

Personalsuche: Mitarbeiter werben Kollegen



In einigen Branchen und Unternehmen ist er bereits zu spüren: der Fachkräftemangel. Einem altbewährten Weg der Personalsuche wird daher wieder größere Bedeutung zugemessen. Laut einer Studie des Instituts Arbeitsmarkt und Berufsforschung (IAB) nutzten 2005 40 Prozent der Unternehmen den Suchweg über eigene Mitarbeiter und persönliche Kontakte. Damit belegte diese

Möglichkeit der Personalsuche den ersten Platz. Andere Suchwege wie Arbeitsagenturen, eigene Inserate und Stellenangebote im Internet kamen mit jeweils gut 30 Prozent auf den nächsten Plätzen (Mehrfachnennungen waren möglich). Hinzu kam eine überdurchschnittlich hohe Erfolgsquote bei der Besetzung über die Kontakte der eigenen Mitarbeiter.

Wie ist die Interessenslage für die einzelnen Parteien? Für den **geworbenen Mitarbeiter** liegt der Vorteil im Informationsvorsprung über das Unternehmen, den er durch seinen Bekannten erhält, und im Vertrauensvorschuss, den er bei der Sichtung der Bewerbungsunterlagen und im Bewerbungsgespräch bereits genießt.

Der **werbende Mitarbeiter** wird in der Regel Gleichgesinnte ins Spiel bringen. Gute Mitarbeiter arbeiten gerne mit anderen guten Leuten zusammen. Viele Unternehmen zahlen auch Prämien an den werbenden Mitarbeiter im Falle einer erfolgreichen Vermittlung, einige haben ein spezielles Programm dafür.

Für das **Unternehmen** ist dies - selbst wenn eine Prämie gezahlt wird - in der Regel ein kostengünstiges Suchverfahren. Die Vorauswahl erfolgt bereits über die eigenen Mitarbeiter. Ausgehend von einer gesunden Firmenkultur mit leistungsfähigen Mitarbeitern, kann man davon ausgehen, dass Kandidaten mit ähnlichen Eigenschaften vorgeschlagen werden. Normalerweise will sich der eigene Mitarbeiter mit seiner Empfehlung nicht blamieren und überlegt sich vorab gut, wen er vorschlägt.

Bedingungen und Regeln

1. Die durch die eigenen Mitarbeiter vorgeschlagenen Kandidaten durchlaufen denselben Rekrutierungsprozess wie jeder andere Kandidat.
2. Der Werbende und der Geworbene sollten nicht zu eng zusammen arbeiten, um Seilschaften zu vermeiden.
3. Der Werbende wird nicht zur Verantwortung gezogen, falls der neue Mitarbeiter sich nicht bewährt. Die Leistung des anderen kann er schließlich nicht beeinflussen.
4. Halten Sie den werbenden Mitarbeiter auf dem Laufenden und sagen Sie ihm auch, warum Sie sich gegebenenfalls gegen den von ihm vorgeschlagenen Kandidaten entschieden haben. Er hat ein Recht darauf.

Darin liegt wiederum der Nachteil. Die Vielfalt der Belegschaft (Diversity) kann darunter leiden. Es werden mit hoher Wahrscheinlichkeit immer wieder Mitarbeiter aus der gleichen Altersklasse und sozialen Schicht eingestellt. Das wirkt in der Regel zwar stabilisierend auf das Betriebsklima, allerdings können bei zu häufigem Gebrauch wichtige Impulse für das Unternehmen verloren gehen.

Der Mix aus Jung und Alt, Männern und Frauen, verschiedenen familiären Situationen und Kulturen sowie unterschiedlichen Denkweisen und Anschauungen fördert nachweislich die Innovationskraft jedes Unternehmens.

Fazit: Die Vorteile dieser Suchmöglichkeit überwiegen, wenn sie in Maßen und nach den oben beschriebenen Bedingungen klug angewandt wird.

Zitat des Monats:

Glück und Erfolg werden einem nur gegeben, wenn man einwilligt, beides zu teilen.

Albert Camus

Masterfranchiselizenz für Baden-Württemberg vergeben



Arnulf Taiber hat die Masterfranchiselizenz für **BEITRAINING**[®] Baden-Württemberg erworben. Er ist bereits seit Oktober 2005 als National Training Director für die Region Hessen, Rheinland-Pfalz-Saarland verantwortlich. In diesem Zeitraum hat er sieben regionale Trainingscenter-Lizenzen verkauft. Aufgrund seiner Erfolge hat sich Arnulf Taiber entschlossen, seine Region zu erweitern. Unter dem Namen **BEI** Germany Southwest sind nun die Bundesländer Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland zusammengefasst.

Geboren 1951 in Weidenau/Sieg, startete Herr Arnulf Taiber seine Karriere bei der Procter & Gamble GmbH. Bevor er zum **BEITRAINING**[®] Netzwerk stieß, besetzte er 20 Jahre lang verschiedene Geschäftsleitungspositionen bei der Kimberly-Clark GmbH und der deutschen Bereichszentrale der Kao Corporation, Tokio in Darmstadt.

Photo: aboutpixel.de - A.Radke



Kleinreuther Weg 87
90408 Nürnberg
Tel.: 0911/20 600-0
Fax: 0911/20 600-14

info@bei-group.com
www.bei-germany.com