

SO KOMMEN SIE DEM FACHKRÄFTEMANGEL AUF DIE SPUR!

Wie Sie mit dem HdW Potenziale identifizieren und optimal nutzen.



Der Fachkräftemangel ist ein seit Jahren strapaziertes Thema, das allerdings als Erklärung für Schwierigkeiten in der Rekrutierung pauschal nicht wirklich greift. Ohne zusätzlich differenzierende Indikatoren wie Region oder Branche lassen sich in vielen Berufsbildern häufig nur unzureichende Rückschlüsse auf individuelle Besetzungsprobleme ziehen. Natürlich gibt es Branchen, die deutschlandweit einen Mangel aufweisen – wie zum Beispiel die Fachkräfte in der Altenpflege (die aktuelle [Engpassanalyse](#) der Bundesagentur für Arbeit aus dem Juli 2017 nimmt darauf Bezug).

Warum ein Unternehmen manchmal nur mit großem Aufwand und viel Ausdauer passende Bewerber für ein bestimmtes Stellenprofil findet, kann jedoch auch andere Gründe haben.

EIN BEISPIEL: DIE FACHKRÄFTE „MECHATRONIK UND AUTOMATISIERUNG“



Fachkräfte bzw. Spezialisten „Mechatronik und Automatisierung“ / Juni 2017

- = Fachkräftemangel
- = Anzeichen für Fachkräfteengpässe
- = keine Anzeichen für Engpässe
- = keine Daten aufgrund kleiner Größenordnungen

DAS ERGEBNIS

- _ Arbeitslosenquote in diesem Beruf mit 1,8 % sehr niedrig
- _ liegt damit 35 % über dem Bundes-schnitt aller Berufe
- _ Vakanzzeit im Schnitt: 135 Tage
- _ ausreichend Fachkräfte in Nordrhein-Westfalen

QUELLE ERGEBNIS:
ENGPASSANALYSE DER BUNDESAGENTUR FÜR
ARBEIT – 07/2017

QUELLE GRAFIK:
STATISTIK DER BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT



Ganz offensichtlich fehlen Fachkräfte dieser Branche in vielen Bundesländern. Aber: NRW bildet eine Ausnahme, die Fachkräfte-Ampel leuchtet grün.



Es gibt die gesuchten potenziellen Kandidaten durchaus, nur leider vielleicht im „falschen“ Bundesland. Wie können Sie als Arbeitgeber so attraktiv werden, dass diese Fachkräfte Ihr Unternehmen dennoch als echte Option wahrnehmen?

Die Lösung dieser Herausforderung erfordert mehr als das reine Schalten von Stellenanzeigen und schließt z.B. eine umfassende Analysephase mit ein:

MITTEL- UND LANGFRISTIG

3 DINGE, DIE SIE IN DER REKRUTIERUNG UND DER KOMMUNIKATION IHRER ARBEITGEBERMARKE ERFOLGREICHER MACHEN!

1

Eine solche Marktsituation erfordert eine klare Positionierung als Arbeitgeber – mit einem breiten Spektrum an Maßnahmen und relevanten Angeboten.



EFFIZIENZANALYSE

Wir analysieren für Sie, wer Ihre Zielgruppe ist, welche Medien sie wie konsumiert und wo sie zu finden ist.

2

Maßnahmenempfehlung

Erst wenn wir wissen, was Ihre Zielgruppe charakterisiert, arbeiten wir eine Mediastrategie mit passenden Inhalten wie z.B. Online-Anzeigen, Social-Media-Konzepte o.ä. aus.

3

Kommunizieren Sie ganz konkret Ihre Leistungen auf der Karriereseite Ihres Unternehmens und heben Sie sich von der Konkurrenz ab.



Um den Job und Ihre Marke konsequent zu kommunizieren, sollten alle Maßnahmen wie Puzzleteile ineinandergreifen. Erst ein vollständig zusammengesetztes Bild Ihres Unternehmens überzeugt Ihre potenziellen Bewerber! Bei monatlich 1,45 Mio. veröffentlichten Online-Stellenanzeigen (Quelle: Jobfeed) müssen Sie herausstechen, um die Aufmerksamkeit Ihrer möglichen Kandidaten auf sich zu ziehen.

KURZFRISTIG

3 DINGE, DIE SIE SOFORT MACHEN KÖNNEN, UM RARE FACHKRÄFTE WIRKSAM ANZUSPRECHEN:

- _ Stellen Sie sicher, dass der Interessent Ihre Anzeigen über die Volltextsuche einfach findet: Nutzen Sie passende Jobtitel und relevante Keywords, die wir mithilfe unserer Datenbank für Sie generieren.
- _ Bieten Sie alle Informationen, die der Kandidat erwartet und die ihm wichtig sind.
- _ Buchen Sie Jobboards, die für Ihre Zielgruppe passend sind.

Dabei gilt: Schalten ohne Messen ist wie Fahren ohne Ziel.

Wir beraten Sie gern.