

Mitarbeitergewinnung

Keiner fällt vom Himmel

Zuverlässige Mitarbeiter gibt es nicht wie Sand am Meer, deshalb ist es für Steuerkanzleien wichtig, sich am Stellenmarkt zu positionieren, online und auch in der realen Welt.



» Serienplaner

Teil 57 –
SteuerConsultant 08/2011
Lokal werben

Teil 58 –
SteuerConsultant 09/2011
Mitarbeitergewinnung

Teil 59 –
SteuerConsultant 10/2011
Außenkommunikation

Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter www.steuer-consultant.de das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.

Unternehmenserfolg hängt nicht nur von den Mandanten und deren Beratungsbedarf ab, sondern auch von den eigenen Mitarbeitern. Die passen im Idealfall in ein Unternehmen, sind Aushängeschild und verbreiten kostenlose Mundpropaganda. Gründe genug, um klarzumachen, dass sich die Bemühungen lohnen, solche Mitarbeiter zu suchen und zu finden. Allerdings müssen Kanzleien nicht nur selbst suchen, sie sollten für potenzielle Mitarbeiter auch eine „Arbeitgebermarke“ sein.

Personalsuche und -gewinnung umfasst drei Säulen

Ebenso wie der Unternehmenserfolg kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen benötigt, stützen sich die Personalsuche und -gewinnung auf diese drei Säulen. Mitarbeiter-

Recruiting ist keine kurzfristige Maßnahme, denn ein einzelnes Inserat reicht da nicht aus. Weitere Maßnahmen sind etwa Berufsinformationstage, Messen, Vorträge und Seminare in Bildungsanstalten. Sie eignen sich hervorragend, um sich als Marke zu präsentieren und um zielgruppenorientiert zu kommunizieren.

Weil oft wenig Zeit bleibt, um jeden persönlich anzusprechen, sollte eine Broschüre mit den wichtigsten Kanzleinformationen erstellt werden, inklusive der Kontaktdaten des Ansprechpartners, um vom Erstkontakt zu profitieren. Auch das Bereitstellen von Diplomarbeitsthemen kann für junge Menschen mit passendem Ausbildungshintergrund entscheidend sein, sich die Kanzlei genauer als möglichen Arbeitgeber anzusehen.

Immer wichtiger wird das Personal-Recruiting über das Internet. Wer eine Anzeige in einem gängigen Online-Jobportal schaltet, darf sich über regen Besuch auf seiner Homepage freuen. Der erste Gang des Bewerbers ist nicht der in die Kanzlei, sondern ein virtueller Hausbesuch. Eine aktuelle, kompetente Homepage im ordentlichen Design ist der erste Schritt zum passenden Mitarbeiter: Hier wird entschieden, ob der Online-Auftritt so attraktiv ist, sich in der Steuerkanzlei zu bewerben.

Die Homepage ist auch ein geeigneter Ort für Stellenausschreibungen und ein professionelles Bewerbungsformular, um die grundlegenden Informationen vom Bewerber

zu erfragen. Je nach Zielgruppe gewinnt auch der Auftritt in den sozialen Medien, wie Facebook, Xing oder Twitter, seit geraumer Zeit beachtlich an Bedeutung. Es empfiehlt sich, rechtzeitig aktiv zu werden, um in den sogenannten Social Media, die sich derzeit rasant entwickeln, eine Marktposition zu beziehen.

Broschüren mit wichtigsten Kurzinfos erstellen

Obwohl die Jobsuche beziehungsweise das Recruiting hier noch in den Kinderschuhen steckt, wächst die Bedeutung der sozialen Netzwerke – auch in Sachen Mitarbeiterbindung – ziemlich stark. Dies geschieht mit einer enormen Geschwindigkeit und bietet ein großes Potenzial.



Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH im oberösterreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepage-Gestaltung für Steuerberater spezialisiert.

E-Mail: johann.aglas@atikon.com
www.atikon.com