofil machen. Die Rekrutierung über Facebook ist abhängig von der Branche, dem Unternehmen und der Stelle: die Social Media Plattform eignet sich beispielsweise dafür, Azubis für die Handwerksbranche anzusprechen oder neue Mitarbeiter für eine Kreativagentur zu gewinnen. Facebook überzeugt mit seinen **hohen Nutzerzahlen** und vor allem mit seiner ausgeprägten **Reichweite**. Du hast die Möglichkeit nicht nur normale kostenlose Postings zu erstellen, sondern auch **Facebook Ads** zu schalten. Diese werden gezielt an diejenigen ausgespielt, die Deiner **Zielgruppe** entsprechen. Dazu definierst Du im Vorfeld den Bewerberkreis nach Region, Alter, Interessen, etc. Je mehr Kriterien Du auswählst, desto spezifischer wird die Zielgruppe – So sprichst Du gezielt die geeigneten Kandidaten an. Das **Budget** und den **Zeitraum** der Werbekampagne legst Du fest.

Mehr zum Thema Facebook Ads erfährst Du in unserem Blogartikel Facebook Ads: Der Leitfaden für Einsteiger.

LINKEDIN & XING

Soziale Netzwerke wie **Xing** und **LinkedIn** eignen sich beim Recruiting neuer Mitarbeiter für höhere Stellen und zum Knüpfen wichtiger Business-Kontakte. Xing ist vor allem im deutschsprachigem Raum eine sehr beliebte Plattform, während LinkedIn internationales Ansehen genießt. In beiden **Business Netzwerken** hast Du die Möglichkeit, als Arbeitgeber Stellenanzeigen zu veröffentlichen - als bezahlte **Ads** oder aber ähnlich wie bei den Online Jobbörsen. Denn User können diese

sozialen Medien auch als Jobportal verwenden und nach offenen Stellen suchen. Dazu bieten die beiden Plattformen vielseitige, aber auch teilweise kostspielige **Abonnements** an. Du kannst Deine Stellenanzeige als PDF in Deinem Coporate Design hochladen, Ansprechpartner angeben, ein Unternehmensvideo hochladen, uvm. User können das Stellenangebot auf die Merkliste setzen oder sich per E-Mail, Online Formular oder über den (Xing/LinkedIn) Messenger bei Dir melden. Zusätzlich kannst Du auf Deine Xing-/LinkedIn-Unternehmensseite oder auf Deine Webseite verlinken. Beide Business Netzwerke bieten Dir eine **detaillierte Zielgruppendefinition** an nach Kriterien wie Qualifikation, Bildungsstand, Abschluss, etc. (bei Facebook gibt es deutlich weniger Auswahlmöglichkeiten). So werden Streuverluste reduziert. Die Ads werden dann nur an diejenigen Kandidaten ausgespielt, die nach Deiner Eingrenzung in Frage kommen.

Da die User-Profile aus Lebensläufen samt Qualifikationen, Kenntnisse, etc. bestehen, kannst Du auch aktiv nach passenden Mitarbeitern suchen und diese gezielt per Messenger ansprechen – Stichwort: **Active Sourcing**.

In unserem Artikel Unternehmensprofile bei Xing und LinkedIn haben wir Dir alles Wichtige über die beiden Business Netzwerke zusammengestellt.

EIGENE WEBSEITE

Eine weitere Option für die erfolgreiche Rekrutierung neuer Mitarbeiter ist die **eigene Webseite**. Mit einer speziellen Unterseite für Stellenangebote informierst Du Interessenten über offene Jobs in Deinem Unternehmen. Der Navigationspunkt sollte dabei klar und deutlich benannt sein, wie beispielsweise „Jobs“ und „Karriere“. Verwirre die User nicht mit alternativen Bezeichnungen. Sie sollen leicht und intuitiv den Weg zu Deinen Stellenanzeigen finden. Achte daher vor allem auf die **Benutzerfreundlichkeit** Deiner Webseite. Auch das **Webdesign** und die Seitenstruktur sind wichtig für eine positive Außenpräsentation und den ersten Eindruck. Wie bereits erwähnt, suchen die meisten nach offenen Stellen über ihr Smartphone. Dabei geben den gewünschten Jobtitel gezielt in das Google Suchfeld ein oder aber sie suchen nach Unternehmen (z.B. „Online Marketing Agentur Düsseldorf“), um dann über die Webseite aktuelle Jobangebote zu finden. Um als Klein- oder mittelständisches Unternehmen bei Google auf sich aufmerksam zu machen und eine gute Positionierung zu erhalten, solltest Du Deine Webseite auf Suchmaschinen optimieren

(**Suchmaschinenoptimierung - SEO**). Für die ideale Darstellung auf mobile Endgeräte ist das **Responsive Webdesign** und somit die mobile Optimierung Deiner Webseite unverzichtbar. Was genau damit gemeint ist und welche Faktoren für ein erfolgreiches Google Ranking wichtig sind, erfährst Du in unserem Blog Suchmaschinenoptimierung in 12 Schritten.

Bewirb Deine Karriereseite via Facebook Ads oder auch Google Ads und nutze sie als Landing Page für Deine Werbeanzeigen. So leitest Du potenzielle Kandidaten auf Deine Seite und kannst sie mit Deinem nutzerfreundlichen Webdesign und schmackhaften Stellenangebot für Dich gewinnen.

GOOGLE ADS

Google Ads ermöglichen nicht nur das Bewerben von Produkten und Leistungen, sondern auch von offenen Stellen. Da viele User direkt den gewünschten Jobtitel in die Google Suche eingeben, ist das Schalten von Google Werbeanzeigen für bestimmte Begriffe (sogenannte **Keywords**) empfehlenswert. Denn diese werden vorrangig über den normalen Suchergebnissen positioniert. Zudem sind sie **budgetierbar** und werden nach **Cost-Per-Click** (CPC) abgerechnet. Bei der Gestaltung von Google Ads solltest Du Dich kurz und knapp halten und nur die relevanten **Keyfacts** (Jobbezeichnung, Ort, Benefits, etc.) nennen, da sowohl Titel als auch Beschreibung wenig Platz bieten. Mit einem Klick gelangen Interessierte auf Deine Karriereseite und erhalten weitere Informationen zur ausgeschriebenen Position. Google Ads ist eine spannende Option, auf ein Jobangebot aufmerksam zu machen. Allerdings hat es sich noch nicht im Bereich Personal Recruiting etabliert.

In unserem Blogartikel zu Was ist Google Ads? kannst Du noch einmal alle wichtigen Facts nachlesen.

Mit Online Recruiting und Employer Branding gewinnst Du erfolgreich neue Mitarbeiter.

WIE FINDET MAN NEUE MITARBEITER? – DAS FAZIT

Beim Online Recruiting
spielt vor allem das **Employer Branding** eine sehr große Rolle.
Um Talents (Fachkräfte) für Dich zu gewinnen, solltest Du Dich und Dein Jobangebot ansprechend präsentieren. Wecke das Interesse potenzieller Kandidaten mit sympathischen Worten und **Benefits** beim Antreten der Position. Dir werden eine Vielzahl an Möglichkeiten geboten, online Stellen auszuschreiben. Die meisten Bewerber suchen gezielt über die herkömmlichen **Jobportale** wie Indeed, Stepstone, etc., **direkt bei Google** oder je nach dem wie bekannt die Marke ist, über die **Webseite** des Unternehmens. Profitiere von der **Reichweite** und dem **Bekanntheitsgrad** von Jobbörsen und veröffentliche dort Deine Stellenanzeige. Diese eignen sich für vielseitige Positionen wie vom Praktikanten zum Top-Manager. Mithilfe der angebotenen Online Formulare können sich die Kandidaten ganz leicht bei Dir bewerben und Du wirst direkt informiert. Für eine gute Positionierung in den Google

Suchergebnissen solltest Du Deine Webseite auf die wichtigen **SEO-Kriterien** optimieren. Google bietet Dir zudem die Option Deine Jobanzeigen via **Google Ads** zu schalten.

Die Relevanz von **Social Media** nimmt im Personalmarketing immer weiter zu. Auf Facebook werden User durch Deine regulären oder auch beworbenen Posts (**Ads**) im Feed auf eine Stelle aufmerksam. Auch wenn diese nicht zwingend nach einem neuen Job suchen, wird ihr Interesse dennoch geweckt. Xing und LinkedIn bieten Dir vielseitige Funktionen an, um neues Personal zu gewinnen. Zum einen können User über die **Sparte „Jobs“** nach Angeboten suchen. Zum anderen kannst Du auch hier Ads schalten. Alle Social Media Kanäle ermöglichen Dir eine detaillierte Zielgruppendefinition und somit die gezielte Ansprache passender Kandidaten. Während Facebook eher für kreative Jobs, Praktika und Ausbildungsstellen geeignet ist, empfehlen sich Xing und LinkedIn für Absolventenjobs und führende Stellen.

Mit Deinem effektiven Online Rekrutierung hast Du den geeigneten Kandidaten gefunden, nun liegt es an Dir, ihn zu halten.

Du hast noch Fragen, wie Du neue Mitarbeiter im Internet gewinnst? Dann zögere nicht und schreib uns - Wir helfen Dir gerne weiter.

Kontakt aufnehmen