

„Wir haben **fähige Leute** einstellen können, die wir über den klassischen Weg niemals erreicht hätten.“

Im Gespräch mit AUTOBUSINESS erläutert Dirk Weber, Geschäftsführer von Auto Weber in Ahlen (NRW), wie er mithilfe des APS-Kooperationspartners „Online Marketing mit PS“ eine ganze Reihe von offenen Stellen innerhalb nur eines Monats besetzen konnte.

Von Jochen Schuster



Dirk Weber,
Geschäftsführer Auto Weber

AUTOBUSINESS: Herr Weber, wie haben Sie in der Vergangenheit neues Personal für Ihr Autohaus gefunden?

Dirk Weber: Da sind sicherlich vor allem die klassischen Wege zu nennen wie Anzeigen in Print-Publikationen, dank Mund-zu-Mund-Propaganda, mithilfe unserer Mitarbeiter etc. Allerdings haben wir schon früh über den Tellerrand geschaut, zum Beispiel mit Agenturen im Ausland, in Istanbul und dem Kosovo, zusammengearbeitet. Personal ist ein knappes Gut, da muss man sich schon anstrengen.

AUTOBUSINESS: Knappes Gut vor allem in Sachen Qualität?

Dirk Weber: Ich glaube, da ging und geht es uns ähnlich wie vielen Betrieben, die ausbilden oder Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter suchen: Die

Qualität der Bewerberinnen und Bewerber hat leider deutlich abgenommen. Wir konnten schlicht nicht mehr die Leute einstellen, die wir haben wollten.

AUTOBUSINESS: Haben Sie es mit Online-Anzeigen und/oder über Social Media versucht?

Dirk Weber: Natürlich haben wir Anzeigen auf den bekannten Plattformen wie Facebook und Co. geschaltet. Aber der durchschlagende Erfolg war das nicht.

AUTOBUSINESS: Warum haben Sie sich entschieden mit dem APS-Kooperationspartner „Online Marketing mit PS“ (OMMPS) zusammenzuarbeiten?

Dirk Weber: Wir arbeiten generell sehr eng mit dem Verband sowie der VAPS zusammen. Aktuell kommt in jedem zweiten Gespräch mit Unternehmern das Thema Personal auf den Tisch, hier auch im Austausch mit

dem Verband. Schließlich wurden wir auf den neuen Weg aufmerksam, den der Verband durch seine Kooperation mit OMMPS geschaffen hat.

AUTOBUSINESS: Und dann haben Sie den Ball gleich aufgenommen?

Dirk Weber: Richtig. Wir hatten schließlich eine ganze Reihe offener Stellen. Also habe ich den Kontakt zu Quirin Silbernagl von OMMPS gesucht. Sein Konzept hat mir auf Anhieb gefallen, wir haben einen Vertrag gemacht – und sind dann ziemlich schnell an die Umsetzung gegangen.

AUTOBUSINESS: Wie sah diese Umsetzung aus?

Dirk Weber: Gemeinsam analysierten wir zunächst, wen wir für welche Stelle brauchen. Dann haben wir Cluster für ähnliche Positionen gebildet, und überlegt, für welche Position wir gesondert suchen müssen. Danach startete die Werbung auf Social Media. Diese hatte allerdings mit unseren bisherigen Online-Anzeigen nichts gemein.

AUTOBUSINESS: Was war anders?

Dirk Weber: Eigentlich alles. Bis dato spielten zum Beispiel unsere Unternehmenswerte, unsere Art der Personalführung, die Art und Weise, wie der Betrieb aufgestellt ist, in den Anzeigen eine untergeordnete Rolle. Dabei sind das doch unsere Stärken – und mit denen haben wir jetzt erstmals offensiv für uns geworben. Da gab es ein, zwei Abstimmungsrunden mit Quirin Silbernagl und dann ging es – wie gesagt – ziemlich flott los.

AUTOBUSINESS: Wie sah der weitere Prozess aus?

Dirk Weber: Wir hatten klar festgelegt, wie das Reporting verlaufen sollte. Einmal in der Woche haben wir beispielsweise telefoniert, die aktuelle Situation besprochen. Die Agentur hat in enger Abstimmung mit uns eine gewisse Vorauswahl unter den Bewerbern getroffen.



AUTOBUSINESS: Haben Sie bestimmte Vorgaben gemacht?

Dirk Weber: Ja. Wir haben beispielsweise einen Schwerpunkt auf Quereinsteiger gelegt. Der Prozess sollte offen für Lebensläufe sein, die wir früher wahrscheinlich sofort aussortiert hätten.

AUTOBUSINESS: Wie waren die Reaktionen?

Dirk Weber: Sehr gut, es kamen viele Bewerbungen. Es fanden zahlreiche Online-Meetings statt, danach persönliche Gespräche vor Ort, Praktika im Betrieb. Letztendlich konnten wir fünf neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen.

AUTOBUSINESS: Für welche Positionen?

Dirk Weber: Vom Vertriebs- und Service-Assistenten über Vertriebler bis hin zum Mechatroniker.

AUTOBUSINESS: Worauf führen Sie diesen Erfolg zurück?

Dirk Weber: Ganz eindeutig auf die andere, unkomplizierte Herangehensweise. Zwei, drei Clicks auf Facebook von der Couch aus – und schon war man dabei. Ich bin mir sicher, dass diese Kandidaten nie ihren Lebenslauf auf Vordermann gebracht und sich dann damit bei uns beworben hätten. Wir haben fähige, sehr

kompetente Leute einstellen können, die wir über den klassischen Weg niemals erreicht hätten. Ich gebe Ihnen ein Beispiel.

AUTOBUSINESS: Gerne.

Dirk Weber: Eine Kundin von uns, die ursprünglich aus der Mode-Branche kommt und im Haus bekannt war, arbeitet dank des Ansatzes von OMMPS jetzt hier. Stichwort: Quereinsteiger. Ich habe sie hinterher gefragt, warum sie uns nicht einfach mal im Haus angesprochen oder sich beworben hat. Dabei kam raus, dass sie durchaus unzufrieden mit ihrem alten Job war. Gleichzeitig war ihre „Not“ jedoch nicht so groß, dass sie den aus ihrer Sicht doch recht aufwändigen, klassischen Bewerbungs-Prozess angestoßen hat. Dank unserer neuen Herangehensweise war diese Scheu komplett weg.

AUTOBUSINESS: Wie würden Sie Ihre Erfahrungen mit OMMPS zusammenfassend beschreiben?

Dirk Weber: Sehr professionell, sehr zuverlässig. Der richtige Partner, um eine große Anzahl an Stellen zu besetzen. <<

Unser Autor ist Mitglied des Redaktionsteams der AUTOBUSINESS und gehört zu der Düsseldorfer Kommunikationsagentur steinkuehler-com.

Online Marketing mit PS (OMMPS) hilft Autohäusern und Kfz-Betrieben dabei, qualifiziertes Fachpersonal innerhalb kürzester Zeit einzustellen. Durch die Kooperation mit der APS GmbH ergeben sich attraktive Konditionen für Verbandsmitglieder des Volkswagen und Audi Partnerverbandes. Wenn Sie sich für die PREMIUM-Kampagne entscheiden und somit OMMPS den kompletten Prozess der Mitarbeitergewinnung für Sie übernimmt, sparen Sie 500 Euro. Wenn Sie sich für die Akademie für Mitarbeitergewinnung entscheiden, holen Sie sich das komplette Wissen von OMMPS in Ihr Unternehmen und werden langfristig unabhängig von Stellenportalen, teuren Headhuntern und anderen Agenturen. Bei der Akademie für Mitarbeitergewinnung sparen Sie ebenfalls 500 Euro, erhalten zusätzlich eine 1:1-Betreuung und lebenslangen Zugriff auf die Akademie.

