

Plausch in der Küche mit Daniel Scholze

Neuer Monat, neues Interview! Es gibt wieder einen neuen Plausch in der Küche. Ich freue mich heute Daniel Scholze zum Thema Online Marketing im Personaldienstleistungssektor befragen zu dürfen. Seid gespannt!



Daniel Scholze ist Geschäftsführer der RENTA Personaldienstleistungen GmbH. Mit 23 Jahren startete der studierte Diplomverwaltungswirt mit einer Niederlassung im sächsischen Raum und baute in den letzten 18 Jahren das Unternehmen zu einem bekannten Personaldienstleister mit derzeit 25 Niederlassungen in Deutschland sowie je einer in Polen und Tschechien aus. Neben der klassischen Personalvermittlung und Arbeitnehmerüberlassung setzt RENTA auch auf Qualifizierung mit Ausbildungsprogrammen, Schulungsmöglichkeiten und Arbeitsschutzmaßnahmen. Mit Leidenschaft, innovativen Ideen und Strategie ist aus einer Niederlassung ein Unternehmen mit breitem Angebotsportfolio geworden, wovon Mitarbeiter und Geschäftspartner profitieren.

Hallo Daniel, erzähl unseren Lesern doch bitte mal wie ihr als Personaldienstleistungsunternehmen Online Marketing nutzt? Welche Schwerpunkte setzt die RENTA im Online Marketing?

Hallo zusammen.

Uns ist natürlich bewusst, wie wichtig Online Marketing für Unternehmen – speziell im

Recruitment – ist, dennoch müssen wir ehrlich zugeben, dass auch wir noch nicht alle Möglichkeiten voll ausschöpfen, aber dieses Thema kontinuierlich aufbauen werden. Momentan kommunizieren wir unsere Angebote in den Bereichen Jobs und Qualifizierung über diverse Karriereportale, auf der eigenen Homepage aber auch über unsere Facebook Unternehmensseite. Dabei setzen wir auf eine konstante Veröffentlichung von Stellen und News mit einer Mischung aus Seriosität, Wiedererkennungswert und Ehrlichkeit.

Vor welchen Herausforderungen stehen Personaldienstleister aktuell in Deutschland?

Die größte Herausforderung ist definitiv, dass in einigen Branchen kaum Personal zu finden ist. Es ist nicht nur der oft benannte Fach- und Führungskräfemangel, sondern betrifft auch die meisten Dienstleistungsbereiche, wie Altenpflege, Gastronomie oder Produktion. Der Bewerber kann sich heute das beste Angebot aussuchen und nach eigenen persönlichen Kriterien entscheiden. Das war vor 5 – 10 Jahren anders. Außerdem wird die Personaldienstleistungsbranche immer wieder mit einem schlechten Image in Verbindung gebracht und es herrschen Unsicherheiten zu Tarif- und Mindestlohnfragen und Equal-pay-Abrechnungen seitens der Bewerber. Viele denken, dass sie mit dem Mindestlohn besser dargestellt sind, als mit der Tarifzahlung eines Zeitarbeitsunternehmens. Aber das ist falsch, denn mit der Zeitarbeit erhalten Mitarbeiter zum gesetzlichen Mindestlohn vereinbarte Sonderleistungen wie Urlaubsgeld, Branchenzuschläge, etc. und erhalten die Chance auf eine Festanstellung im Einsatzunternehmen. Hier bedarf es definitiv mehr Transparenz zu den gesetzlichen Regelungen.

Suchmaschinenoptimierung ist ein wichtiges Kriterium für den Unternehmenserfolg. Gleichzeitig tun sich einige Schnittstellen mit anderen Marketingtechniken auf – welche sind aus Deiner Sicht besonders wichtig in dieser Branche?

Diverse Studien belegen, dass [Video Content Marketing](#) ebenso wie Mobile Mediennutzung (Apps) omnipräsent im Alltag sowie zwei hochdynamische Marktsegmente mit stattlichen Wachstumsraten sind. Ich persönlich sehe hier für unsere Branche die effizientesten und effektivsten Möglichkeiten, um Informationen zu transportieren und das Unternehmen am Markt zu etablieren.

Wie gehen Eure End-Kunden mit dem Thema [Online Marketing](#) um? Sind diese aufgeschlossen gegenüber neuen Online Marketing Themen?

Alles Neue braucht seine Zeit, ehe es angenommen wird und sich bewährt – gerade im Marketing. Seit vielen Jahren agiert RENTA immer präsenter im Onlinemedium, weg vom Papier. Dennoch gibt es immer noch viele Anhänger der klassischen Printversion, obwohl über 90 % unserer Bewerber, Mitarbeiter und Geschäftskunden ein Smartphone besitzen und täglich nach Neuigkeiten im Netz recherchieren. Die Herausforderung besteht jetzt darin, das Bewusstsein für Onlinemedien und -themen zu fördern, Wahrnehmungsänderungen zu erkennen und rechtzeitig darauf zu reagieren.

Was fehlt Deiner Ansicht nach in der Online Marketing-Branche in Deutschland?

Zum einen mehr Anerkennung. Nicht jede Marketingaktion ist sofort statistisch und wirtschaftlich abrechenbar oder gewinnbringend. Weiterhin bin ich der Meinung, dass in Deutschland prinzipiell ein schnelles, flächendeckendes Internet – vor allem im ländlichen Gebieten, sowie eine breite Masse an frei zugänglichen WLAN-Hotspots zur Verfügung stehen sollten ?

Ist es in der heutigen Zeit eigentlich noch möglich, dass Personaldienstleister ohne den Einsatz von Social-Media erfolgreich rekrutieren können?

Definitiv ja, denn RENTA gewinnt neue Mitarbeiter über Facebook ebenso wie über Print- und Onlineanzeigen. Hierbei muss man abwägen, welche regionalen Einflüsse dabei eine Rolle spielen. Wir haben selbst feststellen müssen, dass die klassische Zeitung in vielen ländlichen Regionen und Gemeinden immer noch einen hohen Stellenwert hat und sehr geschätzt wird. Anders in Ballungsgebieten, wo sehr viele Informationen einfach online abgerufen werden (können). Doch ein erfolgreiches Personalrecruiting macht noch mehr aus. Wichtiger als die Frage ob online oder offline, sind doch die inhaltlichen Werte wie Persönlichkeit, Transparenz und Wertschätzung. Ich glaube auch, dass zukünftig in unserer Branche noch stärker auf den persönlichen Kontakt gesetzt wird und „Netzwerken“ in einer technikoptimierten Welt einen noch größeren Stellenwert einnehmen wird.

Könntest du unseren Lesern noch einen Tipp geben?



Ohne Strategieplan geht nichts, gleich danach kommen Kontinuität, Authentizität und feste, zuverlässige Partner.

Vielen Dank für das Interview, Daniel Scholze ?

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX