



## **Trends bei der Personalsuche**

**Interview mit Stefan Kraft, Geschäftsführer der Personalmarketing-Agentur mediainTown GmbH & Co KG.**

**Frage: Herr Kraft, als Geschäftsführer einer Personalmarketing-Agentur verfolgen Sie die aktuellen Entwicklungen auf dem Stellenmarkt genau. Neue Untersuchungen ergaben, dass immer mehr Unternehmen ihre Positionen über Online-Stellenanzeigen besetzen. Welche Vorteile haben Online-Anzeigen?**

*Stefan Kraft:* Der Trend, neue Mitarbeiter über Online-Stellenbörsen zu rekrutieren, wird sich weiter fortsetzen. Wichtig ist es, Personalverantwortlichen Lösungen anzubieten, die genau auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind. Deshalb haben wir alle relevanten nationalen und internationalen Online-Stellenbörsen in unserem Portfolio. Für einen qualitativ hohen Rücklauf an Bewerbungen muss die Anzeige eine große Reichweite erlangen und dabei gleichzeitig genau die gesuchte Zielgruppe ansprechen. Das gelingt bei Online-Anzeigen besser als bei den klassischen Print-Anzeigen, beispielsweise über branchenspezifische Stellenbörsen und Channels.

**Frage: Große Unternehmen haben das Internet als Rekrutierungsmöglichkeit schon längst für sich entdeckt. Wie sieht es aber mit kleinen und mittelständischen Unternehmen aus?**

*Stefan Kraft:* Auch kleine und mittlere Unternehmen werben ihr Personal heute verstärkt über das Internet. Bei der Suche nach hoch qualifizierten Mitarbeitern stehen sie in Konkurrenz zu den großen Unternehmen. Wichtig für kleinere Unternehmen ist deshalb der regionale Aspekt. Online-Stellenbörsen, die sich auf die regionale und lokale Suche spezialisiert haben - wie beispielsweise jobsintown.de - sind für solche Unternehmen weitaus lösungsorientierter als Job-Portale, die Kandidaten europa- und weltweit suchen.

**Frage: Herr Kraft, Sie haben es gerade schon angedeutet – Stichwort „War for Talents“: Der Fachkräftemangel wird in Deutschland immer deutlicher spürbar – die Unternehmen kämpfen um die Besten. Wie kann man die Besten für sich gewinnen?**

*Stefan Kraft:* Unternehmen, die um Fachpersonal konkurrieren, brauchen für ihre Suche eine breitere Streuung, die mit einer einfachen Schaltung nicht zu erreichen ist. Wir stellen unseren Kunden daher je nach Bedarf zielgruppenspezifische Online-Pakete zusammen. Hoch qualifizierte Fachkräfte findet man auch auf Jobmessen, wo sich große und mittlere Unternehmen präsentieren und gezielt Absolventen von Universitäten und Fachhochschulen ansprechen. Wir veranstalten selbst für unsere Kunden Recruitingtage vor Ort und die Erfahrung zeigt uns, dass aktives Hochschulmarketing ein erfolgreiches Instrument bei der Personalsuche sein kann, wenn man seine Zielgruppe genau kennt. Heute muss man die Kandidaten in ihrem Alltag abholen! Am wichtigsten ist, dass bei der Personalsuche alle Cross-Media-Maßnahmen exakt aufeinander abgestimmt werden.

**Frage: Welche weitere Möglichkeiten gibt es für Unternehmen im Cross-Media-Bereich und worin sehen Sie die Vorteile?**

*Stefan Kraft:* Solche Maßnahmen müssen zur Unternehmensphilosophie passen. Der richtige Marketing- und Medienmix ist entscheidend. Wir bieten unseren Kunden zielführende Maßnahmen aus unserem Total Cross Media-Konzept an. Auch hier spielt das Stichwort ‚Alltag‘ eine große Rolle: Stellen Sie sich vor, Sie stehen an der Ampel und ihr Blick bleibt auf der Werbebotschaft eines Unternehmens hängen, das genau SIE sucht! Oder Sie treffen sich mit Freunden in einer Bar und fühlen sich durch die Image-Postkarte eines Unternehmens spontan angesprochen. Sie hören einen Radio-Spot eines Unternehmens, das gezielt nach neuen Mitarbeitern sucht. Das macht neugierig! Die Botschaft, die hinter diesen unkonventionellen Methoden steht, ist klar: Wir sind ein innovatives Unternehmen, das ungewohnte Wege geht, um den neuen Mitarbeiter genau dort abzuholen, wo er sich gerade befindet – ob in der Bar, im Café, in der Straßenbahn, am Bahnhof.

**Herr Kraft, vielen Dank für das Gespräch.**

Quelle: <http://www.competence-site.de>