

TOP-Mitarbeiter gewinnen



5 unschlagbare Methoden,
um die besten Bewerber anzuziehen!

ZERPLATZTE SEIFENBLASEN

Willkommen im wilden Dschungel des Online Marketings – einem Ort, wo Dynamik herrscht und die Herausforderungen so üppig wuchern wie Lianen im Regenwald.

In den letzten Jahren haben unzählige Agenturen versucht, sich hier durchzuschlagen, häufig mit großen Versprechungen, die oft wie Seifenblasen geplatzt sind.

Hast Du Dich jemals gefragt, ob echte Ergebnisse in dieser digitalen Wildnis überhaupt möglich sind?

In diesem Ratgeber „Top-Mitarbeiter gewinnen: 5 unschlagbare Methoden, um die besten Bewerber anzuziehen!“ führe ich Dich auf einen anderen Pfad. Warum es bei mir anders läuft?

Stell Dir vor, ich bringe als prähistorischer Dinosaurier **über 30 Jahre Online Marketing Erfahrung** - sogar aus dem letzten Jahrtausend - mit. Angefangen hat die Reise in den Pionierzeiten des BTX/Datex-J der deutschen Bundespost. Diese Jahre waren wie eine spannende Expedition, auf der ich jeden Stein des Dschungels umgedreht habe.

Mehr als 1.000 Bewerbungsgespräche habe ich persönlich geführt und dabei nicht nur Gesichter gesehen, sondern Geschichten, Hoffnungen und Träume kennengelernt. Diese Erfahrungen habe ich in meine Rekrutierungsstrategien integriert.

Ein weiteres Juwel in meinem Erfahrungsschatz ist die **Einführung von Online-Bewerbungs- und Qualifikationsprozessen** in früheren Unternehmen, lange bevor der Begriff „Digital Recruiting“ in aller Munde war. Dies war wie das Entzünden eines Leuchtfeuers in einer dunklen Nacht. Wir hatten damit damals scheinbar den heiligen Gral gefunden und unsere regionalen, unattraktiven Marktbegleiter hatten es sehr schwer, Mitarbeiter zu finden.

In diesem Ratgeber teile ich meine bis heute bewährten Methoden, die nicht nur auf Theorie basieren, sondern praxiserprobt sind. Mein Ziel ist es, Dir nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern Werkzeuge an die Hand zu geben, mit denen Du **die besten Talente für Dein Unternehmen gewinnen kannst**.

Lass uns diesen Weg gemeinsam beschreiten.

Herzlichst, Dein



Rainer J. Clausen
CEO & Erfinder der SMF® Methode





METHODE 1

Mitarbeitergewinnung im
Zeitalter sozialer Medien:
Instagram, Facebook,
YouTube & TikTok



Willkommen in der Welt, in der **Deine zukünftigen Top-Mitarbeiter** vermutlich mehr Zeit mit Scrollen auf **Instagram**, Lachen über Memes auf **Facebook**, Binge-Watching auf **YouTube** und Experimentieren mit **TikTok**-Challenges verbringen als sonst wo.

Wenn Du einige Begriffe nicht kennst, mag es sein, dass Du auch im letzten Jahrtausend geboren sein könntest.

In diesem Kapitel **tauchen** wir **in das pulsierende Universum der sozialen Medien** ein und erkunden, wie diese Plattformen das **Recruiting – auf Deutsch "Mitarbeitergewinnung"**, also das Anwerben und Einstellen neuer Mitarbeiter – komplett umgekrempelt haben.

Entdecke, wie Du diese **Plattformen nutzen** kannst, um die **Aufmerksamkeit von Talenten** zu gewinnen. Wir zeigen Dir, wie man durch **kreatives und authentisches Storytelling** die richtigen Leute nicht nur erreicht, sondern regelrecht begeistert.

Schnall Dich an und bereite Dich darauf vor, zu lernen, wie man echte Verbindungen knüpft, die in wertvolle Mitarbeiterbeziehungen umgewandelt werden können.

Es gibt keinen Weg daran vorbei: **Die sozialen Medien haben das Recruiting für immer verändert**, ob man es nun akzeptiert oder nicht. Bedenke jedoch: Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit!

Social Recruiting: Ein gezielter Prozess zur Talentakquise

Social Recruiting, die Mitarbeitergewinnung über soziale Netzwerke, transformiert die Art und Weise, wie Unternehmen Talente anziehen und binden.

Der Prozess beginnt mit der sorgfältigen **Erstellung und Platzierung von Anzeigen, die speziell auf die Zielgruppe zugeschnitten sind**, aus der Du rekrutieren möchtest.

Anzeigen können dynamische Bilder, ansprechende Videos und überzeugende Texte enthalten, die genau darauf abgestimmt sind, die **Aufmerksamkeit potenzieller Kandidaten** zu erregen - und das ist besonders wichtig!



1

Anzeigenplatzierung in sozialen Medien

Zuerst wird die Anzeige auf **Plattformen wie Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn, TikTok & Co.** geschaltet. Dank fortschrittlicher sogenannter Targeting-Optionen dieser Plattformen können diese Anzeigen gezielt jenen Nutzern angezeigt werden, die am besten zu den Kriterien Deines idealen Kandidaten-Profiles passen und aus der gewünschten Region kommen. Dies sorgt für eine hohe Relevanz und Effizienz in der Ansprache.

2

Qualifizierungsprozess startet

Sobald ein potenzieller Kandidat Interesse zeigt, wird er in einen sorgfältig konzipierten Qualifizierungsprozess geleitet. Dieser beginnt in der Regel mit der **Vorstellung des Arbeitgebers** und der zu besetzenden Stelle.

In diesem Schritt hat das **Unternehmen** die **Gelegenheit, sich selbst vorzustellen** und beim Bewerber zu präsentieren – hier wird deutlich gemacht, warum es sich lohnt, für dieses Unternehmen zu arbeiten. Anschließend startet der eigentliche Bewerbungsprozess.

3

Bewerberpräsentation

Nachdem das Unternehmen sich präsentiert hat, ist der Bewerber am Zug. Dabei stellt er sich durch **Beantwortung spezifischer Fragen** oder dem Ausführen kleinerer Aufgaben vor. Diese Phase dient dazu, mehr über die **Fähigkeiten und Motivation des Bewerbers** zu erfahren.

Es ist ein interaktiver Austausch, der es dem Unternehmen ermöglicht, einen **tieferen Einblick in die Persönlichkeit** und Qualifikationen des Bewerbers zu erhalten.

4

Einreichung der Kurzbewerbung

Am Ende dieses Prozesses steht die Aufforderung an den Bewerber, eine Kurzbewerbung abzusenden. Diese enthält typischerweise **keinen Lebenslauf und kein Anschreiben**, sondern dient der Möglichkeit, in den **Dialog mit dem Bewerber** zu gehen, bevor er sich am Markt mit vollständigen Bewerbungsunterlagen bei Dir und vermutlich auch bei Deinen Marktbegleitern bewirbt.

Das heißt: Je früher wir unseren **zukünftigen Top-Mitarbeiter** ansprechen und mit ihm in den Dialog gehen, desto höher ist die Chance, ihn für uns zu begeistern. Doch darauf gehe ich später noch einmal genauer ein.

Fazit

Dieser strukturierte Prozess ermöglicht es nicht nur, die **Spreu vom Weizen zu trennen** und die **wirklich interessierten und qualifizierten Bewerber herauszufiltern**, sondern stellt auch sicher, dass beide Seiten – Unternehmen und Bewerber – von Anfang an gut informiert sind und ihre Erwartungen klar kommunizieren können.

Social Recruiting ist somit eine **effektive Methode, um gezielt und effizient neue Talente zu gewinnen**, die sowohl fachlich kompetent sind als auch optimal zur Unternehmenskultur passen.



FALLSTUDIE

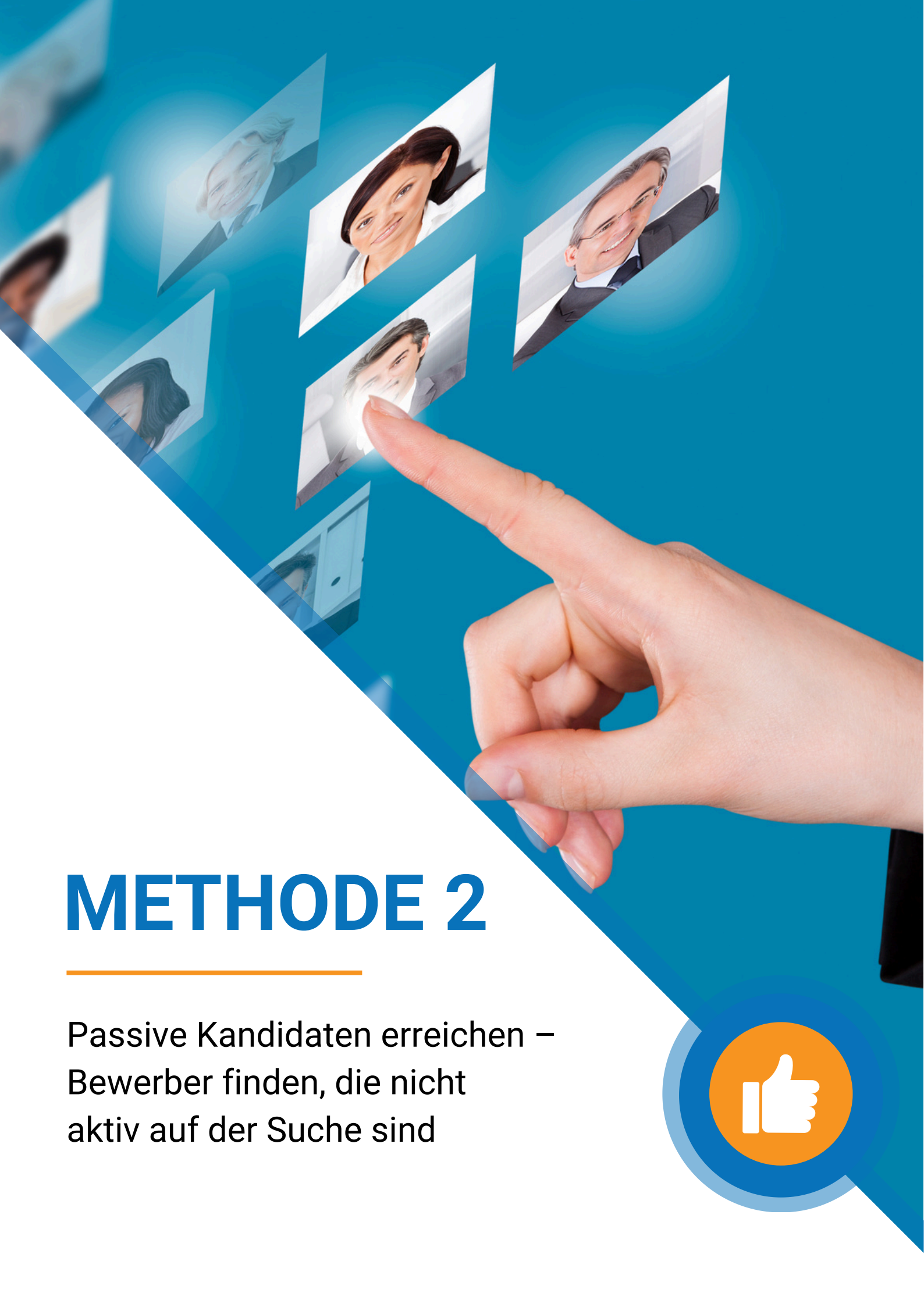


★★★★★ **Michael M. Andre**

Gründer & Gesellschafter · Alpenimmobilien GmbH

Ein Marketingtermin, in dem es um Neukundengewinnung gehen sollte, wurde kurzerhand - aufgrund des anfallenden hohen Arbeitsaufkommens - umfunktioniert zum Strategiegespräch für Mitarbeitergewinnung.

Nach nur 24 Stunden wurden bereits 6 Bewerbungen generiert. Daraus resultierte eine Einstellung: Eine neue Assistenz der Geschäftsführung.



METHODE 2

Passive Kandidaten erreichen –
Bewerber finden, die nicht
aktiv auf der Suche sind



Stell Dir vor, Du könntest in einem versteckten, unbekannten See fischen, wo die größten und unentdeckten Fische schwimmen – genau das ermöglicht **das Ansprechen von passiven Kandidaten**. Diese Gruppe, oft übersehen und unterschätzt, kann Deinem Unternehmen **frische Perspektiven und ungenutztes Potenzial** bieten.

Doch warum sind so **viele talentierte Menschen** passiv, obwohl sie nicht vollständig zufrieden in ihrem aktuellen Job sind?

→ **Warum suchen so viele Menschen nicht aktiv, obwohl sie unzufrieden sind?**

Viele Arbeitnehmer sind in einer Art Komfortzone gefangen. Sie fühlen sich zwar in ihrer aktuellen Position nicht optimal aufgehoben oder sind gar unzufrieden, aber die **Unsicherheit** eines **Wechsels** und der Aufwand, der mit der Jobsuche und einem **Arbeitsplatzwechsel** verbunden sind, halten sie zurück.

Der menschliche Hang zum Verharren in bekannten Situationen, selbst wenn diese nicht ideal sind, ist stark. Zudem fehlt oft das Wissen um bessere Möglichkeiten oder einfach die letzte Motivation, **den ersten Schritt zu wagen**. Zudem gibt es finanzielle Verpflichtungen, damit der Schornstein raucht und Essen auf dem Tisch steht.

In einem Arbeitsmarkt, der sich ständig wandelt, glauben viele auch, dass ein **sicherer Job** – trotz Unzufriedenheit – besser ist als das **unbekannte Risiko** eines neuen Weges. Hinzu kommt, dass passive Kandidaten selten aktiv von Unternehmen angesprochen werden, was das Gefühl verstärkt, dass es vielleicht doch nicht so viele bessere Chancen gibt.

Durch gezieltes Ansprechen und das Aufzeigen **klarer, verlockender Perspektiven** können diese passiven Talente jedoch bewegt werden, eine **Veränderung ernsthaft in Betracht zu ziehen**. In der nächsten Sektion werden wir Methoden besprechen, wie Du diese passiven Kandidaten effektiv erreichen und für Dein Unternehmen begeistern kannst.

Das Ansprechen passiver Kandidaten erfordert eine **subtile und durchdachte Herangehensweise**, da diese Personen in der Regel **nicht aktiv** nach einem neuen Job suchen.

Da sie keine unmittelbare Notwendigkeit verspüren, ihre aktuelle Stelle zu verlassen, ist es umso wichtiger, **den Wechselprozess** für sie so **einfach und reibungslos** wie möglich zu gestalten, beginnend mit der **spielerischen Leichtigkeit** mit dem potentiellen neuen Arbeitgeber in Kontakt zu treten.

→ Warum einfache Bewerbungsprozesse entscheidend sind

Passive Bewerber sind oft in einer Komfortzone gefangen. Sie sind zwar nicht vollständig zufrieden mit ihrer aktuellen Position, doch die **Hürden** und der **Aufwand** eines **Jobwechsels** erscheinen ihnen zu groß. Dies bedeutet, dass jeder zusätzliche Schritt im Bewerbungsprozess oder jede Komplikation eine Barriere darstellen kann, die sie davon abhält, den Wechsel zu initiieren. **Ich wiederhole es absichtlich, weil es von entscheidender Bedeutung ist!**

Um diese Talente zu gewinnen, müssen wir den Prozess so gestalten, dass er fast mühelos ist. Das bedeutet, Technologien zu nutzen, die es ermöglichen, sich mit wenigen Klicks zu bewerben und die Kommunikation so klar und direkt wie möglich zu halten.

Die Bewerbung muss so einfach sein, dass sie an einem schlechten Tag, wenn der Frust über den aktuellen Job seinen Höhepunkt erreicht, ohne großen Aufwand durchgeführt werden kann.

→ Der emotionale Moment des "Keinen Bock mehr"

Es gibt Momente, in denen auch passive Kandidaten innerlich "genug haben" – sei es durch einen stressigen Tag, mangelnde Anerkennung oder eine besonders frustrierende Situation bei der Arbeit mit Kunden, Kollegen oder den Vorgesetzten. Diese Momente, in denen die **Unzufriedenheit** - egal aus welchem Grund - **überwiegt**, sind genau die **Gelegenheiten**, die wir **nutzen** müssen.

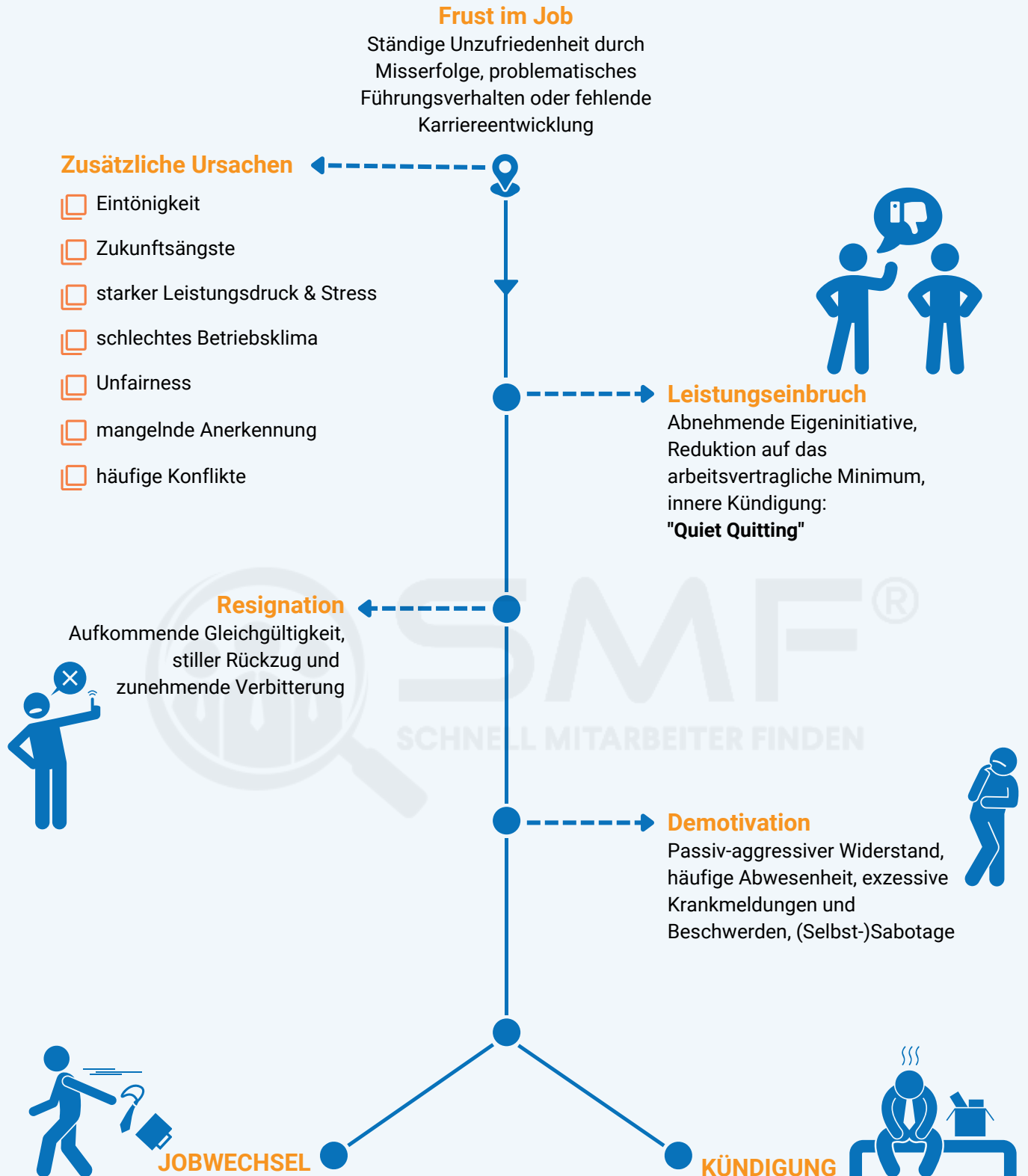
Wenn wir unsere Botschaft und das Angebot eines **einfachen Wechsels** genau dann platzieren, wenn diese Gefühle am stärksten sind, **maximieren** wir die **Wahrscheinlichkeit**, dass sich ein passiver Kandidat aktiv mit der Möglichkeit eines Jobwechsels auseinandersetzt.

Durch das Anbieten einer nahtlosen, fast intuitiven Bewerbungsmöglichkeit, die genau in diesen **emotional aufgeladenen Momenten** leicht zugänglich ist, können wir die Barrieren abbauen, die passive Kandidaten von einem Wechsel bzw. einer Bewerbung abhalten.

Dies unterstreicht die Notwendigkeit, unsere Strategien so zu gestalten, dass sie nicht nur **aufmerksamkeitserregend** sind, sondern auch **extrem zugänglich** und einladend für jene, die eigentlich nicht auf der Suche sind.

Indem wir Bewerbung so einfach und ansprechend wie möglich gestalten, nutzen wir die Gelegenheit, Talente in dem Moment zu erreichen, in dem sie am empfänglichsten für Veränderungen sind.

PHASEN DER INNEREN KÜNDIGUNG



→ Das Zusammenspiel von kontinuierlicher Sichtbarkeit und Timing

Um die Herausforderung zu meistern, **passive Kandidaten genau in dem Moment zu erreichen, in dem ihre Bereitschaft für einen Wechsel am höchsten ist**, ist eine durchdachte und beständige Präsenz auf ihrem Lieblings-Social Media Kanal unerlässlich.

Da wir nicht genau wissen können, wann der kritische Moment der Frustration oder der Unzufriedenheit eintritt, ist es entscheidend, dass unsere **Anzeigen** und Botschaften **kontinuierlich präsent** sind auf dem Kanal.

→ Dauerhafte Sichtbarkeit als Schlüsselstrategie

Passive Kandidaten sind nicht aktiv auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, daher müssen wir sicherstellen, dass unsere **Marke und unsere Jobangebote** regelmäßig in ihrem **Sichtfeld** erscheinen.

Dies erreichen wir durch **wiederholte Anzeigen-Platzierungen**. Diese beständige Präsenz erzeugt **Vertrautheit** und baut eine unbewusste Verbindung auf, sodass unsere Firma und unsere Möglichkeiten im **Gedächtnis** der Kandidaten **verankert** werden.

Das ist extrem wichtig! Wir müssen, **lange bevor sich der zukünftige Mitarbeiter bewirbt**, sehr **regelmäßig** mit verschiedenen Botschaften **präsent** sein. Die Botschaften dürfen nicht langweilig werden und müssen wöchentlich oder in noch kürzeren Zeiträumen gegen neue Messages ausgetauscht werden, um ein "sich an etwas satt sehen" zu vermeiden.

→ Der stete Tropfen höhlt den Stein

Das Prinzip "steter Tropfen höhlt den Stein" ist hier besonders relevant. Durch regelmäßige, subtile Erinnerungen an die **Vorteile**, die ein **Wechsel** mit sich bringen könnte, bleiben wir im Bewusstsein der Kandidaten präsent. So wird die **Wahrscheinlichkeit** erhöht, dass genau in dem **Moment**, wenn der Kandidat durch negative Emotionen oder Frustrationen besonders **empfänglich für Veränderungen** ist, unsere Anzeige als Lösungsweg wahrgenommen wird.

Dies kann die Initialzündung für die Entscheidung sein, sich bei Dir zu bewerben. Je **früher** Du für ihn mit Deiner **Botschaft sichtbar** bist, desto wahrscheinlicher wird es, dass im Moment der Frustration **genügend Vertrauen** da ist, den Kurzbewerbungsprozess bei Dir zu durchlaufen.

→ Zielgerichtete und emotionale Ansprache

Um diesen Effekt zu maximieren, müssen die Anzeigen nicht nur wiederholt, sondern auch zielgerichtet und emotional ansprechend gestaltet sein. Sie sollten direkt auf die typischen Schmerzpunkte und Bedürfnisse der Zielgruppe eingehen, um eine starke Resonanz zu erzeugen. Wenn dann der **kritische Moment** eintritt, ist unsere **Anzeige präsent**, bietet eine einfache Lösung und **motiviert den Kandidaten**, den Schritt zur **Kurzbewerbung** zu wagen.

Absolut ausreichend sind, neben den Antworten der Qualifizierungsfragen, die Angaben des vollen Namens, der E-Mail-Adresse und der Mobiltelefonnummer, um mit dem potentiellen neuen Mitarbeiter **in den Dialog treten** zu können. Auf diesen Dialog und der Geschwindigkeit der Kontaktaufnahme gehe ich später noch genauer ein.



Beachte jedoch: Jede Eingabe, die ich mehr fordere, senkt an dieser Stelle die Bewerbungsquote um 25 bis 50%, daher muss man sich hier idealerweise auf das absolut Notwendigste beschränken.

Fazit

Diese Strategie der **dauerhaften Sichtbarkeit** kombiniert mit **gezielter** und **emotionaler Ansprache** ist entscheidend, um **passive Kandidaten zu erreichen** und zu aktivieren. Sie nutzt die natürliche Dynamik menschlicher Emotionen und Verhaltensweisen in Verbindung mit cleverem Marketing, um den **Recruiting-Erfolg** zu **maximieren**.



MACH'S MOBIL!

DENN "WER NICHT MIT DER ZEIT
GEHT, GEHT MIT DER ZEIT."

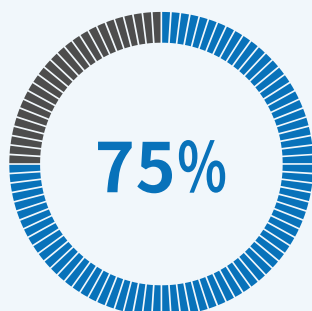


Heutzutage ist fast jeder **ständig am Smartphone** – und das gilt auch für **zukünftige** Mitarbeiter. Wenn Dein Bewerbungsprozess **nicht** wirklich einfach auf dem **Handy** läuft, **verpasst** Du vielleicht **die besten Mitarbeiter**.

Mach es ihnen so leicht wie irgend möglich, sich schnell und unkompliziert zu bewerben!

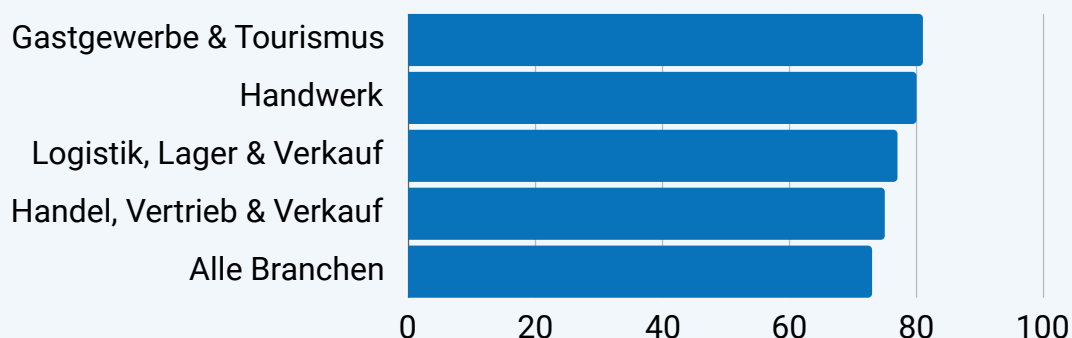
Egal wo sich jemand gerade aufhält - das **Smartphone** ist ohnehin **überall dabei**. Sei sichtbar, wenn die Emotion da ist und Zeit für eine **Veränderung im Kopf** Deines möglichen **zukünftigen Top-Mitarbeiters** herumgeistert.

MOBILE RECRUITING: DIE ZUKUNFT DES BEWERBENS?

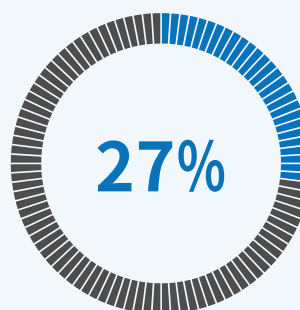


Über 75% der Befragten
suchen mit Ihrem Smartphone
nach einem neuen Job

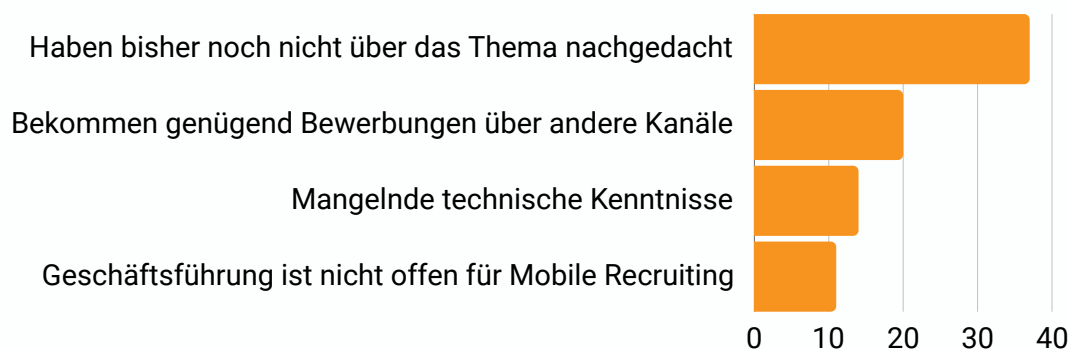
Diese Kandidaten würden sich **mobil bewerben**:

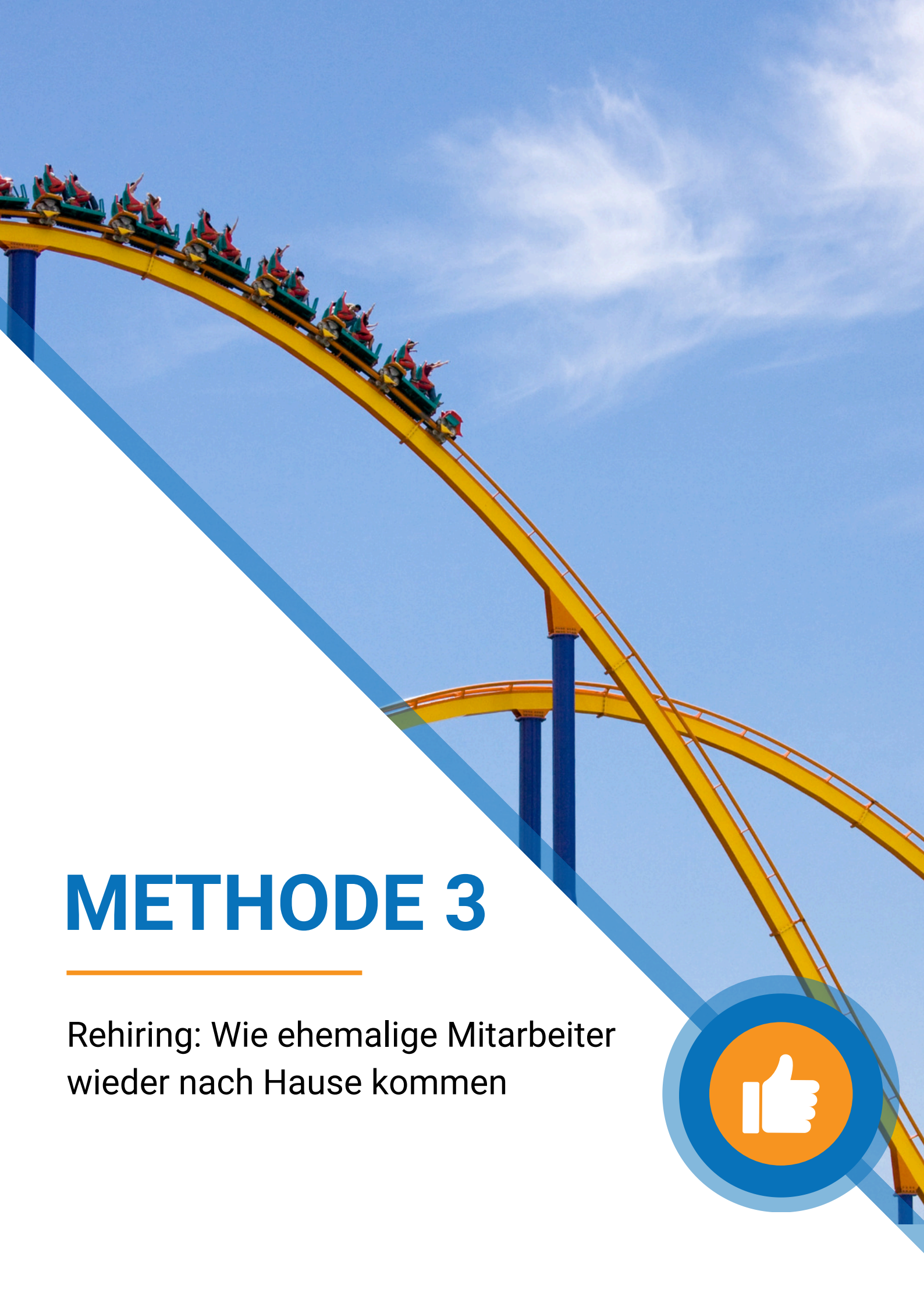


Nur 27% der Unternehmen
bieten mobile Bewerbungsprozesse an



Häufigste Gründe warum Unternehmen keinen mobilen Bewerbungsprozess anbieten





METHODE 3

Rehiring: Wie ehemalige Mitarbeiter wieder nach Hause kommen



Rehiring, also das **Wieder-Einstellen ehemaliger Mitarbeiter**, ist eine ausgezeichnete Strategie, um ein **erfahrenes und bereits vertrautes Talent** zurück ins Unternehmen zu holen. Um diesen Prozess erfolgreich zu gestalten, ist es wichtig, erst eine solide Grundlage zu schaffen, bevor Du alte Hasen persönlich ansprichst.

“Warum ist der Mitarbeiter damals überhaupt gegangen?”, fragt man sich oft.

Manchmal ist es so, dass der **Rasen beim Nachbarn** einfach **grüner** aussah und vom ehemaligen Mitarbeiter mal ausprobiert werden wollte. Wie Du weißt, kochen wir alle nur mit Wasser und das hat auch der ehemalige Mitarbeiter herausgefunden und sich vermutlich schon gefragt, wieso er sich dazu entschieden hat, wegzugehen.

➔ **Aufbau einer Social Recruiting-Strategie**

Bevor Du ehemalige Mitarbeiter erneut ins Boot holst, solltest Du sicherstellen, dass Deine **Social Recruiting-Strategie** steht. Dazu gehört eine funktionierende, mobil optimierte Landingpage, die als **Qualifikations-Seite** dient.

Diese Seite sollte nicht nur informativ und ansprechend gestaltet sein, sondern auch den gesamten Bewerbungsprozess klar darstellen. Eine professionelle und gut strukturierte Landingpage vermittelt sofort ein **positives Bild vom Unternehmen** und zeigt, dass Du in moderne Recruiting-Methoden investierst.



Informieren des bestehenden Teams: Ein weiterer kritischer Schritt ist die Information des aktuellen Teams über die Rehiring-Bemühungen. Es ist essentiell, dass alle Teammitglieder verstehen, warum das Unternehmen ehemalige Mitarbeiter zurückholen möchte.

Diese Transparenz schafft eine positive Atmosphäre und ermöglicht es den aktuellen Mitarbeitern, sich aktiv positiv über die Rückkehr ihrer ehemaligen Kollegen zu äußern. Ein Team, das hinter der Entscheidung steht, kann eine große Hilfe sein, um ehemalige Mitarbeiter wieder zu integrieren und eventuelle Bedenken bezüglich der Rückkehr auszuräumen.



Persönliche Ansprache und Materialbereitstellung:

Persönliche Ansprache ehemaliger Mitarbeiter ist entscheidend. Sie schätzen es, direkt und persönlich kontaktiert zu werden, besonders wenn sie erfahren, dass das Unternehmen aktiv neue Wege geht, um das Team zu stärken – sei es durch attraktive, neue Benefits oder durch eine bessere Work-Life-Balance.

Es ist wichtig, ihnen Werbematerial und Links zum Bewerbungsprozess zukommen zu lassen. Diese Materialien sollten nicht nur informativ sein, sondern auch die Entwicklungen und Verbesserungen im Unternehmen seit dem Weggang hervorheben.



Ermutigung zur Mitnahme weiterer Talente: Da ehemalige Mitarbeiter das Unternehmen und die Kultur bereits kennen, sind sie auch oft eine Quelle für weitere Rekrutierungen. Wenn sie sich zur Rückkehr entscheiden, könnten sie motiviert sein, ehemalige Kollegen oder fähige Bekannte, die ebenfalls eine neue Herausforderung suchen, mitzubringen.

Es ist gar nicht mal so unüblich, dass bestehende Komplett-Teams oder ganze Kolonnen, insbesondere im Handwerk, wechselwillig sind und sich neu orientieren wollen. Wenn Du ein attraktiver Arbeitgeber bist, was der ehemalige Mitarbeiter ja weiß, zieht diese Methode wunderbar. Dann ziehst du nicht nur einen, sondern gleich mehrere Top-Mitarbeiter an!

Fazit

Durch das **Aufsetzen einer soliden Social Recruiting-Strategie** sowie einer klaren Kommunikation im Team und der **persönlichen, wertschätzenden Ansprache** an **ehemalige Mitarbeiter** kannst Du diese **erfolgreich zurück ins Team** holen.

Dadurch verstärkst Du nicht nur die eigenen Reihen, sondern förderst auch das Betriebsklima und die Unternehmenskultur nachhaltig. Bedenke stets:

Nicht selten nimmt der alte Hase noch jemand anderen mit!



FALLSTUDIE



★★★★★ **Steven Stockmann**

Geschäftsführer SDC · Stockmann Digital Consulting GmbH

Die Firma brauchte dringend Verstärkung im Vertrieb und hatte schon über 6 Monate lang gesucht: Stellenportale, Printmedien & Personalvermittler lieferten nicht den gewünschten Erfolg.

Dank Eurer Methode konnte innerhalb von nur 3 Wochen eine Mitarbeiterauswahl aus über 20 Bewerbungen getroffen werden.

Durch die außergewöhnliche Arbeitgeber-Attraktivität von SDC, kombiniert mit hoher Sichtbarkeit, wurde ein exzellenter und erfahrener Vertriebsmitarbeiter eines Marktbegleiters angesprochen, der schlussendlich eingestellt wurde.



METHODE 4

Mehr als nur ein guter Schein:
Echte Lösungen für mehr
Arbeitgeberattraktivität



In einer Zeit, in der Talentakquise immer mehr zur Herausforderung wird, neigen viele **Agenturen** dazu, **Arbeitgeber** dazu zu **verleiten**, sich als **schillernde Einhörner** darzustellen – nahezu magische Orte, die jeder Traumjob-Suchende begehren sollte. Doch hinter dieser glänzenden Fassade verbergen sich oft tiefgreifende Probleme, die weder im Hochglanzprospekt erwähnt werden, noch den tatsächlichen Arbeitsalltag widerspiegeln.

Eine alte Schindmähre wird auf Teufel komm raus aufpoliert. Diese Diskrepanz zwischen Schein und Sein kann nicht nur zur Frustration bei neuen Mitarbeitern führen, sondern langfristig auch die Glaubwürdigkeit und Attraktivität des Unternehmens untergraben.

In dieser Methode werden wir erkunden, wie eine authentische Darstellung und die proaktive Lösung interner Probleme Unternehmen dabei helfen können, **echte und dauerhafte Arbeitgeberattraktivität** zu entwickeln. Durch das Ansprechen und Beheben verdeckter Probleme wie Überforderung, unklare Aufgabenbereiche und schwelende Konflikte, können Unternehmen eine **Arbeitsumgebung** schaffen, die nicht nur nach außen hin attraktiv ist, sondern auch intern durch **echte Werte** überzeugt.

Das Eisbergmodell im Unternehmenskontext

Symptome und Ursachen am Arbeitsplatz



Das Eisbergmodell ist eine **lehrreiche Metapher**, die zeigt, dass viele der sichtbaren Probleme in einem Unternehmen nur die Spitze des Eisbergs darstellen. Über der Wasseroberfläche sind z. B. Symptome wie **schlechte Geschäftszahlen, wenige Aufträge, hohe Mitarbeiterfluktuation** und ein steigender Krankenstand sichtbar.

Diese sichtbaren Probleme sind oft nur die Folgen tiefer liegender, verborgener Ursachen.

Unter der Wasseroberfläche verbergen sich die eigentlichen Ursachen dieser Symptome: **Überforderung der Mitarbeiter, zwischenmenschliche Verletzungen, schwelende Konflikte, unklare Aufgabenbereiche**, mangelnde Strukturen sowie persönliche emotionale Blockaden und Lebensthemen, die unerkannt bleiben können, aber **gravierende Auswirkungen** haben.

Identifikation und Lösung interner Herausforderungen

→ Identifikation der verborgenen Probleme

Der erste Schritt zur **Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität** besteht darin, die oft unsichtbaren **internen Probleme** zu **erkennen**. Dies kann durch anonyme Umfragen, regelmäßige Mitarbeitergespräche und die Einrichtung eines offenen Feedback-Kanals erfolgen.

Wichtige Bereiche, die Aufmerksamkeit erfordern, sind **Überforderung, zwischenmenschliche Konflikte, unklare Rollendefinitionen und Mängel** in der Unternehmensstruktur.

→ Entwicklung und Umsetzung von Lösungsstrategien

Nach der **Identifikation der Probleme** ist es **entscheidend**, wirksame **Lösungsstrategien** zu **entwickeln** und umzusetzen.

Dies kann Folgendes umfassen:

Schaffung klarer Strukturen und Rollen:

Sorge für klare Aufgabenbereiche und Verantwortlichkeiten, um Unsicherheiten und Überforderungen zu vermeiden.

Förderung einer gesunden Unternehmenskultur:

Etabliere Offenheit und Transparenz durch regelmäßige Team-Meetings und Workshops zu Konfliktmanagement und Stressbewältigung

Einführung flexibler Arbeitsmodelle:

Reagiere auf Mitarbeiterbedürfnisse mit flexiblen Arbeitszeiten, Homeoffice-Optionen und ausgewogener Work-Life-Balance.

→ Förderung von Wachstum und Entwicklung

Ein attraktiver Arbeitgeber zu sein bedeutet auch, **in die berufliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeiter zu investieren**. Biete regelmäßige Schulungen, Karriere-Entwicklungspläne und Mentoring-Programme an, um das **Potenzial** Ihrer **Mitarbeiter voll auszuschöpfen**.



→ Kontinuierliche Evaluation und Anpassung

Die Welt und die Arbeitsbedingungen ändern sich ständig. Es ist wichtig, dass Dein Unternehmen agil bleibt und regelmäßig überprüft, ob die umgesetzten Maßnahmen noch effektiv sind oder angepasst werden müssen. **Nutze Leistungsindikatoren und Mitarbeiterfeedback, um den Erfolg Deiner Strategien zu messen und bei Bedarf Anpassungen vorzunehmen.**

Fazit

Die Attraktivität als Arbeitgeber basiert **nicht nur** auf einer **glänzenden Außendarstellung**, sondern vor allem auf einer **authentischen und wertschätzenden Unternehmenskultur**.

Durch die Auseinandersetzung mit internen Problemen und die Schaffung einer **positiven, unterstützenden Arbeitsumgebung** können Unternehmen nicht nur die **besten Talente anziehen**, sondern diese auch **langfristig halten**.

Indem ein Arbeitgeber echte Lösungen für echte Probleme anbietet, differenziert er sich in einem umkämpften Markt und baut eine loyale und engagierte Belegschaft auf, denn...

...wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit.





ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT UND VERTRAUEN

DIE WÄHRUNG DER ZUKUNFT

In der heutigen Arbeitswelt ist die **Attraktivität eines Arbeitgebers** mehr als nur ein Nice-to-Have! Sie ist eine **essenzielle Währung**, die über den **Erfolg im Wettbewerb um Talente** entscheidet.

Vertrauen, gestärkt durch **positive Bewertungen** von aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern, spielt dabei eine zentrale Rolle. Diese Faktoren beeinflussen nicht nur die Wahrnehmung des Unternehmens in der Öffentlichkeit, sondern sind auch **entscheidend für die Anziehung und Bindung qualifizierter Mitarbeiter**.

Es ist von großer Bedeutung, dass Unternehmen dieses Thema proaktiv und rechtzeitig angehen.

Ein **positiver Ruf** als Arbeitgeber und das **Vertrauen der Belegschaft** sind das Ergebnis kontinuierlicher Bemühungen, interne Probleme zu adressieren und eine **unterstützende, transparente Unternehmenskultur** zu fördern.

Indem Du Dich jetzt damit beschäftigst, sicherst Du nicht nur die aktuelle **Zufriedenheit Deiner Mitarbeiter**, sondern stellst auch die Weichen für **langfristigen Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit**.

Vernachlässige keinesfalls die **Pflege Deiner Arbeitgebermarke**. In einem Markt, in dem gute Talente wählerisch sind und Wert auf authentische Einblicke legen, kann Deine Fähigkeit, als **vertrauenswürdiger und attraktiver Arbeitgeber aufzutreten**, den Unterschied ausmachen.

Agieren, um die Zukunft Deines Unternehmens zu sichern.





METHODE 5

Nicht die Großen fressen die Kleinen,
sondern die Schnellen überholen
die Langsamen



In der heutigen Geschäftswelt ist **Geschwindigkeit oft der entscheidende Faktor** zwischen Erfolg und Misserfolg – und das gilt besonders für die Talentakquise. Unternehmen müssen nicht nur **schnell**, sondern auch **flexibel** sein, wenn es um die Kontaktaufnahme und das Halten des **Kontakts zu potenziellen zukünftigen Bewerbern** geht. Doch die Notwendigkeit für Schnelligkeit erstreckt sich weit über die direkte Kommunikation hinaus.

Eine veraltete Website, eine **fehlende oder nicht mehr zeitgemäße Karriereseite**, ein **unmoderner Auftritt im Web** und in den sozialen Medien mit Beiträgen, die an prähistorische Zeiten erinnern, können ein **Unternehmen** in den Augen talentierter Bewerber **stark abwerten**. In einer Ära, in der die ersten Eindrücke häufig online geschehen, kann ein veralteter digitaler Auftritt potenzielle Kandidaten abschrecken, bevor überhaupt der erste Kontakt hergestellt wird.

Unternehmen, die ihre digitale Präsenz modernisieren und in schnelle, responsive Kommunikationswege investieren, positionieren sich als attraktive, zeitgemäße Arbeitgeber.

In diesem Kapitel betrachten wir, wie die **Beschleunigung** des Rekrutierungsprozesses und eine **dynamische Außendarstellung** dazu beitragen können, **die besten Talente** nicht nur zu erreichen, sondern sie auch zu **überzeugen**, sich für Dein Unternehmen zu entscheiden.

Schnelle Kontaktaufnahme und zeitgemäße Online-Präsenz **Schlüsselfaktoren im Rekrutierungsprozess**

→ Sofortige Kontaktaufnahme: Der Schlüssel zur Bindung

Die Geschwindigkeit der Kontaktaufnahme nach einer Bewerbung kann entscheidend sein, um das Interesse eines Kandidaten zu wecken und zu halten. Eine **schnelle Reaktion** signalisiert nicht nur, dass das Unternehmen effizient und organisiert ist, sondern auch, dass es den **Bewerber** ernst nimmt und **wertschätzt**.

Dies gibt dem Kandidaten das Gefühl, "**ein Eisen im Feuer**" zu haben und kann den Unterschied machen, ob er sich weiterhin für die Position interessiert oder sich anderen Möglichkeiten zuwendet.

→ Relevante und aktuelle Online-Präsenz

Nach der ersten Kontaktaufnahme beginnen viele Bewerber mit der Recherche über das potenzielle neue Unternehmen. Eine **moderne, aktuell gehaltene Website und frische Beiträge in sozialen Medien** sind dabei unerlässlich.

Veraltete Informationen, wie eine überholte Ankündigung zur Maskenpflicht oder die Eröffnung einer Filiale vor Jahren, können ein **negatives Bild** vermitteln. Stattdessen sollte die Online-Präsenz aktuelle Erfolge, Projekte und das Unternehmensleben widerspiegeln, um das Interesse und die Begeisterung des Bewerbers zu steigern.

→ Effiziente und flexible Interviewplanung

Um talentierte Kandidaten effektiv zu evaluieren und gleichzeitig deren Zeit zu respektieren, bieten sich kurze **Vorab-Interviews via Videokonferenz** an, idealerweise an Samstag Vormittagen. Solche **10-15-minütigen Gespräche** bieten eine hervorragende Gelegenheit, einen ersten **persönlichen Eindruck** zu gewinnen und den weiteren Verlauf des Bewerbungsprozesses abzustimmen.

Plane diese Gespräche zur vollen und halben Stunde, um Flexibilität für Folgegespräche zu haben. Das **Ziel des Gesprächs** ist klar: Beide Seiten sollten anschließend entscheiden, ob sie den **Bewerbungsprozess fortsetzen** möchten. Der Bewerber soll seine Entscheidung **erst im Anschluss** an das Gespräch mitteilen. Das spart Zeit. Er möge sich Gedanken machen und Dir **nach dem Gespräch** mitteilen, ob sein Hut noch im Ring ist.

Wenn sein **Bauchgefühl** nämlich **nein** sagt, wird die Ratio des Bewerbers im Gespräch trotzdem einem persönlichen Vorstellungstermin zustimmen. Trifft er die **Entscheidung erst nach dem Gespräch**, wird das Bauchgefühl jedoch siegen und der Bewerber wird schriftlich erklären, dass die Stelle im Moment nichts für ihn ist.

Es ergibt also keinen Sinn, sich mit jemanden persönlich zu treffen, dessen Bauchgefühl nein sagt. Du erzeugst dadurch nur **Kosten einer Fehlbesetzung**. Also fordere diese Entscheidung vom Bewerber nicht direkt im Gespräch, sondern erst im Nachgang.

→ Erzeugung eines Gefühls der Dringlichkeit

Die Verwendung eines elektronischen Terminkalenders, der dem Bewerber zeigt, dass er nicht der einzige Kandidat ist, kann ein effektives Mittel sein, um **"Fear of Missing Out" (Angst, etwas zu verpassen)** zu erzeugen. **D.h. nicht zu viele freie Terminmöglichkeiten** und Termine beispielsweise nur an einen bestimmten Samstag anbieten.

Diese **Strategie**, basierend auf den Prinzipien von Robert Cialdini aus seinem Buch "Die Psychologie des Überzeugens", **verstärkt das Gefühl der Verknappung und Begehrlichkeit**. Indem man dem Kandidaten zeigt, dass die Möglichkeit, Teil Deines Teams zu werden, begrenzt ist, wird der Wunsch verstärkt, sich zu engagieren und schnell zu handeln.

Durch diese gezielten Schritte schaffen Unternehmen nicht nur einen effizienten und einladenden Rekrutierungsprozess, sondern **steigern auch ihre Attraktivität als moderner und dynamischer Arbeitgeber**.

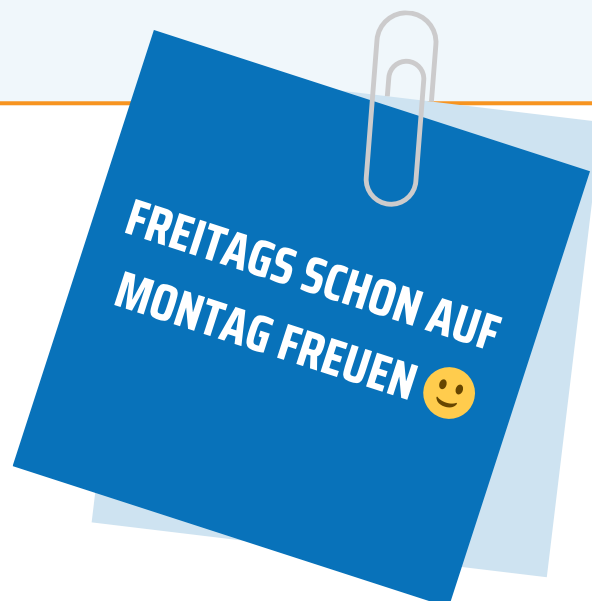
Fazit

Schnelligkeit und Professionalität im Rekrutierungsprozess

In einer sich schnell verändernden Arbeitswelt, in der qualifizierte Kandidaten zahlreiche Optionen haben, sind die **Geschwindigkeit der Kontaktaufnahme** und die **Relevanz der positiven digitalen Sichtbarkeit** von Unternehmen heutzutage entscheidend.

Unternehmen, die **schnell** auf Bewerbungen **reagieren** und eine **aktuelle, ansprechende Online-Präsenz** pflegen, positionieren sich als **attraktive Arbeitgeber** in einem umkämpften Markt. Die Integration von effizienten Kommunikationsmethoden und die Schaffung eines **Gefühls der Dringlichkeit und Verknappung** können signifikant die Chancen erhöhen, **Top-Talente zu gewinnen** und zu **binden**.

Durch die Implementierung dieser Methoden können Unternehmen nicht nur **schneller und effektiver talentierte Mitarbeiter gewinnen**, sondern auch eine positive Arbeitgebermarke aufbauen, die **Langzeitbindung** und **Mitarbeiterzufriedenheit** fördert. Letztendlich geht es darum, nicht nur die **besten Talente anzuziehen**, sondern auch ein Umfeld zu schaffen, in dem diese **Talente gedeihen** und sich dauerhaft zum Unternehmen bekennen können.



FALLSTUDIE

★★★★★ Martin Blischke

Geschäftsführer RTN · Reifen Technik Nord GmbH



Unsere Firma brauchte dringend qualifizierte **Fachkräfte an zwei Standorten** für Ihre **KFZ- & Reifenwerkstatt**. Die beiden Standorte sind in der Nähe von Flensburg an der dänischen Grenze und in Rostock an der Ostsee gelegen. Es wurde **vorher alles ausprobiert** und **viele tausend Euro ausgegeben** und trotzdem hatten wir keinen Erfolg!

Beide Firmen haben eine **außerordentliche Attraktivität** und vor allem konnten wir durch unser tolles Arbeitsklima und Teamgedanken neben attraktiven Arbeitnehmerkonditionen bei den **4 neuen Fachkräften** punkten. Durch die hohe Sichtbarkeit wurden erfahrene Fachkräfte angesprochen und **aus einer breiten Auswahl von Bewerbern konnten die neuen Mitarbeiter fürs Unternehmen gewonnen werden.**

GUTER TIPP VOM MILLIARDÄR?

Dem **Milliardär** und Reeder Aristoteles **Onassis** wurde einmal die Frage gestellt:
"Was würdest Du anders machen, wenn Du noch einmal leben dürftest?"

Nach kurzem Nachdenken antwortete er mit fester Stimme: "Ich würde alles noch einmal so machen, wie ich es früher getan habe. Bis auf eine Ausnahme: **Ich würde früher bessere Berater suchen!**"

Genau aus diesem Grund möchte ich Dir folgendes empfehlen:

Spring auf den Zug der Weisen und sichere Dir Deine kostenlose SMF®-Analyse! **Bei der Jagd nach qualifizierten Fachkräften ist Schnelligkeit Trumpf.**

Jedes Unternehmen sucht nach den klügsten Köpfen, um die Zukunft zu sichern, die **Arbeitslast zu verteilen und das Wachstum zu planen**. Ergreife jetzt die Initiative, bevor Deine Wettbewerber es tun. Klicke schnell – bevor es jemand anders tut!

Entdecke, wie die SMF® Methode Dir helfen kann, **innerhalb von nur 30 Tagen** die richtigen Fachkräfte zu gewinnen. **Top-Mitarbeiter auf dem Silbertablett!**

Mit besten Grüßen,



Rainer J. Clausen
CEO & Erfinder der SMF® Methode



P.S. Ein **kurzes kostenloses Gespräch** wird möglicherweise alles verändern.

Lass uns ohne Umschweife herausfinden, wie Du **schnell und effektiv Dein Team stärken** kannst, so dass sich **alle in der Firma wohlfühlen** und auch mit **Spaß und Leichtigkeit** bei der Arbeit sind. Wir tauchen dann auch tief in **Zahlen, Daten und Fakten** ein, um Dir eine gute Entscheidungsgrundlage zu geben.

Jetzt im kostenlosen Erstgespräch mit der SMF®-Analyse erfahren, ob und wie Du qualifizierte Fachkräfte in 30 Tagen einstellen kannst.
<https://www.schnell-mitarbeiter-finden.com/termin> (Hier klicken!)

