

HUMAN RESOURCES

Eine Broschüre zur Auswahl von Recruiting-Kanälen



Personal Recruiting

Ein entscheidender Faktor für Erfolg und Misserfolg einer Unternehmensgründung ist das Personal. Zudem ist es einer der ersten Aspekte beim Thema Gründung und wichtiger Bestandteil jedes Businessplans.

Grundsätzlich hängt die Frage, ob Du Mitarbeiter einstellen willst, von den zu bewerkstellenden Aufgaben und den verfügbaren Ressourcen ab. Laut KfW Gründungsmonitor wurden nur etwa 20% aller Unternehmen im Team gegründet. Eine Existenzgründung kann durch unterschiedliche Kompetenzen, die zu einem Managementteam kombiniert werden, erheblich vereinfacht und die Aufgaben effizienter verteilt werden.

Darüber hinaus besteht natürlich die Möglichkeit, Arbeiten von externen Dienstleistern erledigen zu lassen. Schnell werden jedoch viele Gründer feststellen, dass sie zwar nicht alle Aufgaben allein 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.

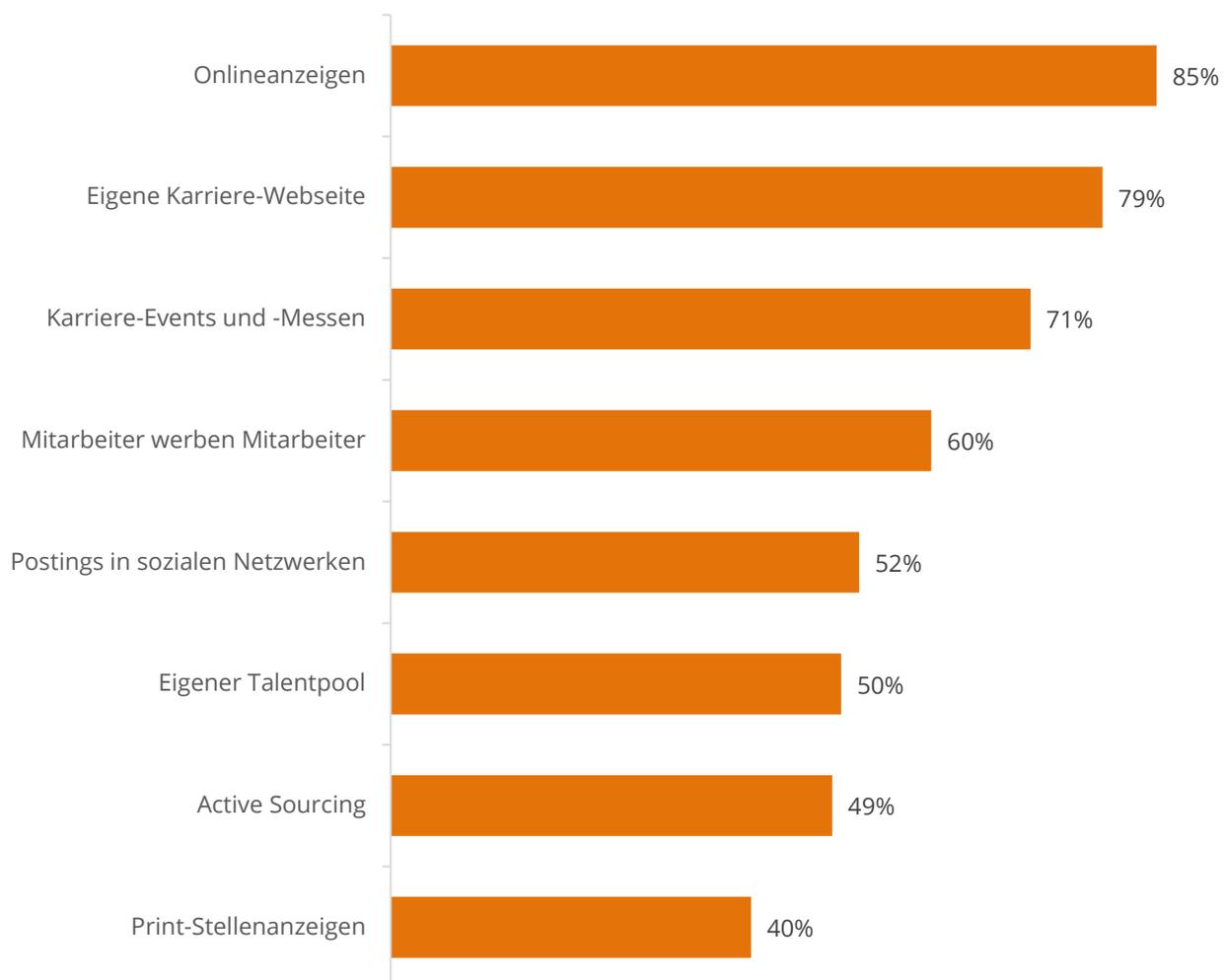
Eine allgemeingültige Empfehlung kann nur schwerlich ausgesprochen werden. Es gibt viele Vorteile, die für eine Teamgründung sprechen, jedoch kann auch eine Einzelgründung durchaus erfolgsversprechend sein. Die Entscheidung ist von StartUp zu StartUp individuell zu betrachten.

Diese Broschüre ist Teil der Reihe Human Resources und soll interessierten Gründerinnen und Gründern als kleine Hilfestellung beim Thema 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 zunehmend an Bedeutung. Allen voran Unternehmen aus IT/Telekommunikation sowie Banking und Finanzdienstleister gaben an, bereits selbst Active Sourcing zu betreiben oder zumindest zu testen. Dieser recht kostenintensive Weg der Personalakquise kann jedoch auch für StartUps interessant und lohnenswert sein. Anstatt auf einen Headhunter zurückzugreifen, muss dabei auf Eigeninitiative gesetzt werden.

Recruiting Kanäle





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.

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. 2018; ² Stand Apr. 2018; * eigene Angabe



Eigene Karriere-Webseite

Eine eigene Karriere-Webseite zur Personalgewinnung bietet StartUps 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 sein könnten.

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 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 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“ findet jährlich der [Karrieretag](#) von der IHK zu Lübeck sowie allen Partnern des BioMedTec Wissenschaftscampus Lübeck statt. 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 oder Kiel sowie die vom Institut für Talententwicklung organisierte [nordjob Fachmesse für Ausbildung + Studium](#) in Lübeck und Kiel 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 sein. In der Messestadt finden, neben der fachübergreifenden [Jobmesse](#), die von der IHK Hamburg organisierten [Hanseatische Lehrstellenbörse](#), die [HORIZON](#), [stuzubi](#) und viele weitere 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 hier von Referenten aus Wirtschaft und Politik Vorträge zum Thema Unternehmensgründung gehalten.

Weitere Informationen und aktuelle Messeterminen finden sich auf [Messen.de](https://www.messen.de) oder im Event-Bereich des Portals [Gründerviertel.de](https://www.gruenderviertel.de).



Mitarbeiter werben Mitarbeiter

Ein finanziell günstiger und zudem erfolgreicher Weg, Arbeitskräfte zu gewinnen, ist der persönliche Kontakt. Gründer sollten unbedingt auch im Freundes- oder Bekanntenkreis nach Talenten und potenziellen MitarbeiterInnen suchen. Durch Bonuszahlungen könnten MitarbeiterInnen auch belohnt werden, sollte ihre Empfehlung zu einer Anstellung führen. Sofern der werbende Mitarbeiter sich gut in das Team integrieren konnte, ist zudem die Wahrscheinlichkeit groß, dass dies auch der geworbene Mitarbeiter tut.

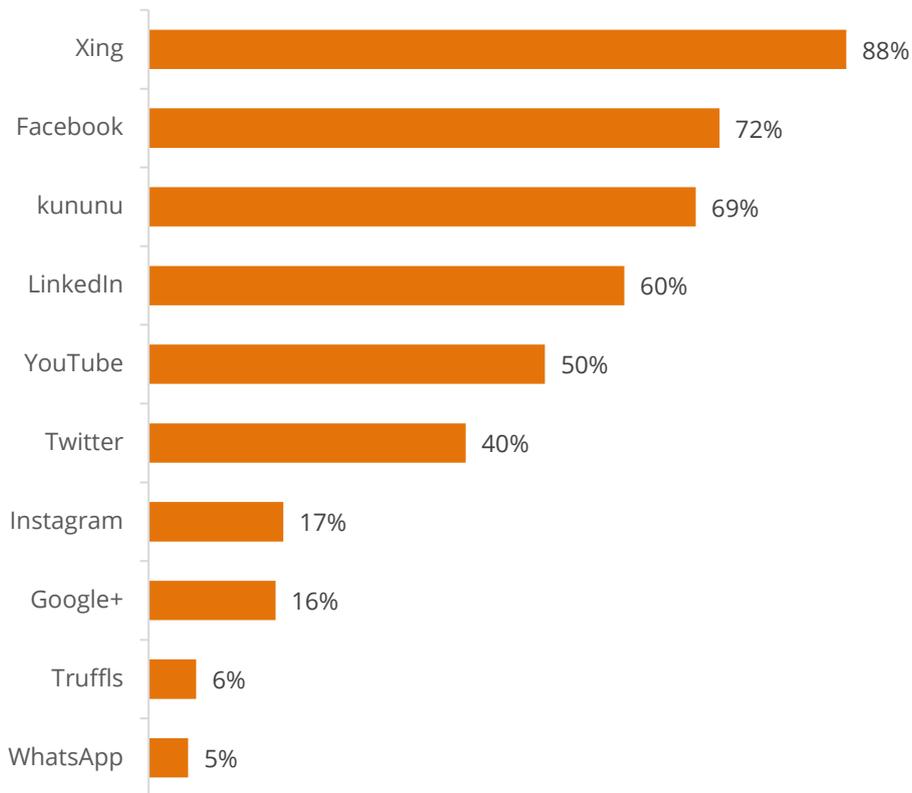


Postings in sozialen Netzwerken

Gründer sollten unbedingt auch soziale Netzwerke als Tool zur Personalakquise nutzen - diese eignen sich perfekt, werden jedoch als Möglichkeit zur Mitarbeitergewinnung von StartUps und jungen Unternehmen oft 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



Quelle: RecruitingTrends 2017



Eigener Talentpool

Eine in Personalfragen oft außer Acht gelassene Möglichkeit, bietet der eigene Talentpool. Vielleicht können durch eine Umstrukturierung des eigenen 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. Nun hält es 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. Zu Recht, denn Active Sourcing steht direkt nach Onlineanzeigen

und dem eigenen Karriereportal der Unternehmen an dritter Stelle der erfolgversprechenden Möglichkeiten der Personalakquise.

Grade in der Anfangsphase könnte es für StartUps interessant, selbst Active Sourcing zu betreiben. Soziale Netzwerke und Plattformen 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 2018 kostet eine Anzeige in einer der größten Zeitungen der Region, zwischen 199€ und 499€. Aufgrund 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 Anzeigenteil von Regional- oder Fachzeitschriften tendenziell. Diese traditionelle Art der Mitarbeitersuche ist für viele StartUps eine weitere Möglichkeit, welche durchaus Vorteile im Vergleich 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 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.

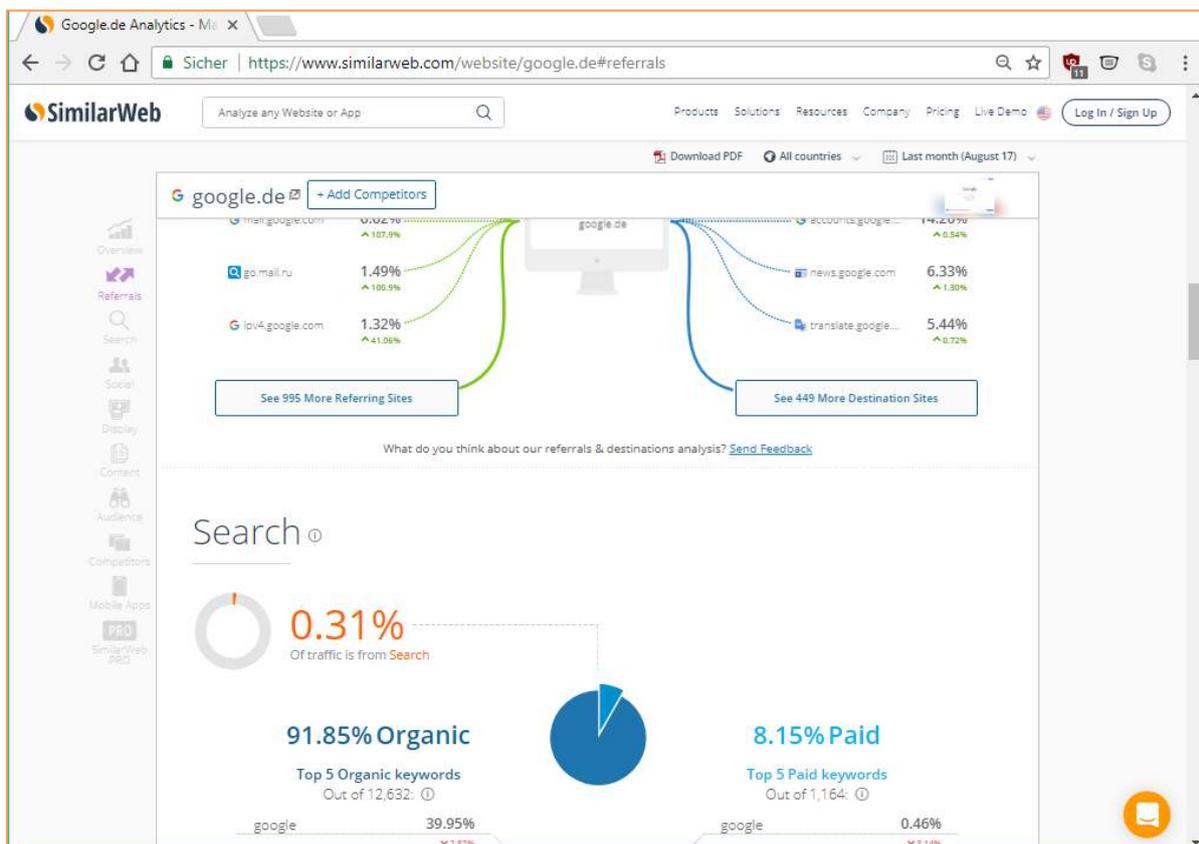
Auch hier lohnt sich der Blick auf die bereits mehrfach genannte Plattform des Gründerviertels, welche eine Schnittstelle zwischen StartUps sowie Hoch- und Forschungseinrichtungen und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Studentinnen und Studenten sowie Gründerinnen und Gründern bildet.

9 Tipps für die richtige Online-Jobbörse

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

1.

Informiere Dich über die tatsächlichen Besucherzahlen einer Online-Jobbörse, bevor Du eine Anzeige schaltest. Web-Services oder Browser Add-Ons, wie z.B. SimilarWeb, ermöglichen einen Überblick über monatliche Besucherzahlen, die historische Entwicklung, der Herkunft der Besucher u.v.m. Hiermit steht Gründern ein sehr gutes Tool zu Verfügung, wodurch die Reichweite einer Jobbörse viel besser eingeschätzt werden kann.



Nutze die 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 u.v.m.

2.



3.

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



Hast Du Sie eine vielversprechende Jobbörse gefunden, achte neben der Reichweite unbedingt auch auf die Anzahl der publizierten Stellenanzeigen. Lass Dich hierbei nicht durch geschönte oder falsche Statistiken zu Besucherzahlen blenden. Zu den schwarzen Schafen der Jobbörsen gehören nicht nur die o. g. Trittbrettfahrer.

4.

5.

Spare nicht an der falschen Stelle. Die Kosten für eine Anzeigenschaltung auf einer einschlägigen Jobbörse können sich durch eine 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 eine Annonce.



Wäge ab ob sich die überregionale Stellenausschreibung in einer großen oder fachspezifischen Jobbörse lohnt. Vielleicht profitierst Du auch viel mehr von einer Onlineausschreibung auf der Stellenmarkt-Webseite einer Lokalzeitung und erhöhst so die Chancen auf eine zeitnahe Besetzung der offenen Position. Nicht immer ist es von Vorteil, die größtmögliche Masse potenzieller Bewerber anzusprechen.

6.

7.

Scheue nicht davor zurück, mehrgleisig zu fahren. Dadurch kannst Du die Chancen schnell einen geeigneten Mitarbeiter zu finden, enorm steigern. Eine gute Kombination wäre z.B. eine Anzeige auf einem regionalen, einem überregionalen, und einem fachspezifischen Portal zu platzieren.



%

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

8.

9.

Auch die Wahl der richtigen Jobbörse ist keine Garantie für Bewerbungen geeigneter Kandidaten. Lasse Dir Zeit bei der Stellenausschreibung und machen Dir auch vorab Gedanken zum Employer Branding. Weiterführende Hilfestellungen zu den verschiedenen Themen findest Du hier.



LITERATUR

Staufenbiel Institut GmbH und Kienbaum Consultants International GmbH

RecruitingTrends 2017 - Download verfügbar unter:

https://www.staufenbiel.de/fileadmin/fm-dam/PDF/Studien/RecruitingTrends_2017.pdf

INTERESANTE LINKS

Weitere Informationen und aktuelle Messeterminen findet Ihr auf Messen.de oder im Event-Kalender des Portals Gründerviertel.de.

- Fachübergreifenden [Jobmessen](#) in Lübeck oder Kiel
- [nordjob Fachmesse für Ausbildung + Studium](#) in Lübeck und Kiel
- [Berufsmesse für Gymnasien](#) Kiel
- [Jobmesse](#), Hamburg
- [Hanseatische Lehrstellenbörse](#), Hamburg
- [HORIZON](#), Hamburg
- [stuzubi](#), Hamburg
- [Jobwoche Franchise & Existenzgründertag Hamburg](#), Hamburg
-

Recruiting: Reichweiten-Analyse zeigt Stärken und Schwächen der Jobbörsen <https://crosswater-job-guide.com/archives/61214/>

IMPRESSUM

Herausgeber

Technikzentrum Fördergesellschaft mbH
Seelandstraße 3-5
23569 Lübeck

Geschäftsführer

Dr. Frank Schröder-Oeynhausen

Autoren

Janek Schmidt, Dr. Raimund Mildner

Ansprechpartner

Sandra Meiers
Tel.: 0451 – 3909971
E-Mail: meiers@tzt.de

Layout

Technikzentrum Fördergesellschaft mbH

Bildnachweise

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

Rechtlicher Hinweis

©Technikzentrum Fördergesellschaft mbH, 2019. Alle Rechte vorbehalten. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

Gefördert durch

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.

Über uns

Gründerviertel ist das neue Informations- und Innovationsportal des Technikzentrum Lübeck (TZL), um StartUps aus Lübeck und ganz Schleswig-Holstein zu unterstützen. Gemeinsam mit unseren StartUp SH Netzwerkpartnern möchten wir neue Impulse für innovative Ideen schaffen und den Standort Lübeck/ Schleswig-Holstein für Gründer noch attraktiver gestalten.

Technikzentrum Lübeck
c/o Gründerviertel
Maria-Goeppert-Straße 1
23562 Lübeck
Tel.: 0451-39090
E-Mail: info@gruenderviertel.de
www.gruenderviertel.de

Wir fördern Wirtschaft



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