

Meister von Morgen

Mitarbeitersuche im Handwerk

Wer jetzt eine weiterführende Bildungseinrichtung besucht, der ist vielleicht in wenigen Monaten schon in einer mittleren Führungsposition oder gar Leiter eines Betriebs und muss sich auch um entsprechend qualifiziertes Personal kümmern. Leider werden dabei immer wieder Fehler bei der Suche gemacht. Wir sprachen mit einem Experten darüber.

Endlich qualifizierte Mitarbeiter einstellen, die motiviert sind, für das Unternehmen zu arbeiten – das wünschen sich viele Handwerksbetriebe. **Christian Keller (Bild)** von **Kellerdigital (www.kellerdigital.de)** ist Experte für Personal-Online-Marketing und ermöglicht Fachbetrieben im Handwerk genau das. Er kreierte mit seinem Team Werbekampagnen, die für Mitarbeiter sorgen und weiß genau, welche Tricks zu mehr Bewerbern führen.

»de«: Herr Keller, was sind Ihrer Meinung nach die häufigsten Fehler bei der Mitarbeitersuche?

C. Keller: Das beginnt schon bei der Stellenanzeige. Viele Stellenanzeigen wirken heutzutage völlig austauschbar und zeigen keinerlei Individualität. Man sollte unbedingt vermeiden, eine »0-8-15-Stellenanzeige« zu verwenden, die zu jedem Unternehmen passen könnte. Bilder mit Menschen, die beispielsweise einen Daumen nach oben zeigen und dabei aufgesetzt in die Kamera lächeln, werden heutzutage für nahezu jede Stellenanzeige aus allen möglichen Branchen genutzt. Nehmen Sie stattdessen lieber Bilder von echten Handwerkern – bestenfalls sogar von echten Mitarbeitern, um Ihr Unternehmen zu präsentieren.

Auch die Texte der Stellenbeschreibungen geben oft nur wenige Informationen her und sind meistens sehr allgemein gehalten. Es werden in kurzen Stichpunkten die Anforderungen an den Bewerber dargestellt und die Leistungen vonseiten des Unternehmens wie »tarifgerechte Bezahlung« oder »engagiertes Team« angepriesen. Dabei handelt es sich jedoch um Selbstverständlichkeiten, die in einer Stellenanzeige nicht hervorgehoben werden sollten. Häufig ist bei solchen austauschbaren Stellenanzeigen noch nicht mal das richtige Logo integriert. Setzen Sie stattdessen lieber auf Individualität.

»de«: Wie sieht es beim Bewerbungsprozess aus?

C. Keller: Gut, dass Sie fragen, denn der zweite Fehler, den sehr viele Unternehmen begehen, ist, dass sie keinen im Vorfeld definierten Bewerbungsprozess haben. Die Stellenanzeige wird somit einfach veröffentlicht, jedoch ist nicht klar, wie ein Interessent sich auf diese Stelle bewerben soll. So weiß der Bewerber nicht, ob er anrufen oder eine E-Mail schreiben soll und welche Bewerbungsunterlagen gefordert werden. Somit führt eine Stellenanzeige dieser Art häufig ins Leere. Je unklarer der Prozess ist, desto mehr Verwirrung entsteht infolgedessen beim Bewerber und desto unklarer ist dann auch das Ergebnis, das bei dem Prozess entsteht. Überlegen Sie sich deshalb besser im Vorhinein, wie das Bewerbungsverfahren ab-



Quelle: digitalfoto105@stock.adobe.

laufen soll und achten Sie darauf, dass in der Stellenanzeige klar angegeben wird, was der Interessent tun soll.

»de«: Wie steht es um die Kommunikation, beispielsweise über E-Mail?

C. Keller: Die halte ich teilweise für ziemlich unpersönlich. Gerade im Bereich des Handwerks sollten Sie Wert auf den persönlichen Kontakt legen und Ihren potentiellen neuen Mitarbeitern keinen unermesslich bürokratischen Aufwand zumuten. Einen guten Mitarbeiter im Handwerk erkennen Sie an seiner Leistung und nicht daran, wie gut er sich beispielsweise beim Verfassen von E-Mails oder Bewerbungstexten ausdrücken kann. Zudem bevorzugen Handwerker die Kommunikation vor Ort und sind dadurch viel motivierter. Laden Sie Ihre Bewerber deshalb möglichst bald zu einem persönlichen Gespräch ein oder nutzen Sie zumindest das Telefon, um den ersten Kontakt aufzunehmen.

»de«: Herr Keller, vielen Dank für das Gespräch. ●



Autor: Marcel Diehl, Redaktion »de«



Bild: Christian Keller, Experte für digitale Personalgewinnung und Leiter von »Kellerdigital« www.kellerdigital.de (Quelle: AEON Verlag&Studio)