



**Bernd Schüßler,**  
Unternehmensberater,  
Freiburg

**BERNDS WOCHENTIPPS**

# Ideen für den Ladenalltag

Bernd Schüßler befasst sich diesmal ausführlich mit dem Thema Personalsuche.

## Stellenanzeigen auf Google

Wer eine Arbeitsstelle im Verkauf von Lebensmitteln sucht, macht oftmals das, was fast jeder in dieser Situation tut: Er oder sie nutzt *Google*. Zum Beispiel die Begriffe „Stellenangebote Einzelhandel Lebensmittel“. Oder gar direkt: „Stellenanzeigen Bioladen“. Was dann erscheint, sind zunächst meist bezahlte Anzeigen und anschließend ein Kasten direkt von *Google* mit entsprechenden Personalsuchanzeigen. Je nachdem, nach welchen Begriffen gesucht wird, erscheint dieser Kasten bereits als erster Eintrag. Die eigentlichen Webseiten, etwa von Bioläden, auf denen Stellenanzeigen stehen, kommen meist erst viel weiter unten.

In der Praxis dürfte fast niemand, erst recht nicht jüngere Menschen am Smartphone, bis zu diesen Webseiten vordringen. Daher empfehle ich aus eigener Erfahrung mit Kunden auch für lokale Biomärkte, die eigenen Jobanzeigen im oberen Bereich der Suchmaschine zu präsentieren, entweder als Anzeige via *Google Ads* oder als Eintrag in *Google Jobs*.

Im Unterschied zu einer kostenpflichtigen Anzeige auf

*Google*, kostet ein Eintrag bei *Google Jobs* kein Geld. Allerdings sind für Letzteres detaillierte Programmierkenntnisse nötig. Wer darin fit ist und sich selbst darum kümmern möchte, für den hat *Google* eine Anleitung veröffentlicht.

Alternativ können Sie auch einen Dienstleister beauftragen, der das für Sie übernimmt. Das klappt meist bereits ab circa 200 Euro pro Monat. Und falls Sie im Netz hauptsächlich Dienstleister finden, die eher 500 bis 700 Euro pro Stellenanzeige nehmen, die dann auch bei *Google Jobs* veröffentlicht werden, dann sind Sie bei einer der großen Stellenbörsen gelandet, die eher für Führungskräfte gedacht ist, aber weniger für normale Verkäuferjobs.

**Das Kosten-Nutzen-Verhältnis ist mit Google deutlich besser als mit Zeitungs-Anzeigen.**



## Fachkräfte mit Google Ads finden

Stellenanzeigen in Form von *Google Ads* bieten sich besonders bei einem starken Wettbewerbsumfeld an. Es ist zwar gut, wenn Ihre Stellenanzeige bei *Google Jobs* auftaucht, doch das bringt nur begrenzt etwas, wenn dort gleichzeitig sehr viele andere Lebensmittelhändler aus der Stadt nach Personal suchen und die eigene Anzeige dann oftmals doch wieder recht weit hinten steht.

Insbesondere dann oder noch besser als Ergänzung zu *Google Jobs* bieten sich daher *Google Ads* an. Dazu drei Tipps:

- Gestalten Sie die Anzeigen individuell, speziell ausgerichtet auf Personalsuche. Einfach eine *Google Ad* zu schalten, die Sie auch zur Kundenakquise nutzen, entspricht weder dem, was *Google* möchte (sogenannter „Qualitätsfaktor“ von *Google-Anzeigen*), noch dem, was potenzielle Bewerber anspricht. Außerdem führt ein niedriger Qualitätsfaktor leicht dazu, dass Sie viel mehr als notwendig pro Klick bezahlen.
- Überlegen Sie sich genau, in welchen der von *Google* vorgeschlagenen Kanälen Sie die Anzeigen veröffentlichen wollen. Es kann sowohl finanziell



als auch vom Effekt her einen großen Unterschied machen, ob Sie die Anzeigen auch im Displaynetzwerk (Bannerwerbung und Textanzeigen auf anderen Webseiten) und im Suchnetzwerk (Textanzeigen, die in der *Google*-Suche beziehungsweise auf anderen Webseiten erscheinen) schalten. Manches kann dabei zum Nachteil werden: Zum Beispiel wenn die Trackingfunktion dafür sorgt, dass ein Interessent, der einmal nach „Stellenanzeigen Bioladen“ sucht, Ihr Jobangebot tagelang immer wieder auf verschiedensten Webseiten angezeigt bekommt. Viele Menschen wollen das nicht.

- Legen Sie klare Budgets und maximale Kosten pro Klick fest, sonst kann es passieren, dass Sie auf einmal fünf oder zehn Euro pro Klick auf Ihre Anzeige bezahlen.

Personalsuche kostet Geld und aus Erfahrung weiß ich: manchmal bringen *Google*-Kampagnen gute Erfolge bei der Personalsuche, manchmal nicht. Das weiß man vorher nicht – genauso wenig wie bei anderen Personalsuchmaßnahmen. Doch hinsichtlich des Kosten-Nutzen-Verhältnisses ist der Effekt oft deutlich besser als zum Beispiel bei klassischen Zeitungs-Personalsuchanzeigen.

**Läden sollten sich als attraktive Arbeitgeber ins rechte Licht rücken.**

**Machen Sie Ihren Laden als Arbeitsstelle noch attraktiver.**

## Anzeigen im Laden und auf Facebook

Erfolgreiche Personalsuche funktioniert auch außerhalb von *Google*. Zwei Tipps:

Der Aushang am Laden ist eine der klassischen Varianten. Vielleicht werden daraufhin manche Kunden nachfragen, die Sie nicht als Personal im Laden haben möchten. Diesen dann eine Absage zu erteilen, kann die Kundenbeziehung zerstören. Doch mit diesem Risiko muss man leben. Neben dem Aushang kann es sinnvoll sein, kleine Flyer auszulegen. Denn die nimmt man auch für Freunde mit, von denen man weiß, dass sie sich gerade beruflich neu orientieren wollen.

Sie sind bei *Facebook*? Na, dann sollten Sie Ihre Personalsuchanzeige auf alle Fälle auch dort posten. Und damit Sie nicht nur Ihre eigenen Follower erreichen, lohnt es sich, in diesem Fall auch mal „gerne teilen“ dazuzuschreiben. Und für einige Euro können Sie die Personalsuchanzeige auch als spezielle Jobanzeige bei *Facebook* bewerben. Allerdings: Machen Sie sich bei Personalsuche mithilfe von *Facebook* darauf gefasst, dass Sie eventuell mehrere unpassende Bewerbungen erhalten.

## Mit Goodies um Fachkräfte werben

Machen Sie Ihren Laden als Arbeitsstelle noch attraktiver:

- Üblich sind in Arbeitsverträgen feste Stundenzahlen pro Woche. Und zwar das ganze Jahr gleichbleibend. Heben Sie sich davon

ab! Vergeben Sie den Vertrag mit fester Stundenzahl, doch wenn eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter in manchen Monaten mehr beziehungsweise weniger arbeiten möchte, versuchen Sie dies gegen Zusatzvergütung oder Stundenausgleich zu ermöglichen. Macht etwas mehr Arbeit, aber den Schwimmbad- oder Ski-fahr-Fan können Sie damit ködern. Ebenso eine Person, die etwa eine größere Anschaffung plant und daher zeitweise ein paar Stunden mehr arbeiten möchte.

- **Mitarbeiterrabatte** über das steuerlich Übliche hinaus. Das kostet natürlich Geld und das sollten Sie auf alle Fälle mit Ihrem Steuerbüro besprechen. Aber es hat auch den unschätzbaren Vorteil, dass Ihr Personal dann Ihr Sortiment besser kennen lernt. Und dieser Wert ist auch nicht zu verachten.

- **Extras wie Job-Fahrrad oder ÖPNV-Ticket.**
- **Daneben gibt es zahlreiche weitere Möglichkeiten.** Wobei gutes Personal zu bekommen und zu halten, ja nicht nur mit Geld und vertraglichen Regelungen zu tun hat. Das Wichtigste ist nach meiner Erfahrung, dass das Personal sich bei Ihnen wohl und stets fair behandelt fühlt. Und wenn mal was nicht so gut läuft, dass darüber gesprochen wird. ◀

### ►► MEHR IM NETZ

Einen Wochentipp von Ladenberater Bernd Schüßler lesen Sie jeden Montag auf [biohandel.de](http://biohandel.de)