

Unternehmensverbände Berlin-Brandenburg für eine starke Wirtschafts- und Arbeitsmarktregion



Personalforum Potsdam

Trends im Recruiting | zeitgemäße Personalsuche
25. November 2021 | Jutta Wiedemann

1. Blick auf die Generationen

Recruiting - Generationenübersicht

	Maturists (geboren vor 1945)	Baby Boomers (1945 – 1960)	Generation X (1961 – 1980)	Generation Y (1981 – 1995)	Generation Z (nach 1995 geboren)
Prägende Erfahrungen	Zweiter Weltkrieg Rationierungen Starr definierte Geschlechterrollen Rock'n'Roll Kernfamilie Festgelegtes Frauenbild	Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Mondlandung Jugendkultur Woodstock Familienorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Kriegs Mauerfall Reagan – Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Globalisierung Mobile Devices Energiekrise Arabischer Frühling Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks
Anteil an arbeitender Bevölkerung in % (in UK)	3 %	33 %	35 %	29 %	Teilweise in befristeten Arbeitsverhältnissen oder in Ausbildung
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Haltung zu Technologie	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	„Technoholics“ abhängig von der IT, nur begrenzte Alternativen
Haltung zu Karriere	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen, wird von den Angestellten mitgestaltet	Karriere bezieht sich auf den Beruf, nicht mehr auf den Arbeitgeber	Digitale Unternehmer Arbeit „mit“ Organisationen, nicht „für“ Organisationen	Multitasking-Karriere Übergangsloser Wechsel zwischen Unternehmen und „Pop-up“-Business
Typisches Produkt	 Auto	 Fernseher	 PC	 Tablet / Smartphone	Google Glass Nanocomputer 3-D-Drucker Fahrerlose Autos
Medien Kommunikation	 Brief	 Telefon	 E-Mail und SMS	 Text oder Social Media	Mobile oder in die Kleidung integrierte Kommunika- tionsmedien
Bevorzugte Kommunikation	 Face-to-Face Meetings	 Face-to-Face, zudem Telefon und E-Mail	 Text Messaging oder E-Mail	 Online und Mobile (SMS)	 Facetime

48% nennen
Spaß als größte
Motivation für
Leistung

58% nennen
Spaß als größte
Motivation für
Leistung

Generation Y



WERTE

- 69% Gesundheit
- 65% Zuverlässigkeit
- 64% Familie
- 60% Freiheit
- 58% Gerechtigkeit



65%

Für 65% ist
WhatsApp die
wichtigste App

64% gute
Arbeitsatmosphäre

62% gute Balance
von Arbeit und
Freizeit

58% Vereinbarkeit
von Familie und Beruf

53% langfristige
Sicherheit des
Arbeitsplatzes

48 % Gute
Führungskultur



TOP 3

Vorbilder:

- Kein Vorbild
- Ich
- Mama/Papa

TYPISCH GEN Y

- » Die Erziehung der Kinder genießen und Gedanken über die Zukunft machen «
- » Die Überforderung mit der erdrückenden Menge an Auswahl in jedem Lebensbereich «

ZUFRIEDENHEIT

- + Am zufriedensten mit:
Dem Zusammenhalt in der Familie
- Am unzufriedensten mit:
Der finanziellen Absicherung für die Zukunft

Generation Z



WERTE

- 70% Gesundheit
- 69% Freiheit
- 66% Freundschaft
- 65% Gerechtigkeit
- 63% Familie



79%

Für 79% ist
WhatsApp die
wichtigste App

65 % gute
Arbeitsatmosphäre

63% gute Balance
von Arbeit und
Freizeit

56% Vereinbarkeit
von Familie und Beruf

55% langfristige
Sicherheit des
Arbeitsplatzes

52 % Gute
Führungskultur



TOP 3

Vorbilder:

- Mama
- Papa
- Eltern

TYPISCH GEN Z

- » Daddeln, Party machen, cool sein «
- » Dass wir zu viel Wert darauf legen, was andere von uns halten «

ZUFRIEDENHEIT

- + Am zufriedensten mit:
Dem Zusammenhalt in der Familie
- Am unzufriedensten mit:
Der finanziellen Situation

Jobsuche:

48% Job-Portale



46% Empfehlung von Freunden



41% Initiativbewerbung



35% Empfehlung von Familie



32% Stellenanzeigen Tageszeitung



20% Praktika



Neu: Google



Informationsquellen:

59% Webseite des Arbeitgebers



56% Google-Recherche



36% Befragung von Mitarbeitern des AG



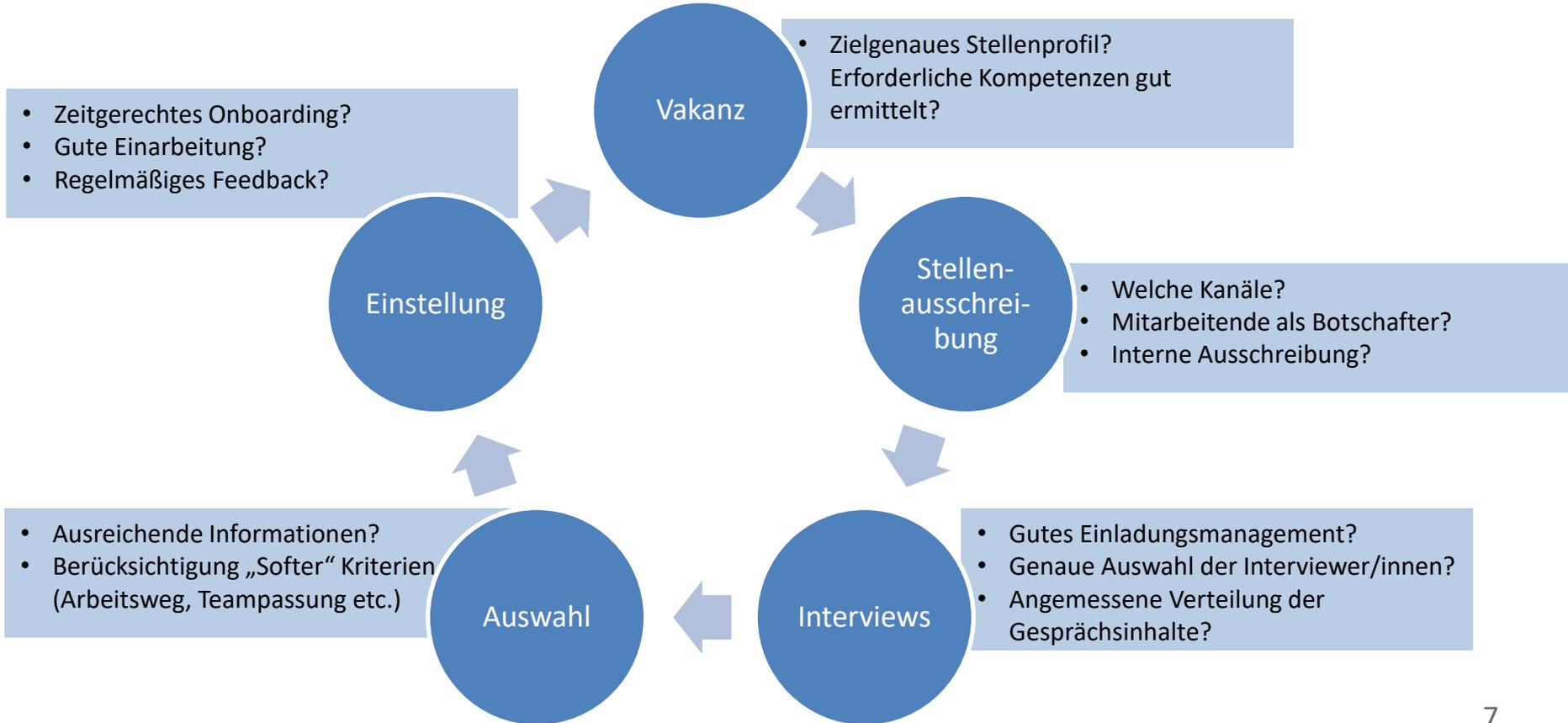
36% Bewertungsplattformen



16% Job- und Karrieremessen



2. Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern



Präzise **Stellenanzeige**:

„Bewerber/innen wissen **genau**, was sie erwartet und was von ihnen verlangt wird“



- Prägnanter Stellentitel
- Erster Absatz, der Aufmerksamkeit weckt
- Vollständige, präzise Stellenbeschreibung
- Realistisches Anforderungsprofil
- Ein Gefühl für die Unternehmenskultur



- Schwammig formulierte Aufgabengebiete: “Sie pflegen unser Online-Marketing“
- Verwendung von unklaren Floskeln (Teamfähigkeit, Belastbarkeit)
- Unrealistische Anforderungsprofile
- unklare Trennung zwischen Muss- und Kann-Anforderungen

Präzise **Platzierung der Stellenanzeige**

„Bewerber/innen dort ansprechen,
wo sie sind“.

- Printmedien
- Online Stellenbörsen
- Xing/Linkedin
- Facebook
- Agentur für Arbeit
- Eigene Internetseite
- Personaldienstleister
- Messen/Fachveranstaltungen
- Praktika, Studien-
/Diplomarbeiten



- ✓ Mitarbeitende als Botschafter nutzen
- ✓ Bekanntheit des Unternehmens erhöhen (Fußballverein sponsern, Aushänge, Werbung, gesellschaftliche Aktivitäten)
- ✓ „Blickfeld“ erweitern (Freundeskreise, kulturelle Veranstaltungen, regionale Ereignisse)
- ✓ Kooperationen mit Schulen, Vereinen, Hochschulen
- ✓ Förderprojekte akquirieren

Präzise **Auswahlinterviews**

„Umfänglich erfahren, ob er/sie richtig ist für die Vakanz“.

- Kurze Vorstellung des Unternehmens
- Abfrage nach Wissen zur Stelle, Motivation, Interesse
- Fragen nach Kompetenzen, Entwicklungsvorstellungen
- Information über Arbeitsaufgaben und Team
- Eingruppierung/Vergütung
- Ausblick, weiteres Vorgehen



- Freundliche Begrüßung (Bewerber die „Angst nehmen“)
- Paritätische Sitzordnung
- Sprachanteile:
1/3 AG – 2/3 Bewerber/in
- Keine Fragen nach vorliegenden Daten (Lebenslauf etc.)
- Nachfragen bei Unklarheiten (Jobwechsel, Lücken etc.)
- Keine persönlichen Fragen
- Offene Fragen stellen

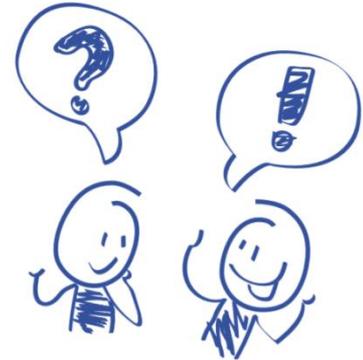
5 Phasen des Bewerbungsgesprächs:

- 1) Begrüßung/Smalltalk
- 2) Kennenlernen
- 3) Selbstvorstellung
- 4) Rückfragen
- 5) Abschluss

Phase 2: Kennenlernen

Mögliche Fragen:

- o Was macht Sie aus?
- o Warum haben Sie sich bei uns beworben?
- o Was reizt Sie an diesem Job?
- o Warum sollten wir gerade Sie einstellen?
- o Was können Sie für uns tun, was andere nicht können?



Sichere **Entscheidung**

„Wer wird voraussichtlich lange und motiviert dabei sein“.

- Entscheidung im Team treffen
- Kompetenzen und Fähigkeiten im Verhältnis Motivation und persönliches Auftreten
- Bewerber nicht zu lange warten lassen

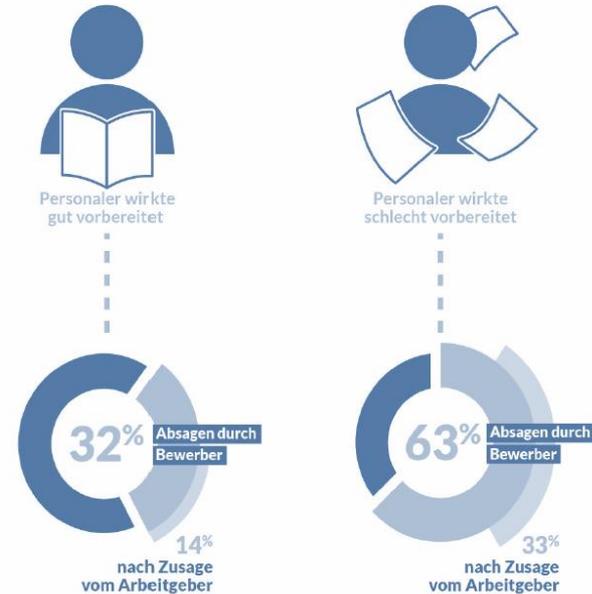


Eindruck	positiv	negativ
Eigeninitiative		
fachliche Kompetenz		
Arbeitsbereitschaft		
Teampassung		
Problemlöseverhalten		
Kommunikative Fähigkeiten		
.....		

Was bewegt Bewerber zu einer Absage?



Unvorbereitete Personaler erhöhen die Absagequote der Bewerber



Quelle: White Paper viasto Bewerberumfrage 2018 (1.000 Kandidaten und Kandidatinnen aus Deutschland)



Interview gut
Weniger als jeder
5. Kandidat sagt ab



Interview schlecht
>34% der Kandidaten
sagen ab

**Negativfaktoren in der
Wahrnehmung der
Bewerber/innen**

Wertschätzendes **Onboarding**

„Integration neuer Mitarbeitender muss betrieblich, sozial und strategisch erfolgen“.

- Kontakt halten von der Vertragsunterzeichnung bis zum ersten Tag
- Sicherheit vermitteln
- Arbeitsplatz, Unterlagen, Zugangsdaten etc. vorbereiten
- Belegschaft informieren
- Regelmäßiges Feedback in der Einarbeitungszeit



- 5 % neuer Mitarbeiter verlassen nach einem desaströsen ersten Arbeitstag das Unternehmen sofort
- 20 % neuer Mitarbeiter werden innerhalb der ersten 45 Tage eines neuen Beschäftigungsverhältnisses das Unternehmen verlassen
- Fast einer von drei neuen Mitarbeitern wird das Unternehmen (freiwillig oder unfreiwillig) vor dem Ende des ersten Jahres verlassen

3. Kriterien für einen attraktiven Arbeitgeber

Der Arbeitsmarkt dreht sich um!

Früher: Mitarbeiter
bewerben sich beim Unternehmen



Heute und zukünftig:
Firmen bewerben sich bei den
Mitarbeitern, die sie benötigen.

Employer Branding ist der Prozess zum Aufbau einer Arbeitgebermarke mit dem Ziel, von Beschäftigten und potenziellen Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden.

Ihre Eigenschaften als Arbeitgeber:

- **Identität und Werte (Betriebsklima, Führungsverständnis)**
- **Stärken (Arbeitsbedingungen, Sozialleistungen, Entwicklungsmöglichkeiten, Attraktivität der Produkte)**

Welche Werte
vertreten wir und
worin unterscheiden
wir uns von anderen
(Wettbewerb)?

**Innovationsfähigkeit,
familiärer Umgang,
Verlässlichkeit...**

Was können wir
unseren
Mitarbeitern/
Bewerbern konkret
bieten?

**Sicherheit,
familienfreundliche
Angebote,
Gesundheitsfürsorge,
flache Hierarchien.....**

Welches Image
zeichnet uns aus?

**fair,
verantwortungs-
bewusst,
konservativ,
unkonventionell...**

Mitarbeiter als Botschafter gewinnen

Lokale Aufmerksamkeit erzeugen (Fußballplatz, Vereine, Kultureinrichtungen etc.)

Kooperationen und Partnerschaften eingehen (Schulen, HS, Ausbildungszentren)

Präsenz in sozialen Netzwerken (LinkedIn, Xing, facebook, Instagram)

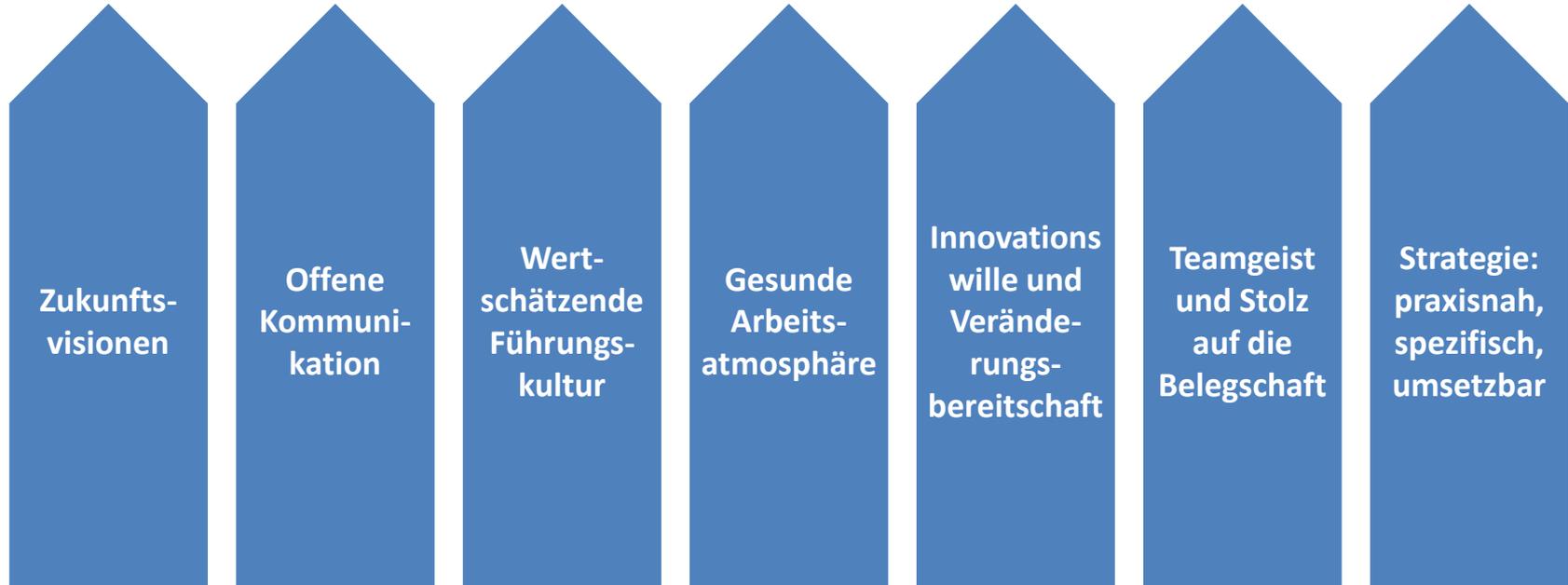
Tage der offenen Tür, Betriebsfeste mit Angehörigen, Tag der betrieblichen Gesundheit etc.

Aktualität der Unternehmenswebseiten, Imagebroschüren, Flyern mit Angeboten

Teilnahme an Messen, Vergabe von Praktika, Vorträge über das Unternehmen

Tipp: Kreative Werbung, zum Beispiel Botschaften auf Brötchentüten bei ausgewählten Bäckereien oder auf Bierdeckeln in Gaststätten, die von Ihren Zielgruppen frequentiert werden

Attraktive Arbeitgeber haben



Employer Branding - Führung

Führung 4.0: Der Mensch bleibt zentraler Faktor in der Arbeitswelt 4.0

Respekt | Vertrauen | Weitsichtigkeit | Kreativität | Flexibilität | Kommunikation

Abbau von Vorurteilen
Fokus auf Chancen!

Schaffung neuer
Geschäftsmodelle!

Agile Strategie- und
Personalplanung!

Lebenslanges
Lernen fördern!

Blick auf Kompetenzen,
nicht auf Rollen!

Einsatz von digitalen
Unterstützungssystemen!

Förderung der Mobilität
in der Arbeitserbringung!

Raum für Innovationen
gestalten!



Vereinigung der Unternehmensverbände
Berlin-Brandenburg e. V.
Am Schillertheater 2
10625 Berlin

Jutta Wiedemann
Abteilungsleiterin Betriebliche Personalpolitik, Digitale
Arbeitswelt, Fachkräftesicherung
T. +49 30 31005-207
E-Mail: wiedemann@uvb-online.de

