



Human Resources

Eine Broschüre zur Auswahl von Recruiting-Kanälen

Personal Recruiting

Ein entscheidender Faktor über Erfolg und Misserfolg einer Unternehmensgründung ist das Personal. Zudem ist es einer der ersten Aspekte, beim Thema Organisation und wichtiger Bestandteil Ihres Businessplans.

Grundsätzlich hängt die Frage, ob Sie Mitarbeiter einstellen sollen, von den zu bewerkstellenden Aufgaben und den verfügbaren Ressourcen ab. Laut KfW Gründungsmonitor wurden nur etwa 20% der Unternehmen im Team gegründet. Dabei kann die Existenzgründung durch unterschiedlich Kompetenzen, die zu einem Managementteam kombiniert werden, erheblich vereinfacht und Aufgaben effizient verteilt werden.

Darüber hinaus besteht natürlich die Möglichkeit Arbeiten von externen Dienstleistern erledigen zu lassen. Schnell werden jedoch viele Gründer feststellen, dass Sie nicht alle Aufgaben alleine bewältigen können, sich jedoch auch nicht gänzlich auf externe, kostenintensive Dienstleister verlassen wollen. Gute und motivierte Mitarbeiter zu finden und zu halten, ist für StartUps also nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance.

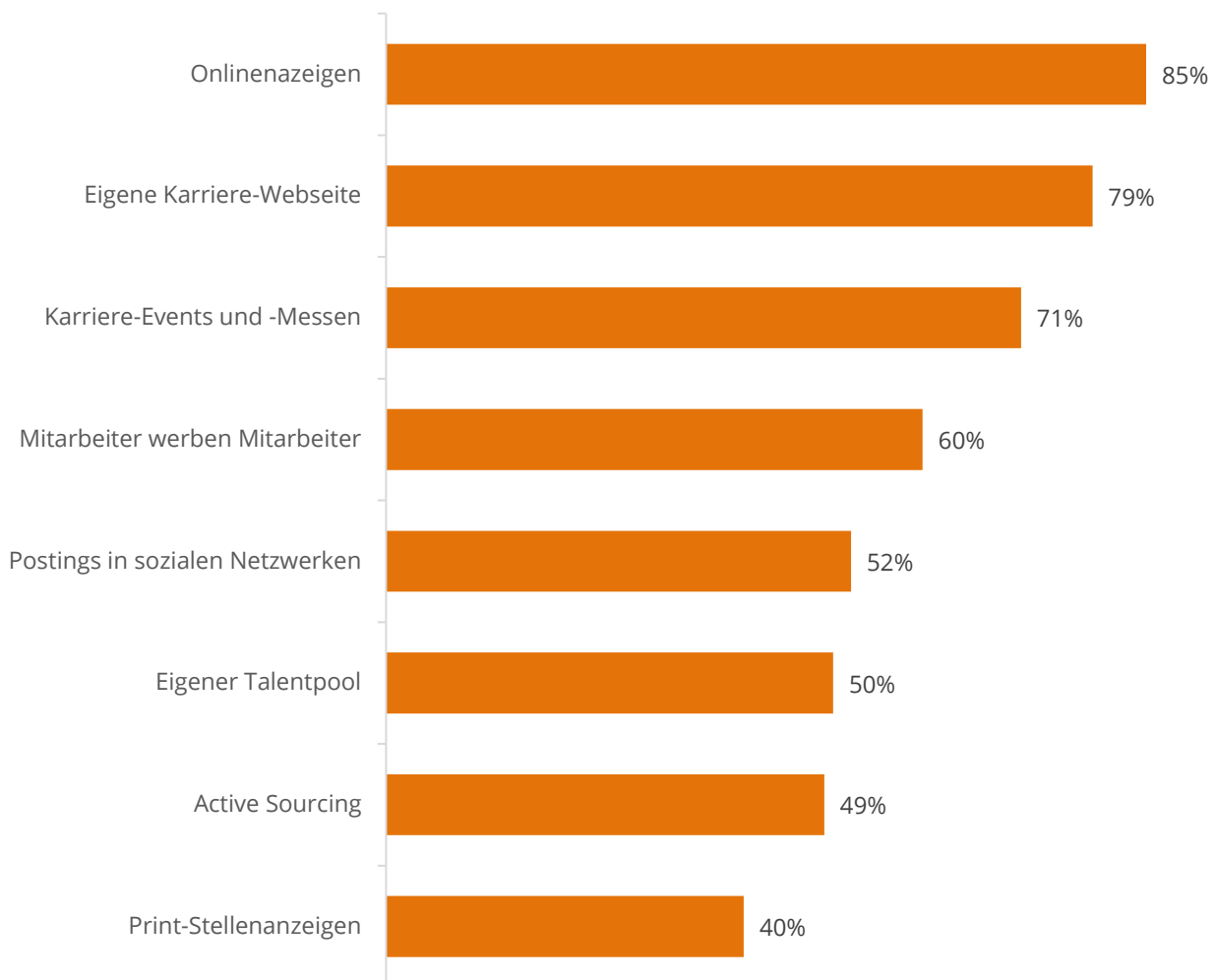
Eine allgemeingültige Empfehlung kann nur schwerlich ausgesprochen werden. Es gibt viele Vorteile, die für eine Teamgründung sprechen, jedoch kann auch eine Einzelgründung durchaus erfolgsversprechend sein. Die Entscheidung ist von StartUp zu StartUp individuell zu betrachten. Ein klarer Vorteil einer Teamgründung, wie etwa die Kombination unterschiedlicher Fähigkeiten, wiegt nicht immer die Tatsache auf, nicht der alleiniger Geschäftsführer zu sein und Kompromissbereitschaft zeigen zu müssen.

Diese Broschüre ist Teil der Reihe Human Resources und soll interessierten Gründerinnen und Gründern als kleine Hilfestellung zum Thema Personal Recruiting dienen.

Recruiting-Kanäle

Stellenanzeigen in Tageszeitungen werden zum Relikt der Vergangenheit. Gleichzeitig verlieren klassische Bewerbungsstufen an Bedeutung. Laut einer aktuellen Befragung von 297 Unternehmen, welche das Staufenberg Institut in Zusammenarbeit mit Kienbaum Consultants International im Rahmen einer Studie durchgeführt hat, läuft die Gewinnung neuer Mitarbeiter vor allem über Online-Anzeigen, eigene Karriere-Websites, Events oder Messen. Active Sourcing, also die aktive Personalakquise z.B.: durch Headhunter, gewinnt nicht zuletzt durch den Fachkräftemangel, stets mehr an Bedeutung. Allen voran Unternehmen aus IT/Telekommunikation sowie Banking & Finanzdienstleister gaben an bereits Active Sourcing zu betreiben oder zu testen. Diese recht kostenintensive Weg der Personalakquise kann jedoch auch für StartUps interessant und lohnenswert sein. Anstatt auf externe oder firmeneigene Personal zurückgreifen zu können, muss auf Eigeninitiative gesetzt werden und Stellengesuche selbstständig durchforstet werden.

Recruitingkanäle





Onlineanzeigen

Bedingt durch die zunehmende Digitalisierung muss auch die Kommunikation zwischen Bewerbern und Unternehmen schneller werden. Mit weit über 80% zählen Onlineanzeigen zu den meistgenutzten Recruiting-Kanälen aller befragten Unternehmen und sind sicherlich auch für StartUps die erste Wahl. Es gibt eine große Anzahl an Jobbörsen und Profildatenbanken zur Mitarbeitersuche, darunter spezialisierte Portale, welche sich auf Zielgruppen, wie HochschulabsolventInnen, Ingenieure oder ältere Fachkräfte richten. Zudem kommen neue Kanäle hinzu, wie etwa das Startup „Truffls“ mit ihrer Job-App zeigt. Aufgebaut wie die einschlägig bekannte Dating-App Tinder, können sich Bewerber und Unternehmen durch Profile Wischen und auf beidseitiges Interesse hoffen.

Ganz neu auf dem Markt ist auch das Portal Gründerviertel. Nach dem Launch im Oktober 2017 ist das Gründerviertel die Anlaufstelle für Vermittlungen von Abschlussarbeiten, Hiwi-Jobs und Gründungsmitgliedern in Lübeck. Die Nutzerbasis besteht zunächst aus StartUps, Hochschulen- und Universitäten sowie deren AbsolventInnen und StudentInnen.

Einige interessante Portale für StartUp-Jobs sind in der folgenden Tabelle zusammengefasst:

Job-Plattform	Besucher pro Monat	Jobprofile	Preise in Euro
Stellenwerk Lübeck	250.000 (Alle Standorte)	k.A.	50 – 150€
Lübecker Nachrichten	45.000 (Stand 2014)	13.930 ¹	199 – 499€
Kieler Nachrichten	k.A.	13.446 ¹	179 – 499€
t3n.de/jobs	2.960.926*	459 ²	ab 249€
de.dice.com	145.166	1865* ²	599€

¹ Stand Dez. 2017; ² Stand Apr. 2016; * eigene Angabe



Eigene Karriere-Webseite

Eine eigene Karriere-Webseite zur Personalgewinnung, bietet Unternehmen gegenüber anderen Online-Kanälen uneingeschränkte gestalterische Möglichkeiten. Das eigene Image kann durch geschickt platzierte und inszenierte Videos oder Interviews perfekt wiedergespiegelt werden. Bewerber wissen schon frühzeitig, wie der potentielle Arbeitsplatz aussieht und wer mögliche KollegInnen sind.

StartUps sollten diese Art der Personalakquise unbedingt in Erwägung ziehen, da Stellenausschreibungen auf der eigenen Homepage völlig kostenfrei sind - von den meist ohnehin anfallenden Betriebskosten für den eigenen Webauftritt einmal abgesehen.



Karriere-Events und -Messen

Eine attraktive und individuell freie zu gestaltbare Möglichkeit das eigene StartUp vorzustellen bieten Karriere-Events oder Messen. Obschon vergleichsweise aufwendig und kostenintensiv, ist es durch einen Messeauftritt möglich das Interesse von einer Vielzahl an Bewerbern zu wecken. Da sich die Suche nach qualifizierten, künftigen Mitarbeitern zunehmend schwieriger gestaltet, ist auch die Präsenz auf Messen für Schulabsolventen, wie der „Einstieg“, ratsam. Durch einen interessanten Messestand kann hier eine große Zielgruppe angesprochen und können gegenseitige Fragen durch direkten Kontakt umgehend beantwortet werden. Darüber hinaus können etwa auf Fachmessen neben der Mitarbeitergewinnung auch neue Geschäftsbeziehung oder interessante Kontakte geknüpft werden.

Unter dem Slogan „Wirtschaft trifft Wissenschaft“ wird am 29. November 2017 der jährlich stattfindende [Karrieretag](#) von der IHK Lübeck sowie allen Partnern des BioMedTec Wissenschaftscampus Lübeck organisiert. Zielgruppe sind Studentinnen und Studenten, Absolventinnen und Absolventen sowie Promovierende, welche Kontakte zu attraktiven Arbeitgebern der HanseBelt Region knüpfen und sich individuell beraten lassen können.

Weiterhin interessant könnten die jährlich stattfindenden, fachübergreifenden [Jobmessen](#) in Lübeck (21./22. April 2018) oder Kiel (04./05. November 2017) sowie die vom Institut für Talententwicklung organisierte [nordjob Fachmesse für Ausbildung + Studium](#) in Lübeck (5./6. Juni 2018) oder Kiel (23./24. Mai 2018) sowie die [Berufsmesse für Gymnasien](#) Kiel sein. Insbesondere die zuletzt genannten bieten StartUps die Möglichkeit junge Talente für sich zu gewinnen.

Lohnenswert kann aber auch der Blick über die Grenze Schleswig-Holsteins nach Hamburg sind. In der Messestadt finden mit der fachübergreifenden [Jobmesse](#) (13./14. Januar 2018), die von der IHK Hamburg organisierten [Hanseatische](#)

[Lehrstellenbörse](#), der [HORIZON](#), [stuzubi](#) und vielen weiteren, jährlich Messen für junge Talente und Fachkräfte statt. Ein besonderes Augenmerk im Hinblick auf Unternehmensgründung gilt auch dem [Jobwoche Franchise & Existenzgründertag Hamburg](#). Neben dem Austausch mit Versicherungsfachleuten, Unternehmensberatern und Bankern, werden von Referenten aus Wirtschaft und Politik Vorträge zum Thema Unternehmensgründung gehalten.

Weitere Informationen zu Messeterminen finden sich auf [Messen.de](#) oder im Event-Bereich des Portals Gründerviertel.



Mitarbeiter werben Mitarbeiter

Ein finanziell günstiger und zudem relativ erfolgreicher Weg, Arbeitskräfte zu gewinnen, ist der persönliche Kontakt. Gründer sollten unbedingt auch im Freundes- oder Bekanntenkreis Talente und Gründungsmitglieder oder qualifizierte Angestellte finden. Oftmals lohnenswert ist ehemalige Studienkollegen, die fachlich genau den Anforderungen des Arbeitsgebers entsprechen. Durch Bonuszahlungen können MitarbeiterInnen belohnt werden, sollte ihre Empfehlung zu einer Anstellung werden. Sofern der werbende Mitarbeiter sich gut in das Team integrieren konnte, ist zudem die Wahrscheinlichkeit, dass dies auch der geworbene Mitarbeiter tut, relativ groß.

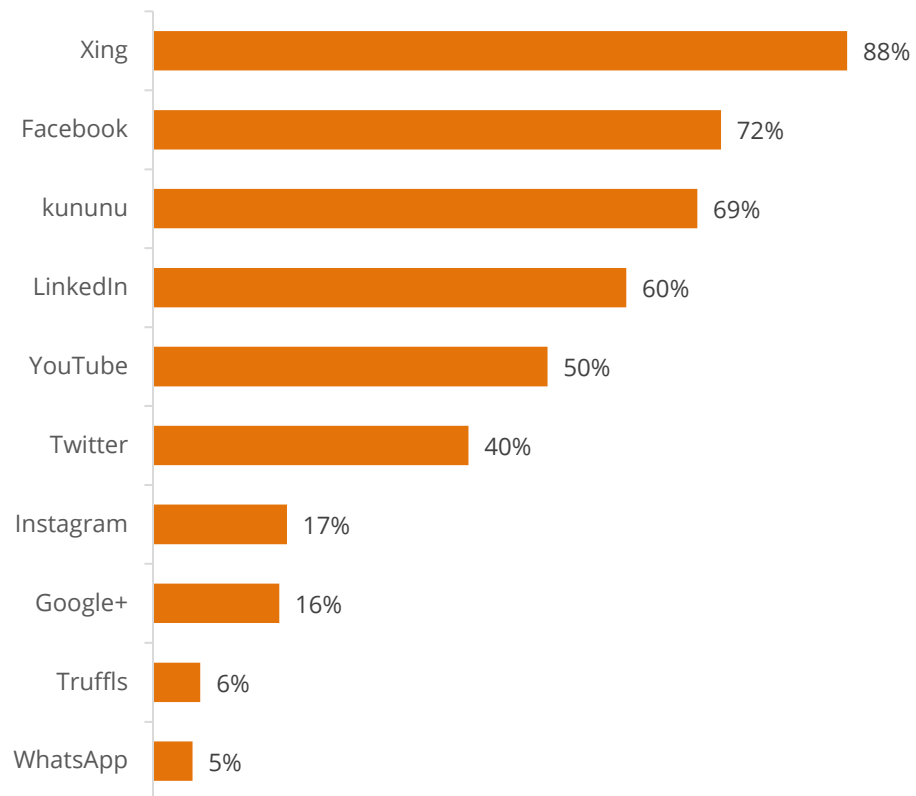


Postings in sozialen Netzwerken

Gründer sollten unbedingt auch soziale Netzwerke als Tool zur Personalakquise nutzen – diese eignet sich perfekt, werden jedoch als Möglichkeit zur Mitarbeitergewinnung von StartUps und jungen Unternehmen unterschätzt.

Dabei verbringen viele Menschen tagtäglich Zeit in einem oder mehreren sozialen Netzwerken. Die Vorteile liegen also klar auf der Hand: Nutzer müssen nicht erst auf eine Plattform aufmerksam gemacht werden, sondern befinden sich bereits auf dieser, sind registriert und aktiv. Es müssen keinesfalls unbedingt Job-Netzwerke wie Xing oder LinkedIn sein, in denen Inserate gepostet werden. Auf Facebook gepostete Inserate können geteilt, geliked und kommentiert oder Personen dazu verlinkt werden. Youtube bietet die Möglichkeit imposante Imagefilme mit der Personalakquise zu verbinden und damit zugleich den Bekanntheitsgrad des Unternehmens zu erhöhen. Zudem können durch Sichtung der Nutzerprofile erste Eindrücke der Bewerber gewonnen werden.

Soziale Kanäle



Eigener Talentpool

Eine, in Personalfragen, oft außer Acht gelassene Möglichkeit bietet der eigene Talentpool. Vielleicht können durch eine Umstrukturierung des Unternehmens oder eine optimierte Aufgabenverteilung Bereiche abgedeckt werden, für die zunächst eine Neuausschreibung angedacht war.



Active Sourcing

Für Gründer mag Active Sourcing vielleicht zunächst irrelevant klingen, birgt aber auf den zweiten Blick interessante Möglichkeiten Talente zu finden. Dabei war Active Sourcing lange Zeit der Akquise von Führungskräften vorbehalten, erhält nun jedoch immer weiter Einzug in die ganz normale Mitarbeitergewinnung. „Headhunting“, die wohl bekannteste Art des Active Sourcing, ist zu Zeiten von Big Data und den Informationen, die den Recruitern das World Wide Web zur Verfügung stellt, einfacher denn je. Knapp die Hälfte aller, im Rahmen der „Recruiting Trends 2017“ befragten Studie, nutzen bereits diese Form der Personalsuche. Zurecht, denn Active Sourcing steht direkt nach Onlineanzeigen und dem eigenen Karriereportal der Unternehmen, an dritter Stelle der Erfolg versprechenden Möglichkeiten der Personalakquise.

Grade in der Anfangsphase und für finanzschwache StartUps interessant ist die Möglichkeit selber Active Sourcing zu betreiben. Soziale Netzwerke und Plattformen, wie Gründerviertel, sind dafür eine prima Anlaufstelle. Junge und angehende Unternehmer können sich nach Talenten umzuschauen, auf dem Arbeitsmarkt orientieren und ihr Gründungstag zusammenstellen.



Print Stellenanzeigen

Print Stellenanzeigen haben sich über Jahre etabliert und sind auch im digitalen Zeitalter nicht wegzudenken. Im August 2017 kostet eine Anzeige in einer der größten Zeitungen der Region, welche nach eigenen Angaben monatlich 10000 Stellenanzeigen schaltet, zwischen 199€ und 499€. Auf Grund steigender Möglichkeiten Inserate im Internet zu verbreiten, sind die Printmedien jedoch einem immer größer werdenden Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Als Folge sinken die Preise für Annoncen im Anzeigeteil von Regional- oder Fachzeitungen tendenziell. Diese traditionelle Art der Mitarbeitersuche ist für viele StartUps eine attraktive Möglichkeit, welche durchaus Vorteile zu einigen digitalen Kanälen bietet. So unterliegen viele Tageszeitungen einer regionalen Verbreitung, wodurch die Zielgruppe, ebenso wie bei einer Ausschreibung in einer Fachzeitschrift, direkter angesprochen wird, als beispielsweise durch eine Ausschreibung die über Facebook geteilt wird.



Hochschulen

Eine bisher nicht genannte Möglichkeit ist das Recruiting an den Talenthochburgen selbst. Wo sonst findet man so viel geballtes Potential, welches sich nicht in einem Beschäftigungsverhältnis befindet und dem Arbeitsmarkt schon bald zur Verfügung stehen wird, wenn nicht an den Lehrinrichtungen selbst? Vielen Unternehmen fehlt neben der nötigen Zeit, auch das Wissen über die Fachgebiete der Einrichtungen, so dass von dieser Möglichkeit – obschon lohnenswert – oftmals kein Gebrauch gemacht wird. Gerade für StartUps aus Schleswig-Holstein ergeben sich an den Hochschulstandorten Kiel, Flensburg oder Lübeck sehr gute Möglichkeiten neue Mitarbeiter zu finden.

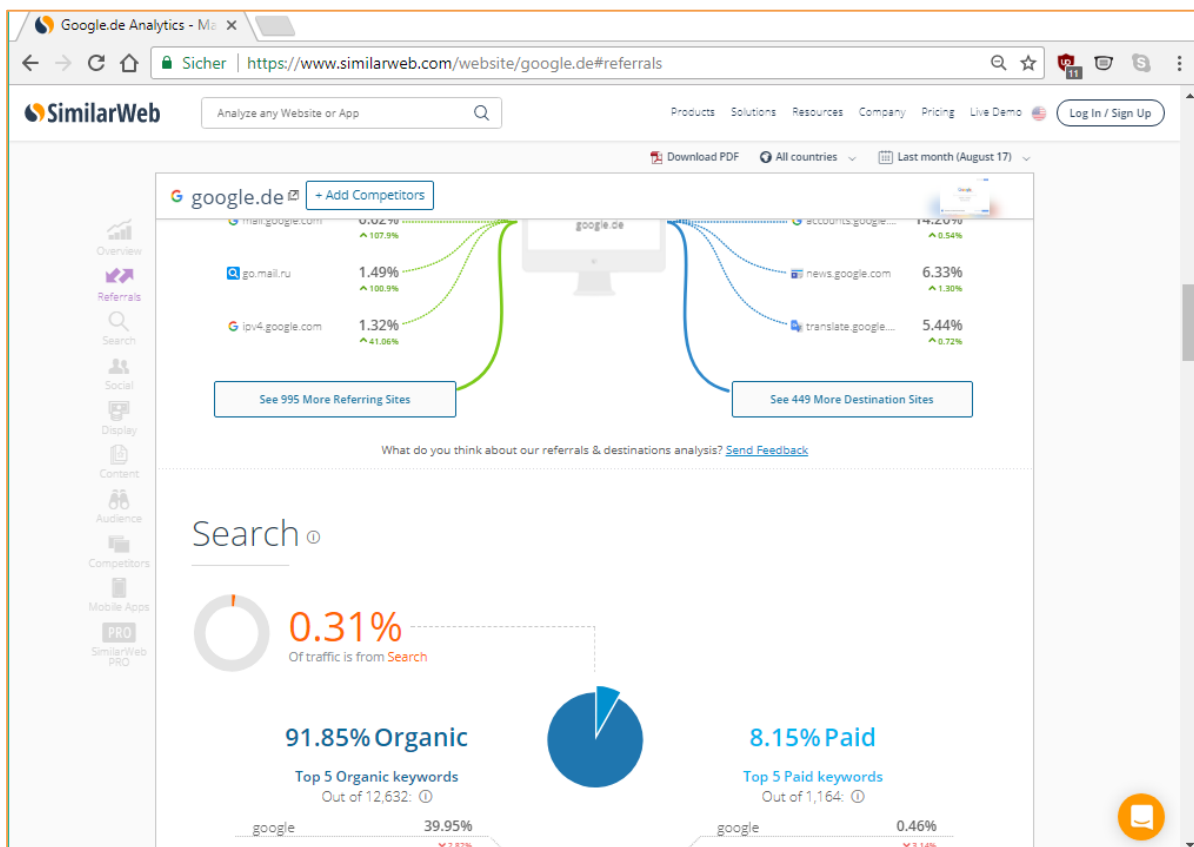
Auch hier lohnt sich der Blick auf die bereits mehrfach genannte Plattform des Gründerviertels, welche eine Schnittstelle zwischen StartUps und Hoch- und Forschungseinrichtungen sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Studentinnen und Studenten sowie Gründerinnen und Gründern bildet.

9 Tipps für die richtige Online-Jobbörse

Haben Sie sich für eine Online-Stellenanzeige entschieden? Der folgende Abschnitt hilft Ihrem StartUp die richtige Jobbörse für Ihre Anforderungen zu finden, schwarze Schafe zu erkennen und Risiken zu minimieren. Die Tipps sind angelehnt an Empfehlungen der [Crosswater Job Guide Webseite](#).

1.

Informieren Sie sich über die tatsächlichen Besucherzahlen einer Online-Jobbörse, bevor Sie Ihre Anzeige schalten. Web-Services oder Browser Add-Ons, wie z.B. SimilarWeb, ermöglichen eine Orientierung über monatlichen Besucherzahlen, der historischen Entwicklung dieser, der Herkunft der Besucher etc. Hiermit steht Gründern ein sehr gutes Tool zu Verfügung, wodurch u.a. die Reichweite einer Jobbörse viel besser eingeschätzt werden kann.



Nutzen Sie Spezialjobbörsen! Abhängig von den Anforderungen an und dem Profil des Wunschkandidaten kann es sinnvoll sein die Anzeige in einer fachspezifischen Jobbörse zu schalten. Spezialjobbörsen gibt es für die unterschiedlichsten Berufsgruppen, wie Programmierer, Mediziner uvm.

2.



3.

Leider gibt es auch unter den Jobbörsen „Trittbrettfahrer“ – Portale die durch ähnlich klingende Namen bekannterer Jobbörsen auf Anzeigenschaltungen von Besuchern hoffen, welche sich schlicht vertippt oder sich bei der Länderkennung der URL vertan haben und z.B. „.com“ statt „.de“ getippt haben. So gibt es etwa die von XING betriebene Plattform JOBBRÖSE.COM, welche mit rund 61.000 Besuchern zwar auch vergleichsweise klein ist, jedoch wesentlich mehr potentielle Bewerber ansprechen dürfte, als die Webseite JOBBÖRSE.DE. SimilarWeb liefert zu Kleinstwebseiten keine genaue Besucherzahl, sondern zeigt bei lediglich einen Richtwert von <12.000 an. Das Budget für eine Stellenanzeige dürfte anderswo besser investiert sein.



Haben Sie eine vielversprechende Jobbörse gefunden, achten Sie neben der Reichweite unbedingt auch auf die Anzahl der publizierten Stellenanzeigen. Lassen Sie sich hierbei nicht durch geschönte oder falsche Statistiken zu Besucherzahlen blenden. Zu den schwarzen Schafen der Jobbörsen gehören nicht nur die o.g. Trittbrettfahrer. Ebenso gibt es Portale, deren geschaltete Jobanzeigen nach eigenen Angaben attraktiv wirken. Recherchieren Sie unbedingt selbständig und verlassen sich nicht uneingeschränkt auf die, von den Unternehmen selbst publizierten Daten.

4.

5.

Sparen Sie nicht an der falschen Stelle. Die Kosten einer Anzeigenschaltung auf einer einschlägigen Jobbörse können sich durch die schnelle und erfolgreiche Besetzung der ausgeschriebenen Position relativieren. Eine für mehrere Wochen oder gar Monate unbesetzte Stelle im Unternehmen schlägt finanziell viel mehr zu Buche, als die Annonce.



Wägen Sie ab ob sich die überregionale Stellenausschreibung in einer großen oder fachspezifischen Jobbörse lohnt. Vielleicht profitieren Sie auch viel mehr von einer Onlineausschreibung auf der Stellenmarkt-Webseite einer Lokalzeitung und erhöhen die Chancen auf eine zeitnahe Besetzung der offenen Position? Nicht immer ist es von Vorteil die größtmögliche Masse potentieller Bewerber anzusprechen.

6.

7.

Scheuen Sie nicht davor zurück mehrgleisig zu fahren. Sie können die Chancen schnell einen geeigneten Mitarbeiter zu finden enorm dadurch steigern, weitere Anzeigen in anderen Jobbörsen zu schalten. Eine gute Kombination wäre könnte etwa aus Anzeigen in einer allgemeinen, überregionalen Jobbörse, einer weiteren auf einem fachspezifischen Portal und einer regionalen Anzeige bestehen.



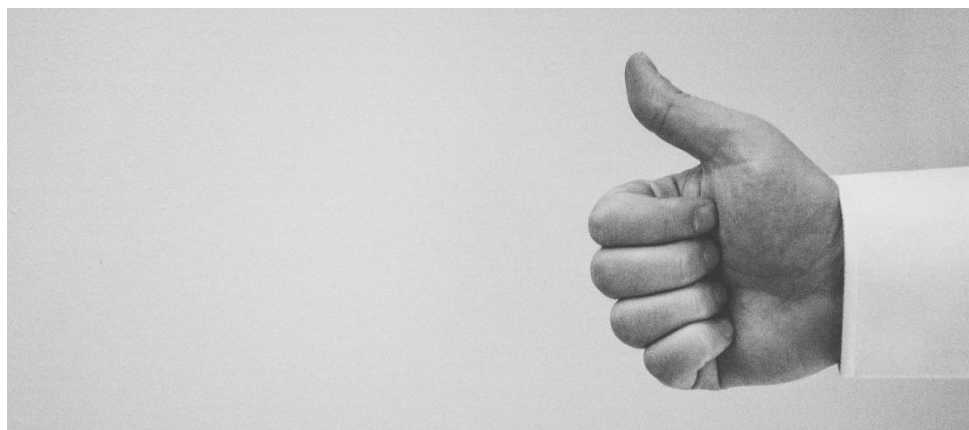
%

Sparen Sie Kosten und machen Sie Gebrauch von Anzeigenpaketen. Oftmals gibt es attraktive Vergünstigungen durch Paket-Angebote für das Schalten von mehreren Annoncen, welche einzeln erheblich teurer werden. Sie können so Anzeigen für mehrere Stellengesuche online stellen oder Anzeigen auf verschiedenen Portalen gleichzeitig stellen.

8.

9.

Auch die Wahl der richtigen Jobbörse ist keine Garantie für Bewerbungen geeigneter Kandidaten. Beachten Sie unbedingt Tipps zur Stellenausschreibung und machen Sie Gedanken zum Employer Branding. Sie finden weiterführende Hilfestellungen zu den verschiedenen Themen hier auf der Seite.





Wir fördern Wirtschaft



Landesprogramm Wirtschaft: Gefördert durch die Europäische Union - Europäischer Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), den Bund und das Land Schleswig-Holstein

Schleswig-Holstein
Der echte Norden



Technikzentrum-Fördergesellschaft mbH

Seelandstraße 3-5
23569 Lübeck

www.tzl.de

Ansprechpartner:

Dr. Raimund Mildner
Janek Schmidt

mildner@tzl.de
schmidt@tzl.de

Diese Broschüre wurde als Teil der Startup Schleswig-Holstein Initiative erstellt. Dieses Projekt wird gefördert mit Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung. Ziel der Initiative ist es, die Gründungskultur in Schleswig-Holstein zu stärken

Bildnachweise: Alle Abbildungen stammen von der Website www.pexels.com und sind ohne Nachweis nutzbar. Bildschirmfotos diverser Webseiten wurden eigenständig angefertigt.