

# Recruitingprozesse erfolgreich gestalten

**Ingenieurmangel, Fachkräftemangel, diese Schlagworte sind derzeit in aller Munde! Sicher, die aktuelle Wirtschaftslage mit ihrem großen Bedarf an Mitarbeitern aus dem Ingenieur- und Physikerumfeld verstärkt den Mangel. Aber wird sich das in den nächsten Jahren irgendwann wieder ändern?**

Änderungen im Erziehungs- und Bildungssystem greifen, sofern sie wirklich einmal umgesetzt werden, erst langfristig. Fakt ist, die Zahl der Absolventen nimmt demografisch ab und so wird der verfügbare Pool immer kleiner. Ein Zuzug von ausländischen Arbeitskräften löst das Problem nur punktuell. Und erst die Kombination aus Ausbildung plus Erfahrung plus Persönlichkeit bilden die Voraussetzung, ob ein Bewerber passt. Gerade in Bereichen wie Einkommenserwartung und Motivation klaffen Anspruch und Wirklichkeit zwischen Arbeitgeber und Mitarbeiter oft auseinander. Und auf die nächste Rezession zu hoffen, ist auch nicht die beste Lösung.

Rekrutierungsergebnisse aus dem High-Tech-Umfeld im Sommer 2011 sind, dass:

- viele Positionen ein Jahr lang nicht besetzt werden konnten, und das gilt für alle Bereiche von Entwicklung und Konstruktion über Vertrieb bis hin zur Qualitätssicherung
- auf manche Stellenanzeigen innerhalb eines Monats manchmal nur 3 oder aber auch keine einzige Bewerbung eintrifft. Teure Printanzeigen, weder in führenden Tages- noch Fachzeitschriften, bringen hier den erhofften Erfolg. Was es selten gibt, kann nur schwer gefunden werden.

Da hilft nur professionelles, beständiges und individuelles Agieren und Flexibilität. Überlegungen wie:

- langfristige Personalplanung, um rechtzeitig mit der Suche am Arbeitsmarkt zu beginnen, denn zwischen dem Start der Aktivitäten und dem ersten Arbeitstag vergehen schnell 6 Monate
- Geduld! Onlinesuchprozesse sind zwar breiter angelegt, es dauert aber auch länger bis die Firmen und der geeignete Kandidat sich finden
- Realistische Profile definieren und nicht von der „eierlegenden Wollmilchsau“ träumen; immer wieder das Profil überdenken, ob man am Verantwortungsrahmen etwas variieren/streichen kann, um mehr Kandidaten anzusprechen.
- auch weniger glatte Lebensläufe genau betrachten – manchmal verbirgt sich eine wahre Perle dahinter.
- Wo kann man selbst (nach)schulen, wenn der Kandidat bestimmtes Fachwissen nicht mitbringt. Gerade bei Mittelständlern geht es nicht nur um das technische Wissen, sondern auch um die menschliche Komponente. Bei einer längerfristig ausgerichteten Strategie ist es besonders wichtig, dass der künftige Mitarbeiter ins Team passt.

Bei manchen Profilen ist es schon so, dass sich das Unternehmen beim Arbeitnehmer bewerben muss. Gerade kleinere Unternehmen müssen ihre Stärken als Arbeitgeber klar kommunizieren. Viele Bewerber glauben irrtümlich, dass nur die großen Konzerne in Punkto Work-Life-Balance, Weiterbildung, Arbeitszeitmodellen etc. viel bieten – die reden nur mehr darüber. Außerdem zählt der erste Eindruck auch im Bewerberkontakt. Wer sich Fairness und Respekt auf die Fahne schreibt, der muss auch die erste Kontaktaufnahme seitens der Bewerber so behandeln. Lange nicht auf eine Anzeigenbewerbung zu reagieren,



**Dorothee Mayrhofer**  
beratungsgruppe  
wirth + partner,  
München  
Fon 089 - 4599580  
info@wirth-partner.com  
www.wirth-partner.com

hinterlässt ebenso einen negativen Eindruck, wie die häufige Situation, dass kein fachlich versierter Ansprechpartner für technische Fragestellungen erreichbar ist. Mit so einem Verhalten frustriert man die künftigen Mitarbeiter!

Das Thema Personal sollte auf Führungsebene initiiert werden, damit alle ausführenden Personen den nötigen Weit- und Überblick für die Unternehmenszusammenhänge haben.

Auch auf Arbeitgeberseite ist im Recruitingprozess eine kontinuierliche Netzwerkarbeit sehr erfolgversprechend. Nahezu 20% der Neueinstellungen laufen über persönliche Kontakte, Leute die man aus Erfahrung kennt, Mund zu Mund-Propaganda und nicht über offizielle Suchwege.

Gerade um den Nachwuchs auf sich aufmerksam zu machen, sollte man laufenden Kontakt zu den Hochschulen halten, denn das baut Vertrauen und Faszination auf (Praktika, Studienarbeiten, Wettbewerbe und persönliche Kontakte zu den Unis). So kann man diese Zielgruppe für den Berufseinstieg im Mittelstand oder Start-Up prägen.

Aber genauso wichtig ist es, die gewonnenen Mitarbeiter auch langfristig zu binden. Gute Arbeitgeber ermöglichen Karrieren im Haus und nicht erst durch einen Firmenwechsel!