

Pressemitteilung

Suche nach Fachkräften verlangt Strategie und Kreativität

Neue Studie zeigt: Strategische Personalplanung ist trotz Fachkräftemangel in lediglich 43 Prozent der befragten Unternehmen etabliert. Die Studie „Wie Unternehmen trotz Fachkräftemangel neue Mitarbeiter finden“ von Indeed, Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung und Personalwirtschaft zeigt, welche Rekrutierungswege aktuell erfolgreich sind. Besonders vielversprechend ist eine zielgruppengenaue und persönliche Ansprache.

Düsseldorf, 28. März 2019 – Unternehmen haben immer größere Schwierigkeiten, geeignetes Personal zu finden. So kommt in Zeiten des zunehmenden Fachkräftemangels einer strategischen Personalarbeit eine immer größere Bedeutung zu. Wie gut sind deutsche Unternehmen in diesem Bereich aufgestellt? Wie gewinnen Unternehmen, die bereits unter dem Fachkräftemangel leiden, neue Mitarbeitende?

Im Rahmen des aktuellen Forschungsprojektes der Jobseite Indeed, dem Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA) am Institut der deutschen Wirtschaft und der Fachzeitschrift Personalwirtschaft wurden dazu 420 Unternehmen befragt. So betreiben viele Unternehmen, trotz des in zahlreichen Berufen und Regionen vorhandenen Fachkräftemangels, noch keine strategische Personalarbeit. Vorausschauende Annahmen über Personalengpässe, Talentbedarf, Fluktuation und Pensionierungen werden aktuell nur von einer Minderheit der Unternehmen getroffen. Vom Fachkräftemangel betroffene Unternehmen geben mit 49 Prozent allerdings häufiger an, eine strategische Personalplanung zu betreiben, als nicht-betroffene Unternehmen (36 Prozent).

Annina Hering, Economist bei Indeed kommentiert: „Durch den demografischen Wandel wird sich der Fachkräftemangel noch verschärfen. Viele Unternehmen müssen mutiger und flexibler mit ihren Ideen werden, um dem wirkungsvoll entgegenzutreten. Wenn am Standort keine passenden Kandidaten gefunden werden, sollten Unternehmen neue Recruiting-Methoden ausprobieren.“

Personalverantwortliche müssen kreativer werden

Das Thema Recruiting ist für Unternehmen in den letzten Jahren relevanter geworden. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (54 Prozent) hat die Anzahl der Personen im Unternehmen, die sich hauptsächlich mit diesem Thema beschäftigen, erhöht. Dabei wenden die Personalverantwortlichen inzwischen häufig kreative Methoden an, um trotz Fachkräftemangels qualifizierte Beschäftigte gewinnen zu können. Bei besonders stark umworbene „Engpass-Talente“ werden besondere monetäre und nicht-monetäre Leistungen angeboten. *„Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Unternehmen heute nicht nur mit ihren Produkten und Dienstleistungen punkten, sondern auch als Arbeitgeber,“* erklärt Sibylle Stippler, Expertin für Fachkräftesicherung beim KOFA.

Allerdings kommuniziert derzeit nur jedes vierte befragte Unternehmen seine besonderen Leistungen und Vorzüge für Engpass-Talente auch öffentlich. 41 Prozent der befragten Unternehmen benennen diese speziellen Anreize im ersten persönlichen Gespräch, weitere 16 Prozent in einem Folgegespräch und 13 Prozent der Unternehmen nur auf explizite Anfrage. *„Lernen Sie Ihre Kandidaten kennen und erhöhen Sie den Kreis möglicher Kandidaten, indem Sie stärker auf deren Bedürfnisse eingehen – machen Sie sich beispielsweise attraktiv für Bewerber mit familiären Verpflichtungen, für die eine Work-Life-Balance bei der Suche nach einem Arbeitsplatz zentral ist“,* rät Hering. *„Heute bewerben sich Unternehmen auch bei Kandidaten und nicht mehr nur anders herum – dafür müssen Unternehmen stärker zeigen, was sie zu bieten haben.“*

Kanal-Mix bei der Ansprache

Die Studie zeigt auch, dass die befragten Unternehmen relativ viele unterschiedliche Recruiting-Strategien, -Methoden und -Kanäle nutzen. Kostenpflichtige Online-Stellenanzeigen sind dabei der meistgenutzte Kanal. Fast acht von zehn Unternehmen (79 Prozent) setzen auf diese Strategie. Eine Betrachtung nach Unternehmensgröße zeigt, dass noch 29 Prozent der befragten kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und 11 Prozent der befragten Großunternehmen keine kostenpflichtigen Online-Stellenanzeigen nutzen. Dabei ist die Sichtbarkeit offener Stellen im Internet für viele potenzielle Bewerber eine Grundvoraussetzung für eine Bewerbung. Vor allem kleine Unternehmen und solche auf dem Land sollten dies stärker berücksichtigen.

Individuell auf Unternehmen und Bewerber zugeschnittene Maßnahmen, wie zielgruppengenaues „Employer Branding“, wird von den Befragten als besonders erfolgreicher

Rekrutierungsweg bewertet. 76 Prozent der Unternehmen haben hiermit sehr gute oder gute Erfahrungen gemacht. „Employer Branding wirkt sich positiv auf die Mitarbeiterbindung aus“, erläutert Stippler. „Das ist angesichts des teilweise intensiven Wettbewerbs um Fachkräfte nicht zu unterschätzen.“

Über die Studie:

An der Befragung nahmen zwischen dem 3. August und 5. November 2018 insgesamt 420 Unternehmen teil. Beworben wurde die Umfrage über die digitalen und analogen Kanäle der drei Studienpartner: der Jobseite Indeed, dem Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA) im Institut der deutschen Wirtschaft e. V. und der Zeitschrift Personalwirtschaft. Mit knapp 80 Prozent war ein Großteil der befragten Personen im HR-Bereich beschäftigt. Hierbei bildete die größte Gruppe die der Recruiter (21 Prozent), gefolgt von Personalreferenten (16 Prozent) und Personen aus der Personalleitung (15 Prozent). Ebenso beantworteten Personen die Befragung, die keine HR-Position im Unternehmen innehaben, aber dennoch maßgeblich für die Personalrekrutierung zuständig sind. Hierzu zählen CEOs, Geschäftsführer und Vorstände (7 Prozent) sowie die der Eigentümer und Inhaber des Unternehmens (5 Prozent). Die Befragung beinhaltete Unternehmen fast aller Branchen.

Da das Recruiting heutzutage häufig online ohne Einbindung der Arbeitsagenturen läuft, wurden in dieser Studie erstmals Online-Stellenanzeigen und Klick-Rates anhand der Daten von Indeed ausgewertet, um den Fachkräftemangel aus einem neuen Blickwinkel betrachten zu können. Bisherige KOFA-Studien untersuchten die Fachkräftesituation primär anhand von Daten der Bundesagentur für Arbeit.

Über Indeed

Über Indeed suchen mehr Menschen nach ihrem nächsten Job als über jede andere Jobseite (bezogen auf Total Visits, Quelle: comScore). Indeed bietet Kandidaten in mehr als 60 Ländern und 28 Sprachen über Desktop und mobile Endgeräte Zugang zu Jobs auf der ganzen Welt. Insgesamt mehr als 250 Millionen Menschen nutzen Indeed jeden Monat für die Jobsuche, um ihren Lebenslauf hochzuladen oder um sich über potenzielle Arbeitgeber zu informieren (Google Analytics; Unique Visitors, September 2016). Weitere Informationen auf de.indeed.com.

Über das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA)

Das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA) ist ein Projekt des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) und wird gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Das KOFA unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit dem Informationsportal www.kofa.de, Vorträgen und Veranstaltungen dabei Fachkräfte zu finden, zu binden und zu qualifizieren.

Über Personalwirtschaft

Die Zeitschrift Personalwirtschaft ist eines der führenden Fachmagazine für Personalentscheider und liefert seit über 40 Jahren aktuelle HR-Informationen – kompetent, praxisnah und am Puls der Zeit. Sie erscheint unter der Marke Luchterhand, ein Imprint von Wolters Kluwer Deutschland.

Pressekontakt:

Indeed

Saskia Heller, Corporate Communications Manager, DACH

Telefon: +49 211 54060932, E-Mail: sheller@indeed.com

Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung

Melanie Behrendt, Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +49 221 4981702, E-Mail: behrendt@iwkoeln.de