

Auf den Punkt! HR-Impulse – DAS ARBEITSBLATT

Weibliche Fachkräfte für KMU ansprechen und gewinnen

Als Arbeitgeberin oder Arbeitgeber überzeugen

In vielen Branchen wählen heute die Beschäftigten, für wen sie arbeiten wollen. Für Arbeitgebende bedeutet das: Sie müssen sich bei den Bewerberinnen und Bewerbern bewerben und die Argumente kennen, mit denen Sie überzeugen können!

Beantworten Sie – am besten mit Beteiligung der Beschäftigten – folgende Fragen:

1. Warum sollte sich eine Bewerberin oder ein Bewerber für uns als Arbeitgeber entscheiden?
2. Mit welchen Adjektiven lässt sich unsere Unternehmenskultur und die Zusammenarbeit beschreiben?
3. Wie unterscheiden wir uns vom Wettbewerb, der mit uns um Fachkräfte konkurriert?
4. Was sind unsere Stärken als kleines- und mittelständisches Unternehmen?

Wissen, wen Sie suchen

Nutzen Sie Kompetenz- und Anforderungsprofile, um ein klares Bild von der gesuchten Person zu gewinnen. Legen Sie dabei ein Augenmerk darauf, welche Qualifikationen bei Stellenantritt zwingend bereits vorhanden sein müssen, und welche im Laufe der Tätigkeit entwickelt werden können. Investieren Sie Zeit in eine treffende Jobbezeichnung. Sie ist entscheidend dafür, wie gut Ihr Stellenangebot von Suchmaschinen gefunden wird.



Die Stellenausschreibung: Ihre Visitenkarte auf dem Arbeitsmarkt

Ihre Stellenausschreibungen sind das Aushängeschild Ihres Unternehmens als Arbeitgeberin oder Arbeitgeber. Leserinnen und Leser Ihrer Stellenausschreibung suchen Antworten auf die Fragen: Wer sind Sie? Was bieten Sie? Greifen Sie hier auf die Erkenntnisse zurück, die Sie durch die Beantwortung der oben genannten Fragen gewonnen haben.

TIPPS

- Die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf ist besonders für Bewerberinnen ein wichtiges Thema. Führen Sie Ihre Angebote zur Work-Life-Balance und Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf – vorausgesetzt, Mitarbeitende finden diese auch wirklich bei Ihnen vor.
- Nur rund elf Prozent der aktuell in Deutschland veröffentlichten Stellenausschreibungen enthalten den Begriff „Teilzeit“*. Wenn Sie Ihre Stellen mit dem Zusatz „in Voll- oder Teilzeit“ ausschreiben, erreichen Sie damit eine Vielzahl von qualifizierten Frauen, die, in ihren Suchagenten den Begriff „Teilzeit“ als zwingende Voraussetzung eingegeben haben.
- 70% der Frauen (und 60% der Männer) wünschen sich ein Gehaltsband in Stellenausschreibungen.**
- Bildsprache wirkt. Nutzen Sie Fotos von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, um Emotionen zu erzeugen. Benennen Sie eine Ansprechperson, am besten mit Bild und direkter Durchwahl, an die sich Interessierte wenden können.
Studien* belegen, dass Frauen und Männer anders auf Stellenausschreibungen reagieren. Konkrete Tipps, wie Sie weibliche Fachkräfte optimaler ansprechen, finden Sie in der KOFA-Handlungsempfehlung (siehe Literaturempfehlungen).

Der Bewerbungsprozess: Professionell und menschlich

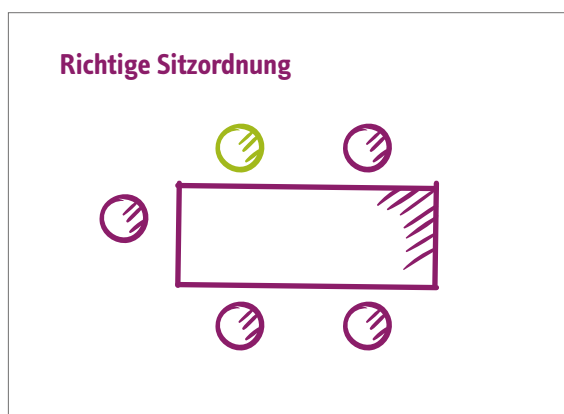
Haben Sie einen definierten, schriftlich festgehaltenen Bewerbungsprozess für Ihr kleines oder mittelständisches Unternehmen? Wie viel Zeit benötigen Sie bis zur ersten Rückmeldung, Einladung zum Gespräch, Einstellung oder Absage?

Tip → Betrachten Sie Ihren Bewerbungsprozess einmal durch die Brille der Kandidatinnen und Kandidaten. Bewerben Sie sich testweise beim eigenen Unternehmen. 70 Prozent der Bewerbenden investieren maximal 20 Minuten für Eingaben in ein Bewerbungssystem.*** In Karrierenetzwerken hinterlegte Lebensläufe sollten mit einem Klick in Ihr System übertragbar sein.

Neben den technischen Voraussetzungen entscheidet Ihre Haltung über den Erfolg des Bewerbungsprozesses. Persönliche Wertschätzung zeigen Sie, indem Sie:

- den Bewerbenden wissen lassen, wo sie/er im Bewerbungsverfahren steht und zeitnah Rückmeldungen geben.
- die Bewerberin oder den Bewerber vor dem Vorstellungsgespräch informieren, was sie oder ihn erwartet und mit wem sie oder er sprechen wird.
- die Wartezeit minimieren.
- für eine angenehme Atmosphäre sorgen: Wasser ist Pflicht, ein frischer Kaffee Kür.
- alle am Gespräch Beteiligten die Bewerbungsunterlagen sorgfältig gelesen haben.
- im Gespräch gezielt auf die Bewerberin oder den Bewerber eingehen.

Das Vorstellungsgespräch dient nicht nur der Auslese von Bewerberinnen und Bewerbern, sondern gibt diesen auch einen ersten Einblick in Ihre Unternehmenskultur. Deshalb ist es entscheidend, dass Sie Bewerbungsgespräche gut vorbereiten und professionell und wertschätzend durchführen.



GANZ WICHTIG: Alles, was Sie in dem Gespräch zugesagt haben, sollten Sie auch einhalten. Das betrifft insbesondere den skizzierten Zeitrahmen. Informieren Sie alle Kandidatinnen und Kandidaten zeitnah über Ihre Entscheidung. Das heißt, dass Sie neben der Zusage und dem Vertragsangebot den anderen Bewerberinnen und Bewerbern möglichst zügig eine Absage zukommen lassen. Sollte es zu eventuellen Verzögerungen im Entscheidungsprozess kommen, teilen Sie dies den Kandidatinnen und Kandidaten unverzüglich mit.

Tip → Eine offene und wertschätzende Kommunikation hat entscheidenden Einfluss auf Ihr Unternehmensimage.

Was Unternehmen sonst noch attraktiv macht? Mehr Informationen und Tipps rund um das Thema Arbeitgeberattraktivität erhalten Sie beim Kompetenzzentrum Frau und Beruf. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf: competentia@zwd.de / 0211 17302 27 und www.erfolgsfaktorfrau.de

Wir empfehlen zudem die Broschüre „Mit Stellenanzeigen gezielt weibliche Fachkräfte gewinnen“ (eine gemeinsame Broschüre von KOFA, Kompetenzzentrum Frau und Beruf Region Köln, Kompetenzzentrum Frau und Beruf Bonn/Rhein-Sieg und FOM). Weitere interessante Links und Informationen sowie Quellenangaben haben wir auch auf unserer Webseite für Sie www.erfolgsfaktorfrau.de zusammengestellt.

Quellen:

*Hiring Lab (Sonderauswertung für KOFA, nicht veröffentlicht) **Meaning-of-Work-Report, Indeed Deutschland, 2020 ***Esch/Softgarden: Bewerbungsverfahren und Markenwahrnehmung, 2015

Das Kompetenzzentrum Frau und Beruf wird gefördert vom:

Ministerium für Heimat, Kommunales,
Bau und Gleichstellung
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

in Kooperation mit:



Landeshauptstadt
Düsseldorf



Kreis Mettmann

Trägerschaft:



ZWD
Zukunftswerkstatt
Düsseldorf