

Recruiting mit Mitarbeiterempfehlungen

Vorteile nutzen | Herausforderungen kennen | Richtige Kennzahlen erheben



Einleitung

Die Personalgewinnung wird in einem umkämpften Bewerber:innenmarkt immer mehr zur Beziehungsarbeit. Unternehmen müssen aktiv um Fachkräfte werben und diese möglichst persönlich ansprechen. Was gibt es Persönlicheres, als die direkte Empfehlung durch ein:e Freund:in? Viele Unternehmen sind sich jedoch gar nicht darüber bewusst, dass sie **eines der wirkungsvollsten Recruitinginstrumente bereits in den eigenen Reihen** haben: ihre Angestellten. Insbesondere Talente mit stark gefragten Fähigkeiten reagieren auf Anfragen durch Recruiter:innen mittlerweile zurückhaltend. Werden sie dagegen von einer Freund:in auf eine interessante Vakanz aufmerksam gemacht, ist die Bereitschaft viel höher, sich die Stelle genauer anzusehen. Dadurch werden Empfehlungen nach dem Prinzip „Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter“ immer wertvoller. In diesem Whitepaper erfahren Sie, wie Sie Mitarbeiterempfehlungen sinnvoll in Ihren Recruiting-Mix integrieren und die Vorteile nutzen.

Inhalt

Was ist ein Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm?	<u>3</u>
Wie passen Mitarbeiterempfehlungen in den Recruiting Mix?	<u>5</u>
Welche Vorteile bieten Empfehlungsprogramme für Unternehmen?	<u>6</u>
Auf welche Herausforderungen sollte man vorbereitet sein?	<u>7</u>
Wie kann man die Nutzungs-Motivation stärken?	<u>9</u>
Kennzahlen für Empfehlungsprogramme	<u>11</u>
Empfehlungsprogramme in die HR-Systemlandschaft integrieren	<u>12</u>
Zusammenfassung	<u>13</u>



Was ist ein Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm?

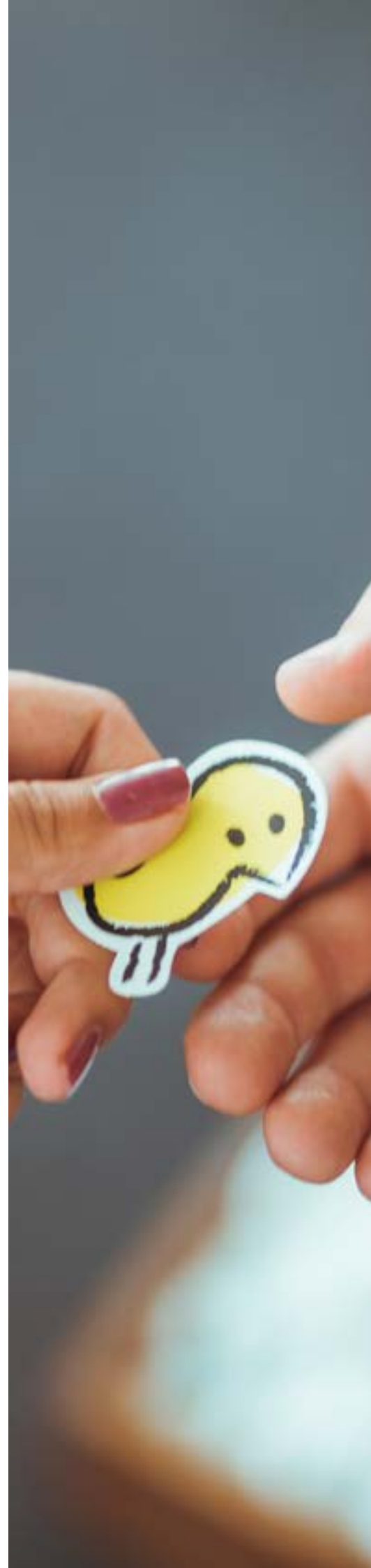
Der Mensch gibt als soziales Wesen sehr viel auf Empfehlungen, sei es bei der Suche nach einem Restaurant, der Urlaubsplanung oder bei Produktbewertungen. Auch für das Recruiting spielen persönliche Empfehlungen eine immer größere Rolle. Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programme – auch bekannt unter „Recruit a friend“ oder schlicht **Mitarbeiterempfehlung** – ermöglichen es Angestellten, offene Stellen an Bekannte weiterzuleiten. Arbeitgeber:innen bitten ihre Beschäftigten in diesem Rahmen darum, Verwandte, Freund:innen oder frühere Kolleg:innen zu empfehlen, wenn sich diese für eine offene Stelle eignen.

Die Empfehlung wirkt in zwei Richtungen: Einerseits wird damit das ausschreibende Unternehmen empfohlen – und das deutlich glaubwürdiger als durch die blumige Beschreibung auf einer Karriere-Seite. Andererseits verbürgt die empfehlende Person sich für ihre Bekanntschaft. Damit unterstützt sie Personalverantwortliche mit einer Vorauswahl vertrauenswürdiger und kulturell zum Unternehmen passender Kandidat:innen. Kommt es durch die Empfehlung zu einer Einstellung, zahlen viele Unternehmen der:dem empfehlenden Mitarbeiter:in eine Prämie.

2020 entlohnten doppelt so viele **Top-1.000-Unternehmen** wie im Vorjahr die erfolgreiche Empfehlung von Kandidat:innen mit einer **Prämie**.

Die Nutzung von Empfehlungsprogrammen stieg im letzten Jahr um 25,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. **6 von 10 Unternehmen mit über 1.000 Beschäftigten nutzen bereits ein Mitarbeiterempfehlungsprogramm**, wie die Studie „Recruiting Trends 2020“ (Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Nürnberg im Auftrag von Monster Worldwide Deutschland) herausfand. Laut der Studie wird jede zehnte Stelle in Deutschland mithilfe einer Empfehlung besetzt. Bei IT-Unternehmen liegt der Anteil mit 14,7 Prozent noch höher. Mitarbeiterempfehlungen sind damit der drittwichtigste Recruiting-Kanal (nach Online-Stellenbörsen und der Unternehmenswebsite).

Spezialisierte Software hilft dabei, einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten. Personaler:innen machen damit offene Stellen intern bekannt und organisieren die Kommunikation. Außerdem verwaltet das Programm die Prämien und bietet Auswertungen über die Effektivität der Maßnahmen. Wichtiger als die Software sind jedoch engagierte Mitarbeiter:innen, die Stellen mit ihrem persönlichen Netzwerk teilen.



Wie passen Mitarbeiterempfehlungen in den Recruiting Mix?

Eine erfolgreiche Recruiting-Strategie bedient sich unterschiedlicher Kanäle, um verschiedene Candidate Personas optimal zu erreichen. Die gängigsten Recruiting-Kanäle sind:

- Unternehmenswebsite / Karriereseite
- Stellenanzeigen
- Events / Jobbörsen
- Social-Media-Kanäle
- Active Sourcing
- Talent Pool

Personaler:innen sollten eine konkrete Vorstellung davon haben, wo sie die gesuchten Talente erreichen und wie diese kommunizieren – und nicht darauf warten, dass diese zufällig über eine Stellenausschreibung stolpern. Mitarbeiterempfehlungen schlagen genau in diese Kerbe, denn sie ermöglichen die direkte 1:1-Ansprache potenzieller Kandidat:innen. Damit ergänzen Empfehlungsprogramme bestehende Recruiting-Wege ideal und machen das Recruiting noch persönlicher, authentischer und damit erfolgreicher. Die eigenen Mitarbeiter:innen sprechen Kontakte aus ihrem Netzwerk an. So können sie selbst mitgestalten und unterstützen die Personalabteilung.

Darüber hinaus können auch externe Empfehler:innen eingebunden werden (z. B. Praktikant:innen, Alumni oder Partner:innen).

Für welche Unternehmen eignen sich Mitarbeiterempfehlungen?

Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programme sind grundsätzlich **in jedem Unternehmen möglich**.

Vor allem, wenn Stellen mit sehr bestimmten Anforderungen zu besetzen sind, können auch kleinere Unternehmen profitieren.

In größeren Unternehmen entfalten die Programme jedoch eine stärkere Wirkung: Die höhere Zahl an Beschäftigten potenziert das indirekte Netzwerk des Unternehmens und der „**Schneeballeffekt**“ ist größer.

Welche Vorteile bieten Empfehlungsprogramme für Unternehmen?

Durch Mitarbeiterempfehlungen können Unternehmen verschiedene Vorteile für ihr Recruiting nutzen. Der zentrale Pluspunkt ist, dass die Empfehlenden die Vorauswahl der Kandidat:innen übernehmen. Die Qualität der Bewerbungen steigt, denn kein:e Mitarbeiter:in würde jemanden vorschlagen, der nicht die benötigten Qualifikationen mitbringt oder sich diese schnell aneignen kann.

Es gibt aber noch mehr Argumente für Empfehlungsprogramme:

- ✓ Empfohlene Mitarbeiter:innen **passen besser zur Kultur** des Unternehmens als andere Neueingestellte.
- ✓ Der **Besetzungs- und Onboardingprozess verkürzt sich**: Die Kandidat:innen sind durch die persönliche Empfehlung bereits besser über das Unternehmen informiert.
- ✓ Empfohlene **Mitarbeiter:innen bleiben dem Unternehmen länger verbunden**: 75,4 Prozent der befragten Unternehmen bestätigen die Aussage „Mitarbeiter, die über persönliche Empfehlungen eingestellt wurden, sind loyaler.“ („Recruiting Trends 2020“, CHRIS / Monster)
- ✓ Vor allem **jüngere Mitarbeiter:innen** nutzen Empfehlungen bei der Jobsuche.
- ✓ Empfehlungsprogramme bieten einen **Zugang zum passiven Kandidatenmarkt**, also zu Talenten, die nicht aktiv auf der Suche, aber offen für einen Jobwechsel sind.
- ✓ Empowerment der Mitarbeiter:innen, indem sie die Möglichkeit bekommen, durch ihre Empfehlung die **Zukunft des Unternehmens mitzugestalten und Wertschätzung dafür erfahren**.
- ✓ Der Einsatz eines digitalen Mitarbeiterempfehlungsprogramms bietet **volle Transparenz über den Prozess, die Kosten und KPIs**.
- ✓ Empfehlungsprogramme sind **kostengünstiger** als das Schalten von Stellenanzeigen oder das Beauftragen von Personalberater:innen.
- ✓ Mitarbeiter:innen tragen die **Arbeitgebermarke authentisch** nach außen.

Mitarbeitende, die ihren **aktuellen Job durch eine Mitarbeiterempfehlung** erhalten haben:

15,0 %

Baby-Boomer-
Generation

19,9 %

Generation X

23,7 %

Generation Y

33,0 %

Generation Z

Auf welche Herausforderungen sollte man vorbereitet sein?

Damit ein Empfehlungsprogramm richtig gut funktioniert, sollte es bestimmte Voraussetzungen erfüllen. Es ist daher wichtig, die möglichen Herausforderungen zu kennen und zu wissen, wie man damit umgeht.



Rahmenbedingungen

Das Programm benötigt klare Regeln und muss zur Unternehmenskultur passen. Der Prozess sollte für die Mitarbeitenden klar umrissen und nachvollziehbar sein. Hierzu gehören zum Beispiel die Fragen, wann Prämien ausgezahlt werden und ob alle Stellen empfohlen werden können oder nur die aus dem eigenen Fachbereich.

Empfehlungen sollten stets freiwillig erfolgen. Wenn Ihre Mitarbeiter:innen eine gewisse Quote an Empfehlungen pro Jahr „abliefern“ sollen, verwässern Sie die Qualität und laufen Gefahr, die Akzeptanz für das Programm zu verspielen. Manche Mitarbeiter haben auch Vorbehalte dagegen, Bekanntenkreis und Beruf zu vermischen.



Kommunikation

In der Praxis können Empfehlungsprogramme an mangelnder Kommunikation scheitern. In manchen Unternehmen wissen die Angestellten gar nicht, dass es bei ihnen ein solches Programm gibt oder wo sie offene Stellen finden. Kommunizieren Sie das Empfehlungsprogramm daher klar und deutlich.

Die Mitarbeiter:innen sollten nicht das Gefühl haben, ihre Empfehlung in ein „schwarzes Loch“ zu werfen. Leider ist dies in vielen Unternehmen scheinbar der Fall, denn aktuell erhält nur eine:r von fünf Mitarbeiter:innen Feedback über den aktuellen Stand und das Ergebnis der Empfehlungen. Im schlimmsten Fall können Mitarbeitende frustriert sein, wenn ihre Empfehlungen immer erfolglos bleiben. Entsprechende Software-Systeme können hier Abhilfe schaffen, indem sie die Kommunikation erleichtern.





Organisation mit passender Software

Das Empfehlungsprogramm soll die Personalabteilung unterstützen und nicht belasten. Die Verwaltung und Pflege dürfen daher nicht zu zeitaufwendig sein. Geeignete Software-Systeme nehmen Ihnen einen Großteil der Arbeit ab, indem viele Abläufe automatisiert werden. Zum Beispiel können neue Stellen automatisch im Intranet veröffentlicht werden. Mitarbeiter:innen erhalten möglichst gezielt Vorschläge, welche Jobs sie teilen können. Und resultiert daraus eine Bewerbung, werden die Empfehlenden automatisch über deren Status informiert. So sind die Beschäftigten nicht nur für Rückfragen ihrer Bekannten gewappnet, sondern fühlen sich involvierter und sind eher bereit, wieder eine Stelle zu teilen.



Unternehmenskultur

Fühlen sich Mitarbeiter:innen wohl, empfehlen sie ihre:n Arbeitgeber:in weiter. Die Werte des Unternehmens sind entscheidend. Eine starke Employer Brand hilft bei der Implementierung eines Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programmes. Eine offene und ehrliche (Fehler-) Kultur vermittelt obendrein Transparenz und motiviert Mitarbeiter:innen dazu, Empfehlungen abzugeben. Die Scheu, jemand Falsches zu empfehlen, schwindet.

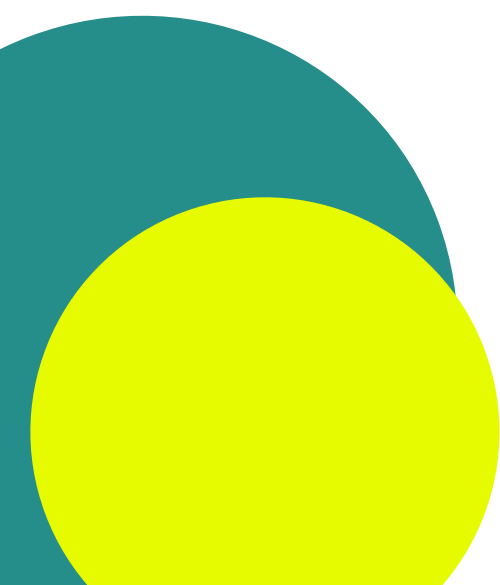
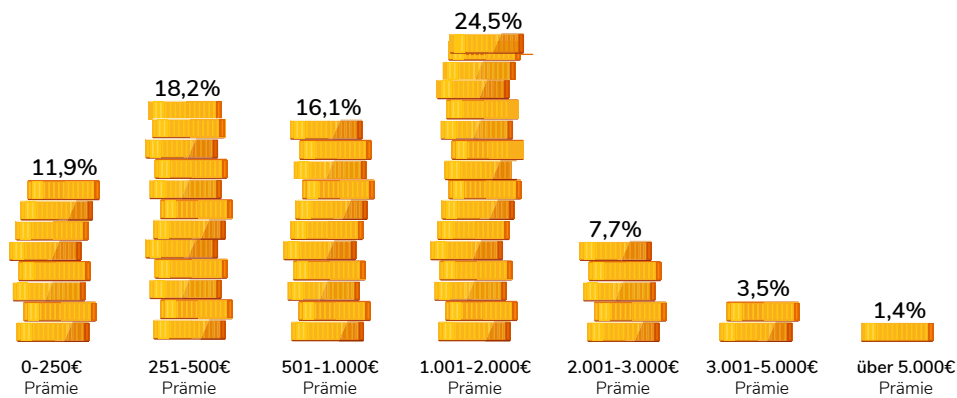


Motivation

Apropos Motivation: Zu Beginn eines Empfehlungsprogramms ist diese meist noch von allein hoch. Die Mitarbeiter:innen sind neugierig und wollen das neue Tool ausprobieren. Die Kunst ist es, die Motivation dauerhaft hoch zu halten. Vor allem, wenn die Angestellten anfangs sehr aktiv sind aber das Gefühl aufkommt, kein Dankeschön dafür zu bekommen, ist schnell die Luft raus. Das muss nicht so sein. Finanzielle Anreize sind eine Maßnahme. Es gibt aber noch andere – und oftmals effektivere – Mittel, damit das Programm im Gedächtnis bleibt. Welche das sind, erfahren Sie im nächsten Abschnitt.

Wie kann man die Nutzungsmotivation stärken?

Es gibt verschiedene Wege, die Motivation der Mitarbeiter:innen zu stärken. Laut einer Benchmark-Studie von Firstbird sehen 78 Prozent der Unternehmen finanzielle Prämien als effektivste Vergütung für eine erfolgreiche Mitarbeiterempfehlung. Die meisten der befragten Unternehmen vergeben zwischen 1.001 und 2.000 Euro für eine erfolgreiche Vermittlung. Im Regelfall fließt die Belohnung nach dem Ende der Probezeit. Die Studie zeigt übrigens auch: **Die Höhe der Prämie hat keinen signifikanten Einfluss auf die Einstellungs- und Bewerberquote.**



21 Prozent der Unternehmen belohnen die Empfehlung (zusätzlich) mit **nicht-monetären Prämien**. Es gibt also noch Potenzial, sich positiv von anderen Unternehmen abzusetzen. Hier sind einige Ideen für nicht-monetäre Prämien:

Gutscheine

Die Möglichkeiten sind schier unbegrenzt: Ein Wellness-Wochenende, Wertgutscheine oder ein Ausflug mit der ganzen Familie – seien Sie kreativ! Manche digitalen Empfehlungsprogramme bieten auch einen Prämienshop.

Urlaub

Schenken Sie Zeit, indem sie erfolgreiche Empfehlungen mit einem zusätzlichen bezahlten Urlaubstag belohnen. Eine günstigere Variante: Aktive Mitarbeiter:innen haben beim Urlaubsantrag Vortritt und können sich zu den beliebtesten Zeiten frei nehmen.

Büroausstattung

Eine für alle sichtbare Prämierung: Belohnen Sie Mitarbeiter:innen mit exklusiver Büroeinrichtung, zum Beispiel einem besonders ergonomischen Bürosessel oder einem größeren Bildschirm. Die Arbeitsmittel bleiben im Firmenbesitz und lassen sich steuerlich absetzen.

Anruf vom CEO

Es ist nur eine kleine Geste, aber ein ehrliches „Dankeschön“ kann viel bewirken. Oder wie wäre es, wenn die Geschäftsführung erfolgreiche Empfehler:innen zum Lunch einlädt?

Privat-Parkplatz

Falls Ihr Unternehmen Parkplätze hat, belohnen Sie den erfolgreichsten Talent Scout für einen Monat mit einem reservierten Parkplatz direkt vor der Tür.

Spende

Mit der Prämie etwas Gutes tun können Sie, indem Sie die Möglichkeit anbieten, im Namen der Mitarbeiter:in zu spenden.

Prämien auf Teamebene

Sie können auch ganze Teams für Empfehlungen belohnen. Zum Beispiel mit einer Grillfeier oder einem Frühstücksbuffet für das Team mit den meisten (erfolgreichen) Empfehlungen. Das wird sich garantiert herumsprechen und zu einer positiven Konkurrenz führen.



Kennzahlen für Empfehlungsprogramme

Man kann nur verbessern, was man messen kann. In diesem Sinne gibt es auch für Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programme wichtige Kennzahlen. Die KPIs für über das Programm besetzte Stellen können Sie den Werten anderer Rekrutierungswege gegenüberstellen. So können Sie sehen – und gegenüber der Geschäftsführung nachweisen – wie erfolgreich Ihr Programm ist. Zudem können aus den Kennzahlen Verbesserungen für den Prozess abgeleitet werden.

Die grundlegenden **quantitativen Kennzahlen** (siehe unten) sollten Sie direkt aus der Empfehlungs-Software oder aus Ihrem Bewerbermanagement herauslesen können.

Qualitative Kennzahlen sind oft etwas schwerer zu erheben, bieten aber wertvolle Einblicke. Messen Sie die Zufriedenheit der Kandidat:innen (**Candidate Experience**) und der empfehlenden Mitarbeiter:innen. Hierzu können Sie zu verschiedenen Zeitpunkten im Prozess stichprobenweise Befragungen durchführen. Um die Qualität der Empfehlungen bewerten und vergleichen zu können, sollten Sie auch die Zufriedenheit der Fachabteilung mit neuen Mitarbeiter:innen abfragen (**Quality-of-hire**), zum Beispiel am Ende der Probezeit.

Relevante quantitative Kennzahlen

Empfehlungsanzahl

Wie viele Empfehlungen erhalten Sie für welche Berufsfelder?

Effektivität

Wie viele Empfehlungen werden pro Einstellung benötigt?

Retention-Rate

Wie viele empfohlene Mitarbeiter:innen sind nach einem Jahr noch im Betrieb?

Cost-per-hire

Welche Kosten fallen pro Stellenbesetzung an?

Time-to-hire

Wie rasch stellen Sie empfohlene Kandidat:innen ein?

Employer Brand bzw. Stellenanzeigen-Reichweite

Wie viele Jobansichten konnten generiert werden?

Einstellungsrate

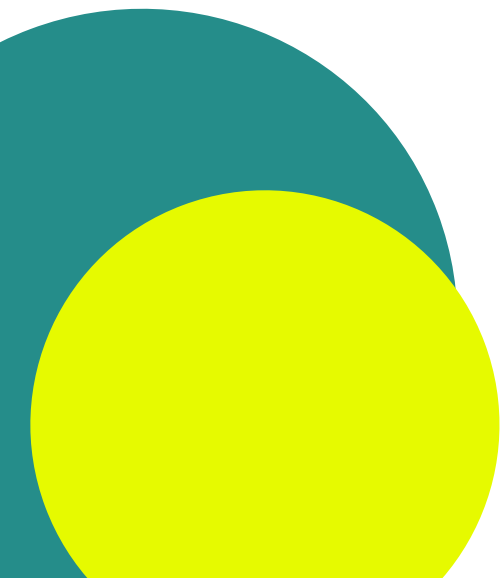
Wie viele empfohlene Kandidat:innen werden eingestellt?

Empfehlungsprogramme in die HR-Systemlandschaft integrieren

Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programme entfalten die größte Wirkung, wenn sie es den Mitarbeiter:innen sowie der Personalabteilung so leicht wie möglich machen. Dezierte digitale Lösungen sind klar im Vorteil gegenüber manuellen Abläufen per Intranet oder Mail.

Die Mitarbeiter:innen profitieren von einer ansprechenden Benutzeroberfläche – per App oder auf dem PC. Transparente Informationen zum Ablauf und zu Prämien machen es attraktiver und leichter, das eigene Netzwerk in den Recruiting-Prozess einzubringen. Für Personal:innen bedeutet das, sie können leicht Kontakt zu Top-Talenten aufbauen und den empfehlenden Mitarbeiter:innen ihre Wertschätzung ausdrücken.

Geeignete Empfehlungsprogramme lassen sich ohne Integrationskosten an ein bestehendes Bewerbermanagement-System andocken. Bewirbt sich ein:e Kandidat:in auf Basis einer Empfehlung, sind die Daten – inklusive des Feedbacks der Empfehler:in – direkt verfügbar und der Auswahlprozess kann beginnen. Das System erledigt administrative Aufgaben von selbst, damit Recruiter:innen sich auf das Wesentliche konzentrieren können.



Zusammenfassung

Mitarbeiterempfehlungen sind das größte Lob an ein Unternehmen und eine der größten Chancen im Recruiting. Sie bringen sowohl Mitarbeiter:innen, empfohlenen Kandidat:innen als auch der Personalabteilung gleichermaßen Vorteile. Wird das Programm richtig aufgesetzt, stellen die interne Kommunikation und Verwaltungsaufwand keine Herausforderung mehr dar. Dazu gehört, dass das Empfehlungsprogramm sinnvoll in ein Bewerbermanagementsystem integriert wird und eine gute Prämienstrategie für Mitarbeiter:innen erarbeitet wird.

Erfahren Sie mehr in folgendem Whitepaper:

10 Schritte zum Mitarbeiterempfehlungsprogramm

- So nutzen Sie Empfehlungen für die Personalsuche
- Finden Sie Kandidat:innen, die kulturell zum Unternehmen passen
- Machen Sie Ihr digitales Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter Programm zum Erfolg

[JETZT HERUNTERLADEN](#)



Firstbird das digitale Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter Programm verbindet Menschen mit ihrer Berufung und Unternehmen weltweit mit passenden Kandidaten. Mit Firstbird werden Mitarbeiter zu Markenbotschaftern und Empfehlungen zum erfolgreichsten Recruitingkanal.

Erfahren Sie jetzt mehr:

firstbird.com | hello@firstbird.com

