



RECRUITING-WHITEPAPER

DAS FACHKRÄFTE- SYSTEM

Die Recruiting-Strategie zum Nachbauen.
Von der Arbeitgeberanalyse bis zur laufenden Optimierung.

5.000+

generierte
Bewerbungen

250+

besetzte
Stellen

Ø 28

Tage bis zur
Besetzung

bis 80%

förderfähig
über die BAFA

RECRUITING-WHITEPAPER

DAS FACHKRÄFTE- SYSTEM

Die Recruiting-Strategie zum Nachbauen.

Von der Arbeitgeberanalyse über Social Recruiting bis zu Funnel, Bewerberprozess und Optimierung.

ÜBERSICHT

Bewerbungen gesamt

5.214

insgesamt generiert



BESETZTE STELLEN

250+

in über 30 dokumentierten Fällen



ZEIT BIS ZUR EINSTELLUNG

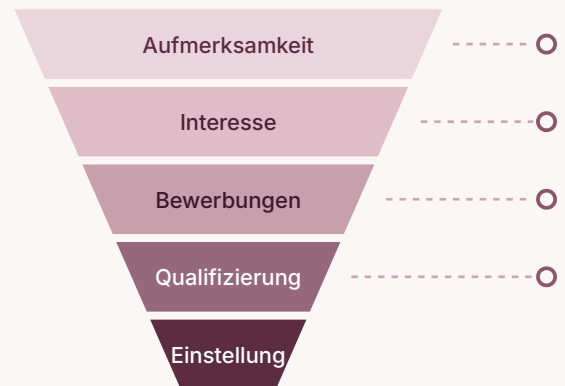
Ø 28 Tage

Ziel: unter 30 Tagen



Was Sie davon haben

- ✓ Sie besetzen offene Stellen in **durchschnittlich 28 Tagen**, auch ohne Personalvermittler.
- ✓ Sie erreichen **Fachkräfte, die gar nicht suchen**, und nicht nur die, die ohnehin Bewerbungen schreiben.
- ✓ Sie bekommen ein **System zum Nachbauen**, mit Vorlagen, Checklisten und Praxisbeispielen.



IHR PARTNER FÜR PLANBARES RECRUITING

RECRUIT
VISION

Spezialisierte Recruiting-Agentur für Fachkräfte aus Braunschweig, tätig im gesamten DACH-Raum.

MEHRFACH AUSGEZEICHNET



Was kostet Sie eine Stelle, die offen bleibt?

Der Schaden entsteht nicht auf dem Konto, sondern im Betrieb.

Eine unbesetzte Stelle fällt in keiner Bilanz auf. Sie zeigt sich in abgelehnten Aufträgen, in Überstunden und in Terminen, die Sie nicht mehr halten können.



Quelle: StepStone, Berechnung der Cost of Vacancy, Pressemitteilung vom 2. Mai 2022



Ihr Team trägt die Lücke

Die Arbeit verschwindet nicht, sie verteilt sich. Auf dieselben Leute, Woche für Woche. Aus „ausnahmsweise“ wird Normalzustand, und irgendwann liegt die nächste Kündigung auf dem Tisch.



Aufträge, die Sie absagen

Wer nicht liefern kann, sagt ab. Der Kunde geht zum Wettbewerb und kommt oft nicht zurück. Der Umsatz fehlt nicht nur einmal, sondern dauerhaft.



Qualität und Termine

Unter Dauerdruck entstehen Fehler, Nacharbeit und Reklamationen. Das kostet zweimal: einmal im Betrieb und einmal beim Ruf, den Sie sich aufgebaut haben.

WARUM DAS PROBLEM SICH SELBST VERSTÄRKT





Deshalb geht es nicht um mehr Bewerbungen, sondern um schnellere und passendere.

Auf den folgenden Seiten steht, wie sich die Besetzungszeit planbar verkürzen lässt.

Warum Social Recruiting heute funktioniert

Die besten Talente sind nicht auf Jobsuche, aber offen für Veränderung. Klassische Jobbörsen erreichen vor allem aktiv Suchende. Social Recruiting eröffnet Ihnen den Zugang zu dem viel größeren Pool an latent wechselbereiten Fachkräften.



34%

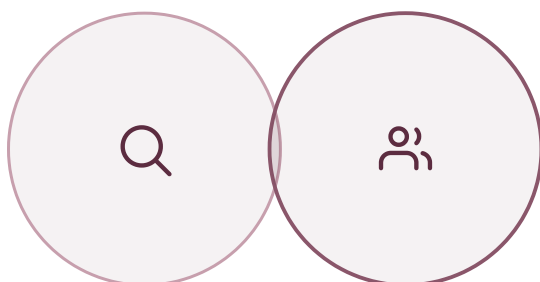
der Beschäftigten sind 2026 grundsätzlich wechselbereit.



26%

davon sind latent wechselbereit und nicht aktiv auf Jobsuche.

Quelle: XING/forsa, Wechselbereitschaft 2026



Aktiv Suchende

suchen gezielt und bewerben sich aktiv

Latent Wechselbereite

offen für neue Chancen, suchen aber nicht aktiv

Erreichbar über
Jobbörsen & Karriereseiten

Erreichbar über
Social Media & zielgerichtete Ansprache



Was das für Arbeitgeber bedeutet

- ✓ Sie erreichen einen größeren Talentpool.
- ✓ Sie werden auch von passenden Fachkräften wahrgenommen, die nicht aktiv suchen.
- ✓ Sie stärken Ihre Arbeitgebermarke und bleiben länger im Kopf.
- ✓ Sie besetzen Stellen schneller und nachhaltiger.

Entscheidend ist nicht die Reichweite allein, sondern ob die richtigen Menschen sich angesprochen fühlen.

Warum sollte jemand genau bei Ihnen anfangen?

Arbeitgeberanalyse statt Bauchgefühl.

Bevor wir eine Anzeige schreiben oder Kampagnen starten, müssen wir verstehen, **warum** sich ein Kandidat von seinem aktuellen Arbeitgeber lösen und **ausgerechnet bei Ihnen anfangen sollte**. Diese Selbstanalyse liefert die Antworten, ehrlich, klar und aus der Sicht Ihrer Zielgruppe.

01



Arbeitsbedingungen

Arbeitszeiten? Schichten? Fahrwege?
Ausstattung? Planung?

02



Team & Führung

Wie ist die Zusammenarbeit? Was schätzen
Mitarbeiter?
Was nervt in der Branche?

03



Vergütung & Vorteile

Was ist wirklich attraktiv? Was ist konkret?
Was hebt Sie ab?

04



Entwicklung & Sicherheit

Welche Perspektiven gibt es?
Wie stabil ist der Arbeitsplatz?

05



Außenauftritt

Website, Social Media, Bewertungen,
Google-Eindruck.



SOFORT-AUFGABE

Googeln Sie sich selbst.

Würden Sie sich bewerben, wenn Sie
Ihr Unternehmen nicht kennen
würden?



Website

Ist sie aktuell, klar und überzeugend?



Google-Bewertungen

Was sagen Kunden und Mitarbeiter?



Social Media

Sind Sie aktiv und authentisch sichtbar?



Karriereseite

Findet man offene Stellen schnell und
mobil?



Ziel: Ein starker Eindruck nach
30 Sekunden.
Sonst sind Sie raus.

Die besten Antworten haben oft Ihre Mitarbeiter.

So gewinnen Sie echte Wechselgründe aus erster Hand.

Ihre aktuellen Mitarbeiter wissen oft am besten, warum Menschen gehen, was sie wirklich schätzen, und was andere Arbeitgeber besser oder schlechter machen. Ihre Perspektiven liefern ehrliche, praxisnahe Einblicke für Recruiting und Arbeitgeberkommunikation.



Warum interne Mitarbeiter eine wertvolle Quelle sind

- ✓ Sie kennen die Vor- und Nachteile anderer Arbeitgeber.
- ✓ Sie erinnern sich an ihre eigenen Entscheidungsgründe.
- ✓ Sie liefern ehrliches, ungefiltertes Feedback.
- ✓ Sie haben ein gutes Gespür für Erwartungen und Pain Points.
- ✓ Ihre Aussagen sind glaubwürdig, nach innen und außen.

Fragen für Mitarbeiter-Interviews

- 1 Warum haben Sie Ihren letzten Arbeitgeber verlassen?
- 2 Was hat Sie überzeugt, hier anzufangen?
- 3 Was schätzen Sie heute besonders an Ihrem Job?
- 4 Was nervt Sie allgemein in der Branche?
- 5 Welche Vorteile würden Sie einem Freund sofort nennen?
- 6 Was hätten Sie vor der Bewerbung gern gewusst?
- 7 Was sollte unbedingt in einer Stellenanzeige stehen?
- 8 Was müssten andere Arbeitgeber bieten, damit Sie wechseln würden?

BEISPIELHAFTE STIMMEN



„Ich bin wegen der Entwicklungsmöglichkeiten gekommen und bleibe wegen des starken Teams.“

Lea
Projektmanagerin



„Was mich früher gestört hat? Schlechte Kommunikation und keine Wertschätzung.“

Tim
Softwareentwickler



„Flexible Arbeitszeiten und echtes Vertrauen, das war für mich entscheidend.“

Jana
Marketing Managerin

Weitere Quellen für Zielgruppen-Insights



Facebook-Gruppen



Foren & Communities



Arbeitgeberbewertungen



Bewerbungsgespräche



Stellenanzeigen der Konkurrenz

Was Ihr Stellenangebot wirklich attraktiv macht

Nicht austauschbar sein, konkret statt allgemein.

Kandidaten begegnen denselben Aussagen in vielen Stellenanzeigen. Entscheidend ist, was Sie konkret anders oder besser machen.

Sagt jeder



gutes Gehalt



tolles Team



sicherer Arbeitsplatz



moderne Arbeitsmittel



Weiterbildung

Das merkt sich der Kandidat



Frühschicht statt wechselndes Schichtmodell



planbarer Feierabend



fester Ansprechpartner statt Chaos



saubere Touren- und Einsatzplanung



echte Entwicklung statt leere Versprechen

PRAXISBEISPIEL LOGISTIK

**Schluss mit Schichtchaos.
Starten Sie bei uns in der Frühschicht
als Fachkraft für Lagerlogistik.**

In vielen Branchen ist ein scheinbar kleiner Unterschied ein starker Wechselgrund, vor allem, wenn er für Verlässlichkeit und Planbarkeit steht.



Wenn Sie keine guten Gründe finden, ist das ebenfalls ein wichtiges Signal.

Es zeigt, dass Sie als Arbeitgeber noch klarer werden sollten. Denn wahre Attraktivität entsteht nicht durch Floskeln, sondern durch konkrete, echte Vorteile.

Eine Stelle. Mehrere Blickwinkel.

Unterschiedliche Menschen wechseln aus unterschiedlichen Gründen.

Wir suchen nicht die eine perfekte Anzeige. Wir testen verschiedene Gründe, warum Menschen wechseln könnten.



Beispielrolle:

Anlagenmechaniker SHK

01



Schmerz

Keine Lust mehr auf spontane Überstunden?

ANLAGENMECHANIKER SHK

**Überstunden?
Nicht bei uns.**

Jetzt bewerben >

02



Wunsch

Endlich ein Job mit planbarem Feierabend.

ANLAGENMECHANIKER SHK

**Feierabend ist
Feierabend.**

Jetzt bewerben >

03



Sicherheit

Unbefristet in einem stabilen Betrieb.

ANLAGENMECHANIKER SHK

**Sicherer Job.
Sichere Zukunft.**

Jetzt bewerben >

04



Team

Kollegen, auf die Sie sich verlassen können.

ANLAGENMECHANIKER SHK

**Starkes Team.
Echter Zusammenhalt.**

Jetzt bewerben >

05



Arbeitsalltag

Saubere Planung statt täglichem Chaos.

ANLAGENMECHANIKER SHK

**Planung statt Chaos.
Jeden Tag.**

Jetzt bewerben >

06



Entwicklung

Vom Monteur bis zum Meister, mit Weiterbildung.

ANLAGENMECHANIKER SHK

**Weiterkommen.
Bis zum Meister.**

Jetzt bewerben >

Durch das Testen verschiedener Blickwinkel finden wir heraus, welche Botschaften bei Ihrer Zielgruppe wirklich wirken. So besetzen Sie Ihre Stelle nachhaltig.

Was ein gutes Recruiting-Creative leisten muss.

In Sekunden entscheiden Menschen, ob eine Anzeige sie anspricht oder weiterscrollt. Gute Creatives sind nicht einfach schön, sie sind klar, ehrlich und relevant.

✗ Vermeiden



Vorlagenmotiv mit Stockfoto, wie es in fast jeder Branche zu sehen ist.

- ✗ Austauschbares Bild
- ✗ Zu viel Text
- ✗ Keine klare Botschaft
- ✗ Wirkt nicht authentisch

✓ Besser so



Metallbau Huber, Metallbauer und Schlosser, Nauen OT Bergerdamm.

- ✓ Echte Mitarbeiter statt Stockfoto
- ✓ Eine klare Botschaft
- ✓ Job sofort erkennbar
- ✓ Mobil gut lesbar
- ✓ Regionaler Bezug



**Echte Fotos zahlen sich langfristig aus,
für Anzeigen, Karriereseite und Social Media.**

Warum unsere Anzeigentexte emotional geschrieben sind.

Ein Wechsel beginnt nicht mit einem Angebot, sondern mit einem Gedanken.

Niemand wechselt den Arbeitgeber, weil eine Anzeige sachlich korrekt war. Der Text hat genau eine Aufgabe: Der Leser soll seine aktuelle Situation hinterfragen.



So ist jeder Text aufgebaut

01

Situation spiegeln

Der erste Satz muss den Alltag des Lesers treffen, nicht unsere Stelle beschreiben. Wer sich nicht wiedererkennt, liest keine zweite Zeile.

„Montag, 6:30 Uhr. Schlechte Laune im Transporter.“

02

Spannung erzeugen

Erst wenn der Unterschied zwischen heute und möglich spürbar wird, hinterfragt jemand seine aktuelle Stelle. Das ist der eigentliche Wechselmoment.

„Bei vielen Elektrobetrieben ist die Stimmung im Keller.“

03

Auflösung anbieten

Jetzt erst kommt die Stelle, als Antwort auf das Problem statt als Aushang. Danach folgen konkrete, prüfbare Vorteile.

„Bei Draeger Leitungsbau läuft das komplett anders.“

Vier Regeln, die immer gelten



Du statt wir. Der Text spricht den Leser an, nicht über uns.



Konkret statt Adjektiv. „Werkzeug, das den Namen verdient“ wirkt, „moderne Ausstattung“ nicht.



Ein Gedanke pro Absatz. Gelesen wird auf dem Handy, zwischen zwei Terminen.



Einstieg ohne Aufwand. „In wenigen Schritten, ohne Lebenslauf“ senkt die Hemmschwelle spürbar.



Der häufigste Fehler

Der Text beschreibt das Unternehmen statt den Alltag des Lesers. „Wir sind ein innovatives, dynamisches Unternehmen“ löst keinen Gedanken aus.

DREI BAUSTEINE, EINE BOTSCHAFT



Creative

Bild und Headline setzen den Wechselgrund.



Anzeigentext

Führt den Gedanken aus und macht ihn prüfbar.



Funnel

Löst dasselbe Versprechen ein und qualifiziert vor.

Bricht einer der drei Bausteine mit den anderen, springt der Bewerber ab. Deshalb entstehen Creative, Text und Funnel bei uns immer zusammen, nie nacheinander.

Ein Anzeigentext, Baustein für Baustein.

Beispiel aus einer laufenden Kampagne im Elektrohandwerk.

Derselbe Text, markiert wie er entstanden ist. Die Reihenfolge folgt dem Gedankengang des Lesers.

D

Draeger Leitungsbau

Gesponsert

1 Montag, 6:30 Uhr. Schlechte Laune im Transporter.

Wieder eine Woche mit einem Team, das nicht harmoniert. Als Elektromonteur, Elektroinstallateur oder Elektriker, der eigentlich mehr will.

2 Kommt dir bekannt vor? Bei vielen Elektrobetrieben in Niedersachsen ist die Stimmung im Keller: schlechte Organisation, veraltetes Equipment und das Gefühl, Hauptsache es wird irgendwie erledigt.

3 Bei Draeger Leitungsbau in 31234 Edemissen läuft das komplett anders. Wir suchen Elektromonteur und Elektroinstallateure (m/w/d), die keine Lust mehr auf Mittelmaß haben.

4 Das bieten wir dir

- ✓ Ein Team, das zusammenhält, keine Ellenbogen-Mentalität
- ✓ Modernes Firmenfahrzeug und aktuelle Technik
- ✓ Werkzeug und Equipment, das den Namen verdient
- ✓ Gestaltungsspielraum, deine Ideen zählen wirklich
- ✓ Altersvorsorge, Urlaubs- und Weihnachtsgeld, Schulungen
- ✓ Chef auf Augenhöhe, kein Theoretiker

5 Das bringst du mit

- ✓ Abgeschlossene Ausbildung im elektrotechnischen Bereich
- ✓ Führerschein Klasse B
- ✓ Lust auf Teamwork im Elektrohandwerk

6 Weil du jeden Tag spürst, ob dein Arbeitgeber nur redet oder liefert. Unsere Mitarbeiter bleiben, weil hier zählt, was woanders nur versprochen wird.

7 Montag, 6:30 Uhr. Gute Laune im Transporter. Jetzt informieren und bewerben.



Was jeder Baustein leistet

1 Szene statt Einleitung

Ein Bild aus dem Alltag, kein Firmenporträt. Der Leser sitzt in Gedanken selbst im Transporter.

2 Bestätigungsfrage

„Kommt dir bekannt vor?“ holt eine innere Zustimmung ab. Wer hier nickt, liest weiter.

3 Gegenentwurf mit Ort

Der Betrieb als Antwort auf genau dieses Problem, mit Rolle und Postleitzahl im selben Absatz.

4 Beweise

Konkrete Vorteile statt Floskeln. Jeder Punkt ist im Gespräch überprüfbar.

5 Vorqualifizierung

Drei Anforderungen, mehr nicht. Das filtert vor, ohne Quereinsteiger abzuschrecken.

6 Begründung

Warum Mitarbeiter bleiben. Das nimmt dem Versprechen die Werbesprache.

7 Auflösung und Einstieg

Dieselbe Szene, anderes Ergebnis. Der Kreis schließt sich, erst dann kommt der Aufruf.



Der Text nennt keine Gehaltsspanne, sondern **Team, Werkzeug und einen Chef auf Augenhöhe**. Genau die Punkte aus den Mitarbeiter-Interviews.

Warum wir mit einem Funnel arbeiten

Lieber weniger, aber passendere Bewerbungen.



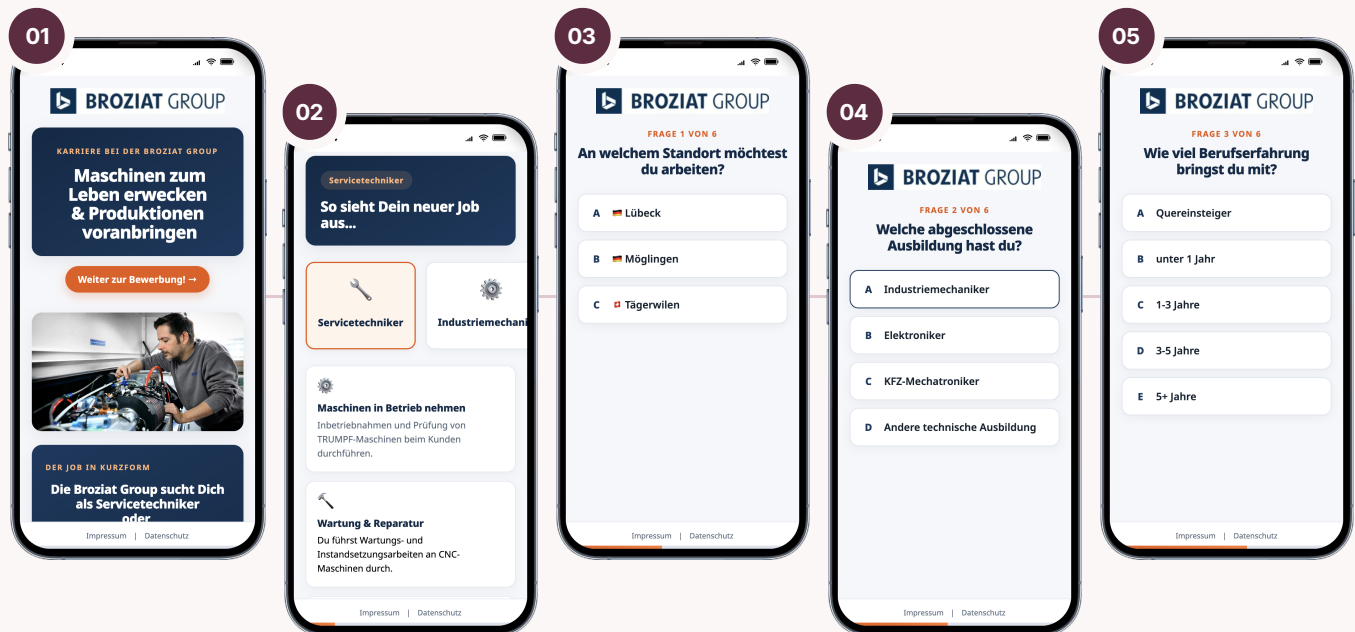
Ein Funnel hilft, Erwartungen zu setzen, den Arbeitgeber richtig zu positionieren und frühzeitig herauszufinden, wer wirklich passt, ohne den Prozess unnötig kompliziert zu machen.



Der Funnel, Schritt für Schritt.

Teil 1 von 2: Einstieg und die ersten Qualifikationsfragen.

Kein Formular unter der Anzeige, sondern eine eigene Strecke. Jeder Bildschirm hat genau eine Aufgabe, und jede Frage steht an einer bestimmten Stelle aus einem Grund.



Einstieg und CI

Logo, Farben und Headline sind identisch zur Anzeige. Kein Bruch, kein Zweifel, ob man richtig ist.

Rolle und Aufgaben

Der Alltag wird konkret, bevor irgendetwas gefragt wird. Wer sich hier nicht wiederfindet, geht freiwillig.

Standort

Die harte Ausschlussfrage kommt zuerst. Sie ist in zwei Sekunden beantwortet und spart alles Weitere.

Ausbildung

Feste Antwortoptionen statt Freitext. Das macht die Auswertung vergleichbar über alle Bewerber.

Berufserfahrung

Abgestuft von Quereinsteiger bis fünf Jahre plus. So bleibt die Tür offen, ohne unklar zu werden.

Warum die harten Fragen zuerst kommen

Wer am Standort scheitert, soll das nach zehn Sekunden merken und nicht nach drei Minuten. Das hält die Abbruchquote genau dort, wo sie hingehört: bei den Kandidaten, die ohnehin nicht gepasst hätten.

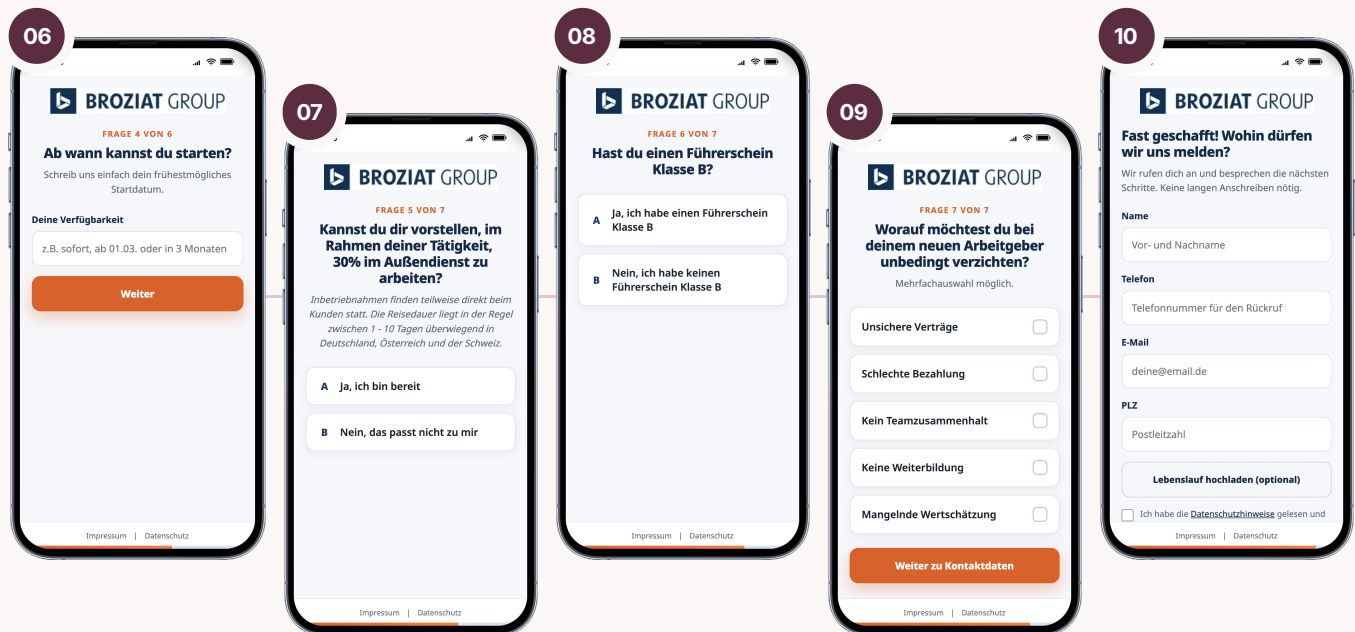
Warum nur eine Frage pro Bildschirm

Ein Formular mit acht Feldern wirkt auf dem Handy wie Arbeit. Acht einzelne Bildschirme mit je einer Frage wirken wie ein Fortschritt. Der Balken oben zeigt jederzeit, wie weit es noch ist.

Der Funnel, Schritt für Schritt.

Teil 2 von 2: Die weichen Fragen und der Abschluss.

Nach den Ausschlusskriterien folgen die Fragen, die das Gespräch vorbereiten. Erst danach fragen wir nach Namen und Nummer.



Verfügbarkeit

Als Freitext, weil „sofort“ und „in drei Monaten“ für die Planung des Betriebs einen großen Unterschied machen.

Reisebereitschaft

Mit Erklärung darunter. Wer die Bedingung kennt und trotzdem Ja sagt, sagt es belastbar.

Führerschein

Eine Ja-Nein-Frage, die im Gespräch ohnehin käme. Hier kostet sie zwei Sekunden.

Wechselgründe

Die einzige weiche Frage. Sie qualifiziert nicht, sondern liefert das Material für die nächste Anzeigerunde.

Kontaktdaten

Ganz am Ende, nach neun beantworteten Schritten. Lebenslauf optional, weil er mobil die größte Abbruchstelle ist.

Warum der Lebenslauf optional bleibt

Auf dem Handy ist die Datei selten griffbereit. Wer sie verlangt, verliert genau die Fachkräfte, die abends auf dem Sofa spontan reagieren. Die Unterlagen kommen später, im persönlichen Kontakt.

Und danach: die Bestätigungsseite

Dort steht, wer sich meldet und wie schnell. Das ist der Moment, in dem die Erwartung für die nächsten 24 Stunden gesetzt wird. Sie entscheidet mit, ob jemand beim ersten Anruf noch weiß, worum es geht.

Warum die Fragen so präzise sein müssen.

Der Funnel filtert nicht nur Bewerber, er trainiert die Kampagne.

Die zehn Schritte entscheiden nicht nur, wer bei Ihnen ankommt. Sie entscheiden auch, wem die Anzeige morgen überhaupt noch ausgespielt wird.



Ohne echte Filterfragen

Ein Klick, jeder kommt durch



viele Leads, kaum geprüft



Plattform lernt: mehr von diesen Menschen



Qualität sinkt weiter

Die Kampagne optimiert auf Menge. Sie bekommen mehr Bewerbungen und weniger passende Kandidaten, obwohl das Budget unverändert bleibt.



Mit präzisen Filterfragen

zehn Schritte, nur passende kommen durch



weniger, aber geprüfte Leads



Plattform lernt: mehr von diesen Menschen



Qualität steigt weiter

Als Abschluss zählt nur die qualifizierte Bewerbung. Die Ausspielung verschiebt sich in Richtung der Menschen, die tatsächlich zur Stelle passen.

WORAN WIR JEDE EINZELNE FRAGE MESSEN

- ✓ **Sie hat eine Konsequenz.** Führerschein, Abschluss, Standort. Alles, was im Gespräch ohnehin gefragt würde.
- ✓ **Sie ist ehrlich beantwortbar.** Keine Frage, bei der Raten die naheliegendste Antwort ist.
- ✓ **Sie schließt nicht unnötig aus.** Freitext dort, wo eine Auswahl Quereinsteiger aussortieren würde.
- ✓ **Sie kostet unter zehn Sekunden.** Antippen statt tippen, eine Frage pro Bildschirm.

Jede Entscheidung fällt auf Basis echter Zahlen.

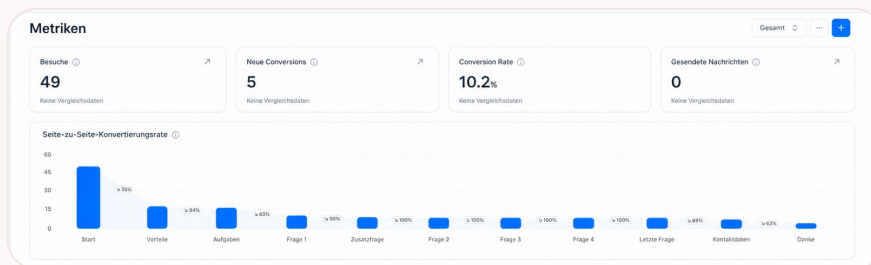
Analytics aus dem Funnel und dem Werbekonto, täglich einsehbar.

Wir sehen in Echtzeit, wen die Anzeige erreicht, wer klickt, wer den Funnel startet und an welcher Frage jemand aussteigt. Damit wissen wir nicht nur, dass etwas nicht läuft, sondern genau wo.

Kampagnen														Anzeigengruppen für 1 Kampagne														Werbeanzeigen für 1 Kampagne														24.08.2026 bis 28.08.2026																																																																													
+ Erstellen														Duplizieren														Skriptieren														A/B-Test														Mehr														Spalten: Benutzerdefiniert										Tafel: Auflösung										Erstellung										Löschen										Teilen									
Au...		Werbean...		Ergebnisse T...		Reichweite T...		Frequenz T...		Kosten pro Ergebnis		Ausgaben-Betrag		Impressio...		CPM (Kosten p...		Link-Klicke...		CPC (Kosten p...		CTR (Link-Klicke...		Klicks (alle)		CTR (alle)		CP																																																																																											
☐	Bild 2		Website-Leads	225	1,44	Pro Lead	6,47 €	324	19,97 €	6	1,08 €	8,24 %																																																																																																											
☐	Bild 1		Website-Leads	69	1,52	Pro Lead	1,51 €	106	14,62 €	—	—	—																																																																																																											
☐	Bild 5		Website-Leads	197	1,39	Pro Lead	4,09 €	276	14,96 €	7	0,59 €	2,54 %	7	2,54 %																																																																																																									
☐	Bild 3		Website-Leads	301	1,34	Pro Lead	5,06 €	402	12,59 €	4	1,26 €	1,00 %	6	1,49 %																																																																																																									
☐	Bild 4		Website-Leads	658	1,62	Pro Lead	2,26 €	1.071	12,89 €	8	1,73 €	0,79 %	19	1,77 %																																																																																																									
☐	Ergebnisse aus 5		Website-Leads	5	1,061	Pro Lead	6,19 €	2.033	14,25 €	25	1,24 €	1,10 %	40	1,84 %																																																																																																									
			Website-Leads			Meta-Konten	pro Meta-Konto	Pro Lead	Gesamtwerte	Gesamt	Pro 1.000 Impressio...		Gesamt	Pro Handlung	Pro Impression	Gesamt	Pro Impression																																																																																																						

01 WERBEKONTO

Fünf Motive im direkten Vergleich: Kosten pro Bewerbung, Reichweite, Klickrate und Frequenz je Bild. **Motive, die zu teuer werden, tauschen wir aus**, statt das Budget weiterlaufen zu lassen.



02 FUNNEL - ANALYTICS

Die Konvertierung von Bildschirm zu Bildschirm. Jeder Absprung ist sichtbar. **Bricht eine bestimmte Frage die Strecke ab**, wird genau diese Frage umformuliert oder entfernt.



Klassische Stellenanzeige

- Einmal veröffentlicht, danach unverändert.
- Sie sehen Aufrufe, aber nicht, warum niemand klickt.
- Kein Eingriff möglich, Sie warten das Ende der Laufzeit ab.
- Das Ergebnis steht erst fest, wenn das Geld ausgegeben ist.



Datenbasierte Kampagne

- Zahlen ab dem ersten Tag, nicht erst am Ende.
- Der Absprungpunkt ist eindeutig lokalisierbar.
- Motive, Text und Fragen werden im Lauf nachgeschärft.
- Kosten pro Bewerbung machen den Prozess kalkulierbar.

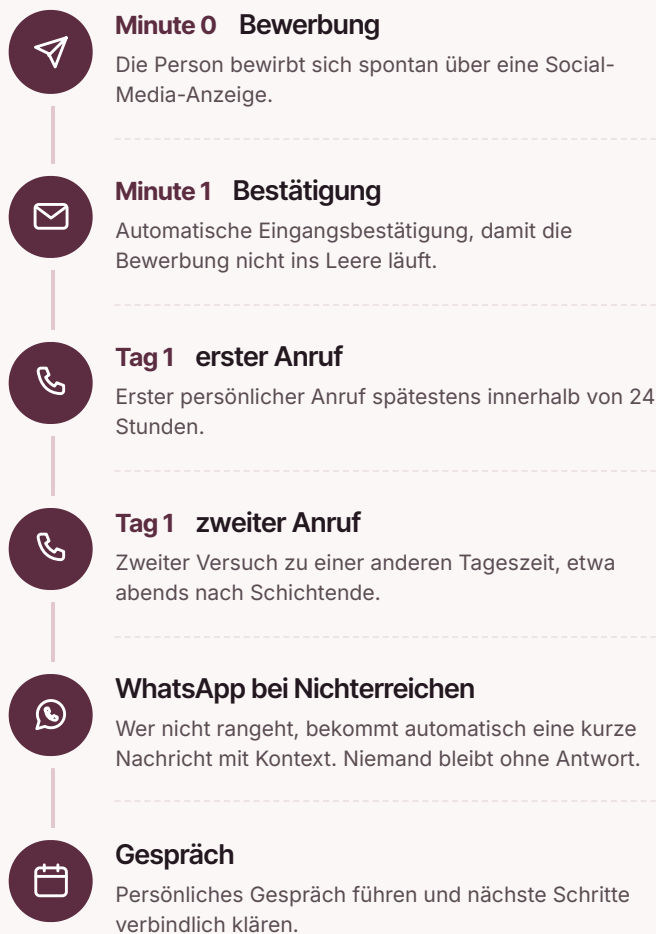


Weil die Kosten pro Bewerbung bekannt sind, lässt sich vorher abschätzen, was eine Besetzung kostet und wie lange sie dauert. Recruiting wird damit zu einer Position, die Sie planen können.

Nach der Bewerbung zählt Geschwindigkeit.

Nicht erreicht heißt nicht uninteressiert.

Bewerbungen über Social Recruiting entstehen oft aus einem Impuls heraus, spontan, emotional, in Sekunden. Wer dann zu langsam reagiert, verliert die besten Kandidaten an schnellere Unternehmen. Schnelle, empathische Kontaktaufnahme entscheidet über Erfolg oder Absage.



Vermeiden

- ✗ nur E-Mail als Rückmeldung
- ✗ nur ein Anrufversuch
- ✗ auf Rückruf warten
- ✗ erst Tage später melden

Besser

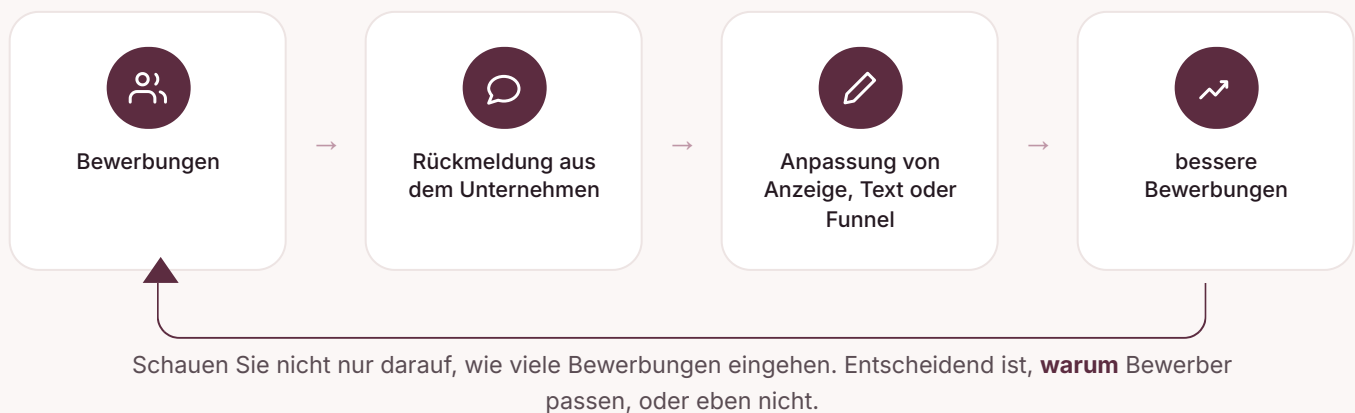
- ✓ Telefon + WhatsApp kombinieren
- ✓ mehrfach anrufen
- ✓ zu verschiedenen Uhrzeiten anrufen, auch nach Schichtende
- ✓ bei Nichterreichen automatisch WhatsApp hinterlassen

🔊 Wenn Kandidaten mit Recruiting-Anzeigen interagieren, sehen sie oft kurz darauf weitere Stellenanzeigen der Konkurrenz.

🕒 Nicht erreicht bedeutet oft nur: Die Person war gerade arbeiten.

Optimieren statt raten.

Gute Recruitingkampagnen werden nicht nur aus Zahlen, sondern auch aus Feedback besser.



PRAKTISCHE BEISPIELE



Viele Bewerbungen, aber unpassend

- Sprechen wir überhaupt die richtige Zielgruppe an?
- Ist die Botschaft klar genug formuliert?
- Qualifizierungsfrage im Funnel ergänzen



Gute Bewerber, aber niemand erscheint

- Bewerberprozess und Reaktionszeit verbessern
- Verbindlichkeit im Gespräch erhöhen
- Onlinepräsenz prüfen, Kandidaten googeln nach



Bewerber erwarten etwas Falsches

- Botschaft und Anzeige klarer machen
- Aufgaben und Anforderungen früher nennen
- Funnel-Fragen konkreter stellen

Jede Anpassung wirkt erst in der nächsten Runde.

Deshalb läuft eine Kampagne bei uns nie unverändert durch, sondern wird alle 14 Tage anhand echter Rückmeldungen nachgeschärft.



Fragen Sie nach jeder Absage kurz nach.

Zwei Sätze Feedback vom Bewerber oder aus der Fachabteilung sagen mehr über die Kampagne aus als jede Klickrate. Genau daraus entstehen die Anpassungen, die den Unterschied machen.

Echte Ergebnisse statt Versprechen.

Dokumentierte Fälle aus Handwerk, Industrie und Logistik.

Drei Betriebe, drei unterschiedliche Ausgangslagen, ein Vorgehen. Alle Angaben stammen aus laufenden oder abgeschlossenen Zusammenarbeiten.

HANDWERK	INDUSTRIE	LOGISTIK
		
Draeger Leitungsbau GmbH Kabel- und Leitungsbau „Über die Jobportale kam fast nichts mehr. Die Stellen standen monatelang offen.“	Sobatec GmbH Sondermaschinenbau, Kamenz „Konstruktionsnahe Fachkräfte in der Region sind praktisch nicht ausgeschrieben verfügbar.“	Goldbach Kirchner Logistik Nah- und Fernverkehr „Fahrer bewerben sich nicht schriftlich. Wer klassisch ausschreibt, erreicht sie gar nicht.“
8 neue Mitarbeiter fest eingestellt 7 Elektromonteure und Installateure, dazu 1 Projektleiter.	2 neue Mitarbeiter fest eingestellt 1 Konstruktionsmechaniker und 1 Mechatroniker.	5 neue Mitarbeiter fest eingestellt Berufskraftfahrer im Fernverkehr und 1 Disponent.
 Verifizierter Kunde	 Verifizierter Kunde	 Verifizierter Kunde

SO SIND WIR IN ALLEN DREI FÄLLEN VORGEGANGEN

 Arbeitgeberanalyse. Wechselgründe aus Mitarbeiter-Interviews statt aus dem Stellenprofil.	 Kampagne mit echten Motiven. Mehrere Blickwinkel parallel getestet, Fotos aus dem Betrieb.	 Funnel mit Vorqualifizierung. Nur passende Kandidaten landen im Postfach des Betriebs.
---	--	--



„Besonders überzeugt hat uns die klare Kommunikation, die schnelle Kandidatenvorstellung sowie das sehr gute Verständnis für unsere unterschiedlichen Anforderungen.“

Martina Wrede, Draeger Leitungsbau GmbH, unabhängig gesammelt über ProvenExpert

Diese Partner vertrauen uns bereits.

Eine Auswahl aus Handwerk, Industrie, Logistik und Dienstleistung.

Vom Fünf-Mann-Betrieb bis zum Unternehmen mit mehreren Standorten. Was sie verbindet, ist nicht die Größe, sondern dieselbe Ausgangslage: offene Stellen, auf die sich über klassische Wege kaum noch jemand bewirbt.



Und viele weitere Partner.

BRANCHEN, IN DENEN WIR REGELMÄSSIG BESETZEN



Über 30 dokumentierte Erfolge, nachlesbar auf recruitvision.de

Jede Fallstudie mit Ausgangslage, Vorgehen und Ergebnis. Verifizierte Kunden, keine anonymisierten Beispiele.

250+
besetzte Stellen

Warum Betriebe uns die Besetzung anvertrauen.

Geprüfte Qualität, unabhängige Bewertungen, nachvollziehbare Zahlen.

MEHRFACH AUSGEZEICHNETE RECRUITING-QUALITÄT



Meta Business Partner

Geprüfte Qualitäts- und Leistungsstandards



BAFA-gelistete Beratung

Berater-Nr. 223593



BVMW

Zertifizierte Beratung für den Mittelstand



Top Dienstleister 2025

ProvenExpert, Kundenmeinungen 12 Monate



Top Empfehlung 2025

ProvenExpert, Kundenmeinungen 12 Monate

RECRUITVISION IN ZAHLEN

5.000+

generierte Bewerbungen

250+

besetzte Stellen

bis 80%

staatlich förderbar über die BAFA

4+ Jahre

Erfahrung in der Mitarbeitergewinnung

WAS DAS FÜR SIE BEDEUTET

Sie arbeiten mit einer Agentur, deren Ergebnisse dokumentiert und deren Bewertungen unabhängig gesammelt sind. Keine Standardkampagnen, keine geschönten Kennzahlen und keine Ausreden, wenn etwas nicht funktioniert.



Über 30 dokumentierte Fälle

Handwerk, Industrie, Logistik und weitere Branchen im DACH-Raum

So können Sie mit RecruitVision arbeiten.

Drei Wege, je nachdem wie viel Sie selbst übernehmen wollen.



1. Selbst umsetzen

Sie nutzen dieses Whitepaper als Blaupause und bauen das System intern auf.



2. Gemeinsam aufbauen

Wir unterstützen Sie beim Aufbau eines internen Systems und begleiten die ersten Kampagnen.



3. Für Sie übernehmen

Wir übernehmen Strategie, Kampagnen, Funnel und laufende Optimierung.

FÖRDERFÄHIG

bis 80%

Ihre Beratung kann staatlich gefördert werden.

Als beim BAFA gelistete Beratung sind bestimmte Leistungen je nach Region und Voraussetzungen mit bis zu 80 % bezuschussbar. Was in Ihrem Fall möglich ist, klären wir im Erstgespräch.



Kostenloses Erstgespräch vereinbaren

Unverbindlich und ohne Verkaufsdruck. Wir schauen uns Ihre offene Stelle an und sagen ehrlich, ob und wie wir helfen können.

• recruitvision.de • Hermann-Löns-Straße 3, 38124 Braunschweig

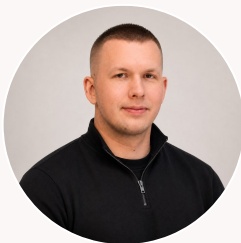


QR-Code scannen
recruitvision.de

Bei Fragen sind wir direkt für Sie da.

Das Team hinter RecruitVision.

Sie bekommen bei uns keinen Ticketkanal, sondern feste Ansprechpartner, die Ihre Stelle und Ihre Region kennen. Melden Sie sich, auch wenn Sie nur eine einzelne Frage zu diesem Whitepaper haben.



Niclas Vehrke

Gründer



Philipp Libal

Strategic Growth Partner



Jenny Werner

Sales & Client Success
Manager



Alexander Noller

Senior Sales Manager



Sophia Degenhard

Backoffice & Marketing

WOBEI WIR IHNEN KONKRET WEITERHELFFEN



Einschätzung zu Ihrer Stelle

Wir sagen ehrlich, ob eine Kampagne bei dieser Rolle und Region Sinn ergibt.



Blick auf Ihre Unterlagen

Anzeige, Karriereseite oder Bewerberprozess, wir schauen kostenlos drauf.



Frage zur Förderung

Was über die BAFA in Ihrem Fall möglich ist, klären wir vorab.

Alle drei Punkte sind kostenlos und unverbindlich. Wir sagen Ihnen auch, wenn eine Kampagne in Ihrem Fall gerade nicht der richtige Weg ist.

Schreiben Sie uns, wir melden uns zeitnah.

Kein Verkaufsdruck, kein Abo, kein Vertrag im Hintergrund. Ein Gespräch, in dem Sie mehr wissen als vorher.

WEB

recruitvision.de

E-MAIL

jenny.werner@recruitvision.de



recruitvision.de

Jede unbesetzte Stelle kostet Sie jeden Monat Geld.

Die Arbeit verschwindet nicht, sie verteilt sich. Auf dieselben Leute, Woche für Woche. Dieses Whitepaper zeigt Ihnen, wie Sie passende Mitarbeiter wieder selbst erreichen, statt auf Bewerbungen zu warten oder dauerhaft Dienstleister zu bezahlen.

IHRE AUSGANGSLAGE

- 01 Die **klassischen Wege** der Mitarbeitergewinnung bringen immer weniger Ergebnis.
- 02 Die Menschen, die wirklich passen, suchen gar nicht. Sie sind **auf dem üblichen Weg nicht erreichbar**.
- 03 Sie sind **abhängig von Dienstleistern und Portalen** und wissen nicht, was davon wirklich wirkt.
- 04 Die **modernen Möglichkeiten** liegen bereit, werden im eigenen Betrieb aber noch nicht genutzt.

WAS SIE AUS DIESEM REPORT MITNEHMEN KÖNNEN

- 01 Sie wissen, **warum Menschen wechseln** und was Ihr Betrieb dafür bieten muss.
- 02 Sie erreichen auch die, **die sich nirgends bewerben**.
- 03 Sie erkennen, **welche Maßnahmen wirklich nötig sind** und welche Sie sich sparen können.
- 04 Sie können den Weg **selbst steuern**, allein oder mit Unterstützung.

IHR ENZZUSTAND

Sie verstehen die modernen Wege der Mitarbeitergewinnung und können sie im eigenen Betrieb nutzen. Sie erreichen **passende Mitarbeiter planbar statt zufällig**, entscheiden selbst, was gemacht wird, und sind nicht länger darauf angewiesen, dass jemand von außen das Ruder übernimmt.

DIESE BETRIEBE VERTRAUEN UNS BEREITS



Und viele weitere Partner.

Lesen Sie das Whitepaper und entscheiden Sie danach, wie viel Sie selbst machen.

Wenn Sie Fragen haben, sprechen wir darüber. Unverbindlich und ohne Verkaufsdruck. Als beim BAFA gelistete Beratung sind bestimmte Leistungen je nach Region mit bis zu 80 % förderfähig.

recruitvision.de



QR SCANNEN