



„DEN FAKTOR MENSCH INS ZENTRUM RÜCKEN“

Dass es auf der „Großbaustelle“ Personal einer strategischen Ausrichtung bedarf, verdeutlicht **Eyüp Aramaz**, Geschäftsführer der Aramaz Digital GmbH und Dozent für Social Media, Personalmarketing & Arbeitgebermarkenbildung an der Fachhochschule des Mittelstands in Bielefeld.

Die Suche nach Fach- und Nachwuchskräften beschäftigt derzeit viele backende Betriebe. Wie können digitale Werkzeuge dabei behilflich sein?

Die Suche nach Fach- und Nachwuchskräften ist eine der größten Herausforderungen für backende Betriebe. Digitale Werkzeuge können hier eine Schlüsselrolle spielen. Zum einen ermöglichen sie eine gezielte Ansprache der Zielgruppen über Plattformen wie Social Media, wo junge Talente und Fachkräfte heutzutage aktiv sind. Mit datenbasierten Kampagnen können wir Streuverluste minimieren und die Reichweite maximieren. Zum anderen bieten Tools wie Bewerbungsfunnels und KI-gestützte Automatisierung enorme Vorteile: Sie vereinfachen den Bewerbungsprozess, sparen Zeit und helfen dabei, geeignete Kandidaten schnell zu identifizieren. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die digitale Sichtbarkeit der Betriebe – eine ansprechende Karriereseite, verbunden mit regelmäßigen Updates auf Social Media, stärkt die Arbeitgebermarke und sorgt dafür, dass Unternehmen als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen werden. Letztlich geht es darum, die digitalen Möglichkeiten strategisch einzusetzen, um passende Talente dort zu erreichen, wo sie sich aufhalten, und ihnen gleichzeitig eine moderne und unkomplizierte Candidate Experience zu bieten.

Es gibt zahlreiche Jobportale, diverse Social-Media-Netzwerke und den klassischen Weg über Zeitung und Aushänge – wo sollten Bäckereien und Konditoreien ihre Ausschreibungen inserieren?

Die Wahl des richtigen Kanals hängt stark von der Zielgruppe ab, die angesprochen werden soll. Klassische Wege wie Zeitungsannoncen oder Aushänge können in manchen Fällen noch sinnvoll sein, insbesondere wenn die Zielgruppe bereits älter ist oder in ländlichen Regionen lebt. Allerdings erzielen Bäckereien und Konditoreien heute die besten Ergebnisse, wenn sie auf

digitale Kanäle setzen. Jobportale wie Indeed oder JetztJob.de bieten eine breite Reichweite, jedoch sollte der Fokus verstärkt auf Social-Media-Plattformen wie Facebook, Instagram oder TikTok liegen. Hier erreichen die Betriebe sowohl junge Nachwuchskräfte als auch die wechselbereiten Fachkräfte. Besonders wirkungsvoll sind dabei gezielte Werbeanzeigen mit ansprechenden Inhalten, die die Vorzüge des Betriebs hervorheben. Zusätzlich ist eine gut gestaltete Karriereseite auf der eigenen Website entscheidend. Sie dient als zentrale Anlaufstelle für Bewerber und vermittelt ein authentisches Bild des Betriebs. Kombiniert mit einem einfachen Bewerbungsprozess – idealerweise über nur wenige Klicks – schaffen Betriebe so die Grundlage, um sich erfolgreich von der Konkurrenz abzuheben. Der Schlüssel liegt in einer durchdachten Kombination aus Reichweite und Zielgruppengenauigkeit.

Welche Rolle spielt KI im Recruiting? Und lassen sich damit passendere Kandidat/innen finden?

Die Künstliche Intelligenz revolutioniert das Recruiting, indem sie zeitintensive Aufgaben automatisiert und so die Betriebe entlastet. Ein großer Vorteil ist die Möglichkeit, die telefonische Vorqualifizierung zu übernehmen. KI-gestützte Systeme können Bewerber automatisiert kontaktieren, ihnen gezielte Fragen stellen und die Antworten in Echtzeit analysieren. Auf diese Weise wird eine erste Vorauswahl getroffen, die personalintensive Prozesse deutlich reduziert. Ein weiteres Beispiel ist der Einsatz von KI in Messenger-Diensten wie WhatsApp. Hier können Bewerber unkompliziert ein erstes Interview durchlaufen. Die KI stellt relevante Fragen, sammelt Antworten und leitet die Ergebnisse an den Betrieb weiter. Das schafft nicht nur eine schnelle und moderne Candidate Experience, sondern erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, passende Kandidaten zu

finden, da Hürden im Bewerbungsprozess abgebaut werden.

Was können Bäckereien und Konditoreien tun, um ihre Mitarbeitenden zu binden? Worauf kommt es dabei an?

Bäckereien und Konditoreien stehen oft unter immensem Druck im Tagesgeschäft, sodass der Faktor Mensch häufig in den Hintergrund gerät. Um dieser Abwärtsspirale zu entkommen, ist ein strategisches Umdenken unverzichtbar. Klassische Hierarchiemodelle stoßen zunehmend an ihre Grenzen. Stattdessen setzen moderne Betriebe auf flachere Strukturen und binden Mitarbeitende aktiv in Entscheidungsprozesse ein – sei es bei der Entwicklung neuer Produkte, der Optimierung von Abläufen oder der Gestaltung der Kundenansprache. Solche Ansätze fördern nicht nur das Engagement, sondern auch die Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen. Gleichzeitig vollzieht sich ein Wandel im Onboarding: Hybride Modelle revolutionieren die Integration neuer Mitarbeitender. Mit digitalen Tools wird das Onboarding direkt aufs Smartphone gebracht – flexibel, interaktiv und jederzeit abrufbar. In einer Welt, die von YouTube und Netflix geprägt ist, ermöglicht diese Form des Onboardings nicht nur einen schnellen Einstieg, sondern steigert auch nachhaltig die Produktivität und Bindung. Wesentlich bleibt, dass Betriebe sich ihrer Werte bewusst werden und diese konsequent leben. Ob Regionalität, Nachhaltigkeit oder traditionelle Handwerkskunst – solche Werte sprechen gezielt Bewerber an, die sich mit dem Unternehmen identifizieren und nicht nur einen Job, sondern eine Aufgabe suchen. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, Mitarbeitende nicht nur zu gewinnen, sondern ihnen auch langfristig einen Grund zu geben, zu bleiben. Das gelingt, wenn der Faktor Mensch wieder ins Zentrum unternehmerischen Handelns rückt.

| Interview: Wenzel Seibold |