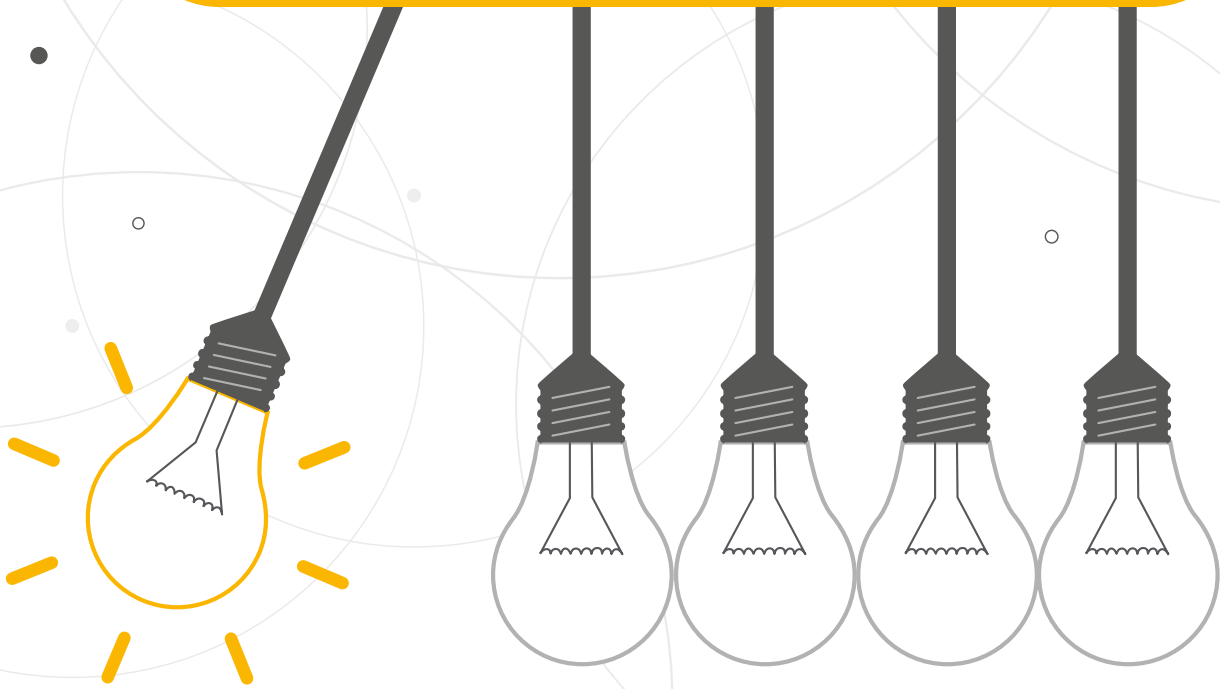


7 RECRUITING-HACKS

FÜR HR-PROFIS, DIE SIE
NOCH NICHT KANNTEN:

WIE SIE SOFORT KOSTEN SENKEN KÖNNEN.
GARANTIERT.



DIE BESTEN TALENTE
SCHNELLER FINDEN - OHNE UNNÖTIG
GELD ZU VERBRENNEN

joblocal.

7 RECRUITING-HACKS

FÜR HR-PROFIS, DIE SIE NOCH NICHT KANNTEN:

Jede unbesetzte Stelle kostet bares Geld – und das nicht nur in Bezug auf die direkten Recruitingkosten, sondern auf alle Kosten, die dem Unternehmen dabei entstehen: verpasste Geschäftschancen, Umsatzeinbußen und Überlastung bestehender Teams, die den Betrieb aufrechterhalten müssen.

Zusammengefasst wird dies unter dem Begriff Cost of Vacancy (CoV): Im Schnitt kostet eine nicht besetzte Position ein Unternehmen ca. 500 € pro Tag, was bei einer dreimonatigen Vakanz schnell bis zu 45.000 € sein können.

Können Sie es sich bei Kosten von 500 € pro Tag leisten, dass der Recruiting-Prozess auch nur einen Tag länger dauert?

Jede Verzögerung oder Ineffizienz im Recruiting-Prozess behindert nicht nur die Personalplanung, sondern hat auch erheblichen Einfluss auf die Budgetplanung und den Geschäftserfolg.

Die folgenden sieben Recruiting-Hacks helfen Ihnen, Ihren Recruiting-Prozess gezielt zu optimieren und zu beschleunigen – was bares Geld spart.

1. PERSONA ERSTELLEN – WEN GENAU SUCHEN SIE?

Der erste Schritt im Rekrutierungsprozess sollte darin bestehen, eine möglichst umfassende Persona für jede Position zu erstellen, die eine präzise Jobbeschreibung, Karriere Wünsche und Soft Skills enthält. Was sind die beruflichen Qualifikationen, die sozialen Fähigkeiten und die Persönlichkeitsmerkmale, die ein/e ideale/r Kandidat:in mitbringen muss?

Verwenden Sie dabei Tools wie „Ideal Profile“ oder „Candidate Avatars“ in Ihrem ATS (z. B. Personio oder Softgarden), um die Persona direkt in die Ausschreibungen einzu-

binden. Falls Sie etwa nach einem „Team Lead im Vertrieb“ suchen, definieren Sie genau, welche Erfahrung, Tools und Kommunikationsfähigkeiten die Person braucht. Verbinden Sie die Persona mit gezielten Keywords, um durch Suchmaschinen und Jobportale relevantere Profile zu erreichen. Je spezifischer Sie Ihre Anforderungen definieren, desto gezielter können Sie passende Bewerbende ansprechen, was Ihre Time to hire deutlich reduzieren kann.

PRAXISTIPP: Sparen Sie sich viel Zeit und drucken Sie unsere Vorlage aus – Füllen Sie die **Vorlage** aus und erstellen Sie in wenigen Schritten die perfekte Persona.

7 RECRUITING-HACKS

FÜR HR-PROFIS, DIE SIE NOCH NICHT KANNTEN:

joblocal.

2. EMPLOYEE VALUE PROPOSITION (EVP) – WAS KÖNNEN SIE IHREN MITARBEITER:INNEN VERSPRECHEN?

Warum sollte jemand gerade bei Ihnen arbeiten? Diese Frage steht im Zentrum Ihres Wertversprechens, der Employee Value Proposition (EVP). Kommunizieren Sie klar, was Ihr Unternehmen für Mitarbeitende attraktiv macht. Genauso wie Sie bei der Persona-Erstellung formuliert haben, wen Sie sich wünschen, so haben auch Kandidat:innen eine klare Vorstellung von Ihrem Wunscharbeitgeber.

Wenn Sie die EVP auf die Persona abstimmen, sorgen Sie dafür, dass Sie die richtigen Kandidat:innen davon überzeugen können, genau dieser Wunscharbeitgebende zu sein. Diese Abstimmung kann Ihnen wertvolle Zeit im Recruiting-Prozess sparen.

PRAXISTIPP: Nutzen Sie daher gezielte Kommunikationsmaßnahmen, um Ihre EVP während des gesamten Recruiting-Prozesses zu transportieren. Setzen Sie etwa auf ein interaktives „Unternehmenswerte-Quiz“ auf der Karriereseite, um den Kandidat:innen einen spielerischen Einblick in Ihre Unternehmenskultur zu geben. Ergänzen Sie Ihre Stellenanzeige z.B. auf LinkedIn mit einem kurzen Video von Mitarbeitenden, die ihre persönlichen Vorteile im Unternehmen schildern, oder bieten Sie eine virtuelle „Lunch-Session“ an, in der Interessierte Fragen zur Unternehmenskultur stellen können.



3. SCHNELLE UND KLARE KOMMUNIKATION – SIE HABEN KEINE ZEIT ZU VERLIEREN!

Wie Sie sicher wissen, ist einer der häufigsten Gründe, warum potenzielle Kandidat:innen abspringen, eine zu langsame oder unklare Kommunikation. Oftmals sind nicht Sie als Recruiter für die verzögerte Antwort verantwortlich, sondern der Fachbereich lässt mit Rückmeldung auf sich warten. Was können Sie also konkret tun, um den Prozess nicht ins Stocken geraten zu lassen?

Kommunizieren Sie transparent über den Ablauf des Be-

werbungsprozesses und sprechen Sie nächste Schritte mit konkreten Deadlines an. Sie können zusätzlich ein „Bewerber-Dashboard“ anbieten, auf dem die Kandidat:innen jederzeit den Status ihrer Bewerbung sehen können.

Führen Sie eine „Rückmelde-Garantie“ innerhalb von 48 Stunden ein, um Vertrauen und Transparenz zu schaffen. Ein solcher Prozess kann die Absprungrate erheblich reduzieren und signalisiert Verlässlichkeit.

PRAXISTIPP: Sollten Sie tatsächlich einen kommunizierten Termin nicht einhalten können, sprechen Sie dies proaktiv an, und zwar nicht nur per Email, sondern nutzen Sie dazu alternative Kommunikationswege wie z.B. LinkedIn oder WhatsApp, um direkt Kontakt aufzunehmen. Falls diese Wege nicht erfolgreich sind, ist eine Sprachnachricht, ein Telefonat oder eine Nachricht auf der Mailbox allemal persönlicher als eine Email und zeugt von Wertschätzung. Dies kann das Zünglein an der Waage sein, warum sich ein/e Kandidat:in für oder gegen einen Arbeitgebenden entscheidet.



7 RECRUITING-HACKS

FÜR HR-PROFIS, DIE SIE NOCH NICHT KANNTEN:

joblocal.

4. REGIONALITÄT NUTZEN – TALENTE AUS DER UMGEBUNG ANSPRECHEN

Regional nach geeigneten Bewerber:innen zu suchen, ist äußerst sinnvoll. Sie können sofort Recruitingkosten sparen, indem Sie sich diesen Grundsatz zur Devise machen: gerade im Groß- und Einzelhandel ist die Pendelbereitschaft nicht besonders hoch - die meisten Mitarbeiter:innen sind bereit, etwa 30 Kilometern zu pendeln. Begrenzen Sie alle Recruiting-Maßnahmen auf diesen Radius. Indem Sie ausschließlich dort Anzeigen schalten, wo sich Kandidat:innen aufhalten und leben, sparen Sie Budget und Zeit. Nationale Kampagnen erzeugen hier oftmals teure Streuverluste.

Machen Sie sich dabei auch die lokale Verwurzelung Ihrer Marke zu Nutzen. Die Bewerbungswahrscheinlichkeit erhöht sich, wenn potentielle Kandidat:innen Sie als attraktiven Arbeitgeber in der Region wiedererkennen (Stichwort Employer Branding).

Wenn Sie Ihre Arbeitgebermarke weiter ausbauen wollen, betonen Sie, dass Sie die lokale Wirtschaft fördern, Arbeitsplätze vor Ort sichern und die regionale Wertschöpfungskette stärken.

PRAXISTIPP: Nutzen Sie dafür regionale Medien, wie die Lokalzeitung oder Online-Foren der Stadt, um gezielt in Ihrem Umkreis zu werben – Verknüpfen Sie Ihr Recruiting zusätzlich mit lokalen Events, z. B. durch einen Stand auf dem Stadtfest oder einer Ausbildungs- oder Jobmesse, oder durch Sponsoring bei Sportveranstaltungen. Ein QR-Code auf Plakaten oder regionalen Anzeigen, der direkt zur Stellenanzeige führt, kann die Aufmerksamkeit der passenden Kandidat:innen gezielt auf Ihre Vakanzen lenken.

PRAXISBEISPIEL: Erfahren Sie hier in unserer [Case Study](#), wie die Therme Erding mit Regionalität punktet.



5. PRÄZISE KANALWAHL – BUDGETEFFIZIENT REKRUTIEREN

Die Auswahl der richtigen Rekrutierungskanäle ist entscheidend, um Zeit und Kosten zu sparen. Leider gibt es kein Patentrezept, das auf jede Stelle in jeder Region zu jeder Zeit funktioniert. Gerade deshalb ist ein diversifizierter Kanalmix extrem wichtig.

Streuen Sie Ihre Anzeigen über eine Vielzahl regionaler Kanäle. Dabei ist es wichtig, zu prüfen, welche Kanäle die besten Ergebnisse liefern und flexibel auf Veränderungen zu reagieren. Analysieren Sie kontinuierlich die Performance Ihrer Recruiting-Kanäle mit KPI-Tools (wie Cost-per-Click oder Conversion-Tracking).

Für schwer zu besetzende Stellen kann der Markt aktiv Suchender komplett leer gefegt sein und die Ansprache von

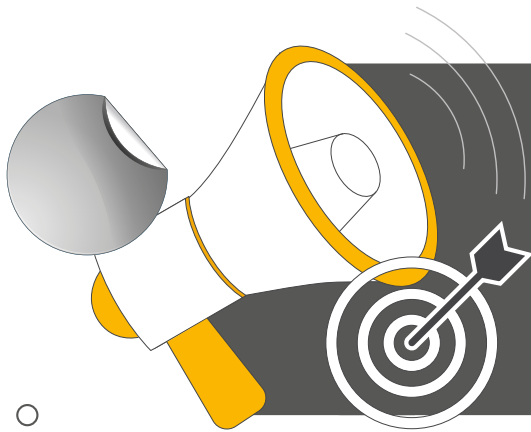
passiven Kandidat:innen der einzige Weg sein, um potenzielle Bewerbende zu erreichen.

Was genau Ihre speziellen Anforderungen sind und wie Sie die richtige Kanalwahl treffen, besprechen wir gerne mit Ihnen persönlich in einem Beratungsgespräch.

**JETZT
BERATUNGS-
GESPRÄCH
BUCHEN**

7 RECRUITING-HACKS

FÜR HR-PROFIS, DIE SIE NOCH NICHT KANNTEN:



PRAXISTIPP: Probieren Sie doch mal was Neues, um aufzufallen. Alternative Kanäle wie Guerilla-Marketing-Aktionen etwa durch auffällige Bodenaufkleber an Verkehrsknotenpunkten oder in der Nähe von Branchen-Events können eine gute Alternative bieten.

Weiterführende Infos zum Thema Kanalwahl finden Sie in unserem Whitepaper *„Regionales Recruiting – auf den perfekten Mix kommt es an“*.

6. EMPFEHLUNGEN VON MITARBEITENDEN NUTZEN – DAS GUTE LIEGT OFT GANZ NAH

Das Netzwerk Ihrer bestehenden Mitarbeiter:innen ist eine wertvolle Ressource. Programme wie *„Mitarbeitende werben neue Talente“* haben den großen Vorteil, dass diese meist gut ins Team passen, da die Empfehlenden nur Personen vorschlagen, mit denen sie selbst gerne zusammenarbeiten möchten.

Schaffen Sie finanzielle Anreize, indem Sie für erfolgreiche Vermittlungen großzügige Boni oder Prämien anbieten. Dazu zählen eine gestaffelte Prämie (z. B. nach



Position der zu besetzenden Rolle) und exklusive Vorteile wie zusätzliche Urlaubstage.

Setzen Sie für diese Strategie auf digitale Plattformen wie *„Referrals“* (Empfehlungstool), in der Mitarbeitende Empfehlungen einfach einreichen und deren Status verfolgen können. Diese Form der Rekrutierung spart Zeit und erhöht die Wahrscheinlichkeit einer langfristigen, erfolgreichen Anstellung.

PRAXISTIPP: Die wichtige Faustregel bei der Berechnung der Prämien lautet hier: Richten Sie den Bonus am Gehalt der zu besetzenden Stelle aus: Nicht unter 25 und bis zu 100 % eines durchschnittlichen Monatsgehalts. Das klingt viel? Überlegen Sie sich, wie viel Sie eine unbesetzte Stelle pro Monat kostet, das relativiert die Kosten. Verzichten Sie jedoch unbedingt auf Sachprämien oder Gutscheine. Hier gilt: Nur Bares ist Wahres.



7. INTERNE TALENTE FÖRDERN – ROHDIAMANTEN IM TEAM ERKENNEN

Schauen Sie auch innerhalb Ihres bestehenden Teams nach potenziellen Kandidat:innen. Vielleicht haben Sie Mitarbeitende, die durch gezielte Weiterbildung oder Förderung in die offene Schlüsselposition hineinwachsen können.

Nutzen Sie dazu ein interaktives Talent-Mapping, um Mitarbeitende zu identifizieren, die Entwicklungspotenzial haben, und erstellen Sie individuelle Entwicklungspläne. Setzen Sie dabei auf flexible „Upskilling“-Programme, in denen Mitarbeitende neue, für die Zielposition notwendige Skills erwerben.

Dies stärkt nicht nur die Mitarbeitendenbindung (Stichwort Retention) und reduziert die Fluktuation, sondern zeigt

dem gesamten Team, dass es in Ihrem Unternehmen gute Entwicklungsmöglichkeiten gibt. Eine interne Beförderung steigert die Motivation und erhöht das Vertrauen in das Unternehmen.

Eine interne Jobbörse, bei der offene Stellen zuerst innerhalb des Unternehmens ausgeschrieben werden, motiviert Mitarbeitende, ihre Karriere intern weiterzuentwickeln. Bieten Sie zusätzlich ein jährliches „Shadowing-Programm“ an, bei dem Mitarbeitende aus anderen Abteilungen ihre potenziellen neuen Aufgabenbereiche kennenlernen, indem Sie wie ein Schatten (shadow) einem Mitarbeitenden über die Schulter schauen.



PRAXISTIPP: Organisieren Sie einen „Reverse Job Pitch“ – aber mit einem Twist: Laden Sie potenzielle interne Kandidat:innen zu einem „Mystery Team Meeting“ ein. Das Team mit der offenen Stelle präsentiert dabei seine spannendsten Projekte und Herausforderungen, OHNE zu erwähnen, dass es um eine offene Stelle geht. Quasi ein „Blind Date“ mit dem potenziellen neuen Team. Die Spontanität und der Überraschungseffekt können Mitarbeitende ansprechen, die sich bei einem klassischen Stellenauftrag nicht beworben hätten. So finden Sie spielerisch (Stichwort Gamification) heraus, wer Interesse hat und die richtigen Voraussetzungen für diesen Job mitbringt.

FAZIT

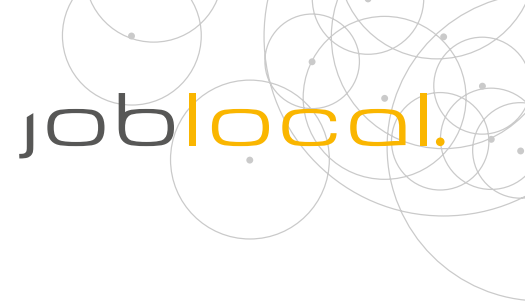
Eine unbesetzte Stelle kostet nicht nur Geld, sondern kann auch zu Engpässen und ineffizienten Prozessen führen. Als Personaler:in ist es entscheidend, schnell, gezielt und effizient zu handeln. Die oben genannten sieben Hacks bieten eine erprobte Strategie, um zeitnah die richtige Besetzung zu finden.

Jeder dieser sieben Schritte bietet spezifische Taktiken und konkrete Praxistipps, um Ihre Recruiting-Prozesse zu optimieren und die Kosten nachhaltig zu senken. Effektives

Employer Branding, gezielte Kanalwahl und die Nutzung interner Talente sowie Empfehlungsmarketing sind dabei Schlüsselfaktoren. Klarheit über die gesuchte Persona und eine starke Employee Value Proposition (EVP) sind dabei ebenso wichtig wie eine schnelle und verbindliche Kommunikation und die Nutzung bestehender Netzwerke und die Förderung interner Talente. So sichern Sie sich nicht nur qualifizierte Kandidat:innen, sondern auch langfristigen Erfolg in Ihrem Rekrutierungsprozess.

7 RECRUITING-HACKS

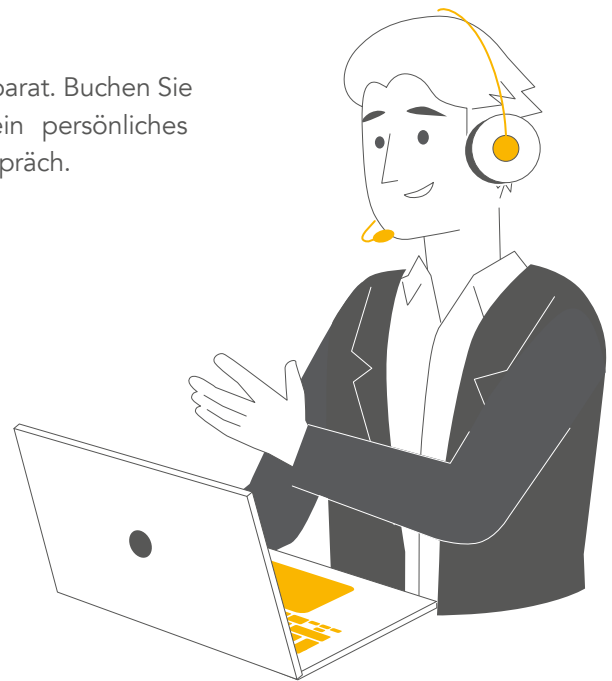
FÜR HR-PROFIS, DIE SIE NOCH NICHT KANNTEN:



Sie möchten noch mehr wertvolle Recruiting-Tipps von unseren Expert:innen erhalten und diese Hacks konkret auf Ihr Recruiting anwenden?

Unsere Recruiting-Expert:innen unterstützen Sie gerne und haben noch viele Tipps und

Tricks für Sie parat. Buchen Sie sich gleich ein persönliches Beratungsgespräch.



IHR KONTAKT



HANNES KLINGE

PERFORMANCE-EXPERTE

**JETZT
BERATUNGS-
GESPRÄCH
BUCHEN**

joblocal.

IHR PARTNER FÜR ERFOLGREICHES
RECRUITING IN DER REGION

📍 Rosenheimer Str. 64a | 83059 Kolbermoor

🌐 www.joblocal.de ✉ service@joblocal.de ☎ +49 8031 39 10 95 1

