

# Ratgeber für Arbeitgeber

Mitarbeiter\*innen finden und binden



Mit Fachbeiträgen  
von Expert\*innen aus der Region

by **SuneJo**  
[www.SucheNeuenJob.de](http://www.SucheNeuenJob.de)



# Editorial

## Stellenanzeige und beten? Das reicht heute nicht mehr!

**V**or einigen Jahren schaltete man noch eine kleine Anzeige in einem Print-Medium. Mit nur ein paar Stichworten zum Job aufgelistet und mit den Kontaktdaten versehen – und schon kamen die Bewerbungen. Heute im Zeitalter der Digitalisierung muss man umdenken: Nur Stellenanzeige schreiben und beten reicht schon längst nicht mehr!



Medien und Menschen haben sich verändert. Durch die Verlagerung der Mitarbeitersuche auf das Internet haben sich sowohl die Kanäle und Darstellungsformen als auch das Rezeptionsverhalten auf Seiten der Bewerber\*innen gewandelt. Es gibt immer mehr Informationen über freie Stellen, die durch die mobile Suche jederzeit verfügbar sind. Die Folge: Die Aufmerksamkeitsspanne wird immer geringer. Für Aufmerksamkeit muss man als Unternehmen also aktiv einiges tun.

Firmen müssen sich bei den potenziellen Mitarbeiter\*innen bewerben und nicht mehr anders herum. Außerdem wird online und offline über Arbeitgeber gesprochen. Es stellen sich folgende Fragen: Folge ich der Diskussion? Diskutiere ich mit? Und zeige ich aktiv, was ich meinen Mitarbeiter\*innen zu bieten habe? Zeige ich ein hochglanzpoliertes Employer-Branding-Konzept oder meine Persönlichkeit als Arbeitgeber?

Mit unserem Ratgeber zeigen wir einen Weg durch den Dschungel der Mitarbeitersuche, -entwicklung und -bindung. Wir haben Experten aus der Region nach den wichtigsten Tipps, Vorgehensweisen und Learnings gefragt und diese zusammengestellt. Herausgekommen ist ein umfangreiches Handbuch rund um die Themen, die Unternehmen aller Größen und Branchen umtreiben.

Wir vom Online-Jobportal Sunejo finden, dass es Zeit ist, dass zusammenkommt, was zusammengehört. Menschen aus der Region sollen einen Arbeitgeber finden, der zu ihnen passt und anders herum. Dafür blicken wir mit den Experten gemeinsam über den Tellerrand und laden auch Sie dazu ein.

Lassen Sie sich inspirieren. Und fangen Sie einfach mit neuen Dingen an! Viel Freude beim Lesen, Reflektieren, Diskutieren und Umsetzen in Ihrem Unternehmen wünscht

*Laura Reichler*

Prokuristin von Sunejo

Wir haben uns bei  
Expert\*innen aus der Region umgehört.  
Hier sind die Ergebnisse.



# Inhalt

## Mit Erfolg zu neuem Personal

**6**  
Wie Unternehmen  
trotz Fachkräftemangel  
Mitarbeiter\*innen  
finden

**8**  
Personalmarketing  
in den richtigen  
Kanälen

**10**  
Besseres Recruiting  
mit einer starken  
Karriereseite

**12**  
5 goldene Regeln  
für die Personal-  
gewinnung

**14**  
Ist Google for Jobs  
die Zukunft des  
Recruitings?

**16**  
Das perfekte  
Stelleninserat

**18**  
Optimieren Sie  
Ihren Bewerbungs-  
prozess

**20**  
Duales Studium  
in der Region für  
top ausgebildete  
Fachkräfte

**22**  
Das duale  
Studium als Mittel  
gegen den  
Fachkräftemangel

**24**  
Vereinbarkeit von  
Beruf und Familie –  
ein Thema für jedes  
Unternehmen

**26**  
Personalentwicklung –  
der Wachstumsfaktor  
für Mensch und  
Unternehmen

**28**  
Fallstricke  
für Arbeitgeber:  
Arbeitsvertrag  
versus betriebliche  
Übung

**32**  
Was Sie bei  
Sunejo erwartet

**30**  
Mit Beratung und  
regionalem Online-  
Marketing zu erfolgreich  
besetzten Stellen

**35**  
Alle Expert\*innen-  
Tipps auf  
einen Blick

**34**  
So einfach  
unterstützt  
Sie Sunejo

## Impressum

**Herausgeber:**  
Sunejo GmbH & Co. KG  
Timo Kuckelberg & Laura Büchler  
Hermann-Löns-Straße 79-81  
51469 Bergisch Gladbach

Titelfoto: irinastrel123 -stock.adobe.com  
Telefon: 02202-282828  
www.sunejo.de  
Layout: Sarah Hanus  
Druckerei: DruckDiscount24.de

# Wie Unternehmen trotz Fachkräftemangel Mitarbeiter\*innen finden

Der Fachkräftemangel ist für die meisten Unternehmen längst Realität. In vielen Branchen und Berufen fehlt es an qualifiziertem Personal. Derzeit sind deutschlandweit knapp 80 Prozent der Stellen schwer zu besetzen. Im Vergleich dazu: Im Jahr 2010 waren es noch knapp 25 Prozent (weitere Zahlen dazu finden Sie auf [www.kofa.de](http://www.kofa.de)).

**B**esonders gesucht werden Fachkräfte im Handwerk, für Gesundheit und Pflege, in Metall- und Elektroberufen und in der IT. Entgegen der weit verbreiteten Meinung fehlen uns vor allem Fachkräfte mit abgeschlossener Berufsausbildung, und zwar acht Mal mehr als Akademiker mit einem abgeschlossenen Hochschulstudium. Dies gilt auch für die Arbeitsagenturbezirke Bergisch Gladbach, Düsseldorf, Bonn und Brühl. Hier fehlen zum Beispiel besonders Mechatroniker, Bauelektriker, Altenpfleger und Fachkräfte für Automatisierungstechnik, aber auch in vielen anderen Berufen ist der Arbeitsmarkt eng (siehe Abbildung).

**Hat auch Ihr Unternehmen zunehmend Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen? Das können Sie tun:**

## **Tipps 1: Schärfen Sie Ihr Profil als attraktiver Arbeitgeber**

Punkten Sie nicht nur mit Ihren Dienstleistungen oder Produkten, sondern auch als Arbeitgeber. Was macht Ihre Unternehmenskultur aus? Fragen Sie Ihre Mitarbeiter\*innen. So finden Sie starke Argumente, die für Sie als Arbeitgeber sprechen. Kommunizieren Sie Ihre Stärken auf dem externen Arbeitsmarkt. Legen Sie Wert auf eine

## **Top-10-Engpassberufe – Bergisch Gladbach**

Engpassrelation: Arbeitslose je 100 gemeldete offene Stellen



Weniger als 200 Arbeitslose je 100 gemeldete Stellen zeigen einen Engpass, weil nur etwa jede zweite offene Stelle bei den Arbeitsagenturen gemeldet wird. (12-Monats-Durchschnitt zum 30.06.2019)

Quelle: IW-Berechnungen auf Basis von Sonderauswertungen der Bundesagentur für Arbeit

attraktive Internetpräsenz und stellen Sie sich dort als Arbeitgeber vor – am besten mit O-Tönen der Beschäftigten. Dieser Bereich sollte für die Nutzung mit mobilen Endgeräten („Responsive Design“) optimiert sein, denn ein Großteil der Menschen ist heute per Smartphone oder Tablet auf der Jobsuche. Und vergessen Sie nicht: Eine starke Arbeitgebermarke wirkt sich auch positiv auf die Mitarbeiterbindung aus.

### **Tipp 2: Bilden Sie aus**

Den eigenen Nachwuchs selbst ausbilden, das ist für viele Mittelständler der Königsweg zu gut qualifizierten Fachkräften. Bei einer dualen Berufsausbildung können Sie Ihre spätere Fachkraft passgenau trainieren und sicherstellen, dass neben der Theorie auch betriebsspezifisches Wissen erlernt wird. Zeigen Sie frühzeitig Perspektiven auf, um Ihre Nachwuchskräfte im Anschluss an die Ausbildung zu halten.

### **Tipp 3: Öffnen Sie die Unternehmenstüren für weitere Zielgruppen**

Trotz Rekord-Erwerbsbeteiligung gibt es noch unausgeschöpfte Potenziale auf dem Arbeitsmarkt:

- Ältere Fachkräfte sind leistungsfähig, gut ausgebildet und erfahren. Viele Ältere haben einen Erwerbswunsch, aber nicht zwingend im Umfang einer Vollzeitstelle. Unternehmen sollten, soweit es ihnen die Lage erlaubt, mit den Wünschen der Beschäftigten mitgehen und es zum Beispiel ermöglichen, die Zahl der Arbeitsstunden nach und nach zu verringern.
- Frauen bieten großes Potenzial für Fach- und Führungsaufgaben. Mit einer langfristigen Personalplanung können Sie qualifizierte Mitarbeiterinnen gezielt fördern und binden. Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie tragen dazu bei, dass Frauen ihren Erwerbsumfang erhöhen.
- Bewerber\*innen mit schlechten Zeugnissen oder Lücken im Lebenslauf entpuppen sich beim Kennenlernen oft als wahre Praxis-Talente. Unternehmen sollten auch solchen Bewerber\*innen eine Chance geben. Ziel sollte es sein, die Person zu finden, die am besten zum Unternehmen passt. Und das ist nicht unbedingt immer die mit dem besten Notendurchschnitt.
- Internationale Fachkräfte sind nicht nur gut qualifiziert: Sie bringen auch neue Denk- und Sichtweisen mit und bereichern die Unternehmenskultur. Auch wenn Unternehmen noch keine internationalen

Märkte bedienen, sind vielfältige Belegschaften eine Bereicherung. Die passgenauen Berater\*innen helfen Ihnen dabei, geeignete Bewerber\*innen zu finden.

- Die Integration von Geflüchteten bietet Chancen und Potenziale. Willkommenslotsen unterstützen Sie dabei, geeignete Kandidaten zu finden und helfen dabei, bürokratische Hürden zu überwinden. Berichte aus der Praxis zeigen: Für Unternehmen und Geflüchtete kann sich der gemeinsame Weg lohnen.

### **Tipp 4: Professionalisieren Sie Ihre Personalarbeit**

Das Wichtigste zum Schluss: Personalarbeit ist mehr als Personalverwaltung. Die richtigen Mitarbeiter\*innen zu finden und zu binden ist in Zeiten von Fachkräftemangel erfolgsentscheidend. Nehmen Sie sich Zeit für die Bedürfnisse Ihrer Belegschaft. Wählen Sie mit Bedacht die zu Ihrem Betrieb passenden Maßnahmen aus (siehe Kasten) und setzen Sie sie konsequent um. Eine gute Personalarbeit führt zu positiven betriebswirtschaftlichen Effekten, wie eine repräsentative Unternehmensbefragung des Instituts der deutschen Wirtschaft zeigt. Mit anderen Worten: Investitionen in die strategische Suche, Entwicklung, Führung und Motivation der Mitarbeiter\*innen zahlen sich aus.

#### **Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung**

Informationen zu allen genannten Handlungsfeldern bietet die Webseite des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung. Unter [www.kofa.de](http://www.kofa.de) finden Unternehmen Handlungsempfehlungen, Praxisbeispiele, Checklisten, Videos, kostenlose Webinare und Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Gestartet wurde das KOFA im Jahr 2011 vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln, es wird gefördert durch das Bundeswirtschaftsministerium und hat das Ziel, kleine und mittlere Unternehmen bei der Gestaltung einer guten Personalarbeit und der Fachkräftesicherung zu unterstützen.



**SIBYLLE STIPLER**  
Institut der deutschen  
Wirtschaft Köln

Teamleiterin im  
Kompetenzzentrum  
Fachkräftesicherung (KOFA)  
[www.kofa.de](http://www.kofa.de)



**Personalmarketing** nimmt in der heutigen Arbeitswelt einen hohen Stellenwert ein, denn für den\*die (potenzielle\*n) Arbeitnehmer\*in steht nicht mehr im Vordergrund, einen Job auszuüben, um Geld zu verdienen und sich finanziell abzusichern. Heute geht es vielmehr darum, sich auch mit dem Unternehmen und den entsprechenden Werten identifizieren zu können. An diesem Punkt setzt das **Personalmarketing** an. Es zielt darauf ab, eine Verbindung zwischen dem Personalmanagement und dem Marketing zu schaffen, sodass die Arbeitgeberattraktivität gesteigert wird und aus der Masse hervorsticht. Innerhalb des **Personalmarketings** wird zwischen internen und externen Zielen unterschieden.

# Personalmarketing in den richtigen Kanälen – Möglichkeiten und Herausforderungen

Das Personalmarketing beschreibt alle Maßnahmen, die dazu beitragen, sowohl die Arbeitgeberattraktivität zu steigern als auch neue Mitarbeiter\*innen anzuwerben und sie langfristig an das Unternehmen zu binden.

## Internes Personalmarketing

Wie der Name schon vermuten lässt, handelt es sich beim internen Personalmarketing um die langfristige Bindung bereits bestehender Mitarbeiter\*innen. Hierbei geht es vor allem darum, sie emotional an das Unternehmen zu binden und somit das Commitment sowie die Loyalität gegenüber dem Unternehmen zu steigern.

## Externes Personalmarketing

Im externen Personalmarketing geht es darum, auf das Unternehmen aufmerksam zu machen und somit neue Mitarbeiter\*innen zu gewinnen. Es hängt eng mit dem Employer Branding zusammen, denn dabei ist es wichtig, dass potenzielle Bewerber\*innen das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber wahrnehmen. Um das zu erreichen, sollte das Unternehmen Maßnahmen entwickeln,

mit denen es seinen Bekanntheitsgrad steigern und sich durch positive Alleinstellungsmerkmale von Konkurrenzunternehmen abheben kann. Bestenfalls wird durch externes Personalmarketing das Bewerbungsaufkommen erhöht, auch in Form von Initiativbewerbungen. Dies bietet den großen Vorteil, dass die Kosten für den Recruitingprozess gesenkt werden können.

## Externes Personalmarketing und Recruiting in den richtigen Kanälen

Um ein erfolgreiches externes Personalmarketing zu betreiben, werden vor allem Imagekampagnen genutzt, die darauf abzielen, die Arbeitgebermarke positiv und glaubwürdig nach außen hin darzustellen. Es sollten die Vorteile des Unternehmens und die Unterschiede zur Konkurrenz hervorgehoben werden, um zu zeigen,

warum sich eine Anstellung in dem Unternehmen lohnt. Imagekampagnen sind zwar mit hohen Kosten verbunden, doch auf lange Sicht stellen sie eine sinnvolle und erfolgsversprechende Maßnahme dar.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, Recruiting in verschiedenen Formen und Kanälen zu betreiben, die im besten Fall alle miteinander verbunden werden. Hierzu zählen:

- Karrieremessen, Jobbörsen, Infoveranstaltungen, Fachtagungen und Kongresse
- klassische Stellenanzeigen, meistens in Printmedien, Aushänge oder interne Suche/Ausschreibung
- interne Mitarbeiterprogramme zur Weiterbildung und Fachqualifikation
- aktive Ansprache der eigenen Mitarbeiter\*innen, für das Unternehmen Werbung zu machen
- Active Sourcing
- eigene Internetseite mit Karriereseiten und Unternehmensbeschreibung
- Online Recruiting

Für das Personalmarketing ist eine weitreichende Prä-

senz auf verschiedenen Plattformen sinnvoll, auf der Grafik sind die gängigen aufgeführt.

## Personalmarketing – Herausforderungen

Klingt alles nicht so kompliziert? Gutes Personalmarketing zu betreiben, heißt gemeinsam im Unternehmen ein Konzept zu erstellen und umzusetzen. Daher ist eine offene Kommunikation gefragt. Zudem ist das Personalmarketing ein kontinuierlicher Prozess, der Durchhaltevermögen erfordert. Die verantwortlichen Mitarbeiter\*innen des Unternehmens sollten daran denken, die Bedürfnisse und Erwartungen der potenziellen Arbeitnehmer\*innen immer wieder zu analysieren. So können Veränderungen zeitnah in der Kommunikation und Vermarktung des Unternehmens berücksichtigt werden. **Bringen Sie Ihr Unternehmen nach vorne, viel Erfolg und Kreativität bei der Umsetzung!**



**CHRISTIANE BERNECKER**  
**YouMagnus AG**  
 0221 9955510-33  
 cb@youmagnus.de  
 www.youmagnus.de

Karriere-Portale	Arbeitgeber-Interaktionsportale	Berufliche Netzwerke	Lokale Jobbörsen
 <b>Bundesagentur für Arbeit</b> Arbeitsvermittlung  <b>Monster.de</b> Online-Jobbörse zur Stellensuche  <b>Stepstone.de</b> Online-Jobbörse zur Stellensuche  <b>Indeed.de</b> Online-Jobbörse zur Stellensuche	 <b>Kununu</b> • Arbeitgeber-Bewertungsportal  <b>Facebook</b> • ... liefert Informationen • Stellenanzeigen posten • Stellenangebote verlinken  <b>Youtube</b> • Videos für Recruiting • Image durch betriebsinterne Filme	 <b>LinkedIn</b> • Stellenanzeige & Personalsuche • Vernetzung mit Arbeitnehmer*innen  <b>Xing</b> • Stellenanzeige & Personalsuche • Vernetzung mit Arbeitnehmer*innen  <b>Das Handwerk</b> • Lehrstellenradar nutzen zum Finden neuen Personals	 <b>Sunejo.de</b> <b>für das Rheinland</b> • Lokale Personalsuche • Stellenanzeigen schalten  <b>MeineStadt.de</b> <b>für Stadt Köln</b> • Lokale Personalsuche • Stellenanzeigen schalten  <b>Eigene Website</b> • Karriere-Kategorie einrichten • Stellenanzeigen veröffentlichen
Auffindbarkeit im Netz Recruiting durch Stellenanzeige Fachkräfte & Ungelernte	Arbeitnehmer*innen informieren sich im Voraus Empfehlungen als Werbung nutzen Unternehmenskultur zeigen Transparenz & Interaktion	Vernetzung mit potenziellen Arbeitnehmern*innen Unternehmensinfos teilen Recruiting durch Stellenanzeige Vermittlung der Jobangebote	Lokale Auffindbarkeit Vertrauen Stellenanzeigen schalten Fachkräfte & Ungelernte

**Nutzen**



# Besseres Recruiting mit einer starken Karriereseite

War for Talents und die hohen Ansprüche der Generation Y und Generation Z an Arbeitgeber machen es Unternehmen zunehmend schwer, geeignete Bewerber\*innen zu finden. Dabei ist es erfolgsentscheidend, die vakanten Stellen schnell mit bestmöglichen Kandidat\*innen zu besetzen. Das funktioniert allerdings nicht ohne eine Karriereseite auf der eigenen Internetpräsenz. Die Digitalagentur OEVERMANN gibt Tipps für eine gute HR-Website.

**D**ie Karriere-Website unterstützt das Unternehmen entlang des gesamten Recruiting-Prozesses. Für Bewerber\*innen ist sie besonders in der Informationsphase und im Bewerbungsprozess die zentrale Anlaufstelle. Immerhin lässt sich jede\*r zweite Bewerber\*in bei seiner Entscheidung durch Informationen auf der Karriereseite beeinflussen – so eine Studie des HR-Tech-Unternehmens Talents Connect mit dem Marktforschungsunternehmen ResponDi.

Ob ein\*e Kandidat\*in eine Bewerbung letztendlich absendet, hängt von überzeugenden Inhalten und der Auffindbarkeit der Karriereseite ab. Doch wie gelingt das?

## In Google und Co. präsent sein

Laut CareerBuilder nutzen 73 Prozent der Bewerber\*innen Google zur Jobsuche. Demzufolge ist es wichtig, auf den vorderen Plätzen der Suchergebnisse sichtbar zu werden. Diese SEO-Tipps können dabei helfen:

- Erstellen Sie für jede Stellenanzeige eine separate URL. Diese sollte den Jobtitel enthalten.
- Ermöglichen Sie von allen Unterseiten den kürzesten Weg zur Bewerbung. Buttons wie beispielsweise „Jetzt bewerben“ geben Orientierung.
- Folgen Sie den Grundsätzen eines Customer Centricity-Denkens, das den\*die externen Bewerber\*innen in

den Mittelpunkt stellt.

- Eine deutliche Trennung der Stellenanzeigen-Überschrift und des Textes hilft den Suchmaschinen, die Relevanz zu verstehen, und Meta-Tags unterstützen beim Auswerten der Inhalte.
- Teilen Sie Ihre offenen Stellen und HR-relevante Inhalte in den Social Media-Kanälen. Das generiert externe Social Links.
- Achten Sie auf ein Responsive Design, sodass die Seite auch mobil voll funktionsfähig und angenehm zu bedienen ist. Viele Bewerber\*innen rufen Stellenangebote via Smartphone oder Tablet ab.

## Zielgruppen kennen und richtig ansprechen

Sowohl Schüler\*innen, Student\*innen, Absolvent\*innen als auch Professionals und Manager landen auf der Webseite. Sie alle sollten sich direkt angesprochen fühlen. Überlegen Sie sich daher genau, wer Ihre Kernzielgruppe ist und bereiten Sie Inhalte entsprechend auf. Oft genügt eine grobe Einteilung in diese Gruppen. Häufig sind aber auch konkrete Berufsbilder interessanter.

Beim Anforderungsprofil neigen viele Unternehmen dazu, einen komplizierten Text zu erstellen oder langweilige Floskeln einzubauen. Stattdessen sollten Sie klar, präzise und sprachlich anspruchsvoll vermitteln, was den\*die Bewerber\*in erwartet. Mit kreativen Inhalten grenzen Sie sich von anderen ab.

## Das Unternehmen stellt sich vor

Der\*die Bewerber\*in kann sich aussuchen, welchem Unternehmen er seine Kompetenz zur Verfügung stellen möchte. Daher sind zunächst Unternehmen an der Reihe, sich und ihre Vorteile zu „bewerben“ und von der Konkurrenz abzugrenzen.

Welche Arbeitsbedingungen herrschen im Unternehmen? Unterstützen Sie Karrieremöglichkeiten? Bieten Sie eine ausgeprägte Work-Life-Balance? Oder einen besonderen Teamzusammenhalt? Dann sprechen Sie darüber. Präsentieren Sie Ihre Stärken und zeigen Sie, welche Vorteile Sie als Arbeitgeber bieten. Aber bleiben Sie authentisch. Lassen Sie auch Ihre Mitarbeiter\*innen zu Wort kommen.



## Den Weg zur Online-Bewerbung vereinfachen

Neben Informationen über das Unternehmen und das Anforderungsprofil sollte aus der Karriereseite klar hervorgehen, welche Unterlagen der\*die Bewerber\*in einsenden soll und wie der weitere Prozess aussieht. Geben Sie dafür einen Ansprechpartner mit Vor- und Nachnamen sowie E-Mail, Telefonnummer oder sogar die Verlinkung des XING- oder LinkedIn-Profiles an. Ein eindeutiger Call-to-Action – etwa „hier bewerben“ oder „Bewerbung jetzt absenden“ – fordert zur aktiven Handlung auf.

„Zum Schluss empfehlen wir: Bewerben Sie sich testweise selbst! Versetzen Sie sich dazu in die Rolle des Bewerbers und spielen Sie den Prozess einmal komplett durch. Nur so können Sie potenzielle Fehlerquellen auf der Website identifizieren“, erklärt Dieter Porzberg von OEVERMANN Networks GmbH.



**OEVERMANN**<sup>®</sup>  
Networks GmbH

**DIETER PORZBERG**  
**OEVERMANN**  
**Networks GmbH**

TechnologiePark, Haus 51  
Friedrich-Ebert-Straße 75  
51429 Bergisch Gladbach  
02204 84-4400  
info@oevermann.de  
www.oevermann.de



# 5 goldene Regeln für die Personalgewinnung

Das Recruiting erlebt in den letzten Jahren eine große Veränderung. Fachkräftemangel, sinkende Ausbildungsquoten und viele weitere Faktoren tragen dazu bei, dass sich die Personalgewinnung verändert hat. Arbeitgeber müssen strategischer vorgehen, um die richtigen Bewerber\*innen zu bekommen.

**P**eer Bieber kennt die Recruiting-Strategien. Als Fachbuchautor sowie Geschäftsführer der Unternehmensberatung ArbeitgeberGold aus Köln stellt er Ihnen fünf goldene Regeln für ein erfolgreiches Recruiting vor.

## **Regel 1: Planung ist die halbe Miete**

Früher schon an später denken, ist eine der wichtigsten Grundregeln eines nachhaltig erfolgreichen Re-

cruitings. Heißt: Auf keinen Fall erst dann nach neuen Mitarbeiter\*innen suchen, wenn akuter Bedarf besteht. Denn unter Zeitdruck sucht es sich ausgesprochen schlecht. Das größte Hindernis für schnelle Erfolge: Die guten Kräfte, die, die man gern sofort einstellen würde, sind in aller Regel nicht auf dem Markt, sondern in ungekündigten Anstellungsverhältnissen. Schon allein, um diese Wunschkandidaten auf sich aufmerksam zu machen, mit ihnen ins Gespräch zu kommen und aus-



zuloten, wie man zueinander finden könnte, braucht es Zeit – und deshalb unbedingt eine langfristig angelegte Recruiting-Strategie.

## Regel 2: Machen Sie den Attraktivitätscheck

Wie werden potenzielle Bewerber\*innen Ihr Unternehmen wahrnehmen? Wenn Sie diese Sichtweise einnehmen, sind Sie schon genau auf dem richtigen Weg zur Bewerbersicht. Deshalb dreht sich im Prozess auch alles um die Frage, wie Sie sich als Arbeitgeber möglichst vorteilhaft – aber selbstverständlich authentisch – präsentieren und welche attraktiven Angebote Sie Ihrem\*Ihrer zukünftigen Mitarbeiter\*in machen können.

Weiter geht es bei der Überprüfung Ihres Außenauftritts auf XING, LinkedIn, Facebook, Instagram und Kununu. Diese Informationsquellen sind für Jobsuchende wichtig. Sehen Sie diese als Chance an, sich in das richtige Licht zu rücken.

## Regel 3: Recruiting ist Chefsache

In Zeiten der Digitalisierung und des Fachkräftemangels ist Recruiting keine Insellösung mehr. Sie benötigen für die erfolgreiche Umsetzung die Unterstützung der Ge-

schäftsführung sowie weiterer Führungskräfte und Mitarbeiter\*innen im Unternehmen. Gute Personalarbeit ist bedeutend für den gesamten Unternehmenserfolg. Schaffen Sie durchdachte Strukturen und Strategien, um die besten Mitarbeiter\*innen gewinnen zu können.

Peer Bieber: „Mittelständische Unternehmen, bei denen sich die Geschäftsführung das Recruiting auf die Agenda schreibt, sind um ein Vielfaches schneller und erfolgreicher als Konzerne und öffentliche Arbeitgeber.“

## Regel 4: Sprechen Sie die richtige Sprache

Eine oft vergessene, aber besonders erfolgreiche Möglichkeit, neue Mitarbeiter zu gewinnen, ist die Einbindung der eigenen Belegschaft in die Kandidatensuche: „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ bringt erstaunliche Erfolge. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass das Arbeitsklima so gut ist, dass Ihre Mitarbeiter\*innen Sie als Arbeitgeber an Freunde und Bekannte weiterempfehlen möchten. Als Anreiz dafür Empfehlungen auszusprechen, sollten Sie Ihren Mitarbeiter\*innen eine gut dotierte Vermittlungsprovision in Aussicht stellen.

## Regel 5: Professionelles Bewerbermanagement

Haben Sie es geschafft, Menschen für Ihr Unternehmen und die ausgeschriebene Aufgabe zu interessieren, beginnt die nächste Phase im strategischen Recruiting: Ein professionell gemanagter Bewerbungsprozess mit zügigen Eingangsbestätigungen, transparenter Kommunikation, professionell geführten Vorstellungsgesprächen und überschaubaren Entscheidungszeiträumen.

**Arbeitgeber**  
Gold

PEER BIEBER  
ArbeitgeberGold GmbH



Gemeinsam mit seinem Team aus Recruiting- und Marketing-Experten entwickelte er seit 2010 Strategien zur erfolgreichen Personalfindung und Employer Branding speziell für den deutschen Mittelstand.  
[www.arbeitberggold.de](http://www.arbeitberggold.de)  
[kontakt@arbeitberggold.de](mailto:kontakt@arbeitberggold.de)  
0221-3377557 0



# Ist Google for Jobs die Zukunft des Recruitings?

Im Mai 2019 ist Google for Jobs in Deutschland gestartet. Seitdem ist der neue Suchmaschinenservice in aller Munde, er war ein wichtiges Thema auf der Leitmesse Zukunft Personal Europe und stellt vor allem kleine und mittelständische Unternehmen vor neue Aufgaben.

**D**ie erste Frage, die sich stellt: mitmachen oder nicht? Wir von SuneJo haben eine ganz klare Antwort: ja! Google for Jobs ist ein wichtiger Kanal für die Mitarbeitersuche geworden. Dies sind die Gründe dafür:

**1. Viele Menschen finden die Jobsuche auf Jobportalen unübersichtlich und beschwerlich und suchen deshalb über Google.**

Verschiedene Suchmaschinen zu durchsuchen ist zeit-

aufwendig. Deshalb googlen viele Jobsuchende ausschließlich oder starten ihre Suche bei Google.

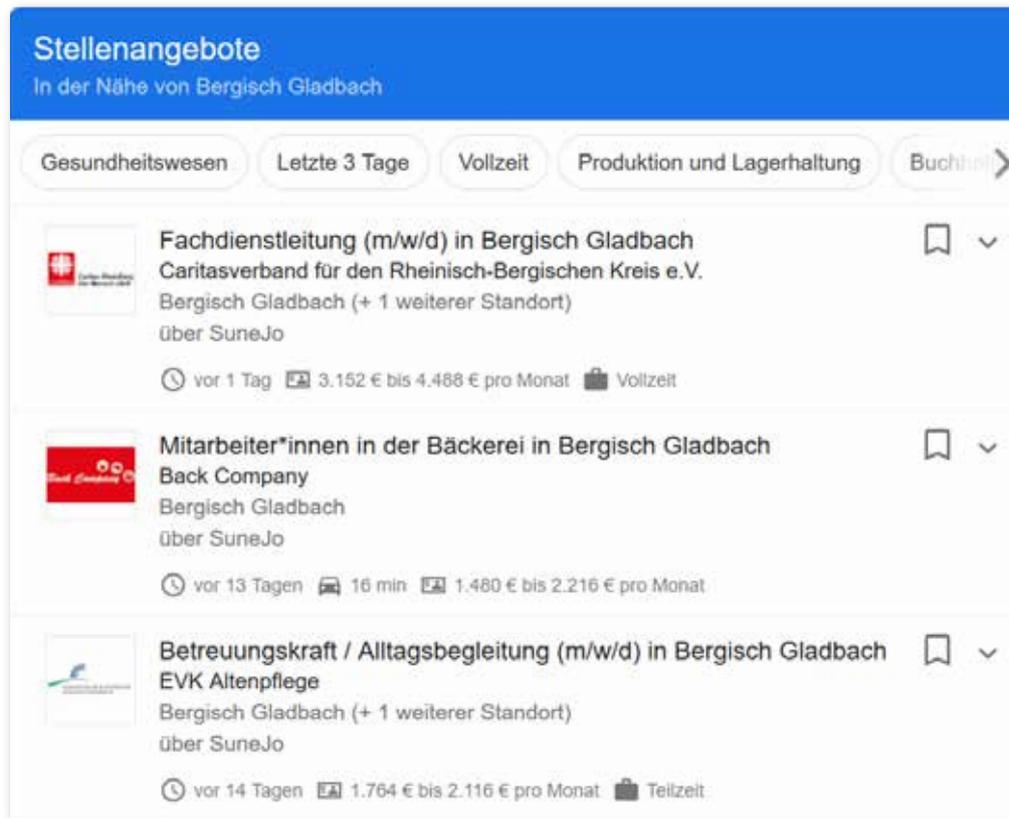
**2. Sicher ganz oben angezeigt werden – ohne Werbekosten und Zufallsprinzip.**

Google for Jobs ist je nach Suchbegriff auf dem ersten Platz bei Google oder direkt unter den bezahlten Anzeigen platziert. Weiter oben kann man sich als Arbeitgeber mit seinen freien Stellen organisch (das heißt durch Optimierungsmaßnahmen und

ohne bezahlte Werbung) nicht präsentieren. Es fallen also keine weiteren Werbekosten, nur Programmier- und Datenpflegekosten an.

### Wie gehe ich also vor?

Googlet man seinen Firmennamen plus den Begriff „Jobs“, erscheint in den Suchergebnissen ein blauer Kasten mit dem Titel „Stellenangebote“. Dort werden direkt ein paar Ergebnisse angezeigt. Klickt man darunter auf „Stellenanzeige ansehen“ gelangt man zu Google for Jobs – also eine untergeordnete Suchmaschine speziell für Jobangebote. Google zeigt hier nur jene Stellenanzeigen an, die die nötigen Informationen liefern. Stellt man alle verlangten Informationen in dem richtigen Format zur Verfügung, wird man nicht einfach nur angezeigt, sondern weit oben ausgespielt. Und bei Suchmaschinen bedeutet je weiter oben, desto mehr Aufmerksamkeit, Sichtbarkeit und Relevanz. Soll-



So sieht die Benutzeroberfläche der Metasuchmaschine „Google for Jobs“ aus.

Google for Jobs ersetzt Jobportale also nicht, sondern bündelt ihre Ergebnisse und ergänzt sie um Stellenanzeigen von den Karriereseiten von Firmenhomepages.

ten Sie sich und Ihre Stellenanzeige nicht finden, geben Sie Ihrem Websitedienstleister Bescheid, damit die Programmierung angepasst wird. Einige Online-Jobportale, so auch SuneJo.de, sind bestens optimiert. Andere wiederum nicht und werden deshalb gar nicht angezeigt oder mit fehlenden oder unleserlichen Informationen.

Andere Jobportale wehren sich, aber wir sehen es als Chance: Es wird sich zeigen, ob und wann es ein Bezahlmodell gibt, um auf den Top-Plätzen angezeigt zu werden. Bis dahin ist es allein ein Programmier- und Datenpflegeaufwand, den wir gern in Kauf nehmen, um bei Google for Jobs auf den oberen Plätzen angezeigt zu werden und damit zusätzliche Reichweite zu erlangen.

Wir bei SuneJo geben alle Stellenanzeigen händisch und einzeln in unser Redaktionssystem, das für Google und für Google for Jobs optimiert ist, ein. Dadurch dass wir so vorgehen und keine PDFs hochladen, erreichen wir, dass alles optimal ausgelesen werden kann, für den\*die potenzielle\*n Bewerber\*in ein angenehmes Leseerlebnis geschaffen wird und dass die Stellenangebote für unsere

rund 70 Prozent der User, die vom Smartphone aus suchen, mobiloptimiert sind.



**TIMO KUCKELBERG**  
Kuckelberg Medien  
GmbH & Co. KG

Hermann-Löns  
Straße 79-81  
51469 Bergisch Gladbach  
02202-28 28 28  
**timo@kuckelberg-**  
**medien.de**  
www.sunejo.de

# Das perfekte Stelleninserat

Sie sind auf der Suche nach neuen Mitarbeiter\*innen, doch Sie erhalten nur eine geringe Anzahl an eingehenden Bewerbungen? Eine mögliche Ursache könnte die Gestaltung Ihrer Stelleninserate sein. Es sind einige Kniffe nötig, damit Ihr Stelleninserat von potenziellen Bewerber\*innen nicht nur gesehen, sondern auch als attraktiv empfunden wird.



**1 Bild**

**Sie suchen einen Arbeitgeber, der ...**

**2**

- Text
- Text
- Text
- Text
- Text

**Dann kontaktieren Sie uns doch einfach!**

**3**

.....  
.....  
.....

**4 Stellentitel (m/w/d)**

**Typische Aufgaben: Ihre Qualifikationen:**

**5**

- Text
- Text
- Text
- Text
- Text

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?**

**6**

.....  
.....  
.....

**D**er Aufbau des Inserates lässt sich in sechs verschiedene Bereiche gliedern. Im obersten Abschnitt (**Nummer 1** auf der Abbildung rechts) platzieren Sie ein Foto, welches über eine hohe Qualität verfügt und die Zielgruppe direkt anspricht. Punkten Sie durch ein sympathisches Foto, das „menschelt“.

Im zweiten Abschnitt (**2**) erfolgt eine kurze und prägnante Vorstellung als Arbeitgeber. Achten Sie darauf, dass Sie wirklich individuelle Eigenschaften und Werte Ihres Unternehmens herausstellen, die Sie von anderen Arbeitgebern abgrenzen: Wie werden Ihre Mitarbeiter\*innen gefördert? Welche Mitgestaltungsmöglichkeiten gibt es? Wie flexibel ist die Arbeitszeitenregelung?

Nach der Vorstellung der Inhalte, die Sie als Arbeitgeber auszeichnen, erfolgt im dritten Abschnitt (**3**) eine Beschreibung Ihres Unternehmens. Der\*die potenzielle Bewerber\*in erhält hier einen ersten Eindruck über Ihre Unternehmenstätigkeit, dem Unternehmensumfeld sowie Ihrer Ausrichtung. Nutzen Sie diesen Abschnitt, um sich als attraktives Unternehmen zu präsentieren.

Im folgenden vierten Abschnitt **(4)** folgt die Nennung des Stellentitels. Eine bloße Benennung der Berufsbezeichnung bietet dem\*der Kandidat\*in oftmals nicht genügend Informationen. Daher ist es sinnvoll, dem Titel eine kleine Ergänzung zur klassischen Berufsbezeichnung hinzuzufügen (Beispielsweise: „Teamleiter Vertrieb Versicherung“). Die Wahl des Stellentitels sollte sorgsam bedacht werden, da dieser auch über die Auffindbarkeit Ihres Inserates in Jobportalen und Suchmaschinen entscheidet.

Im vorletzten Abschnitt **(5)** stellen Sie typische Aufgaben und gewünschte Qualifikationen Ihres\*Ihrer Bewerber\*in dar. Die Darstellung erfolgt idealerweise zweiseitig und mithilfe von Bullet Points. Formulieren Sie realistische Erwartungen: Über welchen Ausbildungsgrad, welche Arbeitserfahrungen, Fähigkeiten und soziale Kompetenzen sollten diese verfügen?

Im letzten Abschnitt **(6)** des Stelleninserats erhält der\*die Bewerber\*in Informationen über den Bewerbungsprozess. Wer ist der\*die Ansprechpartner\*in für die Besetzung der offenen Position Ihres Unternehmens und wie lauten seine oder ihre Kontaktdaten? Über welchen Weg soll die Bewerbung bevorzugt eingereicht werden? Welche Dokumente und Zeugnisse wünschen Sie?

## Layout und Design

Gestalten Sie Ihre Anzeige lebendig und machen Sie Ihr Unternehmen greifbar! Am geeignetsten sind hier professionelle Aufnahmen von Ihrem schon bestehenden Team, alternativ hierzu können Sie auch auf

Fotos von Fotoplattformen zugreifen. Wichtig ist, dass diese authentisch und ansprechend wirken. Ebenso ist die Einbindung eines kurzen Videos denkbar.

Das Layout Ihres Stelleninserats sollte potenzielle Interessenten nicht mit Textfluten überfrachten. Fördern Sie den Lesefluss: Abgrenzungen sollten Sie durch entsprechende Absätze oder Zwischenunterschriften kenntlich machen. Wichtige, relevante Schlüsselbegriffe können Sie durch eine größere Schrift, einen Unterstrich oder Fettung markieren. Vermeiden Sie Aufzählungen von mehr als sechs Punkten, hier gilt: Klasse statt Masse!

## Sprache und Stil

Versetzen Sie sich in die Zielgruppe, die Sie erreichen möchten – Wie können Sie potenzielle Bewerber\*innen am besten abholen? Es gilt, Aufmerksamkeit und eine damit verbundene Neugier zu erzeugen. Passen Sie Ihren Sprachstil an Ihre Zielgruppe an. Versuchen Sie, möglichst einprägsam, eindeutig und verständlich zu formulieren. Die Verwendung vieler Verben macht Ihren Text außerdem lebendiger und greifbarer.



### personal-point GmbH

Bachstraße 6  
53115 Bonn  
0228-6296969  
office@personal-point.de

### LENA MEHREN



Wirtschaftspsychologin (B.S., Master stud.). Ausbildung zur Bankkauffrau. Acht Jahre Erfahrung bei einer regionalen Sparkasse u. a. in Privatkundenberatung und -vertrieb. Währenddessen Bachelorstudium in Psychologie. Seit 2018 als Consultant/Trainer für personal-point schwerpunktmäßig in Personalsuche und -auswahl, Potenzialtagen, AC, Employer Branding, Workshop-Moderation, Soft-Skill-Trainings tätig.

### DR. DIRK VOLKER SEELING



Wirtschaftspsychologe. Seit 2002 geschäftsführender Gesellschafter der personal-point GmbH. Seit 1998 selbstständiger Berater und Trainer, Gründer eines bundesweiten Trainer- und Beraternetzwerks, Promotion im Bereich der Managementdiagnostik, Lehrbeauftragter an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, Innovations- und Technikkommunikation. Diverse Weiterbildungen, Lizenzen, Autor von Buch- und Zeitschriftenbeiträgen.



# Optimieren Sie Ihren Bewerbungsprozess

Bewerbungen können nur so gut sein wie das Inserat, das sie anfordert. Im Mittelpunkt des Interesses potenzieller Kandidaten stehen Fakten, angefangen mit der Vorstellung des Unternehmens. Gefragt ist keine Kundenwerbung, sondern gezielte Bewerberinformation: Branche, Produkte, Marktstellung, Internationalität, Wachstum, wirtschaftliche Situation.

**Z**entraler Erfolgsfaktor ist die Hauptschlagzeile mit der Positionsbezeichnung. Sie muss weniger dem internen Organigramm entsprechen, sie muss vor allem marktgängig sein – und dem potenziellen Bewerber etwas (Positives) sagen. Geben Sie im Zweifelsfall noch eine zusätzliche Erklärung in Klammern oder eine alternative Bezeichnung mit Schrägstrich dahinter an, auch damit Ihre Position überhaupt auf den „Radarschirm“ des Bewerbers gerät.

Große Bedeutung hat das Anforderungsprofil. Hier droht ein Missverständnis: Das Unternehmen erwartet meist, dass der Bewerber die geschilderten „Aufgaben“ bereits aus der Praxis kennt. Das wird gern als selbst-

verständlich vorausgesetzt – und unter „Anforderungen“ nicht mehr aufgeführt. Den Bewerber jedoch begeistern leicht neue, ihm bisher fremde Aufgaben: Dann orientiert er sich nur noch an den Anforderungen. Und wenn dort bloß ein paar dünne Angaben zu Ausbildung und allgemeiner Berufspraxis stehen, kommt es zu der üblichen hohen Quote enttäuschender Bewerbungen.

Vorsicht ist auch angesagt bei einer zu großen Spreizung des Anforderungsprofils: Wer einen „Meister oder Techniker oder Ingenieur“ sucht, vergrault den Meister („die nehmen ja doch nur wieder einen Ingenieur“) und den Ingenieur („wenn das auch ein Meister kann, wird mein Studium ja wohl nicht gebraucht“)



gleichermaßen. Konzentrieren Sie sich auf eine Zielgruppe und inserieren Sie ggf. mehrfach.

Das Aufführen zusätzlicher Attraktivitätselemente ist Routine. Es geht um flexible Arbeitszeit, eventuelle Teilzeit, Aufstiegs- bzw. Entwicklungsmöglichkeiten.

Bewerber schätzen Service-Angebote ungemein, zum Beispiel „Sie erhalten umgehend eine Eingangsbestätigung. Unser Ziel ist die Entscheidung über die Einladung zum Interview innerhalb von zwei Wochen. In jedem Fall erhalten Sie eine endgültige Nachricht.“

Wenn Sie Ihr Inserat formuliert haben, beantworten Sie sich diese Kontrollfrage: Warum sollte der angesprochene Bewerber seine heutige ungekündigte Position aufgeben und zu uns wechseln wollen? Wo liegt für ihn dabei der erkennbare Fortschritt?

„Service am Bewerber“ wird auch bei der Bearbeitung der Zuschriften großgeschrieben: Hier gewinnt das Rennen um die Kandidaten, wer schnell ist in seinen Reaktionen und umfassend informiert.

Wenn beim Vorstellungsgespräch der spätere Vorgesetzte zu spät kommt, ständig auf sein Handy schaut und vorzeitig wieder geht, verärgert das den Bewerber aus ungekündigter Position. Auch nach dem Gespräch ist Schnelligkeit gefragt: Ist eine Entscheidung noch nicht möglich, empfiehlt sich ein Zwischenbescheid.

Zur Orientierung ein Terminrahmen: Der Bewerber ist extrem(!) motiviert, wenn er drei Tage nach Absenden seiner Bewerbung eine Einladung zum Gespräch erhält; mit einer Frist von vierzehn Tagen ist er noch zufrieden. Nach einem Vorstellungsgespräch wirkt eine positive, wenn auch noch unverbindliche Nachricht am nächsten Tag Wunder; mehr als vierzehn Tage sollten nicht ohne Information vergehen.

Bedenken Sie: Auch der täglich sehr gelassen und professionell arbeitende berufserfahrene Bewerber wird oft zum verunsicherten, aufgeregten und gar nicht mehr souveränen Nervenbündel, wenn es um seine höchstpersönlichen Belange geht.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form verwendet. Dennoch sind Personen aller Geschlechter gleichermaßen gemeint.



#### **DR. HEIKO MELL** **Karriereberatung**

- Personalberater seit 40 Jahren
- Autor diverser Fachpublikationen und Bücher
- seit 35 Jahren Autor der Serie „Karriereberatung“ in den VDI Nachrichten
- hat bereits 15.000 Vorstellungsgespräche geführt

Gerottener Weg 3a  
51503 Rösrath  
Telefon: 02205 82687  
gf@heiko-mell.de  
www.heiko-mell.de



# Duales Studium in der Region für top ausgebildete Fachkräfte

Die Absolvent\*innen eines dualen Studiengangs sind beste Berufseinsteiger für verantwortungsvolle Positionen. Sie haben fundiertes Theoriewissen und schon reichlich Praxiserfahrung.

**S**ie suchen Fach- und Führungskräfte, die sofort zu 100 Prozent einsatzfähig sind? Dann empfehle ich Ihnen die Absolvent\*innen eines dualen Bachelorstudiums. Nicht zuletzt als Leiter des Bergisch Gladbacher Campus der privaten Fachhochschule der Wirtschaft (FHDW) stehe ich voll hinter dieser vor allem auf die Praxis in Unternehmen ausgerichteten Studienform.

Was macht ein solches Studium in meinen Augen so wertvoll? Es ist das primäre Ziel eines dualen Bachelorstudiums, sowohl ein fundiertes und wissenschaftlich hochwertiges Wissen als auch praktische Handlungskompetenz und unternehmerisches Denken zu vermitteln. Wir an der FHDW arbeiten aus diesem

Grund mit festen Partnerunternehmen. Das hat mehrere Vorteile. Durch die lange und vertrauensvolle Arbeit mit zahlreichen KMUs und großen Konzernen, durch unsere engen Beziehungen und den regelmäßigen Austausch mit dem Management und den Personalverantwortlichen in den Unternehmen, bekommen wir aus erster Hand mit, welche Entwicklungen in der Wirtschaft spezifische Anforderungen an das künftige Fach- und Führungspersonal stellen. Darauf reagieren wir in Bezug auf unsere Studieninhalte. Wir richten unsere Theorie ständig neu und auf die aktuellen Bedürfnisse in der Wirtschaft aus. So können wir unseren Studierenden genau die Kernkompetenzen vermitteln, mit denen sie im Unternehmen direkt handeln und aktiv mitgestalten können.

# Vorteile

## Duales Bachelorstudium an privaten Fachhochschulen

Im dreimonatigen Wechsel zu den Theoriephasen hier an der Hochschule absolvieren die Studierenden ihre Praxisphasen bei diesen Partnerunternehmen. So können die jungen Menschen ihr theoretisches Hochschulwissen direkt zur praktischen Anwendung bringen. Nicht selten übernehmen sie schon sehr früh eigene Projekte, die sie auch eigenverantwortlich umsetzen können. Das verschafft den Studierenden eine ganzheitliche und sehr berufsgerechte Qualifikation für Fach- und Führungsaufgaben. Die systematische Vernetzung von Theorie und Praxis eröffnet ihnen so außerordentlich gute Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Das macht die Absolvent\*innen eines dualen Studiums so interessant für die Wirtschaft. Ein überwiegender Großteil unserer Studierenden hat bereits vor Abschluss des Studiums einen sicheren Vertrag mit einem Unternehmen ausgehandelt.

In bestimmten dualen Studiengängen ist auch eine ins Studium integrierte Berufsausbildung möglich. Die Studierenden erlangen so nicht nur einen Bachelorabschluss, sondern legen vor Abschluss des Studiums auch eine IHK-Prüfung ab. Unser Curriculum ist in diesen Fällen so ausgerichtet und von der IHK anerkannt, dass die Studierenden keine Berufsschule besuchen müssen und aufgrund ihres Abiturs oder ihrer Fachhochschulreife ist eine Ausbildungsverkürzung auf zweieinhalb Jahre möglich.

Dazu können die Studierenden an unserer privaten Hochschule eine besonders intensive und individuelle Betreuung durch unsere Dozent\*innen und Mitarbeiter\*innen erwarten. Das können wir gewährleisten durch kleine Studiengruppen, den regelmäßigen und persönlichen Kontakt zum Lehrpersonal, die individuelle Begleitung bei der Anfertigung von wissenschaftlichen Arbeiten und eine ganz auf die Person abgestimmte Karriereberatung. Wir haben gemeinsam mit unseren Studierenden in den drei Jahren des Studiums diese Ziele vor Augen: Sie sollen fit werden für die Herausforderungen in der aktuellen Wirtschaftswelt. Sie sollen ihre Persönlichkeit entwickeln, Verantwortungsbewusstsein und Führungsstärke erlangen und sie sollen genau wissen, was sie wollen und was sie dafür brauchen. Dafür steht das duale Studium und dafür steht die FHDW.

marktgerechte & praxisorientierte Ausbildung

Absolvent\*innen wenden Theorie direkt in Unternehmen an

moderne Ausstattung & Lernmethoden

ins Studium integrierte IHK-Ausbildung möglich (Berufsschule entfällt)

individuelle & persönliche Betreuung

geringe Abbrecherquote (circa 8 Prozent)

Vorlesungen in Seminargruppen (circa ein Dozent pro 30 Studierende)

garantierte Regelstudienzeit (6 Semester)

Studienstart an der FHDW jeweils Oktober und Januar



**FHDW**  
Fachhochschule  
der Wirtschaft

**ALEXANDER BRÄNDLE**  
Fachhochschule der  
Wirtschaft in Bergisch  
Gladbach (FHDW)

Leiter Campus BGL  
Hauptstraße 2  
51465 Bergisch Gladbach  
02202-952702  
www.fhdw.de

# Das duale Studium als Mittel gegen den Fachkräftemangel

Ein Unternehmen, das nicht akut unter Fachkräftemangel leidet. Das ist kein Wunschdenken, sondern Realität bei der DEUTA - Werke GmbH mit Sitz in Bergisch Gladbach. Potenzielle Mitarbeiter\*innen werden auf das Unternehmen aufmerksam, weil es sich aktiv als Arbeitgeber zeigt und selbst ausbildet.

Laura Bächler hat Fabian Rensch, Geschäftsführer der DEUTA-Group GmbH und Elmar Schraetz verantwortlich für die Aus- und Weiterbildung bei der DEUTA-WERKE GmbH, interviewt, um mehr über das duale Studium und Erfolgsrezepte zu erfahren.

## Was sind die Vorteile des dualen Studiums für Sie als Arbeitgeber?

Für uns ist das duale Studium von Vorteil, weil die Studierenden, die hier anfangen, direkt schon im Thema drin sind. Wenn ich ein klassisches Studium absolviere, erwerbe ich nur theoretisches Wissen. Beim dualen Studium sammeln die Studierenden zusätzlich praktische Erfahrungen, d. h. während des Studiums wechseln sich Theorie und Praxis vierteljährlich ab. Dadurch sind die Studierenden direkt ins Unternehmen integriert und bekommen immer wieder neue spannende Aufgaben gestellt. Sie unterstützen unsere Ingenieure\*innen bei deren Aufgaben oder bekommen eigene Forschungsaufgaben übertragen, für die im normalen Arbeitsalltag keine Ressourcen zur Verfügung stehen. Meist handelt es sich um eine Aufgabenstellung in der Bahntechnik.

## Welche Vorteile gibt es im Vergleich zu einer klassischen Berufsausbildung?

Wir benötigen kreative Köpfe, die eigenständig neue Ideen umsetzen können, damit die DEUTA-WERKE GmbH auch in der Zukunft Weltmarktführer in einzelnen Bereichen der Bahntechnik bleibt. Die Personen, die bei uns in den Bereichen Elektrotechnik, Informatik oder Maschinenbau beschäftigt sind, müssen daher höher qualifiziert sein, als es mit einer Berufsausbildung möglich ist. Leider haben wir nicht die Kapazitäten, in allen Bereichen auszubilden. Was das Engineering betrifft, haben wir uns dafür entschieden, über das duale Studium selbst auszubilden.

## Was müssen Sie als Arbeitgeber tun, um das duale Studium anzubieten?

Wir haben eine Kooperation mit der DHBW Mannheim. Hier prüft die DHBW Mannheim ob wir die Voraussetzungen, die sie an den Ausbildungsplatz bei ihren dualen Partnern stellt, erfüllen. Konkret heißt das, ob wir für die einzelnen Studiengänge ein Ausbildungskonzept erstellt haben und ob wir genügend Ingenieure beschäftigen, sodass auch auf Seiten der DEUTA-WERKE GmbH sichergestellt ist, dass die Studierenden die notwendige Unterstützung erfahren. Die Studierenden sind immer ein Vierteljahr in Mannheim für die Theorie und ein Vierteljahr bei uns für den praktischen Teil. Man könnte meinen, dass dies ein Nachteil für den dual Studierenden sei: Das, was der klassische Student oder die Studentin in einem halben Jahr macht, muss er oder sie in einem Vierteljahr lernen. Unsere Studierenden profitieren jedoch von kleinen Studiengruppen bis zu 30 Studierenden, sodass die Theorie intensiv vermittelt wird. Außerdem ist die Ausbildungsvergütung nicht zu verachten. Und wir bieten aufgrund unseres Knowhows den Studierenden jegliche Unterstützung.

## Seit wann bieten Sie es an?

Seit 15 Jahren, es ist also schon erprobt. Wir haben bereits die Augen und Ohren offengehalten, ob eine Hochschule in der Region zu uns passen würde, sind aber leider nicht fündig geworden, da keine Hochschule in NRW das Konzept mit den vierteljährlich wechselnden Theorie- und Praxisphasen anbietet. Gerade dieses Konzept hat sich für beide Seiten bewährt.

## Wie groß sind die Hürden für Unternehmen, die ein duales Studium anbieten möchten?

Der Aufwand hält sich in Grenzen. Wir haben regelmäßigen Kontakt mit der DHBW Mannheim, aber das läuft pro-



©Robert Kneschke - stock.adobe.com

## Duales Studium

- Elektrotechnik – Fachrichtung Automation
- Elektrotechnik – Fachrichtung Elektronik
- Maschinenbau – Fachrichtung Konstruktion
- Informatik – Fachrichtung Angewandte Informatik
- Informatik – Fachrichtung Informationstechnik

## Was ist eine KURS-Partnerschaft?

DEUTA arbeitet mit drei Schulen zusammen (IGP, DBG, PKG), mit denen es eine aktive Zusammenarbeit gibt (auch für weitere Schulen möglich). Die Schulen kommen regelmäßig ins Unternehmen.

blemlos. Die DEUTA-WERKE GmbH engagiert sich in den Prüfungsausschüssen und den jeweiligen Arbeitskreisen der einzelnen Fachrichtungen.

### Können auch kleinere Unternehmen duale Studierende aufnehmen?

Der Aufwand ist zwar relativ gering, aber es ist natürlich ein Kostenfaktor. Die Student\*innen bekommen von uns über die gesamte Zeit ein Gehalt und sind während der Studienphase noch nicht so produktiv, wie jemand der fertig ausgebildet ist. Das könnte für kleinere Betriebe ein Hindernis sein. Man hat sicherlich Kapital gut angelegt in jemanden, den man selbst eingearbeitet und „geformt“ hat – im Sinne des Unternehmens. Die Einarbeitung danach ist erheblich einfacher – man kann sofort nach dem Studium anfangen.

### Wie viele dual Studierende gibt es bei Ihnen im Unternehmen und wo kommen diese her?

In der Regel stellen wir zwei bis drei Studierende pro Jahr ein, wollen aber die Anzahl der Studierenden aufgrund des ansteigenden Fachkräftemangels auf fünf bis sechs anheben. Hauptsächlich kommen sie hier aus der Region. Wir sprechen hier von einem Radius mit circa 60 km. Je nachdem sind die Fachbereiche unterschiedlich stark vertreten. Als wir damit gestartet sind, hatten wir nur spärlichen Zulauf. Da wir seit einigen Jahren sehr stark in Schulen und in der Öffentlichkeit auftreten, KURS-Partnerschaften pflegen und es immer mehr Mund-zu-Mund-Propaganda gibt, haben wir guten Zulauf. Außerdem beteiligen wir uns am Girls' und Boys' Day, bieten Schulexkursionen an oder unsere Ingenieur\*innen besuchen Schulen und berichten über ihren Beruf oder führen etwas vor. Passend zum Unterricht wird gezeigt, wie ein Thema praktisch im Unternehmen umgesetzt wird. Regelmäßig sind wir darüber hinaus auf Job- und Ausbildungsmessen präsent. Die

Schüler\*innen aus der Region kommen mittlerweile proaktiv auf uns zu. Gerade heute ist das wichtig, da der Markt geradezu leergefegt ist und sich Schulabgänger an den klassischen Hochschulen und Großunternehmen in der Region orientieren.

### Gerade als Firma, die der Endverbraucher nicht direkt wahrnimmt, muss man einiges tun, um bekannt zu sein.

Absolut! Und viel hilft hier viel! Wir haben einen guten Bekanntheitsgrad erreicht und müssen daher nur selten klassisch inserieren. Auch von anderen potenziellen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als Berufseinsteigern werden wir wahrgenommen. Auch hier funktioniert es durch persönliche Empfehlungen und Menschen bewerben sich initiativ bei uns.

### Bilden Sie auch klassisch aus?

Ja, und zwar aktuell fünf Kaufleute für Büromanagement und Industriekaufleute. Das machen wir in Kooperation mit dem Schulungszentrum Wuppermann Bildungswerk Leverkusen, dort werden auch diejenigen unterstützt, bei denen der Start ins Berufsleben etwas schwieriger ist.

### Vielen Dank für den Einblick in Ihr Unternehmen!



**DEUTA-WERKE**  
Technology under Control  
**FABIAN RENSCH**  
DEUTA-Group

Ausgezeichnet mit dem Unternehmerpreis der RBW 2015.  
Vorstand der Initiative „Leben und Arbeiten in Bergisch Gladbach“ (ILA-GL)  
[www.deuta-group.de](http://www.deuta-group.de)



# Vereinbarkeit von Beruf und Familie – ein Thema für jedes Unternehmen

Arbeitgeber können für ihre Mitarbeiter\*innen gute Bedingungen schaffen, um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu unterstützen. Das, was sie investieren, bekommen sie am Ende auch wieder zurück, meist sogar noch mehr – höhere Motivation, weniger Fehlzeiten und auch ein gutes Image als Arbeitgeber. All das trägt langfristig zum Unternehmenserfolg bei.

**V**ereinbarkeit beginnt immer in den Köpfen der Menschen, die in dem jeweiligen Unternehmen tätig sind. Das Thema Führung ist eng mit dem Thema Vereinbarkeit verknüpft, denn Führungskräfte können sehr viel dazu beitragen, Vereinbarkeit vorzuleben. Es lohnt sich herauszufinden, welches Bild von Familie sowie der Vereinbarkeit von Beruf und Familie im eigenen Unternehmen existiert. Spannend ist dabei natürlich die

Frage, wie Ihre Mitarbeiter\*innen das sehen. Sprechen Sie doch einfach mal darüber!

Eine verlässliche Kinderbetreuung ist ein zentrales Thema für Eltern, die Beruf und Familie vereinbaren wollen. Erst wenn die Kinderbetreuung gesichert ist, können Eltern mit freiem Kopf bei der Arbeit sein. Das gilt sowohl für die regelmäßige Betreuung als auch in den Ferien oder in Notfallsituationen. Unterneh-

men können Mitarbeiter\*innen zum Beispiel bei der Suche nach der richtigen und passenden Betreuung für ihre Kinder unterstützen oder auch finanzielle Möglichkeiten, wie den Kinderbetreuungskostenzuschuss, anbieten. Bezogen auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die Unternehmen umsetzen können – angefangen bei der Absprache von Arbeitszeiten, welche die familiären Belange der Mitarbeiter mitberücksichtigen.

Weitere beispielhafte Maßnahmen, mit denen ein Arbeitgeber zeigen kann, dass die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ein bedeutendes Thema ist: Zum Beispiel mit einem „Familihtag“ oder „Kindermitbringtag“. Eine gemeinsame Planung des Urlaubes, bei der die Betreuungssituationen der Mitarbeiter\*innen mit Kindern bzw. pflegenden Angehörigen berücksichtigt werden, hilft auch ein Stück weiter. Eine familienfreundliche Kultur, in der Meetings und andere Inhouse-Veranstaltungen an die Randzeiten von Teilzeitkräften angepasst werden, kann Druck nehmen.

Greifen Sie den Aspekt Vereinbarkeit von Beruf und Familie bereits im Bewerbungsgespräch auf und sprechen Sie ihn als Arbeitgeber offensiv an. Stellen Sie Informationen zur Vereinbarkeit von Beruf und Fami-

lie im Intranet, durch Broschüren oder auch Experten und Referenten, die Sie ins Unternehmen einladen, zur Verfügung. Sensibilisieren Sie Führungskräfte für das Thema. Ein Willkommenspaket bei Geburt eines Kindes, unabhängig davon, ob der Vater oder die Mutter bei Ihnen tätig ist, drückt ebenfalls Wertschätzung für das Thema Familie aus.

Einer besonderen Doppelbelastung sind pflegende Angehörige ausgesetzt, wenn sie erwerbstätig sind. In diesem Fall wird die Pflege von Angehörigen auch zum Thema für Unternehmen – und das aufgrund der demographischen Entwicklung immer stärker. Hier steht oft an erster Stelle, die Mitarbeiter\*innen überhaupt erstmal zu ermutigen, über dieses Thema zu sprechen. Dies kann vor allem durch Führungskräfte gelingen, die das selber vorleben bzw. ihre Mitarbeiter\*innen offensiv ansprechen. Machen Sie gelungene Beispiele im Haus bekannt. Vor allem das Thema Arbeitszeit und -organisation spielt im Spannungsfeld von Beruf und Pflege eine bedeutende Rolle.

Unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter\*innen auch hier mit entsprechenden Informationen zum Thema Pflege. Diese finden Unternehmen im Rheinisch-Bergischen Kreis zum Beispiel auf der Website der Fachkräfteinitiative „Kluge Köpfe bewegen – Fachkräfte für den Rheinisch-Bergischen Kreis“ unter der Rubrik „Beruf und Pflege“. Auch die Implementierung eines „Betrieblichen Pflegelotsen“ ist eine gute Möglichkeit, die Mitarbeiter\*innen in Sachen „Vereinbarkeit von Beruf und Pflege“ ganz praktisch und konkret zu unterstützen. Weitere Infos zum Projekt „Betriebliche Pflegelotsen“ finden Sie ebenfalls auf der Website der Fachkräfteinitiative. Die Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW), welche die Fachkräfteinitiative koordiniert, steht für Rückfragen gerne zur Verfügung.



**BIANCA DEGIORGIO**

**Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW)**



# Personalentwicklung – der Wachstumsfaktor für Mensch und Unternehmen

Was bedeutet eigentlich Personal-/Mitarbeiterentwicklung und wer ist im Unternehmen für das Thema verantwortlich?

## Personal entwickeln bedeutet:

Die Mitarbeiter entsprechend ihrer **Fähigkeiten** und **individuellen Talente** und **Interessen zu fördern** und zu fordern, ohne zu überfordern.

### Fähigkeiten:

Fähigkeiten entwickeln sich, wenn Wissen dauerhaft angewandt wird. Es ist also notwendig, für die Anwendung des praktischen und theoretischen Wissens zu sorgen, damit sich hierzu Fähigkeiten des\*der Mitarbeiter\*in entwickeln. So wird zum Beispiel eine Wissensschulung zu einer neuen Softwaretechnik erst mit Training oder besser gesagt mit TUN zu Sicherheit in der Anwendung führen. In einem guten Zustand und mit genug Übung werden Fähigkeiten zu dauerhaft abrufbarem und hoffentlich erfolgreichem Handeln.

### Individuelle Talente:

In einer Vogelschule bemerkte der Lehrmeister bei einigen seiner Tiere besondere Talente: Die Ente war ein eleganter und ausdauernder Schwimmer, das Huhn war ein flinker Renner und der Bussard war ein pfeilschneller Flugexperte.

So kam er auf die Idee, die Tiere im sportlichen Dreikampf zu trainieren – im Schwimmen, Fliegen und Rennen. Beim Training stellten sich aber große Schwierigkeiten ein, so konnte das Huhn trotz Training immer nur ein paar Meter fliegen und landete dann ganz ermattet. Die Ente schaffte es nicht, mit ihren Schwimfflossen an Tempo aufzunehmen und übte sich im Dauerlauf. Der Bussard begab sich nur mit großem Widerwillen ins Wasser und verweigerte jede Schwimmübung. Auch die vormals hervorragenden Disziplinen wurden von Tag zu Tag schlechter. Erst als die Lehrer ein Einsehen hatten und jedem Tier gestattet wurde, in seiner Lieblingssportart zu starten, entfaltete jeder wieder sein ganzes Können und das Team wurde unschlagbar.

### Fazit:

„Wenn du lange genug an den Schwächen deiner Mitarbeiter\*innen arbeitest, wirst du automatisch auch die Stärken schwächen.“ Stattdessen sollten Teams so zusammengesetzt werden, dass die Teammitglieder ihre individuellen Talente einbringen können und sich gegenseitig ergänzen.





### Interessen fördern:

... bedeutet, den Mitarbeiter\*innen passend zu ihren Interessengebieten mit anspruchsvollen Aufgaben Verantwortung zu übertragen. Hierzu ein Beispiel: Wem würden Sie bei der Besetzung einer Führungsposition den Vorzug geben?

Marie, 28 – seit fünf Jahren im Vertrieb:

Die junge Kollegin ist sehr interessiert an ihrer beruflichen Entwicklung und hatte vor drei Jahren eine Förderung eines berufsbegleitenden Studiums angefragt. Dies ist verwehrt worden. Marie hat aber in Absprache ihre Arbeitszeit auf 80 Prozent reduzieren können und studiert seitdem Wirtschaftspsychologie. Gleichzeitig arbeitet sie mit großem Engagement und gutem Erfolg weiterhin im Verkauf. Sie bringt immer wieder gute Ideen oder Verkaufstipps aus ihrem Studium ins Team ein, so hat sie zum Beispiel Stand-up-Meetings eingeführt, in denen sich die Teamkollegen sehr konstruktiv zu aktuellen Fragen und Vertriebsereignissen austauschen. Insbesondere die Azubis nimmt sie gerne unter die Fittiche und ist ihnen ein kompetenter, wertschätzender und konsequenter Pate.

Holger, 32 – seit acht Jahren Starverkäufer

Holger ist sehr erfolgsorientiert und im Umgang mit Kunden sehr eloquent und überzeugend, im Team eckt er allerdings öfter an und wird als Einzelkämpfer wahrgenommen. Er fordert schon seit längerer Zeit eine höhere Vergütung und eine Führungsposition. Er ist sich sicher, dass er mit seinem Wissen das Team nach vorne bringen kann und dass ein Titel ihm noch mehr Türen beim Kunden öffnen wird.

Also: Wem möchten Sie die Mitarbeiter anvertrauen? Holger, um ihm einen finanziellen Entwicklungsschritt zu ermöglichen oder Marie, die die Position noch nie an-

gefragt hat und noch zwei Jahre in Teilzeit arbeiten wird, aber die erfolgreich die Erkenntnisse ihres Studiums auf den Umgang mit Kunden und Kollegen überträgt?

Natürlich Marie, denn der beste Verkäufer muss nicht gleichzeitig auch die bessere Führungskraft sein. Das echte Interesse am gemeinsamen Erfolg und am Wachstum der Kolleg\*innen ist Grund genug für die Übertragung der Führungsaufgabe. Vertrauen zu schenken fördert auch das Selbstvertrauen.

### Zum Schluss noch ein Blick auf die 2. Frage – Wer trägt die Verantwortung für die Personalentwicklung:

Natürlich ist der\*die Mitarbeiter\*in vorrangig selbst für seine Weiterentwicklung verantwortlich, indem er sein Leistungsbild und seine Potenziale realistisch einschätzt und Offenheit und Freude an neuen Herausforderungen zeigt.

Das Unternehmen schafft Strukturen hierfür: zum Beispiel durch die Verpflichtung der Führungskräfte zu regelmäßigem Feedback im Führungsalltag, durch strukturierte Jahresgespräche, durch Transparenz zu möglichen Karrierewegen und durch Vorleben und Einfordern einer wertschätzenden und leistungsorientierten Führungskultur.

Die Führungskräfte sind die Umsetzungsverantwortlichen der Personalentwicklung, die diese Aufgabe für sich annehmen und begeistert leben müssen. Sie begleiten ihre Mitarbeiter\*innen mit echtem Interesse im täglichen Arbeitsprozess und agieren konsequent und wertschätzend.

### Wachstum im Flow

Sie sollten dabei jedoch darauf achten, das richtige Maß zwischen Über- und Unterforderung zu treffen, also zu fordern, ohne zu überfordern.



Tessa  
Hahn  
Entwicklungsberatung

**TESSA HAHN**  
**Entwicklungsberatung**

0170-5608876  
tessahahn.flow@gmail.com  
www.tessahahn-  
entwicklungsberatung.de



# Fallstricke für Arbeitgeber: Arbeitsvertrag versus betriebliche Übung

Verträge, auch Arbeitsverträge, kommen dadurch zustande, dass die an dem Vertrag Beteiligten inhaltlich übereinstimmende Willenserklärungen abgeben. Man verhandelt über die Inhalte und am Ende sagen beide dazu schlicht „ja“. Dies kann rein mündlich geschehen. Oder die Parteien errichten eine Vertragsurkunde, auf der beide unterschreiben.

**W**er jetzt glaubt, das sei es gewesen, erkennt die Eigendynamik, die ein Arbeitsverhältnis in der Praxis nehmen kann. An dieser Stelle kommt die sogenannte betriebliche Übung zum Tragen.

Unter einer betrieblichen Übung ist die regelmäßige Wiederholung bestimmter Verhaltensweisen des

Arbeitgebers zu verstehen, aus denen die Arbeitnehmer schließen können, ihnen solle eine Leistung oder eine Vergünstigung auf Dauer eingeräumt werden (Bundesarbeitsgericht, 27. Februar 2019 – 5 AZR 354/18). Deshalb: Arbeitgeber aufgepasst! Es ist nämlich unerheblich, ob der Arbeitgeber mit Verpflichtungswillen gehandelt hat, ob er also im oben beschriebenen Sinne „ja“ sagen wollte. Entscheidend



ist allein, ob der Arbeitnehmer aufgrund der Einzelfallumstände auf einen (möglicherweise gar nicht vorhandenen) Bindungswillen des Arbeitgebers schließen durfte. Auf das Fehlen einer übereinstimmenden Willenserklärung – siehe oben – kann der Arbeitgeber sich nicht berufen. Sein Verhalten wird als Vertragsangebot gewertet, das von dem Arbeitnehmer in der Regel stillschweigend angenommen wird. Und schon sind vertragliche Ansprüche erwachsen, die man nie mehr gegen den Willen des Arbeitnehmers los wird.

Der klassische Fall ist die stillschweigende Gewährung von Weihnachtsgeld. Nochmals Achtung: Hierbei ist unerheblich, ob der betroffene Arbeitnehmer selbst bisher schon in die Übung einbezogen wurde. Da sich das Verhalten des Arbeitgebers an alle Beschäftigten richtet, sind auch alle Beschäftigten berechtigt.

Soll das verhindert werden, muss zwingend bei oder im Zusammenhang mit der Gewährung einer Vergünstigung klar und verständlich deutlich gemacht werden, dass dies ein einmaliger Fall ist.

Vorsicht: Es gibt keine negative betriebliche Übung. Was einmal vertraglicher Anspruch geworden ist, bleibt dies auch dann, wenn der Arbeitgeber in ein, zwei oder drei darauffolgenden Jahren die Vergüns-

tigung nicht gewährt. Das wird häufig falsch gesehen! Wenn der Arbeitnehmer beispielsweise ein Weihnachtsgeld im Wege der betrieblichen Übung zu beanspruchen hat, unterliegt dieser Anspruch allein der Verjährung. Wenn im November 2019 das Weihnachtsgeld nicht gezahlt wurde, verjährt dieser Anspruch mit Ablauf des Jahres 2022. Bis dahin mag dreimal nicht gezahlt worden sein, der Anspruch aus 2019 kann am 31. Dezember 2022 noch verjährungsunterbrechend geltend gemacht werden.

Was ist nun im umgekehrten Fall? Der Arbeitgeber tut 17 Jahre lang (so der Fall Bundesarbeitsgericht, 30. November 2016 – 10 AZR 11/16) nichts. Dann versetzt er den Arbeitnehmer von Hamburg nach Frankfurt. Arbeitsvertraglich war geregelt, dass Einsatzort Hamburg ist, aber jeder andere Einsatzort bestimmt werden kann. Kann sich der Arbeitnehmer auf eine betriebliche Übung berufen und in Hamburg bleiben?

Nein, sagt das Bundesarbeitsgericht. Die Nichtausübung des Direktionsrechts hat keinen Erklärungswert. Es gibt also kein Verhalten des Arbeitgebers, aus dem der Arbeitnehmer auf einen Bindungswillen schließen durfte, nur Hamburg sei als Einsatzort geschuldet.

## Praxistipp

Sorgen Sie dafür, dass in Ihrem Betrieb keine Gebräuche entstehen. Dies betrifft nicht nur die Zuwendung von Weihnachtsgeld, es können durchaus auch andere Verhaltensweisen, sei es im Zusammenhang mit der Gewährung von Urlaub, der Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall oder Gehaltserhöhungen, zu einer betrieblichen Übung führen.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form verwendet. Dennoch sind Personen aller Geschlechter gleichermaßen gemeint.



**LEONHARD & IMIG**  
RECHTSANWÄLTE

**ANDREAS MARIA KLEIN**  
**Leonhard & Imig**

Rechtsanwalt seit 1991  
Fachanwalt für Arbeitsrecht  
Gartenstraße 1  
51429 Bergisch Gladbach  
02204-97610  
[www.leonhard-imig.de](http://www.leonhard-imig.de)



# Mit Beratung und regionalem Online-Marketing zu erfolgreich besetzten Stellen

Anfang 2018 haben die Gründer von SuneJo zwei Dinge immer wieder gehört: „Ja, ich suche händeringend Mitarbeiter/einen Job, der zu mir passt“ und „Ein neues Jobportal? Seid Ihr Euch da sicher?“. Gesagt, getan – ist SuneJo geboren.

**V**iele Firmen in der Region sind als Arbeitgeber nicht sichtbar und viele Menschen sind in ihrer aktuellen Anstellung unzufrieden. Mit SuneJo.de („suche neuen Job“) ist dafür eine regionale Plattform geschaffen worden. Timo Kuckelberg und Frank Kuckelberg bringen unternehmerisches Denken und Branchenwissen in das neue Projekt mit ein und Laura Büchler PR- und Marketingerfahrung. Eine Prise Lokalpatriotismus bringen alle drei mit. Für die Erstellung der Website kam OEVERMANN Networks ins Spiel, ein star-

ker Partner für Internet und E-Business. Gemeinsam wurde unser Portal entwickelt, das für beide Seiten viele Vorteile bietet:

- **Firmen** bekommen einen optisch ansprechenden sowie funktionalen Auftritt mit ihren Stellenanzeigen und Arbeitgeberprofilen, die allesamt google- und mobiloptimiert sind.
- **Jobsuchende** besuchen ein Portal und finden freie Stellen, die wirklich in der Region sind. Die Seite ist übersichtlich gestaltet, informativ und niederschwellig.



Die Erfolge haben nicht lange auf sich warten lassen und die drei Gründer in ihrem Tun bestätigt: Sie blicken auf viele besetzte Jobs, zahlreiche zufriedene Kunden, eine Erweiterung des Gebiets Rhein-Berg/Oberberg/Leverkusen auf das Rheinland sowie laufende Optimierungen des Portals zurück.

### Aber was ist anders bei SuneJo?

SuneJo.de ist nicht nur das regionale, sondern auch das persönliche Online-Jobportal. Bei allen Belangen rund um die Stellenausschreibung steht das Team von SuneJo mit Rat und Tat zur Seite. Laura Büchler, Prokuristin von SuneJo, erklärt die Vorgehensweise: „Ist noch keine Stellenausschreibung vorhanden und nicht viel Zeit da? Dann fragen wir alles Wichtige am Telefon ab und bereiten die Veröffentlichung vor. Wünschen die Kund\*innen eine Optimierung der Stellenausschreibung? Kein Problem,

das übernehmen wir. Ist die Stellenausschreibung bereits fertig, übertragen wir sie in unser System, passen sie an unser Weblayout an und vermarkten sie online.“ Timo Kuckelberg von SuneJo betont: „Bei uns kann man nicht einfach ein PDF hochladen, denn das kann Google nicht lesen und es wird häufig auf Mobilgeräten nicht richtig dargestellt. Außerdem könnten wir in einem PDF keine Fehler korrigieren oder Optimierungen vornehmen, nachdem wir die Stellenausschreibung geprüft haben.“

Timo Kuckelberg erläutert, wie es mit veröffentlichten Stellenausschreibungen weitergeht: „Nach der Freigabe überlassen wir nichts dem Zufall: Wir vermarkten die Stellenausschreibungen online in der Region und überwachen ihre Performance. Uns kann man als Ansprechpartner für Auswertungen und mögliche Optimierungen kontaktieren – dieser Service ist für uns selbstverständlich.“

Laura Büchler skizziert die Vorgehensweise: „Bei unserer Beratung stehen zwei Fragen im Vordergrund: Wie kann ich Aufmerksamkeit erzeugen und mich als Arbeitgeber gleichzeitig realistisch und attraktiv darstellen? Warum sollte eine Person genau bei mir arbeiten und möglicherweise ihren aktuellen Job verlassen?“

Mit dem Know-how in den Bereichen Employer Branding sowie Google- und Social Media-Marketing unterstützt das Team von SuneJo genau dort, wo es darauf ankommt – für Erfolg bei der Mitarbeitersuche in der Region.



# Was Sie bei SuneJo erwartet

Unkompliziert, persönlich, regional: SuneJo bietet einen komfortablen und vor allem individuellen Service für die gezielte Suche von Arbeitnehmer\*innen mit dem Online-Jobportal. Auf einen Blick:



**Stellenanzeigen**

Mit unserer Beratung und unserem Know-how im Online-Marketing Arbeitnehmer\*innen in der Region gezielt ansprechen.



**Arbeitgeberprofile**

Ihre googlerelevante Micro-Karriereseite bei uns mit Ihren Inhalten und Ihrem Corporate Design.



**Ratgeber für Arbeitgeber**

Alle wichtigen Tipps rund um die Personalgewinnung und -bindung gibt es auf [www.sunejo.de](http://www.sunejo.de).

## Stellenanzeigen-Pakete und Flatrates

Individuelle Lösungen für Ihren Personalbedarf

### Job-Professional

**€550,-\***

- ✓ 12 Wochen Laufzeit
- ✓ Mobil-optimiert
- ✓ Google-optimiert
- ✓ Persönliche Beratung
- ✓ Maßgeschneidertes Design
- ✓ Social Media-Posts
- ✓ Videoeinbindung möglich
- ✓ Stellenbildsuche inklusive
- ✓ Ausspielung auf der Startseite nach Verfügbarkeit

### Azubi/Studium-Professional

**€350,-\***

- ✓ Laufzeit bis Ausbildungs- bzw. Studienbeginn
- ✓ Mobil-optimiert
- ✓ Google-optimiert
- ✓ Persönliche Beratung
- ✓ Maßgeschneidertes Design
- ✓ Social Media-Posts
- ✓ Videoeinbindung möglich
- ✓ Stellenbildsuche inklusive
- ✓ Ausspielung auf der Startseite nach Verfügbarkeit

### Nebenjob-Professional

**€175,-\***

- ✓ 12 Wochen Laufzeit
- ✓ Mobil-optimiert
- ✓ Google-optimiert
- ✓ Persönliche Beratung
- ✓ Maßgeschneidertes Design
- ✓ Social Media-Posts
- ✓ Videoeinbindung möglich
- ✓ Stellenbildsuche inklusive

\*zzgl. MwSt.

# Arbeitgeberprofile

Der perfekte Weg, um sich nachhaltig online zu präsentieren und Arbeitnehmer von der eigenen Attraktivität zu überzeugen – mit Benefits, Texten, Bildern, Videos und vielem mehr.

**S**uneJo bietet mit dem Arbeitgeberprofil eine Micro-Karriereseite, mit der sich Unternehmen ganzjährig als attraktiver Arbeitgeber in der Region präsentieren. Das Profil ist eine optimale Ergänzung zum Karrierebereich auf der eigenen Homepage und zu Einträgen auf Arbeitgeber-Bewertungsportalen. Der Vorteil: Reichweite von SuneJo und Google, alle wichtigen Informationen für Arbeitnehmer\*innen und Azubis sowie Bündelung der aktuellen freien Stellen.

- + Ganzjährig präsent sein mit Ihrer Micro-Karriere-Site auf SuneJo.de
- + Suchmaschinenoptimiert und durch GoogleAds beworben
- + Backlink zu Ihrer Website oder Ihrem Karriereportal
- + Individuelle Gestaltung mit Ihrem Corporate Design und Ihren Benefits als Arbeitgeber und vielem mehr
- + Ihre Stellenanzeigen auf [www.SuneJo.de](http://www.SuneJo.de) auf einen Blick



Einmalige  
Einrichtungsgebühr  
des Arbeitgeberprofils:  
€150,-\*

Investieren Sie  
**1 Euro am Tag**  
für Ihr Online-Marketing

## Stellenanzeigen

**B**ei SuneJo können Sie Stellenanzeigen für Jobs (Vollzeit, Teilzeit, Nebenjob) und Ausbildungs- sowie Studienplätze veröffentlichen und passende Bewerber\*innen aus dem Rheinland finden.

Profitieren Sie von unserer Expertise im Mitarbeiter-Marketing.

Haben Sie Fragen?  
Rufen Sie uns unverbindlich an  
oder schreiben Sie uns!

 **0 22 02-28 28 28**

 **[l.buechler@kuckelberg-medien.de](mailto:l.buechler@kuckelberg-medien.de)**



# So einfach unterstützt Sie SuneJo



Kontakt-  
aufnahme

Gemeinsame Ausarbeitung  
Ihrer Vorteile als Arbeitgeber

Wir erstellen Ihre  
individuelle Stellenanzeige

Sie schicken uns Ihr Logo  
und ggf. ein Foto für Ihr  
persönliches Branding

Sie erhalten von uns  
einen Vorschaulink

Sie geben uns Feedback,  
wir setzen um. Sobald  
Sie zufrieden sind, geht Ihre  
Stellenanzeige online

**Fertig**



**Zeitsparend:**

- Beratung bequem am Telefon oder Sie schicken uns Ihr Word bzw. PDF
- Kein Ausfüllen von Formularen



**Transparent:**

- Persönlicher Ansprechpartner
- Statistiken zu Ihrer Stellenanzeige auf Wunsch



**Zielgerichtet:**

- Regionales Online-Marketing (in lokalen und branchenspezifischen Facebook- und Xing-Gruppen)
- Suchmaschinen- und mobiloptimiert



**Professionell:**

- Qualifizierte Beratung
- Anzeigen-Schreibservice
- Individuelles Branding



# Die Tipps unserer Expert\*innen auf einen Blick:

- 1 Erschließen Sie **weitere Zielgruppen**, um Ihren Bedarf an Personal zu decken.
- 2 **Personalmanagement und Marketing** sollten für eine optimale Darstellung als Arbeitgeber ineinandergreifen.
- 3 Optimieren Sie Ihre Karriereseite, damit sie **bei Google auffindbar** wird.
- 4 Professionalisieren Sie Ihr **Bewerbermanagement** und schreiben Sie Recruiting auf die Agenda der Führungskraft.
- 5 Optimieren Sie Ihre Stellenanzeige für die Metasuchmaschine „**Google for Jobs**“.
- 6 Erzeugen Sie mit Ihrer **Stellenanzeige Aufmerksamkeit**. Ein Bild und Ihre Benefits als Arbeitgeber helfen dabei.
- 7 Fragen Sie sich, **warum** Ihr\*e zukünftige\*r Mitarbeiter\*in seinen\*ihren Job kündigen und **bei Ihnen arbeiten** sollte.
- 8 **Duale Studierende** sind ideale Fachkräfte, die optimal auf das Berufsleben vorbereitet sind.
- 9 Gehen Sie auf **Bewerberevents** und an **Schulen**, um persönlich für sich als Arbeitgeber zu werben.
- 10 **Vereinbarkeit von Familie und Beruf** führt zu mehr Motivation und weniger Fehlzeiten.
- 11 Investieren Sie in **Mitarbeiterentwicklung**, damit Sie langjährige Mitarbeiter\*innen haben.
- 12 Seien Sie **wachsam bei üblich gewordenen Leistungen**, die nicht im Arbeitsvertrag festgesetzt sind.

**Kuckelberg Medien  
GmbH & Co. KG**

Hermann-Löns-Straße 79-81  
51469 Bergisch Gladbach  
02202-282828  
l.buechler@kuckelberg-medien.de

» [www.sunejo.de](http://www.sunejo.de)