

Social Media Recruiting für Steuerkanzleien.

von Susanne Pannenbäcker

Der inzwischen andauernde und massive Fachkräftemangel in der Steuerberatung ist nach wie vor das Topthema der Branche. Fieberhaft wird in vielen Kanzleien darüber nachgedacht, wo und wie geeignete Mitarbeiter*innen gefunden werden können. Welche Kanäle, welche Strategien funktionieren, um im starken Wettbewerb um die besten Mitarbeiter*innen als Kanzlei überhaupt bestehen zu können?

Susanne Pannenbäcker, Gründerin und CEO DIE KANZLEIAGENTUR ist spezialisiert auf die besonderen Anforderungen der Personalberatung in mittelständischen Kanzleien. Nach dem Studium der Betriebswirtschaft sowie des Personalmanagement widmet sie seit 12 Jahren ihre Expertise der Beratung von Kanzleien in allen Fragen rund um das Thema Personal.



Kleine Zeitreise gefällig? Wir befinden uns im Jahr 1990.

Steuerberater Muster & Partner beklagen eine erhöhte Fluktuation in der Kanzlei. Neues Personal muss her. In den hiesigen Print-Medien wird eine kleine Anzeige mit folgendem Inhalt geschaltet:

Steuergehilfin in Vollzeit gesucht.
40 Std./Woche.

Ihre aussagenkräftigen Bewerbungsunterlagen erwarten wir innerhalb von zwei Wochen.

Anzahl der eingegangenen Bewerbungen innerhalb der Deadline: Neun.

April 2022. Gleiches Szenario in der Kanzlei Muster & Partner.

Kanzlei schaltet Anzeigen in den hiesigen Print-Medien und Online Stellenbörsen. Nach vier Wochen liegt der Anzahl der Bewerbungen bei Sie ahnen es. Null.

Social Media Recruiting bedeutet Beziehungsmanagement. Wir können uns heute nicht mehr auf die aktiv Jobsuchenden beschränken, wir müssen auch die ansprechen, die nicht aktiv auf Jobsuche sind, möglicherweise aber einen Wechsel in Erwägung ziehen. Just während ich an diesem Artikel schreibe flattert mir mal wieder ein Flyer ins Haus, der in knackigen Texten sowie vielen bunten Bildern verspricht, wie einfach Kanzlei-Recruiting sein kann: Social Media Profil anlegen, Karriereseite implementieren und Zack ... flattern Ihnen die Bewerbungen in die Kanzlei. Ah ja!

Ganz so einfach ist es leider nicht. Auch wenn es Ihnen so versprochen wird. Eine Karriereseite ist prima, nutzt Ihnen aber gar nichts, wenn Sie nicht gefunden wird. Ein Social Media Profil ist super, hilft Ihnen aber nicht, wenn es keinen glaubwürdigen Content enthält. Worauf kommt es denn nun an, fragen Sie sich? Auf die Nähe zu passenden Talenten für Ihre Kanzlei. Das ist der entscheidende Faktor!

Ich kann Ihnen versichern, dass sowohl heute als auch in den kommenden Jahren die persönlichen Kontakte immer wichtiger werden. Aktives Beziehungsmanagement ist gefragt, um sich langfristig einen Talentpool aufzubauen, aus dem Sie schöpfen können. Es geht längst nicht mehr um das Thema „Personalauswahl“. Es geht darum, passende Bewerber*innen gut anzusprechen und glaubwürdig für sich und die Kanzlei begeistern zu können.

Kanzlei-Recruiting muss aktiver werden!

Das wichtigste vorab: Sie rufen nicht allein in den Wald des Arbeitsmarktes. Ein Blick in alle möglichen Jobbörsen genügt und Sie wissen, dass neben Ihnen zigtausende Jobangebote im Bereich der Steuerberatung vakant sind. Worauf kommt es also an? Auf die Unterschiede!

Und damit befinden wir uns am ersten und aus meiner Sicht wichtigsten Schritt für das Social Recruiting. Das Sammeln von relevanten Informationen für die offene Stelle.

Alles, wirklich alles, was Sie im Vorfeld für die offene Stelle klären können, macht

Sie beim Recruiting schneller, sicherer und erfolgreicher als Ihre Mitbewerber*innen. Das wichtigste dabei: suchen Sie nach Unterschieden! Heben Sie sich mit Ihrer Ausschreibung deutlich von den Angeboten Ihrer Mitbewerber ab, werden Sie die Erfolgchancen für eine passende Besetzung deutlich erhöhen.

Dabei gilt es um folgende Kernbotschaften:

Sind alle Informationen gesammelt und die Stellenanzeige ausgearbeitet, gibt es nun viele verschiedene Wege, nicht nur Ihre Ausschreibung in Social Media zu publizieren, sondern auch, Sie und Ihre Kanzlei für Fachkräfte ansprechend und glaubhaft darzustellen.

!Praxistipp!

Heute lesen ca. 80 % der Kandidat*innen Jobinserate auf dem Smartphone. Aufgrund des begrenzten Raums auf dem Display eines Smartphones entscheiden bereits die ersten Zeilen, ob weitergelesen wird, oder nicht. Schauen Sie sich Ihre Anzeige bitte auch auf dem Smartphone an und achten Sie darauf, dass alle relevanten Informationen auf einen Blick lesbar dargestellt werden.



Echte Herausforderung: Fachkräftemangel in der Kanzlei.

Business-Netzwerke: XING

Es ist gemeinhin bekannt, dass über Xing kostenpflichtige Anzeigen geschaltet werden können. Viele unserer Kunden sind aber immer wieder überrascht, wenn ich Ihnen erzähle, dass auch kostenloser Content und Inserate mit durchaus guter Reichweite veröffentlicht werden können.

1. Posten im eigenen Profil

Ihr Xing-Profil bietet unter „Portfolio“ einen Bereich, in dem Sie Ihr Stellenangebot oder auch direkt den Link zur Ihrer Web- oder Karriereseite unterbringen können oder das Stellenangebot als PDF hinterlegen. Weiter können Sie dort Videos mit einer Kurzvorstellung über Sie als Arbeitgeber*in hochladen. Richtig eingestellt, erscheint Ihr Portfolio unter den beruflichen Angaben und ist somit für Kandidat*innen schnell und einfach sichtbar.

2. Posten auf der eigenen Startseite

Direkter und mit höherer Reichweite können Sie den Link zum Stellenangebot auf Ihrer eigenen Startseite im Profil öffentlich – und somit für alle sichtbar – teilen.

3. Zielgerichtetes Posting Ihrer Anzeige in relevanten Gruppen

Eine weitere, nicht unerhebliche Möglichkeit, Ihre Anzeige in die Welt zu tragen, ist das Posten in relevanten Gruppen. Xing bietet

hier sehr gute Möglichkeiten, nach Gruppen zu suchen, die für Steuerfachkräfte relevant sind. Ein Artikel mit interessantem Content und einem Verweis auf Ihr eigenes Jobangebot kommt hier sehr gut an.

Business Netzwerke: LinkedIn

LinkedIn bietet Ihnen ähnliche Möglichkeiten wie Xing, allerdings auch die ein oder andere Besonderheit beim Posten von kostenfreien Stellenangeboten.

1. Posten als Beitrag

Sofern Sie sich bereits einen kleinen Talentpool aufgebaut haben und bereits Kontakte 1. Grades in Ihrer Zielgruppe gesammelt haben, bietet sich das gelegentliche Posten von Stellenangeboten als Beitrag in Ihrem Profil an. Hier ist allerdings insofern Vorsicht geboten, als das Posten von Stellenangeboten nicht überhandnehmen sollte, sofern Sie nicht über genügend Kontakte verfügen. Die Gefahr ist dann zu groß, dass Ihr Stellenangebot die falschen Leute erreicht.

2. Posten in relevanten Gruppen

Ganz ähnlich wie auch in Xing bietet sich das Posten in für Sie als Arbeitgeber*in relevanten Gruppen an. Auch über LinkedIn haben Sie die Möglichkeit, nach interessanten Gruppen zu suchen und einen themenrelevanten Beitrag in Verbindung mit Ihrem Stellenangebot zu posten.

3. Posten als Artikel

Das Posten eines Artikels ist eine geradezu fantastische Möglichkeit, Ihre Stellenanzeige in Form eines Artikels zu posten. Struktur und Erstellung ist ganz einfach. Sie haben die Möglichkeit sowohl Grafik als auch Text zu hinterlegen. Der entscheidende Vorteil beim Posten Ihrer Anzeige als Artikel liegt darin, dass Sie über eine Statistik genau nachvollziehen können, wie Ihr Beitrag angekommen ist. Weiter haben Leser des Artikels die Möglichkeit zu „ liken“. Sie als Autor können sich sodann die Profile der Liker ansehen, kontaktieren und die Möglichkeit zum Dialog anbieten. Außerdem werden die Artikel aufgrund einer eigenen URL auch durch Google auffindbar, was beim Posten als Beitrag nicht der Fall ist. Zu guter Letzt können Artikel zum Beispiel auch von den eigenen Mitarbeitern geteilt werden, die dann als Multiplikator für Ihre Reichweite arbeiten.

Soziale Netzwerke: Facebook

Auch Facebook bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre offenen Vakanzen der gewünschten Zielgruppe näherzubringen. Empfehlenswert ist in jedem Fall die Erstellung einer eigenen Unternehmensseite für Ihre Kanzlei, auf der Sie Informationen über Ihre Kanzlei sowie jobrelevante Inhalte posten, teilen und verbreiten können. Wichtig ist auch hier, Ihre Anzeigen zielgruppenrelevant zu veröffentlichen. Es gibt in Facebook eine Vielzahl von Gruppen, in denen sich Steuerfachkräfte austauschen.



Soziale Netzwerke als wertvolle Recruiting-Schnittstelle.

!Praxistipp!

Facebook: Steuerfachleute Karriereseite. Austausch- und Informationsplattform rund um das Thema PERSONAL und KARRIERE in der Steuerberatung inkl. Jobbörse.

Soziale Netzwerke: Twitter

Ja, auch auf Twitter lässt sich Ihr Stellenangebot wunderbar verbreiten, auch wenn der Text Ihrer Anzeige mehr als 280 Zeichen umfasst. Der sogenannte „Tweet“ wird mit einem ansprechenden Bild versehen, des Weiteren bietet Twitter Ihnen die Möglichkeit, einen Link zum Stellenangebot mit Ihrem Tweet zu verknüpfen. Über passende Hashtags wird die Aufmerksamkeit und Reichweite Ihrer Anzeige erhöht. Sie können über Twitter außerdem wunderbar nachhalten, wie oft der Link zur Anzeige geöffnet und wie häufig ihre Anzeige in den Netzwerken anderer Nutzer weitergeleitet wurde.

Soziale Netzwerke: Instagram

Instagram ist aus meiner Sicht inzwischen unverzichtbar, insbesondere dann, wenn es um die Ansprache der Generation Y und Z geht. Voraussetzung ist allerdings, dass Ihr Unternehmen eine entsprechende Menge an Abonnenten hat. Die Herausforderung, Ihre Anzeige bei Instagram zu publizieren, besteht darin, möglichst viele Informationen in einem Bild unterzubringen, damit Ihre Anzeige genügend Aufmerksamkeit erzielt. Wie bei Twitter arbeitet auch Instagram mit Hashtags, um eine möglichst große Reich-

weite zu erzielen. Auch Instagram bietet den Vorteil, dass Instagram Abonnenten deutlich stärker mit den Posts interagieren und Beiträge weiterleiten oder direkte Fragen stellen.

!Praxistipp!

Da es bei Instagram nicht ohne eine erhebliche Anzahl an Abonnenten möglich ist, Links zu posten, bietet es sich an, einen interessanten Link in Ihrer Instagram-Biografie zu hinterlegen und in Ihrem Post auf diesen Link aufmerksam zu machen.

Sofern Sie sich für aktives Social Media Recruiting entscheiden, gilt: bei allem was Sie tun, geht es um zielgruppenrelevante Aufmerksamkeit und Reichweite. Voraussetzung für aktives Social Media Recruiting ist ein ansprechendes Profil verbunden mit einer authentischen Unternehmens(kanzlei)-seite, die mit gutem Content über Sie als Arbeitgeber*in gefüllt, vor allem aber kontinuierlich gepflegt und aktualisiert wird.

Fazit:

Aktives Social Media Recruiting ja oder nein?

Gewiss, es steckt ein nicht unerheblicher Aufwand dahinter. Dagegen steht allerdings die Tatsache, dass auf dem Weg der reinen Jobinsereate kaum noch Fachkräfte zu gewinnen sind. Insofern kann die Antwort auf die soeben gestellte Frage nur lauten: JA, es lohnt sich.

„Tue Gutes und rede darüber!“

Sprechen Sie über das was Ihre Kanzlei und Ihre Jobs besonders macht und scheuen Sie nicht davor zurück, mit potenziellen Kandidat*innen aktiv ins Gespräch zu kommen. Enorm wichtig dabei: halten Sie den Kontakt zu Kandidat*innen, deren Interesse Sie über Social Media wecken konnten. Gerade im Recruiting können diese lockeren Verbindungen enorm hilfreich sein, denn sobald Ihre Botschaften teilbar werden, verbreiten sie sich über diese Verbindungen sehr schnell und erzielen wiederum höhere Reichweite. Binden Sie auch Ihre Mitarbeiter*innen mit ein. Dieses Beziehungsmanagement, diese Nähe zu Fachkräften wird letztlich den Unterschied ausmachen, ob qualifizierte Kandidat*innen, die einen Jobwechsel in Betracht ziehen, sich für Sie als Arbeitgeber entscheiden oder eben nicht. Es liegt letztlich in Ihrer Hand, ob, vor allem aber wie Sie als Arbeitgeber*in wahrgenommen werden.