BAVARIA XPERTS

WHITE PAPER

TALENTGEWINNUNG IN DER FOODBRANCHE

ERFOLGREICHE STRATEGIEN

Innovative Ansätze und bewährte Methoden zur effektiven Rekrutierung von Spitzenkräften in einer dynamischen Branche.



www.bavaria-xperts.com

Über BAVARIA XPERTS

Mein Name ist Moritz Blüml und meine Mission ist es, Unternehmen aus der Foodbranche dabei zu unterstützen, im Recruiting erfolgreich zu sein.

Mit meiner umfassenden Expertise im Recruitmentprozess und einem tiefgreifenden Verständnis für die speziellen Anforderungen der Lebensmittelindustrie, identifiziere ich hochqualifizierte Kandidat:innen und baue starke, effiziente Teams auf.

- **Branchenerfahrung**: Tiefes Verständnis der Herausforderungen und Anforderungen der Foodbranche.
- **Employer Branding:** Leidenschaft für starke Arbeitgebermarken, um die besten Talente anzuziehen.
- **Active Sourcing:** Effektive, proaktive Identifikation und Ansprache von Top-Kandidaten.
- **Innovative Strategien:** Moderne Tools und Methoden für effizientes Recruiting.
- **Umfangreiches Netzwerk:** Zugang zu einem breiten Pool an qualifizierten Fachkräften.

Wenn Sie einen engagierten Personalberater für die Foodbranche suchen, der Ihnen hilft, erstklassige Talente zu gewinnen und Ihr Team oder Unternehmen weiterzuentwickeln, stehe ich gerne zur Verfügung.

Lassen Sie uns gemeinsam die Zukunft Ihres Unternehmens gestalten!

Warum sich mit mittelmäßigen Kandidaten zufriedengeben, wenn man bessere Talente haben kann? Qualität ist kein Zufall, sondern Strategie.

Denn im Recruiting zählt nicht nur das 'Was', sondern vor allem das 'Wie'.

Mit dem richtigen Ansatz sind wir 50% schneller und 30% kosteneffizienter.

Wer kann da noch nein sagen?



Erfahrung	Vermittlungen	Fokus Skills
> 10 Jahre	>300	Sales. Marketing, Office & HR, Finance, Industry & Operations



INHALT

Einführung

Hauptprobleme

Bedeutung Employer Branding

Strategie zur Entwicklung

Erfolgreiche Kampagnen

Key Learnings

Nutzung digitaler Plattformen

Tipps zur Gestaltung von Stellenanzeigen

Mitarbeiterempfehlungsprogramme

Strategien zur Implementierung

Erfolgsbeispiele aus der Praxis

Active Sourcing

Tipps zur Kandidatenansprache

Zusammenarbeit mit Personalberatern

Vorteile der Zusammenarbeit

Was können Personalberater besser

Leistungsportfolio

Einführung

Die Talentgewinnung in der Foodbranche stellt Unternehmen vor einzigartige und komplexe Herausforderungen. Diese Branche, die von der Landwirtschaft über die Lebensmittelverarbeitung bis hin zum Einzelhandel reicht, erfordert eine breite Palette von Fähigkeiten und Kompetenzen, die nicht immer leicht zu finden sind.

Hinzu kommen spezifische Anforderungen wie Hygienestandards, saisonale Schwankungen und die Notwendigkeit, auf sich schnell ändernde Verbrauchertrends zu reagieren.

In diesem White Paper werden wir die zentralen Herausforderungen und Lösungen beleuchten, denen sich Personalverantwortliche in der Foodbranche gegenübersehen und die Bedeutung einer strategischen Herangehensweise an die Talentgewinnung unterstreichen.

Dauer der Stellenbesetzung

120 Tage

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2023

Kosten pro unbesetzter Stelle

182.500 € / Jahr

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft, 2022

+45%

Anstieg offener Stellen in der Foodbranche (5 Jahres Vergleich)

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, 2023



Hauptprobleme



Komplexität der Jobprofile

Die Foodbranche umfasst vielfältige Berufsfelder mit spezifischen Qualifikationen, was die Suche nach geeigneten Kandidaten erschwert und den Talentpool einschränkt.



Saisonale Schwankungen und befristete Beschäftigung

Starke saisonale Schwankungen und die Notwendigkeit flexibler Arbeitskräfte erschweren die Rekrutierung in der Foodbranche zusätzlich.



Hygienestandards und regulatorische Anforderungen

Strenge Hygienestandards und regelmäßige Schulungen erhöhen den Aufwand und schränken den Kreis potenzieller Kandidaten ein.



Schnelllebige Verbrauchertrends

Die Branche muss sich kontinuierlich an sich ändernde Trends wie Gesundheitsbewusstsein und Nachhaltigkeit anpassen, was flexibles und innovatives Personal erfordert.



Fachkräftemangel und demografischer Wandel

Der demografische Wandel und der steigende Bedarf an qualifizierten Fachkräften verschärfen den Wettbewerb um Talente in der Lebensmittelindustrie.

Bedeutung des Employer Brandings

In der Foodbranche spielt das Employer Branding eine entscheidende Rolle bei der Talentgewinnung und -bindung. Angesichts des intensiven Wettbewerbs um qualifizierte Fachkräfte und der spezifischen Anforderungen der Branche ist es unerlässlich, als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden.
Employer Branding hilft Unternehmen, ihre einzigartige Arbeitgebermarke zu entwickeln und zu kommunizieren, was potenziellen Mitarbeitern zeigt, warum sie gerade hier arbeiten sollten.



Fakten

Wichtigkeit

Laut einer Studie von LinkedIn (2022) gaben 75% der Arbeitssuchenden an, dass sie vor einer Bewerbung die Reputation eines Unternehmens recherchieren.

75%

Einfluss auf Rekrutierungskosten

Unternehmen mit einer starken Arbeitgebermarke verzeichnen eine um 43% geringere Fluktuationsrate und sparen bis zu 50% der Rekrutierungskosten im Vergleich zu Unternehmen mit einer schwachen Marke (Quelle: Harvard Business Review, 2021)

- 50%

Unternehmenskultur und Werte

Eine Studie von Glassdoor (2021) zeigt, dass 77% der Bewerber die Unternehmenskultur als einen der wichtigsten Faktoren bei der Wahl eines Arbeitgebers betrachten. In der Foodbranche kann die Betonung auf Nachhaltigkeit, Gesundheit und Innovation die Attraktivität erheblich steigern.

77%

Eine starke Arbeitgebermarke trägt dazu bei, die Attraktivität des Unternehmens zu steigern und sich positiv von der Konkurrenz abzuheben.

Dies ist besonders wichtig in einer Branche, die oft als weniger innovativ und dynamisch wahrgenommen wird.
Eine Umfrage der Deutschen Gesellschaft für Personalführung (DGFP) ergab, dass nur 35% der befragten jungen Fachkräfte die Foodbranche als attraktive Karriereoption betrachten.

Durch eine gezielte Employer Branding-Strategie können Unternehmen ihre Stärken hervorheben, wie z.B. nachhaltige Praktiken, innovative Produktionsmethoden oder exzellente Entwicklungsmöglichkeiten.

STRATEGIEN ZUR ENTWICKLUNG UND KOMMUNIKATION

Analyse und Definition



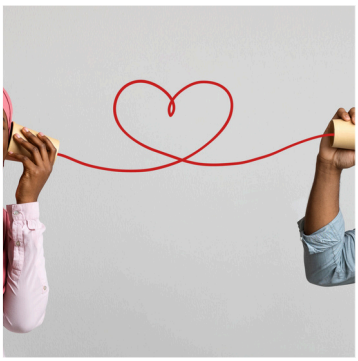
Starten Sie mit einer umfassenden Analyse der aktuellen Arbeitgebermarke und sammeln Sie Feedback von Mitarbeitern und externen Stakeholdern. Definieren Sie darauf basierend die Kernwerte und einzigartigen Merkmale des Unternehmens.



Entwicklung eines EVP

Kommunizieren Sie eine klare Employer Value Proposition (EVP), die Aspekte wie Karriereentwicklung, Unternehmenskultur, Vergütung, Work-Life-Balance und soziale Verantwortung hervorhebt.

Authentische Kommunikation



Nutzen Sie echte Geschichten und Erfahrungen von Mitarbeitern, um die Unternehmenskultur und das Arbeitsumfeld glaubwürdig zu vermitteln. Dies kann durch Interviews, Blogbeiträge, Videos und Social Media Posts geschehen.



Social Media und digitale Plattformen

Bauen Sie eine konsistente Präsenz auf Plattformen wie LinkedIn, Facebook, Instagram und Xing auf. 79% der Bewerber nutzen Social Media für ihre Jobsuche (Quelle: CareerArc, 2022). Regelmäßige Updates zu Unternehmensneuigkeiten und Mitarbeitergeschichten steigern das Engagement.

Mitarbeiter als Markenbotschafter



Mitarbeiter sind die besten Markenbotschafter. Fördern Sie Programme zur Mitarbeiterbindung und -zufriedenheit, die es den Mitarbeitern erleichtern, ihre positiven Erfahrungen zu teilen. Unternehmen mit aktiven Mitarbeiterempfehlungsprogrammen haben eine um 70% höhere Erfolgsquote bei der Einstellung qualifizierter Kandidaten (Quelle: Jobvite, 2021).



Partnerschaften und Kooperationen

Kooperationen mit Bildungseinrichtungen, Branchenverbänden und anderen Organisationen stärken die Arbeitgebermarke. Teilnahme an Karrieremessen und Fachkonferenzen erhöht die Sichtbarkeit und bietet direkte Interaktionen mit potenziellen Kandidaten.

Kontinuierliche Verbesserung



Holen Sie regelmäßig Feedback ein und passen Sie Ihre Strategien entsprechend an. Überwachen Sie Kennzahlen wie Bewerberzahlen, Mitarbeiterzufriedenheit und Fluktuationsraten, um den Erfolg Ihrer Maßnahmen zu messen.



ERFOLGREICHE KAMPAGENEN AUS DER BRANCHE

Unilever: "Bring Out the Best in You"	Diese Kampagne betont persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten und nutzt inspirierende Mitarbeitergeschichten, um die starke Unternehmenskultur und das Engagement für Nachhaltigkeit hervorzuheben.
Nestlé: "Nestlé Needs YOUth"	Zielgerichtet auf junge Talente, bietet Nestlé Praktika, Trainee-Programme und Ausbildungsplätze an, kommuniziert durch eine Vielzahl von Kommunikationskanälen und hebt das Engagement für Jugendbeschäftigung und Weiterbildung hervor.
Danone: "One Planet. One Health"	Diese Kampagne zeigt, wie Danone-Mitarbeiter an Projekten arbeiten, die den Planeten und die Gesundheit der Verbraucher positiv beeinflussen, und nutzt authentische Geschichten und Einblicke, um die Unternehmenskultur und -werte zu vermitteln.
Dr. Oetker: "Bake your Future"	Diese kreative Kampagne richtet sich an junge Talente und Berufseinsteiger, nutzt interaktive Online-Plattformen, Social Media Kampagnen und Karrieremessen, um ein dynamisches Arbeitgeberimage zu schaffen.

KEY LEARNINGS

Persönliche und berufliche Entwicklung betonen

Zeigen Sie klare Karrierewege und Entwicklungsmöglichkeiten auf, um Talente anzuziehen und zu binden (Beispiel: Unilever "Bring Out the Best in You").

Zielgruppenspezifische Ansprache

Entwickeln Sie spezifische Programme und Kommunikationsstrategien für verschiedene Zielgruppen, wie z.B. junge Talente oder Berufseinsteiger (Beispiel: Nestlé "Nestlé Needs YOUth").

Engagement für soziale Verantwortung

Betonen Sie Ihre Unternehmenswerte, insbesondere in den Bereichen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung, um Kandidaten anzusprechen, die Wert auf diese Aspekte legen (Beispiel: Danone "One Planet. One Health").

Authentizität und Mitarbeitergeschichten

Nutzen Sie authentische Geschichten und Erfahrungsberichte von Mitarbeitern, um die Unternehmenskultur und das Arbeitsumfeld glaubwürdig zu vermitteln (Beispiel: Dr. Oetker "Bake your Future").

Kreativität und Innovation hervorheben

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen als innovativ und kreativ, um besonders dynamische und engagierte Talente anzuziehen (Beispiel: Mondelez International "Make it with Mondelez").

Multichannel Optimierung

Verwenden Sie eine Mischung aus Social Media, Videos, Blogbeiträgen und Präsenz auf Karrieremessen, um Ihre Botschaften breit und effektiv zu streuen.

Nutzung digitaler Plattformen und Social Media

Social Media ist ein mächtiges Werkzeug zur gezielten Ansprache von Talenten in der Foodbranche. Plattformen wie LinkedIn, Facebook, Instagram und Xing bieten vielfältige Möglichkeiten, potenzielle Kandidaten direkt zu erreichen und mit ihnen zu interagieren. Durch gezielte Werbeanzeigen, regelmäßige Posts und ansprechende Inhalte können Unternehmen ihre Reichweite erhöhen und die Aufmerksamkeit qualifizierter Fachkräfte auf sich ziehen. Hashtags, Influencer-Kooperationen und gezielte Kampagnen können zusätzlich die Sichtbarkeit und das Engagement steigern.



Fakten

Wichtigkeit

Laut einer Studie von CareerArc (2022) nutzen 79% der Bewerber Social Media für ihre Jobsuche. Dies zeigt die große Bedeutung dieser Plattformen für die Talentgewinnung.

79%

Qualität von Social Media Recruiting

Unternehmen, die aktiv Social Media zur Rekrutierung nutzen, berichten von einer um 49% höheren Qualität der Bewerber im Vergleich zu traditionellen Rekrutierungsmethoden (Quelle: LinkedIn Global Recruiting Trends, 2021).

+ 49%

Mobile Nutzung

89% der Jobsuchenden nutzen mobile Geräte für die Jobsuche, was die Bedeutung einer mobilfreundlichen Gestaltung von Stellenanzeigen und Karriereseiten unterstreicht (Quelle: Glassdoor, 2021).

89%

Neben den allgemeinen Social Media Kanälen spielen spezialisierte Online-Plattformen und Jobbörsen eine wichtige Rolle bei der Rekrutierung in der Foodbranche.

Websites wie Foodjobs.de, Agra-Europe und ähnliche Plattformen bieten gezielte Möglichkeiten, Stellenanzeigen zu schalten und gezielt Fachkräfte aus der Branche anzusprechen.

Diese Plattformen sind oft auf die spezifischen Bedürfnisse und Qualifikationen der Lebensmittelindustrie ausgerichtet und erreichen daher ein besonders relevantes Publikum.

TIPPS ZUR GESTALTUNG ANSPRECHENDER STELLENANZEIGEN

Klarheit und Präzision

Stellenanzeigen sollten klar und präzise die Anforderungen und Verantwortlichkeiten der Position darstellen. Verwenden Sie einfache, verständliche Sprache und vermeiden Sie Fachjargon, der potenzielle Bewerber abschrecken könnte.

Attraktive Gestaltung

Nutzen Sie ansprechende Grafiken und Bilder, um die Stellenanzeige visuell ansprechend zu gestalten. Ein ansprechendes Design erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Anzeige wahrgenommen und gelesen wird.

Einbindung Employer Branding

Integrieren Sie Elemente Ihrer Arbeitgebermarke in die Stellenanzeige. Dies kann durch die Hervorhebung der Unternehmenskultur, Benefits und Entwicklungsmöglichkeiten geschehen.

Mobilfreundlichkeit

Stellenanzeigen und Karriereseiten sollten mobilfreundlich gestaltet sein, da viele Bewerber ihre Jobsuche über mobile Geräte durchführen. Eine optimierte Darstellung auf Smartphones und Tablets ist daher essenziell.

Call to Action

Eine klare Handlungsaufforderung (Call-to-Action) sollte in jeder Stellenanzeige enthalten sein. Dies kann eine Aufforderung sein, sich direkt über die Website zu bewerben, oder einen Ansprechpartner für Rückfragen zu kontaktieren.

SEO Optimierung

Optimieren Sie Ihre Stellenanzeigen und Karriereseiten für Suchmaschinen, um die Auffindbarkeit zu erhöhen. Verwenden Sie relevante Keywords und achten Sie auf eine gute Struktur der Inhalte.

Mitarbeiterempfehlungsprogramme

Mitarbeiterempfehlungsprogramme sind ein äußerst wirksames Mittel zur Talentgewinnung, besonders in der anspruchsvollen Foodbranche. Diese Programme basieren auf dem Prinzip, dass bestehende Mitarbeiter aus ihrem persönlichen und beruflichen Netzwerk geeignete Kandidaten für offene Stellen vorschlagen. Diese Methode bringt eine Vielzahl von Vorteilen mit sich, die die Effektivität der Rekrutierung erheblich steigern.



Fakten

Qualität

Mitarbeiterempfehlungen führen zu einer um 88% höheren Qualität der eingestellten Mitarbeiter im Vergleich zu anderen Rekrutierungsmethoden (Quelle: Jobvite)

+88%

Höhere Mitarbeiterbindung

Empfohlene Mitarbeiter bleiben im Durchschnitt 25% länger im Unternehmen als solche, die über andere Rekrutierungsmethoden eingestellt wurden (Quelle: SHRM, 2021).

+25%

Bessere Passung zur Unternehmenskultur

82% der Arbeitgeber sagen, dass die Mitarbeiter, die über Empfehlungen eingestellt wurden, besser zur Unternehmenskultur passen (Quelle: Glassdoor, 2022).

82%

Ein zentraler Vorteil von Mitarbeiterempfehlungsprogrammen ist die höhere Qualität der Bewerber. Da die empfehlenden Mitarbeiter die Unternehmenskultur und die spezifischen Anforderungen der Position gut kennen, schlagen sie Kandidaten vor, die gut zum Unternehmen passen. Dies führt häufig dazu, dass empfohlene Bewerber nicht nur die fachlichen Anforderungen erfüllen, sondern auch besser in das Team integriert werden können.

Die Schnelligkeit des Einstellungsprozesses ist ein weiterer Pluspunkt. Empfohlene Kandidaten durchlaufen den Rekrutierungsprozess oft schneller, da sie bereits vorab durch den empfehlenden Mitarbeiter eine gewisse Validierung erfahren haben. Dies spart nicht nur Zeit, sondern auch Kosten, da weniger Ressourcen für die Suche und Auswahl neuer Mitarbeiter benötigt werden.



STRATEGIEN ZUR IMPLEMENTIERUNG UND FÖRDERUNG VON EMPFEHLUNGSPROGRAMMEN

Klare Kommunikation

Informieren Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig über das Empfehlungsprogramm und die damit verbundenen Vorteile. Nutzen Sie dafür verschiedene Kommunikationskanäle wie E-Mail, Intranet und Teammeetings.

Einfacher Prozess

Stellen Sie sicher, dass der Empfehlungsprozess einfach und benutzerfreundlich ist. Bieten Sie ein leicht zugängliches Online-Formular oder eine spezielle App, über die Mitarbeiter Empfehlungen einreichen können.

Attraktive Anreize

Belohnen Sie Mitarbeiter, die erfolgreiche Empfehlungen aussprechen, mit attraktiven Prämien. Diese können finanzielle Anreize, zusätzliche Urlaubstage oder andere Vergünstigungen umfassen.

Integration in Unternehmens-kultur

Fördern Sie eine Kultur der Empfehlung, in der Mitarbeiter ermutigt werden, ihre Netzwerke aktiv zu nutzen, um geeignete Kandidaten zu finden. Dies kann durch interne Kampagnen und Schulungen unterstützt werden.

ERFOLGSBEISPIELE AUS DER PRAXIS



Nestlé

Nestlé hat ein umfassendes Mitarbeiterempfehlungsprogramm implementiert, das auf klaren Anreizstrukturen und einem benutzerfreundlichen Empfehlungssystem basiert. Das Programm hat zu einer signifikanten Reduzierung der Rekrutierungskosten und einer höheren Qualität der Neueinstellungen geführt.

Danone

Danone nutzt ein digitales Empfehlungssystem, bei dem Mitarbeiter Empfehlungen über eine spezielle App einreichen können. Das Programm bietet attraktive Belohnungen und hat die Rekrutierungseffizienz deutlich gesteigert.

Dr. Oetker

Dr. Oetker fördert Mitarbeiterempfehlungen durch regelmäßige interne Kommunikationskampagnen und Anerkennungsveranstaltungen. Das Unternehmen hat festgestellt, dass empfohlene Kandidaten besser zur Unternehmenskultur passen und länger im Unternehmen bleiben.

Active Sourcing

Active Sourcing ist eine proaktive Rekrutierungsstrategie, bei der Unternehmen gezielt nach potenziellen Kandidaten suchen und diese direkt ansprechen. Im Gegensatz zu traditionellen Methoden, bei denen Unternehmen Stellenanzeigen schalten und auf Bewerbungen warten, ermöglicht Active Sourcing eine direkte und zielgerichtete Ansprache von Talenten, die möglicherweise nicht aktiv auf Jobsuche sind, aber offen für neue Möglichkeiten.



Fakten

Effektivität

Laut einer Studie von LinkedIn (2022) gaben 90% der Recruiter an, dass sie LinkedIn als wichtigste Plattform für die Suche nach qualifizierten Kandidaten nutzen.

90%

Zeitersparnis

Unternehmen, die Active Sourcing auf LinkedIn und Xing nutzen, verkürzen die durchschnittliche Zeit zur Besetzung einer Stelle um bis zu 30% (Quelle: LinkedIn Global Recruiting Trends, 2021).

30%

Passive Kandidaten

Über 80% der Nutzer auf LinkedIn und Xing sind passive Kandidaten, die zwar nicht aktiv auf Jobsuche sind, aber offen für neue berufliche Möglichkeiten (Quelle: LinkedIn Talent Solutions, 2022).

>80%

Active Sourcing bietet zahlreiche Vorteile für die Talentgewinnung in der Foodbranche. Durch die direkte Ansprache von Kandidaten auf Plattformen wie LinkedIn und Xing können Unternehmen gezielt Talente mit den gewünschten Qualifikationen und Erfahrungen identifizieren und kontaktieren. Dies führt zu einer höheren Qualität der Bewerber, da die Kandidaten besser auf die Anforderungen der offenen Positionen und die Unternehmenskultur abgestimmt sind. Außerdem verkürzt Active Sourcing den Rekrutierungsprozess erheblich, da weniger Zeit für die Sichtung und Bewertung ungeeigneter Bewerbungen benötigt wird.

TIPPS ZUR KANDIDATENANSPRACHE AUF XING UND LINKEDIN

Personalisierte Ansprache

Verwenden Sie den Namen des Kandidaten, beziehen Sie sich auf seine aktuelle Position, besondere Fähigkeiten oder gemeinsame Kontakte. Erwähnen Sie spezifische Projekte oder Erfolge, die in seinem Profil hervorgehoben werden.

Klare Botschaft

Kommen Sie schnell zum Punkt. Erklären Sie, wer Sie sind, warum Sie den Kandidaten ansprechen und welche Möglichkeiten Sie bieten. Halten Sie die Nachricht auf maximal zwei bis drei Absätze beschränkt.

Hervorhebung von USPs

Betonen Sie die einzigartigen Vorteile und Alleinstellungsmerkmale Ihres Unternehmens, wie innovative Projekte oder flexible Arbeitsbedingungen.

Nutzung von gemeinsamen Verbindungen und Gruppen

Erwähnen Sie gemeinsame Kontakte oder Mitgliedschaften in denselben Gruppen, um Vertrauen zu schaffen und die Glaubwürdigkeit Ihrer Nachricht zu erhöhen.

Call to Action

Fordern Sie den Kandidaten zu einem Gespräch auf und geben Sie konkrete Zeitvorschläge oder einen Link zu Ihrem Kalender, um einen Termin zu buchen.

Follow Up

Senden Sie eine freundliche Erinnerung, falls der Kandidat nach ein paar Tagen nicht reagiert hat, und bieten Sie erneut an, sich zu einem Gespräch zu verabreden.

Zusammenarbeit mit Personalberatern

Die Zusammenarbeit mit spezialisierten Personalberatern bietet Unternehmen in der Foodbranche zahlreiche Vorteile und kann den Rekrutierungsprozess erheblich verbessern. Personalberater bringen umfassende Marktkenntnisse und weitreichende Netzwerke mit, die es ihnen ermöglichen, hochqualifizierte Kandidaten zu identifizieren und anzusprechen, die für das Unternehmen schwer erreichbar wären.



Fakten

Qualität

78% der Unternehmen berichten, dass die Qualität der Kandidaten, die über Personalberater gefunden werden, höher ist als bei traditionellen Rekrutierungsmethoden (Quelle: LinkedIn Global Recruiting Trends, 2021).

78%

Zeitersparnis

Unternehmen, die mit Personalberatern zusammenarbeiten, verkürzen die durchschnittliche Zeit zur Besetzung einer Stelle um 50% (Quelle: Society for Human Resource Management, 2021).

50%

Erfolgsquote

Personalberater erzielen eine 60% höhere Erfolgsquote bei der Besetzung von Führungspositionen und spezialisierten Fachkräften im Vergleich zu internen Rekrutierungsteams (Quelle: Recruitment International, 2022).

+60%

Ein wesentlicher Vorteil der Zusammenarbeit mit Personalberatern ist der Zugang zu exklusiven Netzwerken. Personalberater haben oft jahrelange Beziehungen und Verbindungen in der Branche aufgebaut, wodurch sie Zugang zu einer Vielzahl von potenziellen Kandidaten haben, die nicht aktiv auf Jobsuche sind, aber offen für neue berufliche Möglichkeiten. Dies erweitert den Talentpool erheblich und erhöht die Chancen, passende Fachkräfte zu finden.

Darüber hinaus können Personalberater den Rekrutierungsprozess erheblich beschleunigen und kosteneffizienter gestalten. Durch die Übernahme der Vorauswahl und Bewertung der Kandidaten reduzieren sie den Aufwand für das interne HR-Team und verkürzen die Zeit bis zur Einstellung. Dies ist besonders vorteilhaft in einem wettbewerbsintensiven Markt, in dem offene Positionen schnell besetzt werden müssen, um Produktivitätsverluste zu vermeiden.



VORTEILE DER ZUSAMMEN-ARBEIT MIT SPEZIALISIERTEN PERSONALVERMITTLUNGEN

Exklusives Netzwerk

Personalberater verfügen über umfangreiche Netzwerke und Beziehungen in der Foodbranche, die Unternehmen sonst nicht erreichen würden. Diese Verbindungen ermöglichen den **Zugang zu hochqualifizierten Kandidaten, die nicht aktiv auf Jobsuche sind**.

Zeit- und Kostenersparnis

Die Zusammenarbeit mit Personalvermittlern reduziert den Rekrutierungsaufwand erheblich. Sie übernehmen die Vorauswahl und Bewertung der Kandidaten, was die **Zeit bis zur Einstellung verkürzt und die internen Kosten senkt**.

Fachliche Expertise

Personalberater sind Experten in der Branche und verstehen die spezifischen Anforderungen und Herausforderungen der Foodbranche. Diese Expertise ermöglicht eine **präzisere Kandidatenauswahl und bessere Passung der Bewerber**.

Bessere Verhandlung

Personalvermittler unterstützen bei den Verhandlungen und der Vertragsgestaltung, um sicherzustellen, dass **beide Parteien zufrieden sind und langfristige Bindungen** eingegangen werden.

Was können Personalberater besser?



Vorauswahl und Screening

Personalberater übernehmen die Vorauswahl der Kandidaten und prüfen Lebensläufe, Qualifikationen und Referenzen, was den internen Aufwand reduziert.



Marktkenntnis und Gehaltsbenchmarking

Dank ihrer Marktkenntnisse helfen Personalberater, wettbewerbsfähige Gehälter und Vergütungspakete anzubieten, um die besten Talente zu gewinnen.



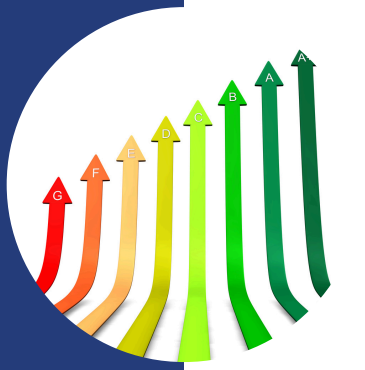
Gezielte Ansprache

Personalberater identifizieren und kontaktieren gezielt Fachkräfte, die den spezifischen Anforderungen der offenen Positionen entsprechen.



Beratung und Unterstützung

Personalberater bieten umfassende Unterstützung während des gesamten Rekrutierungsprozesses und beraten auch in Unternehmensstrategie und Personalentwicklung.



Schnellere Stellenbesetzung

Personalberater beschleunigen den Rekrutierungsprozess erheblich, was besonders bei dringenden Besetzungen von Vorteil ist.

LEISTUNGSPORTFOLIO

BAVARIA XPERTS

Vertragsarten

Wir vermitteln sowohl festangestellte als auch freiberufliche Mitarbeiter (m/w/d) .

Perm & Freelance

Skills

Unsere Fokusskills sind:

Sales. Marketing, Office & HR, Finance, Industry & Operations

Sales

Key Account Manager (m/w/d)
Gebietsverkaufsleiter (m/w/d)
Sales Manager (m/w/d)
Channel Sales Manager (m/w/d)
Export Sales Manager (m/w/d)
uvm.

Marketing

Online Marketing Manager (m/w/d)
Social Media Manager (m/w/d)
eCommerce Manager (m/w/d)
Brand Manager (m/w/d)
Trade Marketing Manager (m/w/d)
uvm.

Office & HR

Assistent (m/w/d)
Office Manager (m/w/d)
Recruiter (m/w/d)
HR Business Partner (m/w/d)
Personalreferent (m/w/d)
uvm.

Finance

Finanzbuchhalter (m/w/d)
Bilanzbuchhalter (m/w/d)
Controller (m/w/d)
Kreditoren-/Debitorenbuchhalter (m/w/d)
Teamleiter Finanzen (m/w/d)
uvm.

Operations

Teamleiter Produktion / Technik (m/w/d)
Schichtleiter (m/w/d)
Linienleiter (m/w/d)
Produktentwickler (m/w/d)
Projektingenieuer (m/w/d)
uvm.

Industry

Einkäufer (m/w/d)
Supply Chain Manager (m/w/d)
Logistik Manager (m/w/d)
Quality Manager (m/w/d)
uvm.

KONTAKT



Moritz Blüml

BAVARIA XPERTS

Pacellistraße 2, 80333 München

+49 174 31 53 460

mblueml@bavaria-group.com

www.bavaria-xperts.com

LET'S TALK!