

"INFORMATION. INSPIRATION. MOTIVATION" UND FACHKRÄFTE-MANGEL

Mirjana Ceak ist diplomierte Fachwirtin Medieninformatik und Mediendesign und seit Januar 2022 als Produktmanagerin für die diversen Stellenportale von Somedia und deren Zusatzprodukte verantwortlich. Zuvor war sie bereits während vier Jahren bei einer namhaften Mediengruppe Österreichs als Online-Projektmanagerin für Stellenportale tätig.

Frau Ceak, wie bringen Sie das Motto des diesjährigen Wirtschaftsforums «Information. Inspiration. Motivation» in Zusammenhang mit dem vielfach zitierten Fachkräftemangel?

Mirjana Ceak: Diese Begriffe könnten zutreffender nicht sein, wenn es darum geht, sich als Unternehmen im Arbeitsmarkt auf der Suche nach benötigten Fachspezialisten zu positionieren. Ich gehe sogar einen Schritt weiter und denke, dass Unternehmen prinzipiell gut beraten sind, wenn sie sich an diesen Begriffen orientieren, um für potenzielle wie auch für bereits im Betrieb tätige Arbeitnehmende attraktiv zu sein.

Können Sie das etwas detaillierter ausführen?

Wir haben in vielen Berufsgruppen und auf unterschiedlichsten Ausbildungsstufen Fachkräftemangel. Arbeitgebende müssen sich zwangsläufig dort bedienen, wo Spezialisten und Fachkräfte derzeit arbeiten oder ihnen – falls möglich – entsprechende Aus-/Weiterbildungen, z.B. für Quereinsteiger, anbieten. Dazu muss man diese Personen erstmal für das eigene Unternehmen begeistern können. Gleichzeitig ist man gefordert, die eigenen Angestellten davon zu überzeugen, dass sie beim für sie bestmöglichen Unternehmen arbeiten, sich weiterentwickeln können und einen Wechsel deshalb gar nicht erst in Erwägung ziehen. Also einfach ausgedrückt: Information, Inspiration und Motivation.

Muss ein Umdenken in der Personalgewinnung stattfinden?

Wir unterscheiden zwischen aktiven und passiven Jobsuchern. Gerade bei Jobprofilen in Berufsgruppen mit Fachkräftemangel kann man auf die Ansprache der passiven Jobsucher nicht mehr verzichten. Diese Personen haben aber vielfach keinen fixfertigen CV zur Hand, geschweige denn ein Motivationsschreiben. Wer dies aber trotzdem verlangt, riskiert allenfalls weniger Bewerbungen zu erhalten als eine Firma, welche primär einen Erstkontakt generieren will und die weiteren Schritte in einem Erstgespräch klärt.

Sie zeichnen für Südostschweizjobs.ch verantwortlich. Ein Stellenportal ist jetzt nicht unbedingt ein Produkt, um passive Jobsucher zu erreichen.

Es lohnt sich doppelspurig zu fahren. Einerseits besteht die Möglichkeit, dass jemand an der bisherigen Arbeitsstelle nicht ganz so happy ist und deshalb ein Jobmail auf Südostschweizjobs.ch abonniert. Diese Chance will man sich als Arbeitgeber nicht entgehen lassen. Für die Ansprache passiv Suchender bieten wir explizit dafür konzipierte Produkte.

Was muss man sich darunter vorstellen?

Der Markt der Personalgewinnung ist immer wieder Veränderungen ausgesetzt, denen wir gerecht werden müssen. Aus dem Grund haben wir u.a. unseren «Programmatic Job Boost» entwickelt, mit welchem Unternehmen die gesuchten Talente direkt dort ansprechen können, wo sich diese tagtäglich online bewegen – also beispielsweise in den sozialen Kanälen und Business-Netzwerken. Unsere bisherigen Auswertungen zeigen, dass Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen mit unserem «Job Boost» im Durchschnitt plus/minus 1'200 zusätzliche Interessenten auf den entsprechenden Stelleninseraten finden. Gleichzeitig bietet unsere Dienstleistung eine relevante Entlastung für den Arbeitgeber, da wir einzig wissen müssen, um welchen Job es geht. Das Setup der Kampagne sowie der diversen Sujets, die wir für eine maximal erfolgreiche Ausschreibung inklusive A/B Testing benötigen, werden dann komplett von unseren Programmatic Managern übernommen.

Sie erwähnten, dass man potenzielle Interessenten für das eigene Unternehmen begeistern muss.

Je nach Spezialisierung und Jobprofil der gesuchten Mitarbeitenden steht man mal schnell in einem Wettbewerb mit anderen Unternehmen, die ebenfalls auf der Suche nach Fachkräften sind. Da macht es Sinn, zu hinterfragen, ob der Output der eigenen Unternehmens-Webseite, respektive der Karriere-Teil, auch wirklich den Anforderungen entspricht oder sie noch Optimierungspotenzial hat.

Eine weitere Überlegung ist sicherlich, ob situative Massnahmen ausreichen, oder man eventuell regelmässig auf dem Radar der gesuchten Talente erscheinen möchte.

Nicht jedes Unternehmen hat die personelle Grösse, um sich einen Personalmarketing-Spezialisten zu leisten. Oft fehlt dafür schlicht die Zeit. Was empfehlen Sie diesen Unternehmen?

Uns zu kontaktieren – egal ob Gross oder Klein! Spass beiseite. Der Aufwand ist definitiv nicht zu unterschätzen und darum nicht für jeden Betrieb neben dem Tagesgeschäft zu stemmen.

Aus dem Grund stehen wir unseren Kunden gerne als Sparring-Partner zur Seite, sei es mit unserer langjährigen Erfahrung in der Rekrutierung oder auch mit unseren spezialisierten Inhouse-Units. Wir helfen gerne, wenn es darum geht, entsprechende Kampagnen oder Strategien in den Bereichen Arbeitgebermarketing und Personalgewinnung zu planen und umzusetzen.

Als regionaler Player ist es letztendlich unser Anliegen, Arbeitgebende in der Südostschweiz im Wettbewerb um die gesuchten Talente mit all unseren Möglichkeiten bestmöglich zu unterstützen.



Mit Mirjana Ceak sprach Cornelius Raeber