

MIT 29 SERVICE-NIEDERLASSUNGEN IN EUROPA UND 40.000 KUNDEN WÄCHST ILLE PRO JAHR UM KNAPP 10 PROZENT



Das hessische Familienunternehmen ist Marktführer im Hygiene-Segment und sucht nach Fachkräften im Vertriebsaußendienst, Lageristen und Servicefahrern. Alles andere als eine leichte Aufgabe. Denn die Ausläufer des Fachkräftemangels suchen die Branche inzwischen merklich heim. Mit einer modernen Recruiting-Kampagne schlug Ille in der Personalbeschaffung neue Wege ein und integrierte bewusst die Sozialen Medien in die Kandidatenansprache. Geschäftsführerin Marion Gottschalk über die Hintergründe, Erfolge und Vorgehensweisen.

MIT WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN HABEN SIE AM ARBEITSMARKT ZU KÄMPFEN?

Allgemein hat sich der Arbeitsmarkt in unserem Bereich stark verknapppt. Es ist eine riesige Herausforderung, genügend Kandidaten für sich zu begeistern und sie zu animieren, eine Bewerbung zu senden.

DAS IST NICHT DIE EINZIGE HÜRDE IM RECRUITING, RICHTIG?

Ja, richtig. Denn es geht nicht darum, irgendwen anzusprechen, sondern die Kandidaten, die zu der Vakanz passen. Unser Anspruch ist es, die richtigen Bewerber zu finden und ihnen Lust auf den Job zu machen. Heute muss der Arbeitgeber seine Stellen verkaufen, er ist in einer Verkäufersituation.

WELCHEN ANSPRUCH STELLEN SIE AN DEN RECRUITING PROZESS?

Wir wollen einen Recruiting-Prozess, der up-to-date ist und die modernen Medien einbezieht. In diesem Bereich hat sich durch die Digitalisierung unheimlich viel verändert. In unserem Kerngeschäft haben wir der digitalen Transformation stets Rechnung getragen. Unser Anspruch ist es, auch im Recruiting auf der Höhe der Zeit zu sein.

ALSO HABEN SIE IHREN BISHERIGEN RECRUITING-MIX, BESTEHEND AUS BEWERBUNGSFORMULAR UND POSTALISCHER BEWERBUNG, ERWEITERT?

Ja, wir wollten etwas Neues ausprobieren und ließen uns von Monster beraten. Monster verfügt mit "Monster Talent Consulting" über eine eigene Inhouse Agentur. Es gibt ein Expertenteam für Employer Branding und Social Media – mit Textern, Grafik Designern und Beratern, die wissen, wie Arbeitgebermarken heutzutage am besten platziert werden.

WORAUF KAM ES IHNEN INSBESONDERE AN?

Wir haben auf unserer unternehmenseigenen Facebookseite schon vor längerer Zeit festgestellt, dass die Informationen, die wir dort rund um unsere Ausbildung veröffentlichen deutlich besser aufgenommen werden, als reine Produktinformationen. Daher war es naheliegend, dass Facebook als Recruitingkanal nicht außen vor bleiben sollte.

WIE SAH DAS VORGEHEN KONKRET AUS?

Das Herzstück der Recruiting-Kampagne war eine klar strukturierte Zielseite auf Monster mit unserem individuellen Arbeitgeber-Profil. In die Gestaltung der Landingpage flossen neben Textmaterial auch unsere Social-Media-Aktivitäten, Unternehmensvideos und -fotos ein. Heraus kam eine multimediale Seite, die positiv auf unsere Arbeitgebermarke einzahlte. Mit ihr konnten wir uns gegenüber Kandidaten optimal präsentieren und ihnen gleichzeitig abwechslungsreiche und vielfältige Einblicke in unsere tägliche Arbeit gewähren.

GAB ES NOCH WEITERE MASSNAHMEN?

Um unser Unternehmen bekannt zu machen, nutzten wir Reichweitenmaßnahmen wie Online-Marketing-Kampagnen auf Facebook und im Google Such- und Display-Netzwerk. Hier wurden unsere Stellenanzeigen passgenau an die avisierte Zielgruppe ausgespielt. Mit diesen Maßnahmen können wir neben aktiv suchenden Kandidaten, auch passive Wechselwillige erreichen. Um unseren Recruiting Kosmos zu vervollständigen, profitierten wir zusätzlich von der Reichweite, die geschaltete Online-Banner auf unterschiedlichsten Webseiten erzeugen. Diese Zusammenstellung verschiedenster Maßnahmen unterstützte uns bei der Rekrutierung erheblich.

WAREN SIE MIT DEM ERGEBNIS ZUFRIEDEN?

Der Bewerber sollte einen guten Überblick vom Unternehmen bekommen und keine falschen Vorstellungen von dem Job haben. Wer beispielsweise in Lohn und Brot steht und sich auf einen neuen Job bewirbt, nimmt ein Risiko auf sich, wenn er den Arbeitsplatz wechselt. Er muss also wissen, was ihn erwartet. Deshalb wollten wir zum Beispiel vermitteln, welche umfangreichen Möglichkeiten es bei uns gibt, sich zu entwickeln, und dass wir unsere Mitarbeiter dabei unterstützen, ihre Ziele zu erreichen. Mit dem gewählten Recruiting Mix hat das sehr gut geklappt.

WIE HAT MONSTER SIE WÄHREND DER KAMPAGNE UNTERSTÜTZT?

Die Ausgestaltung aller Maßnahmen wurde detailliert mit HR abgestimmt. Das Expertenteam von Monster beobachtete außerdem die ganze Zeit, wie sich die Bewerbungseingänge gestalten, und ob einzelne Parameter und Einstellungen bezüglich der Zielgruppenansprache variiert werden müssen, um die Resonanz noch einmal zu verbessern.



JETZT BEWERBEN AUF: ille.de/karriere

Ille Paper-Service GmbH ist der Waschräumepezialist für Gastronomie, Hotellerie, Industrie und für den öffentlichen Bereich. Als etabliertes Familienunternehmen suchen wir Servicefahrer (m/w) zur Anderson unserer Kunden. Sie sind kundenorientiert und engagiert, besitzen mindestens einen Führerschein der Klasse C1E (Sprinter) und sind handwerklich geschickt.



Hygiene mit Anspruch und System