

Wir sind Recruiting.
epunkt



Was Mitarbeiter wirklich wollen

epunkt
Whitepaper



epunkt.com



Inhalt

Der Mangel an Bewerbern ist ein Symptom in vielen Unternehmen. Aber wofür eigentlich?	3
Problem erkannt, Lösung bedenklich	3
Der Arbeitsmarkt hat sich längst zum Bewerbermarkt gewandelt, doch die wenigsten Unternehmen passen ihre Recruiting-Prozesse darauf an	4
Damit punkten Arbeitgeber bei Mitarbeitern und Bewerbern	6
Der Kandidat ist König in den Unternehmen, die 2021 die qualifiziertesten Mitarbeiter gewinnen werden	7
<u>1.</u> Der potenzielle Mitarbeiter und seine Bedürfnisse müssen in den Mittelpunkt des Recruiting-Prozesses rücken	8
<u>2.</u> Mitarbeiter wollen wie Kunden gewonnen werden	8
<u>3.</u> Die Führungskraft muss so früh wie möglich ins Recruiting-Boot geholt werden	9
<u>4.</u> Das Aufgabengebiet des zukünftigen Mitarbeiters ist der beste Hebel	11
Kandidaten finden, aktiv ansprechen und überzeugen	12
Literatur- & Quellenverzeichnis	12



Was Mitarbeiter wirklich wollen

Wie Sie sie gewinnen, bei wem sie bleiben und warum sie wechseln

Der Mangel an Bewerbern ist ein Symptom in vielen Unternehmen. Aber wofür eigentlich?

Laut der Studie Fachkräftemangel von 2018 der ManpowerGroup besteht heutzutage die größte Herausforderung von Unternehmen in einem Mangel an Bewerbern.¹ Verschärft wird die Lage noch dadurch, dass nur etwa jede fünfte neu ausgeschriebene Stelle aus dem Pool der Arbeitslosen besetzt werden kann, so FOCUS Online.² Die wirklich begehrten und qualifizierten Fachkräfte befinden sich nämlich bereits in einem Anstellungsverhältnis. Die ManpowerGroup propagiert zur Lösung des Fachkräftemangels

die Skills Revolution, denn laut ihrer Umfrage gaben 27 % der Arbeitgeber an, dass es Bewerbern entweder an den Hard Skills oder an den Soft Skills mangelte. Mehr als die Hälfte (56 %) der Arbeitgeber weltweit sagten, die gesuchtesten Soft Skills lägen in der schriftlichen und mündlichen Kommunikation – gefolgt von Zusammenarbeit und Problemlösung.³ Doch wer den „Fehler“ so massiv auf der Bewerberseite sucht, hat Grundlegendes noch nicht verstanden



Problem erkannt, Lösung bedenklich

Die Diagnose zeigt: Das Scheitern beim Versuch, neue Mitarbeiter zu gewinnen, kann nicht allein mit dem demografischen Wandel und mit mangelnden Hard und Soft Skills potenzieller Mitarbeiter erklärt werden. Viel mehr spiegelt sich hierin auch die Schwäche eines Unternehmens, auf die sich wandelnden Bedürfnisse heutiger Arbeitnehmer einzugehen. Doch es gibt sie – die Unternehmen, die auch angesichts einer scheinbar aussichtslosen Situation geprägt durch Fachkräftemangel und demografischen Wandel, in der Lage sind weiterhin

qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen. Die Frage ist: Wie gelingt ihnen das?

Um diese und andere Geheimnisse erfolgreicher Mitarbeitergewinnung zu ermitteln, wurde von epunkt, dem Marktführer im Recruiting in Österreich, eine interne Befragung mit 350 Kandidaten durchgeführt. Dabei ging es um die Gründe, aus denen Jobangebote angenommen oder abgelehnt wurden. Die Ergebnisse zeigen deutlich, welche Unternehmensprozesse zur Schwachstelle und welche Eigenschaften zum Trumpf in Recruiting-Fragen werden können.

¹ ManpowerGroup 2019, S.7.

² Stefan Bielmeier 2017.

³ ManpowerGroup 2019.



Der Arbeitsmarkt hat sich längst zum Bewerbermarkt gewandelt, doch die wenigsten Unternehmen passen ihre Recruiting-Prozesse darauf an

Bewerbermangel hat verschiedene Gründe. Der allgegenwärtige demografische Wandel ist aber nur einer davon. Fachkräftemangel ist ein großes Problem. Recruiting dauert heute lange und Unternehmen finden dennoch keine passenden Mitarbeiter. Die Mitarbeitergewinnung gestaltet sich noch schwieriger und teurer, als sie erwartet

hatten, und intern fehlen die Ressourcen, um sich dahingehend zu professionalisieren. Mit all diesen Problemen haben Personaler und Unternehmen derzeit zu kämpfen. Als Ursprung des Bewerbermangels vieler Firmen identifiziert Daniel Marwan, Geschäftsführer von epunkt, jedoch eine andere Ursache:

„Viel gravierender ist die Tatsache, dass etablierte Bewerberprozesse in vielen Unternehmen noch immer auf der Annahme beruhen, dass viele geeignete Kandidaten einer freien Stelle gegenüberstehen.“⁴



Tatsächlich ist die Verteilung heute jedoch genau umgekehrt. Der Arbeitsmarkt ist längst zum Bewerbermarkt geworden; besonders in den Bereichen, in denen echte Spezialisten gebraucht werden, spürt man eine deutliche Machtverschiebung.⁵

Die fehlende Bedeutung von Recruiting im Allgemeinen, der Mangel an Ressourcen im HR-Bereich und das nicht vorhandene Problembewusstsein hierfür bei vielen

Geschäftsführern wirken dann nur noch als Multiplikatoren. „Letztlich führt es unter anderem dazu, dass Kandidaten nicht an Bord geholt werden, weil dem Aufgabengebiet des potenziellen Mitarbeiters viel zu wenig Bedeutung beigemessen wird.“⁶ Die epunkt-Befragung ergab, dass aber gerade das Aufgabengebiet das Hauptkriterium dafür war, ob ein Kandidat das Jobangebot annahm oder nicht.

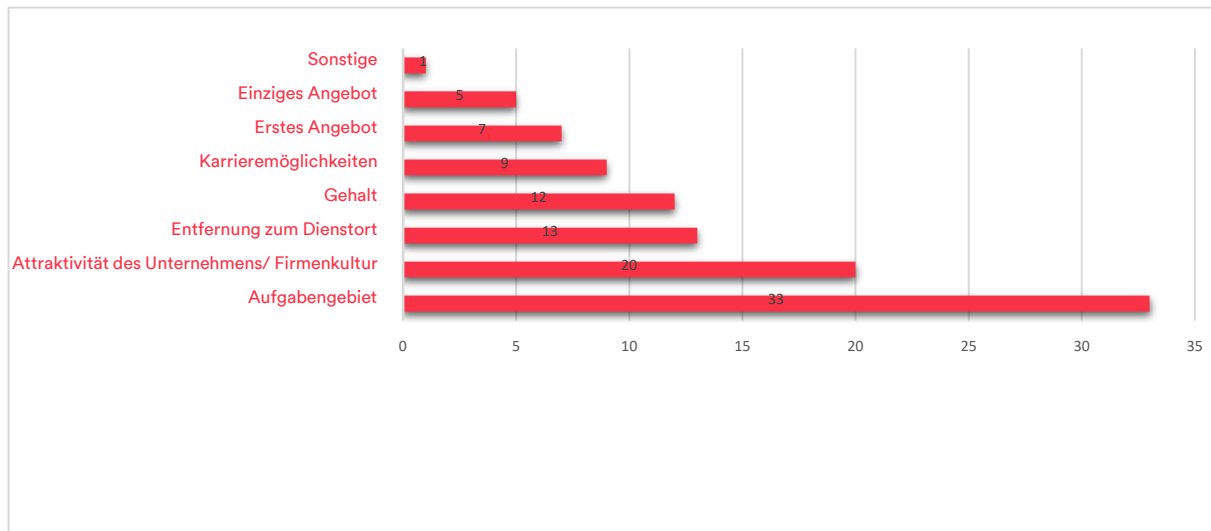
⁴ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.

⁵ Jakob Osman 2016.

⁶ Ebd.



Entscheidungsgründe



In der Realität der Mitarbeitergewinnung stehen dennoch viel zu allgemeingehaltene Aufgabenbeschreibungen einem Qualifikationwunschzettel zum potenziellen Mitarbeiter gegenüber. Außerdem sei selbst die eigene HR häufig nicht in der Lage, die Aufgaben aufgrund der fehlenden Fachexpertise kommunikativ zu verkaufen sowie relevante Unterschiede, Vorteile und kandidaten-spezifische Informationen herauszustellen, so Daniel Marwan. Das

Ergebnis: „Potenzielle und durchaus geeignete Bewerber springen bereits während des Recruiting-Prozesses von sich aus ab, weil sie das Interesse verlieren. Dieses Phänomen ist job- und branchenübergreifend sichtbar.“⁷

Ein zurecht frustrierendes Resultat für alle Beteiligten. Sebastian Purps-Pardigol, Unternehmensberater und Gründer der Initiative *Kulturwandel in Unternehmen und Organisationen* findet sehr deutliche Worte:

„Das deutet darauf hin, dass die Arbeitskulturen in vielen Unternehmen weder positiv noch nachhaltig sind –geschweige denn zur Potenzialentfaltung beitragen können. Dass es einen Wandel in vielen Unternehmen braucht, ist also kein weiches Thema einzelner Personalentwickler mehr. Das Thema interessiert inzwischen auch zahlreiche Firmenlenker, die harte wirtschaftliche Zahlen im Blick haben. Hier wächst die Erkenntnis: Ein Kulturwandel ist die Voraussetzung dafür, dass Mitarbeiter sich wieder voll einbringen und Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben können.“

⁷ Ebd.



In der epunkt-Befragung gaben 33% der Kandidaten an, dass das Aufgabengebiet die Entscheidung, den Job zu wechseln, begründet hat. Direkt auf Platz 2 landet die Attraktivität des Unternehmens und dessen Firmenkultur. Darin wird sichtbar, was Befürworter von New Work und die Vorreiter in Sachen Potenzialentfaltung, wie Herr Purps-Pardigol, bereits verstanden haben: Sinn, Erfüllung und Entfaltung sind heute die Hauptfaktoren bei der Jobsuche⁸ und diese sind natürlich direkt ans Aufgabengebiet und die Firmenkultur geknüpft. Daniel Marwan betont: „Arbeit soll etwas sein, wo man sein Dass das Gehalt und klassische Karriereziele in den Hintergrund gerückt sind, zeigen die Ergebnisse der epunkt-Befragung deutlich. Auch Sebastian Purps-Pardigol gibt zu bedenken, dass überdurchschnittlicher Verdienst, Dienstwagen und steile Aufstiegschancen längst nicht mehr die Antwort seien. Des Weiteren reduzierten solche hohen Bonusanreize die kognitiven Leistungen der Mitarbeiter.¹⁰ Viel wichtiger sei den Arbeitnehmern von heute, dass die

Potenzial entfalten kann. Die Mitarbeiter sind schließlich die Basis des Erfolgs.“⁹ Ebenfalls relevant bei der Entscheidung für den Jobwechsel war für die epunkt-Kandidaten die Entfernung zum Dienort. Das Gehalt landete bei ihnen sogar erst auf Platz 4 der meistgenannten Entscheidungsgründe. Auch die Tatsache, dass das unterbreitete Angebot das erste war, konnte nur 7% der befragten Kandidaten überzeugen. Unglücklicherweise sind es meist genau diese zwei Kriterien, mit denen Unternehmen versuchen Bewerber und Interessenten zu überzeugen.

Arbeit, der man ja die meiste Zeit seines Lebens widmet, durch Sinnhaftigkeit Zufriedenheit stifte.¹¹ Und Zufriedenheit ist so individuell wie der Fingerabdruck. „Bessere Arbeitsbedingungen - ob verständnisvollere Chefs, hilfsbereitere Kollegen, bessere Arbeitszeiten oder mehr soziale Leistungen – zählen [auch] laut Jobs wype-Umfrage ebenso wie bei der Befragung von Xing zu Hauptmotiven für den Jobwechsel.“¹²



Damit punkten Arbeitgeber bei Mitarbeitern und Bewerbern

„Vertrauen im Gegensatz zu Kontrolle, gute Führungskräfte, Wertschätzung, Flexibilität und Weiterentwicklungsmöglichkeiten sind die Eigenschaften, die die Unternehmen mitbringen, die unter den Kandidaten gefragt sind,“ erklärt Daniel Marwan. „Jobsicherheit und Gehalt spielen natürlich auch eine Rolle, sind aber weitaus weniger relevant als früher.“¹³ Diese Eigenschaften müssten aber nicht nur überzeugend verkauft, sondern im Zeitalter von Social Media, in der die unschöne Wahrheit jederzeit über kununu, Xing und Co. zu Tage tritt, auch in der Praxis

gelebt werden – und das bereits im Recruiting-Prozess. Authentizität und Glaubwürdigkeit sind äußere relevante Faktoren, denn die Kandidaten möchten sich mit dem Unternehmen, seiner Kultur und den darin zum Ausdruck gebrachten Werten identifizieren können. Laut Sebastian Purps-Pardigol erfüllten Organisationen und Unternehmen, die Bewerber besonders attraktiv finden, gleich zwei wichtige neurobiologische Grundbedürfnisse ihrer Mitarbeiter.

⁸ Oberösterreichische Nachrichten, 24.08.2019.

⁹ Ebd.

¹⁰ Sebastian Purps-Pardigol 2013.

¹¹ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.

¹² Thomas Jäckle 2019

¹³ Ebd.



„Zum einen das Bedürfnis nach Verbundenheit und Zugehörigkeit: Wenn Menschen dieses Gefühl bemerken – beispielsweise, weil der Unternehmenschef wahrnehmbarer wird, die Führungskraft zugewandter agiert oder das Team harmonischer arbeitet – werden sie innerlich ruhiger und fokussierter. Zum anderen erkennen wir in diesen Unternehmen Rahmenbedingungen, die es Mitarbeitern ermöglichen, selbstbestimmt und selbstwirksam zu arbeiten. Auf diese Weise messen Mitarbeiter dem eigenen Handeln eine viel größere Bedeutung bei. So können sich wahre Feuer der Begeisterung entzünden. Die Hirnregionen, in denen ungenutzte Potenziale verborgen sind, beginnen dann besonders aktiv zu werden.“

Die Möglichkeit und die Wertschätzung für den persönlichen Beitrag des Arbeitnehmers spielt also eine zentrale Rolle für die Mitarbeiterzufriedenheit und -gewinnung. Daher hat sich die New-Work-Bewegung auch die Werte Selbstständigkeit, Handlungsfreiheit, Selbstverwirklichung und Teilhabe an der Gemeinschaft auf die Flagge geschrieben.¹⁴ Ein Wandel aber braucht Zeit,

Ausdauer und die Fähigkeit, Widersacher aus den eigenen Reihen zu überzeugen. Was nach Großbaustelle klingt, kann besonders im Recruiting neuer Mitarbeiter aber schon durch eine kleine Änderung des Blickwinkels zügig positive Ergebnisse hervorbringen. epunkt als Marktführer in Österreich zeigt, wie es gehen kann.



Der Kandidat ist König in den Unternehmen, die 2021 die qualifiziertesten Mitarbeiter gewinnen werden

Daniel Marwan beschreibt die Lösung für den Bewerbermangel vieler Unternehmen so: „Unternehmen, die im heutigen Bewerbermarkt die besten und qualifiziertesten Mitarbeiter für sich gewinnen wollen, müssen in erster Linie verstehen, dass sie für ihr Recruiting einen Vermarktungsprozess etablieren müssen, der darauf ausgerichtet ist, das eigene Unternehmen als optimalen Wunscharbeitgeber zu verkaufen.“¹⁵ Gelingen kann das einem Unternehmen, indem es folgende Empfehlungen umsetzt:



¹⁴ Ibrahim Evsan.

¹⁵ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019



1. Der potenzielle Mitarbeiter und seine Bedürfnisse müssen in den Mittelpunkt des Recruiting-Prozesses rücken

„Kandidaten sind sich heute Ihrer Stärken bewusst!“, erklärt Daniel Marwan.¹⁶ In einem Markt, in dem wenige geeignete Fachkräfte vielen unbesetzten Stellen gegenüberstehen und diese Kandidaten sich zumeist in einem Anstellungsverhältnis befinden, sinkt die Kompromissbereitschaft seitens der Arbeitnehmer. Laut Sebastian Purps-Pardigol müssten Unternehmer auch auf die Grundbedürfnisse der Mitarbeiter eingehen, um deren Potenziale zur Entfaltung zu bringen.¹⁷

Ein kandidatenpezifisches Vorgehen, das den Menschen in seiner Ganzheitlichkeit wahrnimmt und dessen individuelle Erwartungen, Bedürfnisse und Wünsche in

den Fokus rückt, ist das Erfolgsgeheimnis von epunkt. Denn epunkt hat verstanden, dass der Arbeitsmarkt ein Bewerbermarkt ist, und die Unternehmen nicht länger die Qual der Wahl haben, sich einfach die Besten herauszusuchen. Anders als viele Wettbewerber, die sich in ihrer Art der Personalgewinnung zu sehr auf die Bedürfnisse der Unternehmen konzentrieren, helfen epunkt-Recruiter ihren Kunden dabei, frühzeitig die relevanten Informationen für die Kandidaten bereitzustellen, indem sie die Bedürfnisse und Beweggründe dieser ermitteln und an ihre Kunden weitergeben. Erst wer die Motive kennt, kann die Argumente finden, die am Ende wirklich überzeugen.

2. Mitarbeiter wollen wie Kunden gewonnen werden

Und deshalb gilt auch im Recruiting, was im Marketing schon lange bekannt ist: Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler! Das heißt, dass der Recruiting-Prozess in den meisten Unternehmen umgebaut und analog eines Vertriebsprozesses aufgezogen werden muss. Drei Hauptaufgaben ergeben sich aus dieser Erkenntnis für die Unternehmen:

Für das Recruiting muss ein kontinuierlicher Funnel aufgebaut werden, um im nächsten Schritt eine Pipeline von Kandidaten zu generieren, welche die gewonnenen Bewerber dann durch

„eine erstklassige Candidate Experience – eine, die den Wünschen und Bedürfnissen des Kandidaten antizipiert und gerecht wird“¹⁸ qualifiziert und interessiert hält. Ziel der Entwicklung einer Candidate Experience ist es „alle potentiellen Berührungspunkte mit Kandidaten in ein positives Erlebnis“ zu wandeln, „beginnend beim Stelleninserat bis hin zur Vertragsunterzeichnung.“¹⁹ Denn diese positive Candidate Experience „nehmen Kandidaten als Zeichen von Wertschätzung wahr. Der Seltenheitswert dieser Wertschätzung erhöht Ihre Strahlkraft noch zusätzlich.“²⁰

¹⁶ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019

¹⁷ Sebastian Purps-Pardigol 2013.

¹⁸ eRecruiter GmbH 2017, S. 5.

¹⁹ eRecruiter GmbH 2017, S. 15.

²⁰ eRecruiter GmbH 2017, S. 5.



Dieses positive Erlebnis eines Bewerberprozesses setzt wiederum voraus, dass man, wie oben bereits genannt, die Wünsche und Bedürfnisse geeigneter Kandidaten kennt, um überhaupt darauf eingehen zu können. Auch hierfür ist eine Vorstellung des Kandidaten als ganzheitliche Person für den Erfolg essenziell.²¹ Im Briefing mit dem Kunden arbeitet epunkt daher gemeinsam die Gründe heraus, aus denen das Unternehmen für die Kandidaten interessant ist – nicht anders herum. „Wir verstehen die Kandidaten und fungieren im Unternehmen als

Übersetzer für deren Bedürfnisse. Dadurch gelingt es uns auch, die wirklich bedeutsamen Informationen für den jeweiligen Kandidaten schneller bereitzustellen.“²² Dabei liegt eine der größten Stärken von epunkt darin, dass es sich bei all ihren Recruitern um Spezialisten aus Sales, Finance, IT und Engineering handelt, die aufgrund der vorhandenen Expertise in der Lage sind, dieselbe Sprache zu sprechen wie ihre Kandidaten. Wenig ist so wertvoll, wie das Gefühl, wirklich verstanden zu werden.



²¹ eRecruiter GmbH 2017, S. 6.

²² Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.



3. Die Führungskraft muss so früh wie möglich ins Recruiting-Boot geholt werden

„Mitarbeiter verlassen nicht das Unternehmen, sondern den Vorgesetzten!“²³

Trotz der Relevanz der Führungspersönlichkeit für einen potenziellen Mitarbeiter kommen Kandidaten während des Bewerberprozesses viel zu spät in Kontakt mit der zuständigen Führungskraft. Bei der Xing-Umfrage zum Jahreswechsel 2018 landete das gute Verhältnis zum Vorgesetzten mit 58% nicht ohne Grund auf Platz 3 der meist genannten Wechselmotive von Arbeitnehmern.²⁴ In der Regel schafften es nur zwei bis drei vorselektierte Bewerber an einen Tisch mit dem potenziellen Vorgesetzten. „In der Führungsetage vieler Unternehmen ist ein Paradigmenwechsel dringend nötig.“, meint Daniel Marwan dazu. „Mitarbeitergewinnung muss Chefsache sein!“²⁵ Die Funktion der Führungskraft als interner Experte und Promoter der Stelle wird aber für die Gewinnung neuer Mitarbeiter oftmals völlig außer Acht gelassen. Dabei kann kaum ein anderer im Unternehmen die Aufgabenbereiche, Tätigkeiten und daran geknüpfte Verantwortlichkeiten; den Selbstbestimmungsgrad und die individuellen Entfaltungsmöglichkeiten eines zukünftigen Mitarbeiters besser umreißen als die direkte Führungskraft.

Gerade in Anbetracht der Tatsache, dass der Aufgabenbereich für die befragten epunkt-Kandidaten das ausschlaggebende Argument für den Jobwechsel war, macht deutlich, dass an dieser Stelle in den Unternehmen viele ungenutzte Potenziale schlummern. Kommen

Kandidaten früh im Recruiting-Prozess mit der Führungskraft ins Gespräch, ist es ihnen möglich, die für sie wirklich relevanten Fragen direkt zu besprechen. Auch dadurch wird der Kandidat als Mensch abgeholt, erfährt Wertschätzung und kommuniziert auf Augenhöhe mit demjenigen, der seine Expertise und berufliche Interessen teilt. Zwischenmenschliche Sympathien und die passende Wellenlänge unter zukünftigen Kollegen spielen selbstverständlich auch eine Rolle beim Jobwechsel.

Die Recruiter von epunkt unterstützen Ihre Kunden dabei, den geeigneten Zeitpunkt und Rahmen für die Kommunikation zu finden und fungieren zwischen der unternehmensinternen HR, dem zuständigen Fachabteilungsleiter und den Kandidaten als Dolmetscher, Moderator und Mediator. Durch diese Form der Zusammenarbeit zu einem frühen Zeitpunkt des Recruiting-Prozesses gelingt es, das Interesse der Kandidaten länger zu halten und die Stelle am Ende auch eher zu besetzen. Dieses Vorgehen kann jedoch nicht die HR-Abteilung ersetzen! Ganz im Gegenteil. Dieser kommt die essenzielle Funktion zu, die so entscheidende Kommunikation zwischen Führungskraft, Recruiter und Kandidaten zu organisieren und koordinieren. Ihr Steckenpferd ist schließlich Prozessorganisation. Der HR Manager ist somit die zentrale Schnittstelle im Dreigestirn erfolgreicher Mitarbeitergewinnung. Um die HR Manager bei dieser vielschichtigen Arbeit zu unterstützen und Know-how weiterzugeben, bietet epunkt inzwischen für die Mitarbeiter ihrer Kunden verschiedene Webinare und sogar eine vollständige Recruiting-Ausbildung an.

²³ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.

²⁴ Thomas Jäckle 2019.

²⁵ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.



4. Das Aufgabengebiet des zukünftigen Mitarbeiters ist der beste Hebel

Das Aufgabengebiet kristallisierte sich in der Befragung von epunkt als die wichtigste Stellschraube auf dem Weg zur erfolgreichen Mitarbeitergewinnung heraus. „Dass das Aufgabengebiet so entscheidend ist, ist sehr spannend, denn genau dort sind Inserate und Job-Beschreibungen oft sehr allgemein gehalten und unklar formuliert.“²⁶ Hier durch besser aufbereitete Informationen, ansprechendere Texte und kandidatenpezifische Argumente zu punkten, ist der erste Schritt, um bereits zu Beginn des Recruiting-Prozesses geeignete Kandidaten anzuziehen. Auch hier ist die Parallele zum Marketing unverkennbar. Denn „gute Jobinserate haben wie Werbeanzeigen auch einen einzigartigen Verkaufsvorteil (USP).“²⁷

Bereits bei der Stellenanzeige anzusetzen, mag auf den ersten Blick wie ein nebensächliches Detail anmuten, ist aber enorm wichtig. Denn neben Empfehlungen

von Freunden, Bekannten und Familienmitgliedern, bleiben die Online-Stellenbörsen die erste Anlaufstelle für Wechselinteressierte. Das ergab auch die Umfrage von Xing. Auf Platz 3 der beliebtesten Anlaufstellen landeten hierbei noch immer die klassischen Stellenanzeigen in den Printmedien.²⁸

Ganz gleich also, ob Print oder Web, Fakt ist:

Wer hier keine Aufmerksamkeit erzeugt und kein Interesse bei den geeigneten Kandidaten weckt, der hat von vornherein keine Chance.

²⁶ Melanie Dörrer, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.

²⁷ eRecruiter GmbH 2017, S. 10.

²⁸ Thomas Jäckle 2019.



Kandidaten finden, aktiv ansprechen und überzeugen

Eine Erkenntnis konnte die Kandidatenbefragung von epunkt noch einmal deutlich zutage fördern: Wer als Unternehmer jetzt schon begriffen hat, dass sein Recruiting-Prozess genauso viel Zeit, Strategie und Aufmerksamkeit verdient, wie der Vertriebsprozess; wer verstanden hat, dass Mitarbeiter für den Unternehmenserfolg

genauso wichtig sind wie die Kunden, und wer heute entsprechende Maßnahmen ergreift, die dieses neue Bewusstsein in konkrete Lösungen wandeln; der wird auch in einem Markt, in dem viele Unternehmen um wenige geeignete Kandidaten werben, langfristig bestehen können.

Genau hier setzt epunkt an.

„Wir haben verstanden, dass wir letztlich unsere Kunden nur zufriedenstellen können, wenn wir die Bedürfnisse und Erwartungen der Kandidaten in den Fokus nehmen. Aus dieser Perspektive erwächst auch eine andere, eine bessere Beziehung sowohl zu den Kandidaten als auch zu den Kunden, die wiederum einen erfolgreichen Abschluss für beide wahrscheinlich macht. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, die Bedürfnisse passender Kandidaten besser zu verstehen, sie interessiert und informiert zu halten und sind so in der Lage, qualifizierte Mitarbeiter in kürzerer Zeit zu vermitteln.“²⁹

²⁹ Melanie Dörner, Interview mit Daniel Marwan vom 22.08.2019.



Literatur- & Quellenverzeichnis

Oberösterreichische Nachrichten (Hg.) (2019): epunkt-Befragung: Sinnvolle Aufgaben toppen Gehalt, Firmenkultur und Dienstort. Ein Drittel der Fachkräfte wechselt Job wegen Aufgabengebiet. Erschienen am 24.08.2019.

epunkt GmbH: Auswertung "Projekt Entscheidungsgründe".

ePunkt GmbH (Hg.) (2014): Sünden im Recruiting und ihre fatalen Folgen.

eRecruiter GmbH (Hg.) (2017): Der Paradigmenwechsel im Recruiting von Spezialisten. Warum Ihr Unternehmen das Recruiting neu aufstellen muss – und wie Sie damit an Ihre Ziele kommen!

Ibrahim Evsan: Was ist New Work? Online verfügbar unter <https://newworkblog.de/new-work/>, zuletzt geprüft am 04.09.2019.

ManpowerGroup (Hg.) (2019): 2018 STUDIE FACHKRÄFTEMANGEL. Lösungen für den Fachkräftemangel. Aufbauen, kaufen, Leihen und Brücken bauen. Online verfügbar unter https://www.manpowergroup.de/fileadmin/manpowergroup.de/Studien/MPG_TalentShortage2018_DE_A4_LY1.pdf, zuletzt geprüft am 19.08.2019.

Melanie Dörrer (22.08.2019): Interview zum Projekt Entscheidungsgründe. Interview mit Daniel Marwan.

Sebastian Purps-Pardigol (2013): Neue Werte sind gefragt – Wohin bewegt sich die Arbeitswelt? In: Süddeutschen Zeitung, 16.03.2013 (Sonderbeilage für Young Professionals).

Stefan Bielmeier (2017): Firmen fehlen Mitarbeiter: Wir brauchen eine gezielte Einwanderungspolitik Hg. v. FOCUS Online. Online verfügbar unter https://www.focus.de/finanzen/experten/bielmeier/boom-am-arbeitsmarkt-firmenfinden-kaum-noch-mitarbeiter_id_7303523.html, zuletzt geprüft am 09.09.2019.

Thomas Jäckle (2019): Neues Jahr, neuer Job - die Wechselbereitschaft ist groß. Hg. v. trend. Online verfügbar unter <https://www.trend.at/branchen/karrieren/neues-jahr-job-wechselbereitschaft-10585407>, zuletzt geprüft am 09.09.2019.