

We Want You!

Wer sucht, der findet, heißt es. Miba Bearings und LDD über erfolgreiches Social Recruiting jenseits des Atlantik.

••• Von Helga Krémer

LAAKIRCHEN/WIEN. Die Suche nach qualifiziertem Personal gestaltet sich oft mühsam bis schwierig. Wenn dann die Ergebnisse auch noch zu wünschen übrig lassen, so ist das für Unternehmen nicht nur lästig, sondern vor allem teuer. Der Spezialist für Industriegleitlager Miba verließ für das Auffinden neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die US-Miba-Werke in Wisconsin und Nebraska die üblichen Trampelpfade und versuchte etwas Neues.

Neue Wege beschreiten

„Die Rekordbeschäftigung und weitere Entwicklungen an den für uns entscheidenden Arbeitsmärkten stellen uns vor neue Herausforderungen. Daher gehen wir auch neue Wege bei der Personalgewinnung“, erläutert F. Peter Mitterbauer, Vorstandsvorsitzender der Miba AG.

Firmenchef Mitterbauer beschreibt die „Jagd“ nach neuen Mitarbeitern folgendermaßen: „Wir suchen über alle Bereiche hinweg, alleine in Österreich haben wir im Moment mehr als 100 Stellen ausgeschrieben und auch im internationalen Wettbewerb gilt es verschiedene Konzepte zu verfolgen, um den adäquaten Kommunikationskanal zu wählen, der die jeweilige Zielgruppe abholt. Deshalb haben wir uns für die Personalgewinnung für zwei Werke der Miba Bearings in Grafton im Bundesstaat Wisconsin sowie in Columbus im Bundesstaat Nebraska erstmals dazu entschieden, auf eine Kampagne in sozialen Netzwerken zu setzen.“

Fachkundige Unterstützung ...

Zwischen Mai und September 2022 holten sich die HR-Verantwortlichen von Miba Bearings für die immer herausfordernder



© Matthias Wilzany

Richtige Suche

„Wir konnten bei diesem innovativen Recruiting-Projekt einen Erfolg verbuchen“, erklärt F. Peter Mitterbauer, Vorstandsvorsitzender der Miba AG.



werdende Fachkräftegewinnung kundige Verstärkung seitens der Multi-Channel-Dialog-Agentur LDD. In der Etatvergabe konnte sich diese erfolgreich gegen eine amerikanische Agentur durchsetzen.

Ausschlaggebend dafür war, dass die Dialog-Profis geballtes Know-how aus einer Hand liefern: Von der strategischen Kampagnenplanung über die Kreation bis hin zur umfassenden Erfolgsanalyse. Zudem bringen sie mit rund 50 realisierten Recruiting-Kampagnen im In- und Ausland einen wertvollen Erfahrungsschatz mit.

... an den richtigen Plätzen

Robert Lacher, Projektverantwortlicher bei LDD, führt weiter aus: „Passende Kandidatinnen und Kandidaten holt man am besten dort ab, wo sie sich am häufigsten aufhalten – im Fall von Miba Bearings auf Facebook und Instagram. Auf diesen Portalen erreichten wir auch jene Userinnen und User, die nicht oder nur passiv nach einem neuen Job suchen und keine

Stellenangebote lesen. Grundsätzlich kann man sagen, dass neben der exakten Abstimmung auf die Zielgruppe und deren präferierte Medien auch eine Segmentierung nach Region, Alter, Qualifikation, Userverhalten und persönlichen Interessen essenziell für den Erfolg jeder Social-Recruiting-Kampagne ist.“

Mit einem kreativen Anzeigen-Mix in Form von Image Ads, Video Ads und Postings wurden in zwei Werbeschwerpunkten stolze 66 Lead-Anfragen für offene Stellen generiert. „Dank eines integrierten Lead-Abschlussformulars konnten bereits während der Laufzeit verschiedene Positionen final besetzt werden, weshalb wir laufend Anpassungen an den ausgeschriebenen Stellen vornehmen ‚mussten‘“, so Lacher weiter.

Am Ziel angelangt

Auftraggeber Mitterbauer zeigt sich zufrieden mit dem Ergebnis und resümiert: „Nach den positiven Erfahrungen, die die Miba Bearings in der bisherigen Zusammenarbeit mit LDD gesammelt hat, freut es mich sehr, dass wir bei diesem innovativen Recruiting-Projekt einen Erfolg verbuchen und wir für unsere amerikanischen Werke neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen konnten.“

Gutes Gespür

Passende Kandidaten sind auch außerhalb der Job- und Karriereplattformen zu finden, ist sich Robert Lacher, Projektverantwortlicher bei LDD, sicher.



© LDD Communication (2)