

Mitarbeitersuche im Netz

Die Werbung für neue Mitarbeiter wandelt sich. Von steigendem Interesse: das Internet – insbesondere die Social Media.

Werden digitale Medien von Bäckern schon viel für die Mitarbeiterwerbung genutzt?

Aramaz: Ich erlebe in der Backbranche eine gewisse Skepsis gegenüber dem Social Recruiting. Mein Tipp: Probieren Sie es einfach mal aus! Werbeanzeigen auf Facebook und Instagram kosten Sie nur wenige hundert Euro. Kreativ umgesetzt, werden Sie mit Sicherheit eine positive Resonanz erhalten.

Welche digitalen Kanäle sind besonders geeignet?

Aramaz: Ich empfehle, Facebook und Instagram für die Mitarbeitersuche zu nutzen. Potenzielle Mitarbeiter bewegen sich täglich auf diesen Netzwerken. Facebook hat als nach wie vor größtes Netzwerk ein enormes Potenzial. Seine Nutzer sind tendenziell über 25 Jahre alt, während die meisten Instagrammer jünger sind. Um beide Zielgruppen zu erreichen, sollten beide Kanäle bespielt werden.

Sie erwähnten Werbeanzeigen. Warum kann man die Stellenanzeigen nicht einfach kostenfrei in der eigenen Chronik posten?

Aramaz: Das kann man natürlich tun, doch die Reichweite ist viel geringer. Über die Chronik erreichen Sie nur Ihre Facebookfreunde. Dagegen erreichen Sie mit Werbung tausende oder zehntausende, wobei Facebook immer den aktuellen 1000-Kontakte-Preis angibt. Über den Facebook Business Manager können Sie nach Kriterien wie Alter, Geschlecht, Wohnort und Interessen genau einstellen, welche Nutzer Ihre Anzeige sehen sollen. Falls Sie über keine Profile auf Facebook oder Instagram verfügen, können Sie über meine Plattform Persando.de trotzdem dort eine Stellenanzeige schalten.

Welche anderen Plattformen ergänzen die digitale Mitarbeitersuche?

Aramaz: Die eigene Website steht im Zentrum des Online-Marketing-Kosmos. Sie ist Ihre digitale Visitenkarte und eine wichtige Informationsquelle. Sie können

auch unterschiedliche Jobportale testen. So hohe Reichweiten wie über die Social Media werden Sie dort allerdings nicht erreichen. Eine super Möglichkeit, kostenlos Jobs anzubieten, bietet übrigens Ebay Kleinanzeigen. Das Portal hat eine starke Reichweite und wird in dieser Hinsicht unterschätzt.



IM GESPRÄCH

Eyüp Aramaz ist Geschäftsführer von Aramaz digital, einer „Agentur für digitale Sichtbarkeit“. Neben Mitarbeiterfindung dienen seine Dienstleistungen Zielen wie Neukundengewinnung, Imagestärkung und Kundenbindung. Kontakt: Tel. 0521 99989740, www.aramaz-digital.de

So werben Sie richtig

Wer auf Facebook & Co. einfach „Mitarbeiter (m/w/d) gesucht“ eingibt, hat die sozialen Netze nicht verstanden, findet Digitalexperte **Eyüp Aramaz**. Besser sei es, Bilder der eigenen Mitarbeiter zu zeigen. „So haben wir für die Recruiting-Kampagne der Bielefelder **Bäckerei Rolf** eine junge Verkäuferin gefunden, die ihre Identifikation mit dem Beruf authentisch überbringt.“

Eine wirksame Recruiting-Kampagne solle aus Gruppen von verschiedenen Anzeigenformen bestehen. Ideal sei es, parallel ein Foto, ein Video und eine Kollage oder ein „Karussell“ aus mehreren Bildern zu schalten. „Nach einigen Tagen können Sie sehen, wie viele Impressionen und Bewerbungen Sie auf die unterschiedlichen Motive erhalten, und Ihr Budget entsprechend lenken.“ Wirksame Filmclips sollten maximal eine Minute lang sein und direkt zum Punkt kommen.

Auch Instagram-Stories seien für die Mitarbeitersuche interessant. „Sie haben einen hohen Stellenwert, fallen so-



Foto: Nattee Meeplian – AdobeStock

fort auf und bewirken viel Interaktion“, so Aramaz. Zur Bewerbung, empfiehlt er, solle man auf derselben Plattform einladen. Im Rahmen einer Werbekampagne können direkt auf Facebook kurze Bewerbungsformulare verknüpft werden. So sind die Hürden für den Bewerber so niedrig wie möglich.

Kurzarbeit ohne Kopfzerbrechen

In der aktuellen Krise müssen Prozesse und Personaleinsatz angepasst werden. Um auf den Besucherrückgang in den Filialen zu reagieren, ist eine übersichtliche und strukturierte Personaleinsatzplanung hilfreich. Bei vielen Änderungen im Dienstplan ist es hilfreich, wenn eine Software für Personaleinsatzplanung (PEP) die Änderungen den Mitarbeitern per Push-Nachricht aufs Handy sendet. Und wenn die Teammitglieder über ihre Dienstplan-App unkompliziert bei Kollegen fragen können, ob jemand den Dienst tauschen kann.

In den meisten Betrieben ist Kurzarbeit dennoch unausweichlich. Eine wichtige Grundlage sind Arbeitsverträge. Ist hier die Soll-Stundenzahl klar definiert, kann die Ausfallzeit leichter berechnet werden, für die es das Kurzarbeitergeld gibt. Die täglichen Ausfallzeiten zu bestimmen, ist dennoch ziemlich komplex. Deshalb wurde für die cloudbasierte PEP-Lösung von E2N flugs die Berechnung der Kurzarbeit eingebaut. „Das System errechnet automatisch, an welchen Tagen wie viele Ausfallstunden angefallen sind und berücksichtigt dies beim Export an die Lohnsoftware“, erläutert **Simon Mohr**, CEO von **E2N**.

Info: www.gastro.e2n.de

Social Media statt Zeitung

Für den Betrieb **Klingenberg – Guter Bäcker** aus Holzmin-den (16 Filialen) erwiesen sich Zeitungsanzeigen für die Mitarbeitersuche als wenig effektiv: „Es kostete ein Heidengeld und hat gerade einmal eine Bewerbung eingebracht“, erinnert sich Inhaber **Andreas Klingenberg** an den letzten Versuch. Anders eine Anzeigenkampagne, die er über **Aramaz Digital** professionell in den Social Media lancierte: „Die Qualität der gut 20 Bewerbungen für den Verkauf war zwar schlechter als sonst, doch konnten wir zwei Verkäuferinnen einstellen“, berichtet der Unternehmer. Dabei kosteten ihn die digitalen Anzeigen inklusive Betreuung sowie Foto- und Videoproduktion nur 500 Euro. Besonders gut wurde das Video angenommen. „Du suchst einen Berufseinstieg nach der Elternzeit oder eine neue Herausforderung“, fragte eine Verkäuferin in einem einminütigen Clip. „Bewirb dich hier, wir freuen uns auf dich!“

Info: www.guter-baecker.de

