

Es bleibt spannend

Die Regionen-Meetings von swissstaffing sind ein beliebtes «Get Together» der Branche. In diesem Frühjahr standen diese unter dem Zeichen des neuen Jobportals 100000jobs.ch und ganz generell des Personalmarketings. Jörg Buckmann brachte sein neues Buch mit und inspirierte die rund 200 Teilnehmenden mit Gedankenanstössen und konkreten Tipps. Uns inspirierte er zu einem Interview.

Jörg Buckmann, was ist «Personalmarketing to go»?

Jörg Buckmann: Es ist für mich augenzwinkernder Inbegriff für Ideen in der Personalwerbung, die man einfach in den Alltag «mitnehmen» und umsetzen könnte.

Könnte?

Ja, wenn man das denn überhaupt will. Mancherorts besteht zwischen der Erkenntnis, etwas tun zu müssen, und der Tat noch ein ziemlicher «Gap», um dieses neudeutsche Wort zu bemühen. Ich verstehe das aber auch. Es gibt halt auch noch viele andere Themen, die unter den Nägeln brennen.

Warum ist Personalmarketing wichtig?

Schon heute mangelt es in vielen Berufen an Nachwuchs. Der Druck ist noch unterschiedlich stark spürbar, klar. Aber er wird sich auch im Zuge der Umsetzung der Masseinwanderungsinitiative noch einmal akzentuieren. Der Run auf bereits in der Schweiz Erwerbstätige nimmt weiter zu. Darum ist es wichtig, die bestehenden Mitarbeitenden zu halten und sich auf dem Arbeitsmarkt rechtzeitig für neue Talente interessant zu machen.

Wo steht unsere Branche in Sachen guten Personalmarketings?

Die privaten Personaldienstleister haben im Vergleich zu den RAV und den Firmen einen noch höheren Druck, Stellen – fest oder temporär – möglichst schnell zu besetzen. Die Kunden erwarten das. Diesen Zeitdruck spürt man im Arbeitgeberauftritt vieler Dienstleister schon. Gerade bei den Stelleninseraten ist er nicht nur spür-, sondern auch sichtbar. Hier wird eine Chance verpasst, denn Werbeinserate für Stellen zahlen auf die Marke ein. Das gilt auch für die Webseiten, die digitalen Schaufenster. Hier gibt es schon noch Luft nach oben – wie übrigens bei ganz vielen Firmen auch.



Jörg Buckmann

Stichwort Stelleninserate: Die gelten ja eigentlich schon seit Jahren als Auslaufmodell. Inwiefern bietet Active Sourcing eine Alternative?

Alternativen zur klassischen «Post and Pray»-Rekrutierung mit den Stelleninseraten werden sicher an Wichtigkeit gewinnen. IT-unterstützte Matching-Technologien ebnet den Recruitern künftig andere, gezieltere Suchwege noch besser. Aufregende Ideen wie zum Beispiel Silp funktionieren bereits heute erstaunlich gut, warten aber noch auf den grossen Durchbruch. Ich denke, dass da der Branche der Personaldienstleister eine Vorreiterrolle zukommt. Als sozusagen hauptberufliche Recruiter sind sie am Puls der Entwicklungen so nahe dran wie kein anderer.

Und was ist denn nun mit den Stelleninseraten?

Die bleiben, und zwar noch länger. Auch da bin ich mir sicher. Bei allen Schmährufen: Für viele Vakanzen sind Inserate ein effektiver Weg, schnell an Bewerbungen zu kommen. Ausserdem ist das Verfahren seit vielen Jahrzehnten bei allen Marktteilnehmern etabliert. Gerade in der Schweiz wird man davon so schnell auch nicht abrücken.

Also bleibt unter dem Strich doch alles beim Alten?

Hier bloggt der Vorstand ...

Facettenreiche Rekrutierung



Charles Bélaz, Geschäftsführer Charles Bélaz AG

Ein starker Arbeitgeberauftritt und ein kreatives Personalmarketing werden immer wichtiger – Stichwort Fachkräftemangel. Ich bin überzeugt, dass uns in Zukunft viele Fachkräfte fehlen werden. Diese müssen kreativer und zielgerechter angesprochen werden.

Personaldienstleister müssen dabei nicht in erster Linie Personalmarketing-Profis sein. Dafür haben die Unternehmen eigene Spezialisten. Unser Schwerpunkt liegt in der Rekrutierung und der Beratung. Eine negative Erfahrung mit dem Personaldienstleister wirkt sich negativ auf den neuen Arbeitgeber aus und natürlich auch auf weitere Kandidaten. Dazu zählt heute auch der Online-Auftritt des Personaldienstleisters. Die Rekrutierung muss vielfältiger werden. Heute nutzen wir immer noch häufig die klassischen Stelleninserate auf den gängigen Jobbörsen und Anzeigen in Print-Medien. Immer wichtiger wird aber die Direktansprache. Social-Media-Portale wie LinkedIn erleichtern uns die Kontaktaufnahme.

Persönliche Netzwerke und kreative Ideen sind gefragt. Ich bin überzeugt, dass die Flexibilität im Arbeitsmarkt weiter zunehmen wird. Das ist eine Chance für unsere Branche. HR-Fachleute und Personaldienstleister benötigen viel Fingerspitzengefühl und Menschlichkeit. Das wird die Technologie nicht ersetzen können.

Weitere Informationen:
<http://blog.swissstaffing.ch/>

Tipps to go – Top 5

- Kennen Sie die Bedürfnisse Ihrer Kunden – und versuchen Sie, diese zu befriedigen?
- Werben Sie persönlich!
- Werden Sie Recruiting-Charmeur!
- Bewegen Sie mit Video!
- Spicken erwünscht!

Nein, das auch wieder nicht. Auch hier wird wohl wieder ein Trend aus Amerika zu uns rüberschwappen. Dort haben Jobsuchmaschinen den etablierten Stellenbörsen längst den Rang abgelaufen. Hierzulande sind die Reiseportale noch die Vorreiter. Sie durchsuchen alle Angebote der Hotelportale oder von Fluglinien und listen diese übersichtlich auf. Das ist bequem, weil man nicht mühsam überall die besten Angebote zusammensuchen muss. Ich zum Beispiel nutze seit Jahren die Hotelsuchmaschine Trivago. Dieses Suchverhalten wird sich auch bei den Stelleninseraten durchsetzen.

Eine Chance für Jobsuchmaschinen?

Genau. Diese werden, wie das von swissstaffing mitinitiierte Schweizer Jobportal 100000jobs.ch, den Markt sicher beflügeln. Die Vorteile liegen auf der Hand: vollautomatische Listung zu deutlich tieferen Preisen und aus Sicht der Stellensuchenden eine ungleich grössere Auswahl freier Stellen. Dazu kommt, dass 100000jobs.ch ja nicht einfach ein neues Jobportal ist, sondern ein ganzes Netzwerk von Jobplattformen, das die Stellen zusätzlich auch auf den speziell suchmaschinenfreundlichen Spezia-

listen-Plattformen wie pflege-berufe.ch oder kv-stelle.ch vollautomatisch publiziert. Spannend, wie ich finde. Auf jeden Fall sehe ich von einem absehbaren Ende der Stelleninserate keine Spur.

Noch einmal zurück zum Personalmarketing – welches ist Ihr Lieblingstipp aus Ihrem Buch «Personalmarketing to go»?

Schwierige Frage – fast schon wie die Frage nach dem Lieblingskind der Eltern (lacht). Wenn ich mich aber festlegen muss, dann vielleicht das «to go» aus Kapitel 10. Es besteht gerade einmal aus zwei Worten und heisst: Warum nicht? Das bringt wunderbar auf den Punkt, welche Einstellung ich mir gerade im Personalmarketing wünsche: Etwas ausprobieren. Neue Wege entdecken. Neugierde. Eine solche Haltung ist in Zeiten, in

denen Vorschriften, starre Prozesse und (oft auch nur vorgeschobene) juristische Fesseln die Kreativität im Keim zu ersticken drohen, vielleicht nötiger denn je. ■

Interview: Julia Bryner



Julia Bryner, Leiterin Marketing & Events

Dienstleistung des Monats

Die Temporärarbeit

Die Auftragsbücher sind voll und die Stammebelegschaft ist ausgelastet? In solchen Situationen sind Temporärarbeitende eine ideale Unterstützung. Ein Anruf beim Personaldienstleister genügt und er rekrutiert kurzfristig eine qualifizierte Arbeitskraft aus seinem Fachkräftepool. Auftragsspitzen können so schnell und flexibel abgebaut werden. Kommt hinzu: Der Personaldienstleister nimmt dem Einsatzbetrieb alle Formalitäten ab – von der Anmeldung bei den Sozialkassen bis hin zur Lohnzahlung. Dies ist möglich, weil der Personaldienstleister der rechtliche Arbeitgeber des Temporärarbeitenden bleibt. Dank dem Verleihvertrag mit dem Personaldienstleister hat das Unternehmen, der sogenannte Einsatzbetrieb, volle Weisungskompetenz gegenüber dem Mitarbeiter. Mit der Temporärarbeit als flexible Beschäftigungsform im Rücken ist man für jede Auftragsspitze gewappnet.



Illustration: 123RF