



## **PCP-Newsletter 1 / 2023**

### **Personal gewinnen – nicht einfach, aber machbar**

In den kommenden 15 Jahren scheiden knapp 13 Millionen Arbeitskräfte aus dem Markt. Diejenigen, die nachkommen, reichen bei weitem nicht aus, um die Personallücken zu schließen. Wir leben aber schon heute in einem Bewerbermarkt. Künftig wird sich dieser Trend noch verstärken. Die durchschnittliche Bewerbungsphase dauert 5,2 Monate. Betrachtet man die Vorgehensweise bei der Mitarbeiterbeschaffung vieler Vermittlerbetriebe heute, kann man nur zu einem Ergebnis kommen: „Old school“.

Aus den Fehlern anderer Vermittlerbetriebe kann man aber profitieren und für sich daraus Erfolgshebel generieren.

#### **Erfolgshebel Nummer 1**

Die Vorgehensweise der meisten Vermittlerbetriebe ist nahezu identisch. Eine Stelle wird frei, also muss diese besetzt werden. Ist es aber überhaupt notwendig die Stelle neu zu besetzen, wird als Frage erst gar nicht gestellt. Kann durch Umorganisation der Arbeit, Digitalisierung, Verschlinkung der Prozesse, Auslagerung von bestimmten Aufgaben usw. das Tageswerk auch so bewältigt werden, wird nicht überprüft. Oftmals kann auch eine Fachkraft durch eine „einfache“ Kraft ersetzt werden. Hier bleibt vorhandenes Verbesserungspotenzial einfach ungenutzt.

Ein nahezu identischer Fehler wird bei erstmaligen Personaleinstellungen begangen. Die Aufgaben und die Anforderungen für und an eine neue Kraft werden unnötig über den tatsächlichen Bedarf ausgeweitet, frei nach dem Motto: „mehr ist besser“. Vollkommen falsch unter den Bedingungen eines Bewerbermarktes und einer betriebswirtschaftlichen Vorgehensweise.

#### **Erfolgshebel Nummer 2**

Die meisten geeigneten Fachkräfte sind gar nicht auf dem Markt verfügbar. Nur 15 % suchen aktiv nach einem neuen Job. 85 % suchen nicht, sind aber vielleicht viel geneigter und passender, werden aber nicht erreicht. Die Wahl des Mediums ist also im Einzelfall entscheidend. Die Stellenanzeige in der Tageszeitung erreicht kaum noch die junge Generation. Darauf zu warten, dass der Großvater dem Enkel über die Vakanz berichtet, ist wenig zielführend. Es braucht also auch „altersgerechte“ Medien. Und da ist Social Media nicht mehr wegzudenken.



### **Erfolgshebel Nummer 3**

Die Stellenanzeige (egal ob Tageszeitung oder andere Medien) spricht einen Großteil der potenziellen Bewerber gar nicht mehr an. Viel zu viel Text, keine optimierten Überschriften, keine Gehaltsangabe, kein vereinfachtes Bewerben, keine ansprechenden Titel, Verstecken statt Herausheben von Benefits. Und noch manches mehr.

Wieder ein einfaches Beispiel aus der Praxis: Die Gehaltsangabe bringt im Durchschnitt 30 % mehr Bewerbungen.

### **Erfolgshebel Nummer 4**

Gerade die junge Generation (36 % der Internetnutzer) informiert sich auf Bewertungsportalen über den potenziellen Arbeitgeber. Und hier haben Vermittlerbetriebe in der Ausschließlichkeit dann ein Problem, wenn der Vertragspartner keine guten Bewertungen hat. Dies wird dann auch bei der Agentur angezeigt. 84 % der Internetbesucher lassen sich in ihrer Entscheidung über diese Arbeitgeberbewertung beeinflussen.

67 % der Arbeitslosen nutzen Arbeitgeberbewertungsportale. Davon geben 54 % an, sich aufgrund einer Bewertung gegen einen Arbeitgeber entschieden zu haben.

Hier kann und sollte man als Vermittlerbetrieb vorbauen und gegensteuern.

### **Erfolgshebel Nummer 5**

„Die Persönlichkeit zählt, nicht die Vergangenheit“. Viele Arbeitgeber sind auf den Lebenslauf versessen. Geben Sie Quereinsteigern gezielt eine Chance. Aufgaben kann man auch schrittweise übertragen und dann entsprechend qualifizieren. Die Sozialkompetenz schlägt die Fach- und Methodenkompetenz in den meisten Fällen.

**Wer diese Erfolgshebel für sich nutzen will, hat schon einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung getan.** In allen angesprochenen Punkten und einigen darüber hinaus kann es ratsam sein, sich professionelle Unterstützung vom Markt zu holen.

Hartmut Pfaffinger  
Experte für die Entwicklung von Vermittlerbetrieben  
01520 9850 437