

Leitfaden zur Personalgewinnung: Mitarbeiter finden und langfristig binden

Einleitung: Warum Personalgewinnung heute anders ist

Der Arbeitsmarkt hat sich gewandelt: Wo früher der Arbeitgeber aus vielen Bewerbungen wählen konnte, sind es heute die Bewerber, die entscheiden. Besonders in der Tankstellenbranche wird der Fachkräftemangel spürbar. Doch die gute Nachricht ist: Mit der richtigen Strategie können Sie Ihre Tankstelle in ein Unternehmen verwandeln, bei dem Menschen gerne arbeiten – jetzt und in Zukunft.

Dieser Leitfaden zeigt Ihnen:

- Wie Sie sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren.
 - Wie Sie die richtigen Kandidaten ansprechen.
 - Und wie Sie Ihre Mitarbeiter langfristig binden.
-



1. Employer Branding: Ihre Marke als Arbeitgeber

Warum ist Employer Branding wichtig?

Employer Branding bedeutet, wie Sie als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden. Es ist Ihr Versprechen an aktuelle und potenzielle Mitarbeiter: „Hier arbeiten lohnt sich.“

1.1. Ihre Werte definieren

Starten Sie mit einer einfachen Frage: „**Warum sollte jemand bei uns arbeiten?**“

- Beispiele: familiäres Umfeld, flexible Schichtmodelle, Weiterbildungen, faire Bezahlung.

1.2. Einzigartigkeit sichtbar machen

- **Kommunikation nach außen:** Nutzen Sie Ihre Website, Social Media oder Stellenanzeigen, um zu zeigen, was Sie ausmacht.
- **Interne Kultur stärken:** Ihre Mitarbeiter sind Ihre besten Markenbotschafter. Sorgen Sie dafür, dass sie stolz sind, Teil Ihres Teams zu sein.

Praxisbeispiel:

Ein Tankstellenbetreiber in München stellte auf seiner Website eine Seite „Arbeiten bei uns“ online. Dort präsentierte er:

- Teamfotos und Mitarbeiterstimmen („Ich schätze die flexible Planung, die mir erlaubt, meine Kinderbetreuung zu organisieren.“).
- Ein Video, das den Arbeitsalltag zeigte.

Ergebnis: Die Bewerbungen verdoppelten sich innerhalb von drei Monaten.

Beschreiben Sie Ihre Werte und Unternehmenskultur:

2. Personalmarketing: Zielgerichtet die richtigen Kandidaten finden

Warum ist Personalmarketing entscheidend?

Bewerber müssen wissen, dass es Sie gibt – und was Sie bieten. Das ist der Kern von Personalmarketing.

2.1. Zielgruppenanalyse

Erstellen Sie eine Persona, z. B.:

- **Nadine Meier:** 35 Jahre, Mutter, sucht einen flexiblen Job mit geregelten Schichten.
- **Leon Weber:** 22 Jahre, Berufseinsteiger, sucht erste Berufserfahrung im Kundenservice.

2.2. Passende Kanäle nutzen

- **Für jüngere Zielgruppen:** Instagram, TikTok oder Online-Jobportale wie Indeed.
- **Für erfahrene Mitarbeiter:** Tageszeitungen, lokale Netzwerke, persönliche Empfehlungen.

2.3. Authentische Botschaften entwickeln

Sprechen Sie die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe an:

- „Flexibel arbeiten und Zeit für die Familie haben.“
- „Arbeiten Sie in einem Team, das Sie wertschätzt.“

Praxisbeispiel:

Eine Tankstelle in Leipzig nutzte Facebook, um ein kurzes Video zu posten: „Ein Tag im Leben eines Tankstellenmitarbeiters.“ Es zeigte:

- Die Begrüßung von Kunden.
 - Teamarbeit im Lager.
 - Den Spaß bei einem gemeinsamen Mittagessen.
- Das Video ging viral und brachte fünf Bewerbungen innerhalb einer Woche.

Beschreiben Sie Ihre Kandidaten Persona:



Persona: Nadine Weber

Alter: 35 Jahre

Mutter einer 5-jährigen
Tochter



Hintergrund:

- Hat Berufserfahrung in serviceorientierten Branchen, z. B. Einzelhandel, Gastronomie
- Arbeitet gerne praktisch
- Ist oft Quereinsteigerin

Motivation und Ziele:

- Sucht einen sicheren Arbeitsplatz mit geregelten Arbeitszeiten
- Möchte in einem überschaubaren Team arbeiten
- Legt Wert auf klare Aufgaben und einfache Strukturen

Bevorzugte Kommunikationskanäle:

- Sucht nach Jobs auf Jobportalen & Social Media (Instagram)
- Nutzt WhatsApp oder E-Mail

Bedürfnisse und Erwartungen:

- Fairer Umgang und ein Arbeitgeber, der ihre Arbeit wertschätzt
- Einfache und schnelle Einarbeitung
- Arbeitsplatz in der Nähe ihres Wohnorts

Beweggründe für einen Jobwechsel:

- Sucht nach einem verlässlichen Job
- Hat negative Erfahrungen mit chaotischen Teams
- Möchte einen Job, bei dem sie mit Kunden arbeiten kann, ohne großen Verkaufsdruck

3. Recruiting: Schnelligkeit und Wertschätzung

Warum entscheidet der Bewerbungsprozess?

Bewerber erwarten heute schnelle und klare Prozesse. Verzögerungen führen dazu, dass sie sich woanders umsehen.

3.1. Schnelligkeit sicherstellen

- Antworten Sie auf Bewerbungen innerhalb von 48 Stunden.
- Laden Sie Bewerber zeitnah zu Gesprächen ein (innerhalb einer Woche).

3.2. Bewerber auf Augenhöhe behandeln

- Fragen Sie: „Was erwarten Sie von uns als Arbeitgeber?“
- Geben Sie Einblicke in den Arbeitsalltag – z. B. durch Schnuppertage.

Praxisbeispiel:

Ein Tankstellenbetreiber führte „Walk-in-Bewerbungen“ ein: Interessierte konnten spontan vorbeikommen und ein kurzes Gespräch führen. Das reduzierte die Einstellungszeit erheblich.

4. Candidate Experience: Begeistern von Anfang an

Was ist Candidate Experience?

Die Summe aller Erlebnisse, die ein Bewerber während des Prozesses hat. Ziel: Der Bewerber soll sich willkommen fühlen.

4.1. Transparenz schaffen

- Erklären Sie den Prozess klar: „Nach Ihrer Bewerbung gibt es ein Gespräch und einen Schnuppertag.“

4.2. Freundlichkeit zählt

- Bedanken Sie sich nach dem Gespräch.
- Halten Sie den Bewerber informiert, auch wenn es Verzögerungen gibt.

Praxisbeispiel:

Eine Tankstelle verschickte nach Bewerbungen automatisch eine Dankesnachricht per WhatsApp: „Vielen Dank für Ihr Interesse. Wir melden uns innerhalb von zwei Tagen.“

5. Employee Experience: Mitarbeiter binden

Warum ist Employee Experience wichtig?

Es kostet fünfmal mehr, einen neuen Mitarbeiter einzustellen, als einen bestehenden zu halten.

5.1. Einarbeitung gestalten

- Erstellen Sie eine Checkliste für die ersten Tage: Was muss der Mitarbeiter wissen?
- Bieten Sie einen Mentor an, der Fragen beantwortet.

5.2. Regelmäßiges Feedback geben

- Monatliche Gespräche, in denen der Mitarbeiter seine Eindrücke schildern kann.

5.3. Perspektiven aufzeigen

- Schaffen Sie Entwicklungsmöglichkeiten, z. B. Aufstieg zur Schichtleitung.

Praxisbeispiel:

Ein Tankstellenbetreiber führte ein „Welcome-Paket“ ein:

- Handbuch mit den wichtigsten Abläufen, eine Tasse mit dem Tankstellenlogo usw.

Beschreiben Sie Ihren Bewerbungsprozess:

Beschreiben Sie Ihre Employee Experience:

6. Inspiration: Erfolgreiche Strategien auf einen Blick

- **Social Media nutzen:** Zeigen Sie den Arbeitsalltag und Ihr Team.
 - **Empfehlungsprogramme:** Belohnen Sie Mitarbeiter, die Freunde empfehlen.
 - **Teambuilding fördern:** Organisieren Sie kleine Aktivitäten, z. B. ein gemeinsames Frühstück.
-

7. Checkliste für Ihre Tankstelle

1. Haben Sie Ihre Werte klar definiert?
 2. Nutzen Sie die richtigen Kanäle, um Ihre Zielgruppe zu erreichen?
 3. Ist Ihr Bewerbungsprozess schnell und wertschätzend?
 4. Schaffen Sie eine positive Einarbeitung für neue Mitarbeiter?
-

Abschluss: Ihr Fahrplan zum Erfolg

Mit diesem Leitfaden haben Sie alle Werkzeuge, um die besten Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig zu binden. Machen Sie den ersten Schritt – und setzen Sie eine Maßnahme noch heute um!

Gerne unterstützen wir Sie dabei!

Svenja Beyer & Ivan Zubčić

Denkmal Zukunft GmbH & Co. KG
Bodenschwinghstraße 4
34119 Kassel

Mail: info@denkmalzukunft.com
Telefon: 0561 31701788
Web: www.denkmalzukunft.com

