geprägt. Die Kenntnis dieser Unterschiede ist wichtig, um die eigenen Mitarbeiter zu motivieren – und natürlich auch von großer Bedeutung für das erfolgreiche Triggern von Fachkräften.

Die richtigen Kanäle auswählen

Die Möglichkeiten, die eigene Zielgruppe anzusprechen, sind mannigfaltig. So suchen die vier unterschiedlichen Generationen auf verschiedenen Kanälen nach neuen Jobs. Deshalb sollte die Ansprache in den einzelnen Medien auf die entsprechende Generation mit ihren Zielen und Werten ausgerichtet werden.

Hier sind wir dann beim wichtigen Thema Social Media und Co. Die Digitalisierung schreitet schließlich immer weiter voran, und zwar in allen erdenklichen Bereichen, auch in der Arbeitswelt. Dabei ist es egal, ob es sich um ein kleines, ein mittelständisches oder ein großes Unternehmen handelt, die zentrale Frage, die alle Recruiter bewegt, lautet: Wo befindet sich meine Zielgruppe und wie erreiche ich sie?

Die Wege, um sich nach einem neuen Job umzusehen, beschränken sich nicht bloß auf einen einzigen Kanal. Bewerber haben heutzutage eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Verfügung, wenn sie nach einem neuen Job suchen. So gibt es zum Beispiel eine riesige Auswahl an verschiedenen Jobportalen wie etwa StepStone, Monster.de oder Indeed.

Darüber hinaus suchen viele Bewerber mittlerweile auch bei Facebook, Xing, Instagram und Co. nach geeig-

neten Stellen. Die Vielfalt der Medien, auf denen auch Ihr Unternehmen präsent sein muss, ist also dementsprechend groß. Für einen Recruiter sollte das aber kein Grund sein, sich überfordert zu fühlen oder gar die Flinte ins Korn zu werfen. Lesen Sie dazu einfach die anschließenden Kapitel, um das für Sie geeignete Recruiting-Konzept zu erstellen.

Um die zukünftigen Top-Mitarbeiter anzusprechen, ist es wichtig, sich mit den unterschiedlichen Merkmalen der verschiedenen Generationen auseinanderzusetzen. Wenn eine Zielgruppe ausgemacht wurde, sollte auch auf optimale Ansprache auf den entsprechenden Kanälen geachtet werden.

1.2 Die Digitalisierung schreitet voran

Social Media sind ein wichtiges Instrument für das erfolgreiche Recruiting. Das ist bereits heute eine Tatsache. Warum das so ist?

Die Digitalisierung schreitet eben nicht nur voran, wie oft betont wird, sondern sie ist in vielen Bereichen des Alltags, ob Beruf oder Privatleben, bereits nicht mehr wegzudenken. Der Blick ins Internet und der Kontakt mit Chatbots, über WhatsApp oder Facebook gehört zum modernen Leben dazu wie die automatische Ein-

parkhilfe oder der Streaming-Dienst. Keine Frage, dass die Digitalisierung nicht nur unsere Art zu leben und zu arbeiten erheblich verändert, sondern auch ein erfolgreiches Recruiting beeinflusst.

Die Folgen der digitalen Revolution

Genau wie vor vielen Jahrzehnten einmal die industrielle Revolution für grundlegende Veränderungen in der Arbeitswelt gesorgt hat, wird auch die digitale Revolution einiges verändern. Die Arbeitswelt wird sich umgestalten und während dieses Prozesses werden Aus- und Weiterbildung der Arbeitnehmer eine entscheidende Rolle spielen. Hinzu kommt heutzutage aber auch, dass die zunehmende Automatisierung und Digitalisierung neue und höherwertige Arbeitsplätze schaffen wird.

Die bekannten Berufsbilder verändern sich

Meine Eltern haben mir vor vielen Jahren einmal gesagt: „Junge, werde doch Bankkaufmann, dann hast du einen Job, der solide ist, und du brauchst dir nicht mehr viele Gedanken machen." Im Jahr 1994 war dies auch ein ziemlich guter Rat. Damals galt: Wenn du Bankkaufmann geworden bist, dann hast du in der Wahrnehmung der anderen einen sicheren Job und fast so etwas wie einen Beamtenstatus.

Im Zuge der Veränderungen, die sich durch verschiedene Bedingungen ergeben, ist der Job eines Bankkaufmanns nun eben keine sichere Sache mehr. Ebenso

geht es übrigens vielen anderen Berufen, die einmal als sicher galten.
Die Zeiten, in denen man fest auf einem Stuhl sitzt, sind lange vorbei. So ist anzunehmen, dass in den kommenden Jahren jeder zweite heutige Job in Folge der Digitalisierung verschwinden wird. Bekannte Berufe wird es dann nicht mehr geben. Dafür entstehen wieder neue Berufsbilder.

Weiterbildung fördern und fordern

Nicht nur für den Arbeitnehmer bedeutet die Veränderung der Berufsbilder, dass er am Ball bleiben muss. Durch die Digitalisierung ist die Weiterbildung auch ein wichtiger Erfolgsfaktor für Unternehmen geworden. Das Wissen um Neuerungen, seien es moderne Betriebssysteme, Technologien der Industrie 4.0 oder Möglichkeiten des Internet of Things, kann heute und in Zukunft entscheidend im Kampf gegen die Konkurrenz sein. Top-Mitarbeiter bleiben daher nur so gut, wie ihre Möglichkeiten zur Weiterbildung es zulassen.
Die Bereitschaft des Personals, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, gehört deshalb zu den Grundvoraussetzungen, um im digitalen Zeitalter weiterhin erfolgreich arbeiten zu können. Im Gegenzug müssen Unternehmen dieses lebenslange Lernen überhaupt erst möglich machen und natürlich auch fördern. Auch dies sollte unbedingt innerhalb des Recruiting-Prozesses berücksichtigt werden.

Durch die Veränderungen der digitalen Welt verändern sich auch Berufsbilder und Prozesse. Alte Berufsbilder fallen im Zuge der Digitalisierung weg und neue entstehen. Die stetige Weiterbildung zu fordern und zu fördern, sollte daher selbstverständlich für jeden Arbeitgeber sein.

1.3 Der demografische Wandel ist da

Unsere demografischen Gegebenheiten ändern sich. Bereits seit 1972 ist die Sterberate in Deutschland höher als die Geburtenrate. Neben der Tatsache, dass weniger Menschen geboren werden als in früheren Zeiten, gibt es einen weiteren Faktor, der sich entscheidend auf diesen Wandel auswirkt: Die Menschen werden immer älter.

Eigentlich ist dieser Umstand ja auch seit vielen, vielen Jahren bekannt und man hat lange über den demografischen Wandel diskutiert und debattiert. Nun aber gilt es, zu handeln. Denn die Auswirkungen des demografischen Wandels sind nun deutlicher zu spüren als noch vor ein paar Jahren.

Die geburtenstarken Jahrgänge scheiden derzeit nach und nach aus dem Erwerbsleben aus. Laut einer aktuellen Studie des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales wird die Zahl der Erwerbspersonen daher um 2,9 Millionen auf 40,8 Millionen Erwerbspersonen sinken.