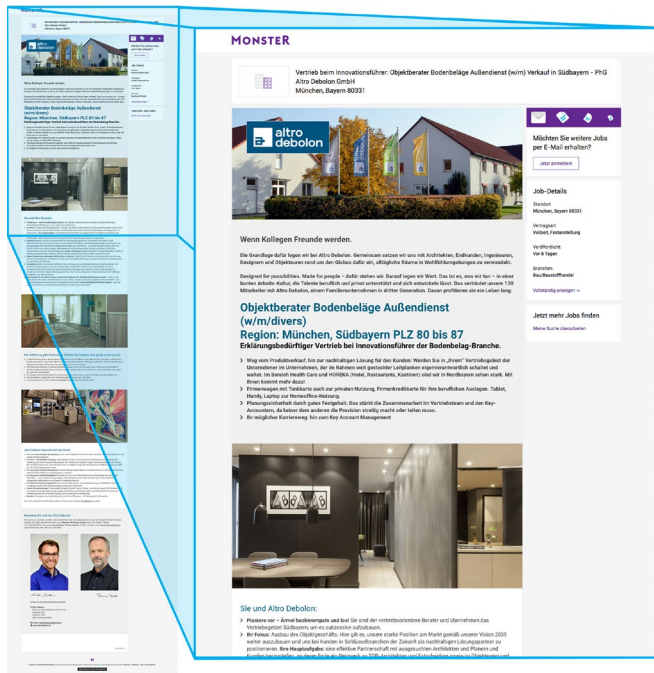


ALTRO DEBOLON BEWIRBT SICH MIT STORYTELLING BEI DEN KANDIDATEN



„Designed for possibilities. Made for people“ – dafür steht Altro Debolon nicht nur als Marke. Auch als Arbeitgeber rückt der internationale Hersteller von hoch qualitativen Bodenbelägen und Wandverkleidungen den Menschen in den Mittelpunkt. In einer bunten Arbeits-Kultur, die Talente beruflich und privat unterstützt und in der sie sich weiterentwickeln können. Das verbindet die 130 Mitarbeiter mit dem Familienunternehmen in dritter Generation, das gemeinsam mit Monster nach weiteren Fachkräften sucht. Bei der Schaltung von Stellenanzeigen setzte der Arbeitgeber nicht nur auf Unterstützung beim Design, sondern auch beim Texten. Karsten Schliwa, Manager HR, über die Erfolgsgeheimnisse eines erfolgreichen Storytellings in Jobinseraten.

Herr Schliwa, als Dienstleister setzt Altro Debolon darauf, gemeinsam mit Architekten, Endkunden, Ingenieuren, Designern und Objekteuren rund um den Globus, alltägliche Räume in Wohlfühlumgebungen zu verwandeln. Als Arbeitgeber liegt Ihnen das Wohlfühlklima im eigenen Haus mindestens genauso am Herzen. Wenn auch in etwas anderer Hinsicht. Sie haben für Mitarbeiter einiges zu bieten.

Das ist richtig. Wir bewerben uns bei neuen Mitarbeitern mit Work-Life-Balance-Angeboten, die zum Leben der neuen Kollegen passen. Dazu gehören Maßnahmen zur Gesundheitsvorsorge und Prävention inklusive Mobi-Training, eine Laufgruppe, eine Betriebssportgruppe

Fußball und vieles mehr. Hinzu kommt eine ausgefeilte Personalentwicklung: Führungskräfte-Trainings, die Förderung junger Talente über das Programm „Young Talents“ und altersübergreifende individuelle Förderangebote auf Basis internationaler Erfahrungen, die das Prädikat Altro Debolon tragen. Wir unterstützen, wo wir können und sind stolz darauf, dass unser Mutterkonzern in England wieder als „Sunday Times 100 Best Company to Work For“ für 2018 ausgezeichnet wurde.

Sie sagten gerade, Sie bewerben sich bei Mitarbeitern. Das ist eine recht moderne Auffassung von der Personalbeschaffung ...

Das war eine von vielen Ideen, mit denen sich die Kollegen von Monster in unseren Recruiting-Prozess eingebracht haben. Der Kontakt kam über das What's Next Recruiting Update in Leipzig zustande. Eine Kundenveranstaltung, bei der unter anderem die Ergebnisse der Monster-Studie Recruiting Trends vorgestellt wurden und externe Speaker sehr informative Ausblicke auf das Digitalzeitalter gaben.

Hier sprang der Funke über?

Das kann man so sagen. Ich befand mich zu dieser Zeit gerade aktiv auf Personalsuche und verließ die Veranstaltung, um mit einem Kandidaten ein drittes abschließendes Vorstellungsgespräch zu führen. Als ich zurückkam, sind wir dazu miteinander sehr konstruktiv ins Gespräch gekommen. Das machte Lust, mit dem Team von Monster zusammenzuarbeiten und so beauftragten wir das Texten von Stellenanzeigen. Ein Service, den das Karriereportal als Dienstleistung anbietet.

Sprang denn auch der Funke bei den Kandidaten über?

Absolut. Ich habe von vielen Kandidaten begeisterte Rückmeldung erhalten, nachdem die Stellenanzeigen online waren. Eine Stellenbewerberin sagte mir wörtlich, sie habe beim Lesen richtig Lust bekommen, sich zu bewerben. So soll es sein.

SUCCESS STORY

Dahinter steckt das Prinzip des Storytellings in der Stellenanzeige: Im Gegensatz zu trockenen Daten und Fakten wecken Geschichten und Bilder Emotionen und schaffen die Bereitschaft, sich länger mit einem Job und einem Unternehmen auseinanderzusetzen. Vorausgesetzt, die Geschichte ist gut erzählt und authentisch. Wie unterscheidet sich denn der Stellenanzeigen-Text von Monster von den Inhalten, die Sie bisher geschaltet haben?

Zum Beispiel ist die Ansprache eine ganz andere. Sie ist wesentlich konkreter als bei früheren Jobinseraten. Wir haben bei der Ausarbeitung ganz viele kreative Vorschläge von unseren Ansprechpartnern bei Monster bekommen. Eben auch den Ansatz, dass sich das Unternehmen beim Bewerber bewirbt und nicht mehr umgekehrt. Letztlich ist es ja auch so. Mit diesen stilistischen Hilfsmitteln haben wir es gemeinsam geschafft, Aufmerksamkeit zu erzielen und auch die ersten Stellen erfolgreich zu besetzen. Die gemeinsame Reise soll weitergehen. Aktuell arbeiten wir an einer weiteren Stellenanzeige.

Beschreiben Sie kurz den Prozess der Erstellung?

Die Kollegen von Monster haben mit uns zunächst ein intensives Telefonat geführt, um sich ein Bild von dem Unternehmen zu machen und uns besser kennenzulernen. Und es gab einen Briefingbogen, den wir zusammen ausgefüllt haben. Hier ging es um das Unternehmen selbst, die Work-Life-Balance-Angebote, Maßnahmen zur Personalentwicklung und, und, und – unterm Strich alles, was uns als Arbeitgeber ausmacht und uns von anderen unterscheidet. Der Bogen war überraschend ausführlich.

Aber das leuchtete mir auch ein. Wie soll sich Monster sonst ein Bild von uns als Arbeitgeber machen?

Nicht zu viel Arbeit für Sie als Auftraggeber?

Wir hatten anfangs schon einen gewissen Arbeitsaufwand, den ich aber gerne in Kauf genommen habe, weil ich die Notwendigkeit sah. Logisch: Je mehr von uns kommt, umso einfacher kann Monster Texte erstellen. Die weiteren Stellenanzeigen, die wir gemeinsam mit Monster kreieren, sind dafür mit deutlich weniger Aufwand verbunden. Wir kennen uns jetzt und haben nun ein Grundgerüst, auf dem wir aufbauen können.

Wie ging es dann weiter?

Monster hat nach recht kurzer Zeit einen ziemlich treffenden Erstentwurf für die Texte in der Stellenanzeige geschickt. Es folgten noch ein, zwei Korrekturschleifen, in denen wir Anpassungen vornahmen. Manchmal wurde hier und da nochmal telefonisch nachgehakt, um Details noch weiter zu verfeinern.

Dabei konnte unsere Ansprechpartnerin Claudia Bibo immer immer gut begründen, warum sie diesen oder jenen weiteren Input haben mochte. Ihr Ziel war es, die Stellenbeschreibung so konkret wie möglich zu machen, um sich vom Einheitsbrei anderer Wettbewerber abzuheben. Das ist auch der Grund, warum ich diesen Service so schätze. Claudia wusste die Details herauszuarbeiten, die Bewerbern wichtig sind. Der Erfolg der bisherigen Zusammenarbeit steht dafür.