

Wie Pressegrossisten ihre Nachwuchskräfte rekrutieren

Zwei FUTURUM-Preisträger der Kategorie „Beste Ausbildung im Pressevertrieb“ erklären, wie sie bei der Suche von Nachwuchskräften für das Unternehmen vorgehen.



**Martin Breuer, Geschäftsführer
Buch- und Presse-Großvertrieb
Hamburg GmbH & Co. KG**

Herr Breuer, Herr Dr. Rafflenbeul-Schaub, welche Kanäle favorisiert Ihr Haus bei der Rekrutierung von Nachwuchskräften?

Martin Breuer: In Hamburg bieten sich für uns qualifizierte Berufsmessen für Ausbildung und Studium, z. B. die „Einstieg“, die „Vocatium“ sowie die „IHK-Lehrstellenbörse“, an, auf denen wir uns mit einem firmeneigenen sehr professionellen Messestand präsentieren. Weiterhin sind wir noch in diversen klassischen Onlineportalen (Arbeitsagentur, Arbeitgeberverband, Handelskammer, Ausbildungsleiterkreis) mit unserem Angebot gelistet. Bisher konnten wir über diese Wege in Folge äußerst qualifizierte Auszubildende und Studenten für unser Unternehmen begeistern und gewinnen.

Dr. Christian Rafflenbeul-Schaub: Im Bereich Vertrieb und Verwaltung decken wir unseren Personalbedarf fast ausschließlich über den Weg der Ausbildung, d.h. wir praktizieren das Prinzip des internen Arbeitsmarktes. Freie Stellen werden durch Auszubildende oder durch andere bereits im Unternehmen beschäftigte Mitarbeiter besetzt. Selbst Führungspositio-

„Überzeugend bleibt eine aussagekräftige, individuelle Bewerbung.“

Martin Breuer

nen (Teamleitungen, Bereichsleitungen) werden im Regelfall intern besetzt. Die Personalsuche auf dem externen Arbeitsmarkt beschränkt sich daher auf den Bereich Auszubildende und Spezialisten, wie z.B. für die IT sowie Logistikarbeitsplätze mit geringen Qualifikationsanforderungen.

Für den Bereich Ausbildung melden wir freie Stellen an die Agentur für Arbeit. Diese werden u.a. in der Jobbörse der Agentur für Arbeit online gestellt und mit weiteren externen Stellenbörsen verlinkt, wie z.B. meinestadt.de. Für uns ist es wichtig, dass ein Link zu unserer Homepage gesetzt wird. Hier können potenzielle Bewerber einen guten Eindruck von unserem Unternehmen bekommen. Selbstverständlich sind offene Stellen auch auf unserer Internetseite



**Dr. Christian Rafflenbeul-Schaub,
geschäftsführender Gesellschafter,
W. Schmitz GmbH & Co. KG,
Duisburg**

ausgeschrieben. Weitere Kanäle, wie etwa Stellenanzeigen oder Ausbildungsmessen, nutzen wir aktuell nicht.

Finden Sie soziale Netzwerke (Xing, LinkedIn, Google+ etc.) bei der Suche hilfreich?

Breuer: Soziale Netzwerke sind sicherlich sehr hilfreiche und wertvolle Instrumente, die von beiden Seiten, jungen Menschen sowie auch Arbeitgebern, immer häufiger in Sachen Studien- oder Ausbildungsplatzsuche genutzt

„Von Bewerbern für Ausbildungsplätzen erwarten wir kein Profil im Netz.“

Dr. Christian Rafflenbeul-Schaub

werden. Das wird auch auf uns zukommen. bp nutzt diesen Weg jedoch aktuell noch nicht, da bei uns bis heute immer eine hohe Anzahl an qualifizierten Bewerbungen eingeht, aus der wir die Ausbildungs- und Studienplätze besetzen.

Rafflenbeul-Schaub: Bisher nutzen wir soziale Netzwerke nicht. Ich kann mir aber vorstellen, dass dies zukünftig ein Thema sein wird.

Ist es wichtig, dass der Kandidat ein Profil im Netz hat?

Breuer: Profile im Netz sind für bp eher eine moderne Randerscheinung. Einmal erstellt stehen Sie dort. Die Bewerber müssen zwar ebenso durch ein Qualifikationsprofil in ihrem Lebenslauf überzeugen, vielmehr überzeugt uns jedoch eine aussagekräftige, individuelle und vor allen Dingen persönliche Bewerbungsunterlage (Online oder Print). Den geeigneten Bewerber filtert man letztendlich nur durch das persönliche Gespräch heraus.

Rafflenbeul-Schaub: Nein, von Bewerbern für Ausbildungsplätzen erwarten wir dies nicht.

(Die Fragen stellte Mihaela Dascalu)