

DIE BESTEN MITARBEITER SUCHEN KEINEN JOB

12. Februar 2026 · Olaf Rosenbaum · 2 Min. Lesezeit

Betrachte die Mitarbeitersuche wie einen Eisberg.

Über der Wasseroberfläche siehst Du die Spitze: die Leute, die auf dem Markt sind. Die bekommst Du vom Arbeitsamt angeboten, die findest Du leicht – und bei denen wäre ich vorsichtig. Wer die Region wechselt, in Ordnung. Aber es gibt auch Arbeitgeber-Hopping: bei jedem Wechsel fünfhundert Euro mehr, und nach einem Jahr geht die Reise weiter.

Direkt unter der Wasseroberfläche sitzen die Wechselwilligen: noch im Job, aber auf dem Sprung – aus welchem Grund auch immer.

Darunter sitzen die Interessanten: Mitarbeiter, die heute noch gar nicht wissen, dass sie wechseln wollen. Denen geht es gut, das sind gute Leute, sie werden von ihren Arbeitgebern gehegt und gepflegt. **Das sind die, die Du haben willst.**

Und ganz unten sitzen die, die aus ihrem Job nie herauskommen werden. Die kannst Du vergessen.

Was heißt das für Dich? Die Besten erreichst Du nicht mit einer Stellenanzeige – die lesen keine Stellenanzeigen, sie suchen ja nicht. Du erreichst sie über das Bauchgefühl, das sie mit Deinem Unternehmen verbinden: über die Bande am Fußballplatz, über Deine Autos, über Deine Leute, über das, was man sich über Dich erzählt. Das ist der Unterschied zwischen Recruiting und Employer Branding: Recruiting ist schnell und fischt an der Oberfläche. Employer Branding ist ein Marathon – und holt die Leute unter der Wasserlinie ab, lange bevor sie wechseln.

Ich suche am liebsten Mitarbeiter, die heute noch gar nicht wissen, dass sie bei mir arbeiten wollen.

Wie Du diese Menschen erreichst – mit Mitarbeiter-Persona, Touchpoints und Vertrauen – hörst Du in **Folge 12** von Chefsache Krise: „Recruiting vs. Branding: Warum niemand deine Stellenanzeigen liest“ – Jetzt anhören.