



# RECRUITER<sup>3.0</sup>

WAS DER RECRUITER  
VON MORGEN KÖNNEN MUSS!

# Talention

## DIE TALENT MARKETING PLATTFORM

die Ihnen hilft Ihre Bewerberanzahl zu steigern und Ihre Prozesse zu vereinfachen!

### Warum sollten Sie Talention nutzen?

Gute Mitarbeiter sind das größte Kapital eines jeden Unternehmens. Engagierte und qualifizierte Mitarbeiter zu finden, wird angesichts des demographischen Wandels jedoch von Jahr zu Jahr schwieriger.

Für Unternehmen ist es deshalb von essenzieller Bedeutung, Personalbeschaffungsprozesse und Kandidatenentscheidungswege genauestens zu analysieren und kontinuierlich zu verbessern.

Um die besten Kandidaten des (Arbeits-)Markts rekrutieren zu können, müssen **Employer Brand (Arbeitgebermarke)**, ausführendes **Personalmarketing** und finale **Rekrutierung** perfekt aufeinander abgestimmt sein und kontinuierlich verbessert werden.

EMPLOYER BRANDING

PERSONALMARKETING

RECRUITING

TOP KANDIDAT



## Was Kunden sagen



*„Ich möchte Top-Arbeitgeber am Standort sein!  
Employer Branding ist im Wettbewerb um die besten  
Fachkräfte das nachhaltigste Mittel. Mit Tention habe ich ein ganz  
neues Verständnis für meine Zielgruppe entwickelt.“*

Christian Muckenhaupt  
Geschäftsführender Gesellschafter  
MUCKENHAUPT & NUSSELT GmbH



*„Die Einführung von Tention war schnell und  
unkompliziert. Unsere Ansprechpartnerin stand uns jederzeit  
persönlich zur Seite, so dass wir uns gut beraten und gut vorbereitet  
gefühlt haben. Schon nach kurzer Zeit konnten wir loslegen.“*

Désirée Kopp  
Personalreferentin  
REIFENHÄUSER GmbH & Co. KG





*„Der Druck in der Branche der Personaldienstleister wächst. Wir wollen unserem guten Ruf gerecht werden und unsere Position als Marktführer behalten. Wir als Adecco haben erkannt, dass wir dafür Prozesse kontinuierlich optimieren müssen, um mit der digitalen Welt Schritt halten zu können. Mit Tention haben wir uns die Software und Beratung ins Haus geholt, die uns dies alles ermöglicht. Damit wir auch in Zukunft für unsere Kunden die besten Ergebnisse in der Personalbeschaffung gewährleisten können.“*

Christian Wolf  
Leiter Prozesssteuerung  
Adecco Personaldienstleistungen GmbH

## Über die Autorin



Carolin Linden ist Produktmanagerin bei der TFI GmbH. Sie ist Expertin auf dem Gebiet Visuelle Kommunikation, Conversion-Optimierung und Mailings und verantwortlich für die Erstellung von E Recruiting und Personalmarketing-Content für Tention.

# Inhaltsverzeichnis

---

Ein Ausblick: Recruiting von morgen (S. 6)

Die Basiskompetenz bleibt (S. 11)

Die sechs neuen Fähigkeiten, die zum Erfolg führen (S.  
15)

Fazit (S. 23)



# EIN AUSBLICK: RECRUITING VON MORGEN



„Die Recruiter von morgen werden zu aktiven Botschaftern für Ihr Unternehmen.

Sie müssen (...)

Verkäufer, Vermittler, zugleich ein kreativer Kopf und immer erreichbar sein.“

Robindro Ullah, Leiter Personalmarketing und Recruiting Süd,  
Deutsche Bahn



## Ein Ausblick: Recruiting von Morgen

Das Berufsbild des Recruiters hat sich in den letzten Jahren gewandelt und wird zunehmend anspruchsvoller und facettenreicher.

In Zeiten des Fachkräftemangels wird es immer wichtiger, auf Interessenten richtig zuzugehen und Kandidaten frühzeitig zu binden. „Wir kommen vom reaktiven Recruiting zum proaktiven Recruiting“, so Wolfgang Brickwedde, Direktor des Institute for Competitive Recruiting (ICR).



Dieser Wandel fordert auch neue Fähigkeiten vom Recruiter. Nach den neuesten Trendstudien zeichnet sich eines schon ganz klar ab.

In Zukunft wird die Wahl des Arbeitgebers zunehmend bei den Bewerbern liegen, statt dass sich Unternehmen, wie bisher, ihre Kandidaten aussuchen.

Die sogenannte „Generation Y“ weiß ganz genau, was sie zu bieten hat und was sie von Unternehmen erwarten kann.

Die beratenden Fähigkeiten, wie ein Recruiter sie im alten Berufsbild benötigte, reichen heute in dieser Form nicht mehr aus.

„Personalmarketing wird zunehmend weniger Push- als Pull-Marketing“, so Andrea Schmitz, Specialist Employer Branding bei der Metro AG.

Recruiter müssen diesen Perspektivwechsel im Personalmarketing vor Augen haben, wenn sie erfolgreich rekrutieren wollen.



**Beziehungsmanagement** wird dabei immer wichtiger, wenn langfristig die Versorgung des Unternehmens mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern gewährleistet werden soll.

Recruiter sollten dabei den Unternehmensauftritt ganzheitlich im Blick haben.

Die **Personalmarketingkanäle**, wie Recruiting-Events, Jobbörsen und Stellenanzeigen, machen nur einen Teil bei der Kandidatenansprache aus.

Das gesamte Unternehmensmarketing, dazu zählten unter anderem Pressearbeit, Produktwerbung, Mitarbeiterempfehlungen, etc. (siehe Abbildung), prägt das Bild, das sich der Kandidaten vom Unternehmen macht.



Anzeigen und Stellenausschreibungen alleine reichen nicht mehr aus.

In Zukunft muss die aktive Interaktion mit der Zielgruppe verstärkt und die Ansprache persönlicher gestaltet werden. Kontakte gilt es zu halten und zu pflegen.



# DIE BASIS-KOMPETENZ BLEIBT



„Skills, die gestern relevant waren, heute relevant sind und morgen auch noch relevant sein werden:

Sehr gute kommunikative Fähigkeiten

(...)

Sehr gute analytische Fähigkeiten

(...)

Ein Topverständnis vom eigenen Unternehmen

(...)

Vertriebsfähigkeiten“

Gero Hesse, Senior Vice President HR bei der Bertelsmann AG

Basiskompetenzen, wie gute kommunikative Fähigkeiten, spielen heute eine große Rolle und werden auch in Zukunft relevant sein.

Fähigkeiten, die Recruiter nach wie vor haben sollten, sind:

- ✔ **Kommunikationsstärke:** Gute kommunikative Fähigkeiten sowohl für die interne Kommunikation im Unternehmen, als auch für die externe Kommunikation mit Bewerbern.
- ✔ **Analytische Fähigkeiten:** Sehr gute analytische Fähigkeiten in Bezug auf das Verstehen von Bewerberbiografien.



- ✔ **Brand Awareness:** Tief gehendes Verständnis des eigenen Unternehmens. Stärken und Schwächen der Unternehmensmarke sowie Strategie und Historie des Unternehmens sollten bekannt sein, um es erfolgreich repräsentieren zu können.
- ✔ **Vertriebskompetenz:** Recruiter sollten ein Gespür dafür haben, wie sie die Werte ihres Unternehmens am besten an Kandidaten vermitteln können, um diese zu begeistern.



# DAS HR TEAM HEUTE

„Recruiting/  
Personalmarketing/  
Employer Branding  
heute“

„Stelleninserat  
früher“



HR Business Partner

Will die Anzahl der  
Bewerber kontinuierlich  
steigern

Nachhaltigkeit (z.B.  
Marke, Messen,  
Talentpools)

Versteht das  
Geschäftsmodell &  
arbeitet in Business  
Cases

Inseriert in einer  
Stellenbörse und wartet  
dann 30 Tage ab

Denkt alleine in  
Bewerbermanagement

Kann seine  
Arbeitgeberteile nicht  
in einem Satz erklären

Jeder Personalreferent  
macht alles



# DIE SECHS NEUEN FÄHIGKEITEN, DIE ZUM ERFOLG FÜHREN

„Der Recruiter von morgen  
muss sich dorthin bewegen,  
wo sich seine Zielgruppe  
aufhält.“



Fähigkeiten, die in Zukunft eine immer wichtigere Rolle spielen werden:



### Technikaffinität:

Ein Basiswissen dessen, was es an technischen Möglichkeiten im Recruitingbereich gibt, ist unerlässlich. Dazu zählen Recruitingwebsites, visuelle Jobboards, Social Networks und Bewerbersoftware. Recruiter sollten die Fähigkeit mitbringen, sich mit ITlern über die weitere Entwicklung der eigenen Website und Onlinepräsenz auf anderen Plattformen austauschen zu können.

### Gespür für die Vermarktung des eigenen



### Unternehmens im Web:

Recruiter sollten ein Gespür dafür mitbringen, wie sie die Kernwerte ihres Unternehmens im Web ins beste Licht rücken.





### ✔ Online-Marketing-Verständnis:

Recruiter sollten Grundkenntnisse in Bereichen, wie zum Beispiel Search Engine Optimization, Nutzung von Website Analytics und –Verwendung von Budgets im Web mitbringen.

#### Talention kennenlernen

Fordern Sie jetzt einen unverbindlichen Demonstrations-Termin an.



### ✔ Employer Branding:

Dies sollte für den Recruiter kein Fremdwort sein! Die Aufgabe des Recruiters wird es zunehmend sein, als Vertreter der Arbeitgebermarke deren Werte gezielt zu kommunizieren, um sein Unternehmen im Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt als attraktiven Arbeitgeber darzustellen.



### **Anpassungsfähigkeit:**

Recruiter sollten sich schnell an Marktveränderungen anpassen können und sich nicht scheuen, mit kreativen Ideen neue Medienkanäle auszuprobieren. Viele Änderungen hängen zum großen Teil mit der Entwicklung neuer Technologien zusammen, die immer schnellere und transparentere Recruiting-Prozesse zulassen.

### **Software-Tools,** gestalten heute die Administration effizient und helfen den Recruitern durch den Dschungel der unzähligen Bewerbungen.

Neben dem technischen Know-how spielt aber auch die Außendarstellung des Unternehmens im „War for Talents“ eine bedeutende Rolle.

Der Recruiter wird zum Botschafter des Unternehmens und muss Maßnahmen ergreifen, um sein Unternehmen und die zu besetzende Stelle so attraktiv wie möglich darzustellen.



Arbeitnehmerfreundliche Maßnahmen, wie zum Beispiel eine eigene Kita im Unternehmen oder ein eigenes Fitnessstudio für Mitarbeiter, führen, wenn sie richtig vom Personalmanagement nach außen kommuniziert werden, zu einem besseren Markenimage und lassen sich im Bereich Recruiting optimal als Anreize für zukünftige Bewerber verwenden.



Beim Recruiter liegt es, diese Unternehmensvorteile gezielt und effektiv zu vermarkten, um aktiv das Außenbild der Marke positiv gegenüber Kandidaten zu beeinflussen.

Der Recruiter von morgen muss sich dorthin bewegen,  
wo sich die Zielgruppe aufhält!

Die Herausforderung für das zukünftige Personalmanagement liegt darin, die Zielgruppe für die Unternehmensmarke zu begeistern, selbst wenn diese nicht aktiv auf der Suche nach einer Stelle ist. In Zeiten von Fach- und Führungskräftemangel muss es Ziel sein, potenzielle Talente frühzeitig anzusprechen und an das Unternehmen zu binden. Hier ist die Kreativität der Recruiter gefragt, um die sogenannten „latent Suchenden“ effizient anzusprechen. Dabei kommen auch, abseits von Stellenmärkten und Stellenbörsen, Medialkanäle aus dem Online-Marketing ins Spiel.



Alle Recruiting-Kampagnen müssen im Blick behalten, dass sich langfristig alle Maßnahmen auf das Employer Branding auswirken. Interessentendatenbanken und Bewerberbeziehungsmanagement sind ebenfalls Themen, mit denen sich die Recruiter von morgen auskennen sollten – sowohl für die kurzfristige Rekrutierung, als auch die langfristige Sicherung geeigneter Mitarbeiter.



# FAZIT

Der Recruiter von morgen muss sich des Perspektivwechsels vom „reaktiven zum proaktiven“ Personalmarketing bewusst sein.

Die gezielte Ansprache von Kandidaten wird in Zukunft eine immer größere Rolle spielen. Wer erfolgreich langfristig qualitativ hochwertiges Personal rekrutieren will, muss wissen, wie er effizient sein Unternehmen als attraktive Arbeitgebermarke in Szene setzt, wo er die Zielgruppe antrifft und anspricht und wie er diese ans Unternehmen bindet. Moderne E-Recruiting-Methoden und Interessentendatenbanken (Talent-Pooling) sind die Mittel des Recruiters von morgen zur gezielten Bewerberansprache.



Die große Herausforderung für den Recruiter wird es in Zukunft sein, die riesige Auswahl an Medienkanälen, die ihm zur Verfügung stehen, zu überblicken und erfolgreich im Rahmen seines Budgets zu nutzen.

Die E-Recruiting- und Personalmarketing-Software Tention hilft Ihnen dabei, Ihre Recruitingprozesse transparent zu machen.

Mit Tention holen Sie sich die Unterstützung, die Sie für eine nachhaltige Optimierung Ihres Personalmarketings benötigen.



Mit Tалention bieten wir Ihnen eine Vielzahl von Prozessschritten, Werkzeugen und Analysen, die Ihnen helfen, Ihre Personalbeschaffungsprozesse effektiv und nachhaltig zu optimieren.

Vereinbaren Sie jetzt einen unverbindlichen Demonstrations-Termin!

[Demo anfordern](#)

## Kontakt

Bei Fragen zum Produkt stehen Ihnen unsere Ansprechpartner gerne zur Verfügung.



[info@talention.com](mailto:info@talention.com)



0202 261 494 880

TFI GmbH  
Lise-Meitner-Str. 5-9  
42119 Wuppertal  
[www.talention.com](http://www.talention.com)



Preisträger 2013



Wuppertaler  
Wirtschaftspreis 2013