



„Nichts ist für Bewerber so überzeugend wie die eigenen, zufriedenen Mitarbeiter“

Wie wird man attraktiv? Das weiß Martina Ernst, CEO von SalaryNegotiations und ColourfulCareer sowie Career-Partnerin der WU Executive Academy

KURIER: Wie sehr ist es Firmen bewusst, dass sie Stellenangebote – anders als früher – wirklich attraktiv gestalten müssen?

Martina Ernst:

Es gibt schon viele Bemühungen, Anzeigen nicht nur optisch, sondern auch sprachlich inklusiver zu gestalten – und trotzdem schauen die Printanzeigen in der Regel noch so aus wie vor zehn bis zwanzig Jahren.

Was ist heute attraktiv?

Erstens einmal Anzeigen, in den es nicht nur von Fachausdrücken wimmelt und auf die sich maximal die Person bewerben könnte, die gerade diesen Job gemacht hat. Zweitens ist es wichtig, zu überlegen, welche Worte man nützt, um die Kultur des Unternehmens zu transportieren. Kann man in einfachen Worten dazu bewegen, zusammen mit dem Unternehmen etwas zu bewirken? Viertens: In welchen Medien bin ich präsent? Habe ich es geschafft, eine Community aufzubauen, in der auch meine künftigen Mitarbeiterinnen sind? Fünftens: Kann ich künftige Bewerberinnen schon im Vorfeld durch coole Aktivitäten auf mein Unternehmen aufmerksam machen?

„Neu denken“ heißt es also nicht nur in Sachen Stellenangebot, sondern oft auch bezüglich des gesamten Bewerbungsprozesses?

Gut ist es, eigene interne Botschafterinnen – Ambassadors – zu haben, die im Alter der Zielgruppe sind und im Fachbereich der gesuchten Jobs arbeiten. Denn vielen, gerade jungen Bewerberinnen ist es wichtig, erst einmal ins Unternehmen reinzuschnuppern, unverfänglich mit Menschen sprechen zu können, die schon dort arbeiten um ein Gespür zu bekommen, mit welcher Kultur man es zu tun hat. Auch eine Top-Expertin kommt lieber in ein Unternehmen, in dem sie bereits einige Fachkräfte in externen Fachgremien oder Workshops kennengelernt hat. Nichts ist so überzeugend wie die eigenen, zufriedenen Mitarbeiterinnen und Kundinnen.

Bewerbungsprozesse sind oft aufwendig und langwierig. Wie schnell müssen Firmen reagieren, wenn sich Top-Leute bewerben?

Wenn wir über den Bewerbungsprozess als Ganzes sprechen, versteht es sich von selbst, dass er digital, reibungslos, schnell und persönlich sein muss. Wer drei Wochen und länger auf ein Zeichen warten muss, der überlegt sich genau, ob er in so einem Unternehmen anfangen will. Wer behandelt wird, wie eine zu bearbeitende Nummer, sucht sich sicher eine andere Stelle.

Viele Kandidaten auf Stellensuche bewerben sich nicht nur auf eine, sondern mehrere Stellen. Kann ein gut gestalteter Bewerbungsprozess dabei helfen, hier hervorstechen?

Hervorstechen können immer die Unternehmen, die es schaffen, klar für ihre Marke – auch als Arbeitgeberin – zu stehen, positiven gesellschaftspolitischen Impact haben, individuell auf ihre Kandidatinnen eingehen und die schon im Vorfeld mithilfe ihrer Mitarbeiterinnen und Kolleginnen ein Netzwerk aufgebaut haben, aus dessen Pool sie dann gezielt Menschen ansprechen können.