

9 Hotfixes für effektive Recherche im Recruiting:

Wie du gerade bei schwierig zu besetzenden Stellen an ausreichend Informationen über die Zielgruppe kommst und so die Wahrscheinlichkeit auf passende Bewerber massiv erhöhst!

Hotfix No. 1: Interviewe den GF/Personaler und immer mindestens einen Mitarbeiter!

Wenn du top Ergebnisse erzielen willst, ist Recherche das A&O. Wichtig ist hierbei, dass du unbedingt immer in ein 1:1 Gespräch gehst und nicht nur einen Fragebogen verschickst!

Fragebögen werden oftmals nur knapp und substanzlos ausgefüllt. In einem persönlichen Gespräch kannst du vertiefende Rückfragen stellen, auf emotionale Themen eingehen und erhältst viel ausführlichere Infos über den Wunschkandidaten.

Hol dir zudem verschiedene Perspektiven aus der Mitarbeiterschaft. Finde in kurzen Gesprächen heraus, was den Arbeitnehmern auf der Arbeit wichtig ist und was Ihnen geboten wird. Und vor allem: gleiche es ab, mit dem, was dir die Führungsriege erzählt. Manchmal gibt es hier Diskrepanzen.

Hotfix No. 2: Nimm dir ausreichend Zeit für die Recherche!

Im Regelfall reicht es eben nicht, dem GF oder Personaler im Onboarding-Call für 20 Minuten ein "paar Fragen zur Stelle" zu stellen. Nimm dir Zeit und erarbeite eine ausführliche Candidate-Persona mit den folgenden vier Bereichen:

1. **Persönliche Daten zum Bewerber** (Alter, Geschlecht, Ausbildung, berufliche Situation, wichtige Eigenschaften)
2. **Die emotionale Ebene des Wunschwewerbers** (Wünsche, Ziele, Bedürfnisse, Frustrationen, Ängste – jeweils privat und beruflich!)
3. **Die Arbeitgeberebene** (Was wird besser/schlechter als die Konkurrenz gemacht? Wie wird der AG öffentlich wahrgenommen? Was wird unternommen,

damit Ängste, Frustrationen vermieden und Wünsche, Bedürfnisse, Ziele erfüllt/erreicht werden?)

4. **Fragen zur Stelle** (Was kennzeichnet den Arbeitsmarkt im genannten Stellenprofil? Welche Benefits werden angeboten? Wie sieht ein klassischer Arbeitstag aus?)

Hotfix No. 3: Nutze einen “perfekten” Mitarbeiter der Firma zur besseren Vorstellung!

Manche Geschäftsführer bzw. Personaler tun sich schwer, einen Wunschkandidaten in ihrer Vorstellung zu definieren.

Kleiner Trick: Beziehe dich in der Recherche immer wieder auf jemanden, der bereits in der Firma und in der gesuchten Position arbeitet und alle wünschenswerten Kriterien erfüllt.

Deinem Gegenüber wird es so wesentlich leichter fallen, die ersten beiden oben genannten Bereiche mit wertvollen Antworten zu füllen.

Ein Beispiel für einen derartigen Einstieg:

Du: *“Herr Müller, wenn sie jemanden aus ihrer Mitarbeiterschaft für die neue Stelle klonen könnten – wer wäre das?”*

GF/Personaler: *“Ja, der Manuel Meyer ist schon ewig da und macht einen super Job”*

Du: *“Super, wie alt ist er denn? Welche Ausbildung hat er? ... Was sind seine persönlichen Ziele, Träume, Bedürfnisse? Was wünscht sich der Manuel, um produktiv arbeiten zu können?”*

Hotfix No. 4: Trau dich, den Mitarbeitern emotionale Fragen zu stellen!

Es kostet manchmal ein wenig Überwindung aus der sachlichen Perspektive auszusteigen und dem Recherchepartner direkte emotionale Fragen zu stellen.

Jedoch bekommst du die besten Informationen, wenn sich dein Gegenüber auch emotional ein wenig öffnet.

Fragen könnten zum Beispiel sein:

“Was waren alltägliche Frustrationen bei ihrem vorigen Arbeitgeber? Was hat sie davon so richtig angekotzt?”

“Wie hat sich das konkret für Sie angefühlt?”

“Was haben Sie sich damals von Ihrem Arbeitgeber gewünscht?”

“Was hat sich konkret verändert, seitdem Sie nun im neuen Unternehmen sind?”

“Was erfüllt Sie mit Stolz auf der Arbeit?”

Hotfix No. 5: Lass dich nicht mit Floskeln abspeisen, sondern frage nach konkreten Situationen!

Gerade in Mitarbeitergesprächen passiert es oft, dass dein Gegenüber z.B. auf die Frage *“Was gefällt Ihnen an der Arbeit bei Firma XY am besten?”* mit einer schwer greifbaren Floskel antwortet wie *“das Arbeitsklima ist super”*, *“die Arbeitszeiten sind sehr flexibel”* oder *“die Arbeit ist sehr abwechslungsreich”*.

Damit kannst du aber relativ wenig anfangen, weil du genau diese Dinge in fast jeder Stellenanzeige liest und dich damit vergleichbar machst.

Deswegen: **frage immer nach greifbaren Situationen!**

Zum Beispiel:

“Was macht ein gutes Arbeitsklima für Sie persönlich aus? In welchen Situationen empfinden Sie auf der Arbeit so?”

“Warum sind Ihre Arbeitszeiten flexibel? Wann können sie anfangen/aufhören? Gleitzeit oder komplett frei? 4 Tage Woche?”

“Welche Tätigkeiten empfinden Sie als abwechslungsreich? Was gehört den konkret zu ihren Aufgaben in ihrem Arbeitsalltag? Ist das in Ihrem Job üblich?”

Hotfix No. 6: Achte auf das exakte Wording der Aussagen!

Dein Wunschkandidat wird sich am ehesten in deiner Copy wiederfinden, wenn er sich verstanden fühlt und du seine Sprache sprichst. Hör daher vor allem in den Mitarbeitergesprächen genau hin und notiere dir unbedingt auffallende Sätze, Sprichworte oder sogar regionale oder branchenspezifische Bezeichnungen, die genutzt werden.

Ein paar Beispiele hierfür könnten sein:

“Bei Firma XY bin ich nicht nur eine Nummer”

“Wir arbeiten mit neuester Schweißtechnik, Richtbänken und sogar Karosseriemesssystemen”

“Meine Arbeitskollegen sind wie eine zweite Familie für mich”

“Hier wird man nicht vom Chef doof gemacht!”

Hotfix No. 7: Bleibe immer in der Arbeitgeberperspektive!

Geschäftsführer oder Personaler rutschen bei der Beantwortung deiner Fragen gerne mal in die Kundenperspektive ab. Ein Beispiel:

Frage: *“Was macht die Stelle einzigartig?”*

Antwort: *“Wir haben einen hervorragenden Service und geben immer alles, um unsere Kunden zufriedenzustellen”*

Das Problem hierbei: Den Wunschkandidaten interessiert ein hervorragender Service und eine große Kundenzufriedenheit in den meisten Fällen nur sekundär. Viel wichtiger ist ihm, was er als Arbeitnehmer letztendlich davon hat.

Trau dich also ruhig, deinen Recherchepartner darauf aufmerksam zu machen, wenn er in die Kundenperspektive abrutscht und rege ihn dazu an, deine Frage aus Arbeitgebersicht zu beurteilen.

Das gleiche gilt übrigens auch für dich. Versuche bei jeder Sektion deines Funnels die Kundenperspektive zu meiden und frage dich bei jedem Satz, ob er für den Wunschkandidaten aus Arbeitnehmersicht relevant ist.

Hotfix No. 8: Befrage Menschen aus deinem direkten Umfeld (Familie, Freunde, Bekannte, Freundesfreunde)

Es kann durchaus mal vorkommen, dass du das Gefühl hast, dir fehlen noch ein paar Informationen über die Zielgruppe. Gerade im emotionalen Bereich ist es nicht immer einfach, die Leute zu ehrlichen Antworten zu bringen.

Hier lohnt es sich, einfach mal in deinem Bekanntenkreis herumzufragen und ggf. ein kurzes Gespräch mit einem vertrauten Freund, Bekannten oder Freundesfreund zu führen. In diesem Gespräch kannst du gleichermaßen Wünsche, Ziele, Bedürfnisse und alltägliche Frustrationen erfragen, wie du es mit einem Mitarbeiter tun würdest.

Der Vorteil hierbei: Du erhältst eine externe und unabhängige Perspektive. Zugleich ist die Hemmschwelle für einen Externen niedriger, ehrliche Antworten zu geben, da er dich wahrscheinlich persönlich kennt und rein gar nichts mit dem Prozess zu tun hat.

Meine persönliche Erfahrung zeigt: selbst in den speziellsten Jobprofilen findet sich immer jemand im erweiterten Umfeld, der irgendwas in der Art schon mal gemacht hat. Also: Probiers einfach mal aus!

Hotfix No. 9: Recherchiere Bewertungen von ähnlichen Arbeitgebern auf Kununu!

Kununu ist quasi das Gegenstück zu den Google-Bewertungen. Kunden bewerten auf Google – Arbeitnehmer auf Kununu.

Weißt du, wer Mitbewerber deines Kunden sind und haben diese ein Kununu-Profil ist das eine Steilvorlage für dich!

Mit etwas Glück bekommst du so nämlich Sorgen, Frustrationen und Verbesserungsvorschläge von deiner Zielgruppe direkt auf dem Silbertablett serviert und kannst wichtige Erkenntnisse in die Zielgruppenansprache einfließen lassen.

Und ja – natürlich geht das nicht nur mit Bewertungen von regionalen Mitbewerbern. Mit ein wenig Recherchearbeit kannst du theoretisch weitere ähnliche Firmen im gesamten DACH Raum ausfindig machen und all deren Arbeitgeberbewertungen abgrasen bzw. zu deinem Vorteil nutzen.