

HaustechnikPersonal

Branchenorientierte Stellenbörse bietet Mehrwert

Mit einer Stellenbörse für die Haustechnik-Branche erweitert Ewald W. Schneider sein Angebot in Sachen Personalsuche. Über diese neue Dienstleistung rund um das Angebot „HaustechnikPersonal“ sprach die RAS Redaktion mit dem Branchenkenner.

RAS: Machen Sie sich durch die Stellenbörse nicht selbst Konkurrenz Herr Schneider?

Schneider: Einer meiner treuesten Kunden pflegt immer zu sagen: „Am liebsten mache ich mir selbst Konkurrenz“. Es ist gewollt, dass wir unseren Kunden aus der Haustechnik Alternativen zur Beauftragung eines Personalberaters (die erfolgreichste Lösung) anbieten, Herr Klein. Bisher bestand die Alternative darin, sich selbst Gedanken zu machen, wo und wie man seine offene Stelle „irgendwo“ inseriert. Auch haben die wenigsten Kunden eine klare Vorstellung davon, was der erfolgreichste Weg zur Optimierung einer Anzeigenkampagne ist. Als erfolgreicher Personalberater führt man natürlich über Jahre eine Statistik, welches Inserat welche Resultate hatte. Entsprechend sucht man sich dann gelegentlich andere Medienpartner, um diesen Prozess zu optimieren. Aus unserer Erfahrung als Personalberater tragen selbst optimierte Inserate maximal 20 - 30 % zum späteren Erfolg bei. Aus Kundensicht sind diese Alternativen „Entscheidungen zwischen Gut und Preiswert“. Deshalb haben wir mit der Stellenbörse HaustechnikPersonal ein Argument für Firmenkunden der Haustechnik geschaffen, die aus diversen Gründen einer Personalberatung erst einmal kritisch gegenüber eingestellt sind. Für diese Kunden liegt der Schritt nahe, es erst mal „selbst zu

versuchen“. Viele unserer Neukunden in der Personalberatung haben die Personalsuche durch Inserate erst einmal „selbst versucht“ und dabei oft wertvolle Zeit und auch Geld verloren. Diese Kunden haben jetzt die Möglichkeit das ultimative Optimum der Selbstversuche bei HaustechnikPersonal zu buchen - und das zu einem unschlagbaren Preis / Leistungsverhältnis mit wenigen Klicks.

RAS: Was meinem Sie mit Optimum?

Schneider: Jedermann weiß, wie heute die Ergebnisse aus Veröffentlichungen in den diversen Print- und/oder Online Medien sein können. Es gibt für Kunden leider keinerlei Bezugsgröße, WO und WIE und WANN zu inserieren. Hier setzt unser Konzept von HaustechnikPersonal an. Als erfolgreiche Personalberatung mit nahezu 1.300 realisierten Projekten wissen wir wo und wie und wann zu inserieren. Beispielsweise macht es heute kaum noch Sinn in den großen Tageszeitungen nach geeigneten Kandidaten zu suchen. Sie mögen von dort zwar Bewerbungen bekommen. Ob die Bewerbungen aber eine Relevanz zur ausgeschriebenen Position haben, steht auf einem ganz anderen Blatt. In manchen Projekten verzichten wir als Personalberater gänzlich auf Anzeigen, da das absehbar kaum Nutzen bringen würde. Wir setzen als Personalberatung lieber auf unsere Direktansprache (direct search) um ein optimales Ergebnis für unsere Kunden zu erzielen.

RAS: Sie beschreiben HaustechnikPersonal mit „branchenorientierte Stellenbörse mit Mehrwert“. Was konkret bedeutet das?

Schneider: Wir konzentrieren alle Aktivitäten der Stellenbörse auf ein qualifiziertes Bewerberumfeld aus der Haustechnik. Da sich Bewerber auf HaustechnikPersonal registrieren müssen, haben wir bereits das erste Qualitätskriterium. Das Buchungsprinzip für Firmenkunden und Bewerber ist zeitgemäß und einfach. Wir haben die Programmierung der Stellenbörse auf die online-affinen Kunden ausgerichtet und alle unsere Erfahrungen aus der Personalberatung einfließen lassen. So erhalten beispielsweise Firmenkunden direkt



Ewald W. Schneider

nach der Buchung automatisch Ihre Rechnung als pdf. Und die Kunden werden im weiteren Prozess automatisch über weitere Aktivitäten von HaustechnikPersonal schriftlich aufmerksam gemacht. Wer sich beispielsweise für die Buchungsoption „Premium“ entscheidet, möchte nicht nur schriftlich darüber informiert werden, dass seine Vakanz jetzt auf HaustechnikPersonal freigeschaltet wurde. Es interessiert den Kunden natürlich auch, wenn HaustechnikPersonal beispielsweise einen Auftrag zur Veröffentlichung an die RAS erteilt hat. Firmenkunden werden u.a. schriftlich informiert, wenn die Veröffentlichung auf HaustechnikPersonal 20 Tage vor Ablauf der 60-tägigen Veröffentlichung steht. Der Kunde sollte dann abwägen, ob und wie er seine Vakanz weiter veröffentlicht. Denn Fakt ist, das heute viele Stellen erst nach mehr als 3 Monaten Suchzeit besetzt werden können – wenn überhaupt. HaustechnikPersonal schlägt rechtzeitig weitere notwendige Schritte vor und übernimmt somit auch die Planung für das Konzept zur optimierten Veröffentlichung von Vakanzen. Wir denken quasi mit und überlassen unseren Kunden nicht dem „Prinzip Zufall“. Alle Aktivitäten von HaustechnikPersonal ist auf den Manager ausgerichtet, der keine Zeit und Lust hat sich für alle Vorgänge eine todo anzulegen. Da ist es schon sehr hilfreich, wenn Sie von ihren Geschäftspartnern beispielsweise an eine erforderliche Verlängerung oder Veränderung der Buchungsoption erinnert werden.

RAS: Sie sprechen einen Mehrwert an. Was meinen Sie damit?

Schneider: HaustechnikPersonal ist quasi eine hochmoderne „branchenorientierte Stellenbörse“, die sich nicht nur auf die maximale Verbreitung der freigeschalteten Veröffentlichung im Internet verlässt, sondern erfolgversprechende Medienpartner aus der Branche mit einbindet und je nach Bu-



chungsmodell die Stellenausschreibung auch dort platziert. Wir erhöhen damit ganz wesentlich die Reichweite der Anzeige und gewährleisten, dass die richtige Zielgruppe der Bewerber angesprochen wird. Ob sich ein Bewerber angesprochen fühlt, hängt wiederum von diversen Faktoren ab.

RAS: Um Ihr Stichworte „WO und WIE und WANN zu inserieren“ aufzugreifen. Könnten Sie das mal erklären?

Schneider: „Wo“ ist sicher am wichtigsten dabei. Es gibt innerhalb der Branche diverse Medien, wo Firmenkunden eine Stellenausschreibung veröffentlichen können. Wir haben uns für die Medienpartner entschieden, mit denen wir über die Jahre die besten Erfahrungen gemacht haben. Wer seine Stellenausschreibung mit wenigen Klicks auf HaustechnikPersonal veröffentlicht hat und sich für eines von drei Buchungsmodellen entschieden hat, erhält automatisch ohne Mehrarbeit eine zusätzliche Veröffentlichung bei den jeweiligen Medienpartnern. Ganz wesentlich ist, dass wir Firmenkunden den Zugang zu unseren über 9.700 vernetzten XING Kontakten exklusiv öffnen. Das ist ein echtes Pfund und verspricht den höchstmöglichen Erfolg. Als Personalberater suchen wir mit unserem Erfolgsmodell „direct search“ ja auch gezielt in den Datenbanken von XING und LinkedIn. Diese Suche in beruflichen Netzwerken – wie XING – machen aber nur Sinn, wenn Sie mit möglichst vielen Menschen aus der Haustechnik dort vernetzt sind – und da können wir bei XING wirklich punkten. Ich könnte Ihnen niemanden in unserer Branche benennen Herr Klein, der dort eine so hohe Vernetzungsquote hat. Wer sich für das Buchungsmodell PREMIUM entscheidet, erhält somit eine Veröffentlichung seiner Stellenausschreibung zu den über 9.700 XING Partnern von Ewald W. Schneider®. Das ist definitiv die erfolgversprechendste Lösung an „postings“ zu potentiellen Bewerbern, die derzeit in der Branche möglich ist.

RAS: Sie haben am Anfang die Kosten angesprochen. Können Sie da mal Licht reinbringen Herr Schneider?

Schneider: Für qualifizierte Personalberatung investieren Firmenkunden zwischen 20 - 30 % vom Jahresbrutto des eingestellten Bewerbers. Der voraussichtliche Schwierigkeitsgrad bei der optimalen Stellenbesetzung lässt das Pendel entweder in Richtung 20 %, oder auch nach 30 % ausschlagen. Dafür erhalten Firmenkunden nicht nur den opti-

mierten Such- und Auswahlprozess mit entsprechendem Manpower Aufwand, sondern in aller Regel auch die höchstmögliche Sicherheit den richtigen Kandidaten eingestellt zu haben. Wir definieren uns als Personalberatung auf höchstem Qualitätsniveau und einer Trefferquote von ca. 92 %. Wobei ich fairerweise hinzufügen muss, dass es gelegentlich „verhexte“ Projekte gibt, wo auch wir uns im wahrsten Sinne des Wortes die Zähne ausbeißen. Es gibt zudem kaum Erkenntnisse, wie erfolgreich Unternehmen derzeit mit ihren eigenen Personalsuchaktivitäten sind. Damit meine ich die eigenständige Suche von geeigneten Bewerbern mit Veröffentlichungen in diversen Print- und/oder Online Medien. Diese Quote ist um ein vielfaches schlechter als gute Personalberatung mit „direct search“ das zu leisten vermag. Von der Nachhaltigkeit der Einstellung ganz zu schweigen. Und jeder weiß, was eine gestreute Anzeigenkampagne von Stellenausschreibungen in den Medien kostet und vor allem, wie viel Arbeit und Stress das bereiten kann. HaustechnikPersonal bietet seinen Kunden sehr „kostengünstige Buchungsoptionen mit Mehrwert“ an. Und zusätzlich nimmt Ihnen HaustechnikPersonal auch die Arbeit und den Stress ab, selbst die Aufträge an die unterschiedlichsten Medien zu erteilen. Aber 92 % Erfolgsquote – wie bei unserer Personalberatung – werden Sie bei HaustechnikPersonal auch mit dem Buchungsmodell „Premium“ nicht erzielen können. Ich bin überzeugt, dass unser Versprechen der optimierten Suche über HaustechnikPersonal für Firmenkunden mehr als einen Versuch wert sein sollte. Natürlich kann auch ich nicht ausschließen, dass die Suche über HaustechnikPersonal erfolglos bleibt. Aber dann haben Sie die Gewissheit, alles Erdenkliche veranlasst zu haben. Dann bleibt Ihnen nur noch die Option mit dem Personalberater ihres Vertrauens zu arbeiten.

RAS: Wie bekommen Sie eigentlich die Besucherzahlen auf Ihrem HaustechnikPersonal Portal hoch Herr Schneider

Schneider: Wir protzen nicht mit Klickraten oder Dergleichen oder geben Unsummen an Geld für Google + Co. aus. Das würde die Kosten für die Nutzung von HaustechnikPersonal nur unnötig nach oben treiben und zusätzlich die gleichen ungeliebten Streuverluste produzieren, die Firmenkunden ja bereits leidvoll von den großen Stellenbörsen kennen. Wir setzen ganz darauf, unser Netzwerk von über 12.000 potentiellen Bewerbern permanent darauf aufmerksam zu machen, dass sich ein

Ein Unterschied zu anderen Stellenbörsen bietet die Internetpräsenz von haustechnikpersonal.de. Auf der Seite können Unternehmen einen direkten Link zu den eigenen Job-Börsen-Seiten hinterlegen. Weitere Informationen hierzu: www.haustechnikpersonal.de

regelmäßiger Blick auf HaustechnikPersonal lohnt. Das machen Bewerber aus der Branche heute schon wie selbstverständlich auf der Website von Ewald W. Schneider. Und beim Buchungsmodell PREMIUM bekommen Firmenkunden sogar noch eine zusätzliche Veröffentlichung von mindestens 60 Tagen auf www.ewald-w-schneider.de

RAS: Sie sind eine strategische Partnerschaft mit Monster und der Agentur für Arbeit eingegangen. Was bedeutet das für die Kunden von HaustechnikPersonal?

Schneider: Monster ist laut einer Nielsen Studie die bekannteste private Jobbörse bei Job-suchenden in Deutschland. Der Mehrwert für inserierende Firmenkunden bei HaustechnikPersonal besteht ja darin, dass sie die jeweilige Stellenausschreibung auch bei den aktuellen Medienpartnern in der Branche veröffentlicht bekommen. Damit wird für eine branchenbezogene „qualitative Reichweite“ der Stellenausschreibung mit entsprechender Überregionalität gesorgt. Mit der zusätzlichen Veröffentlichung bei Monster und bei der Agentur für Arbeit wird zusätzlich für eine „quantitative Reichweite“ mit der erforderlichen Regionalität gesorgt. Damit sind dann alle wichtigen Maßnahmen realisiert, damit beispielsweise auch SHK Betriebe aus dem verarbeitenden Gewerbe mit ihren regionalen Besonderheiten HaustechnikPersonal für ihre Stellenausschreibungen sinnvoll nutzen können. Das Kosten / Nutzen Verhältnis ist für einen verarbeitenden Betrieb dann extrem gut. Wenn Sie beispielsweise die Buchungsoption „BESTSELLING“ buchen, erhalten Sie mit wenigen Klicks automatisch auch eine Buchung bei sechs Branchenmedien und zusätzlich noch Monster und die Agentur für Arbeit. Wenn Sie die Buchungsoption „PREMIUM“ buchen, erhalten Sie mit wenigen Klicks sogar automatisch eine Buchung bei zehn Branchenmedien und zusätzlich noch bei Monster und der Agentur für Arbeit. Mehr geht derzeit wirklich nicht. Wenn Sie als Firma diese Maßnahmen einzeln buchen würden, müssten Sie sehr viel Zeit aufwenden und würden vermutlich auch mehr in-

vestieren müssen als bei HaustechnikPersonal. Und nicht zu vergessen: Ganz besondere Medien können Sie nur bei einer Buchung über HaustechnikPersonal erreichen, wie beispielsweise die über 9.700 XING Kontakte von Ewald W. Schneider – das ist ein ganz dickes Pfund!

RAS: Warum bieten Sie Unternehmen der Haustechnik eine Logo – Präsenz auf HaustechnikPersonal?

Schneider: Das ist auch eine wesentliche Neuerung. Unternehmen präsentieren ihr Unternehmenslogo und wir verknüpfen beispielsweise mit deren Karriereseiten. Über HaustechnikPersonal haben Unternehmen der Haustechnik dann die Möglichkeit Imagekampagnen punktgenau bei Ihren wichtigen Zielgruppen zu platzieren: Bewerber aus der Branche, Lieferanten, Großhändler, verarbeitende Betriebe und Planungsbüros aus der Branche

werden regelmäßige Besucher von HaustechnikPersonal sein.

RAS: Klingt alles erfolgversprechend Herr Schneider. Und was kosten Ihre Buchungsmodelle „Basic“, „Bestselling“ und „Premium“?

Schneider: Wir kommunizieren das ganz offen Herr Klein! Klicken Sie auf www.haustechnikpersonal.de

VDE

Grundlagen der Gebäudeautomation

Die Buchneuerscheinung des VDE Verlags beschreibt und erläutert die wichtigsten Regelstrategien zur bestmöglichen Klimatisierung eines Gebäudes. Einführung in die Gebäudeautomation: beteiligte Personen, heutige Systeme und die Kommunikation der Komponenten; Beschreibung und Erläuterung von Regelstrategien zur optimalen Klimatisierung eines Gebäudes; Darstellung von Störgrößen und Konzepten für einen optimalen Betrieb. Nach einem kurzen Abriss der Entwicklung der Gebäudeautomation werden die Rollen der beteiligten Personen, die heutigen Systeme und vor allem die Kommunikation der beteiligten Komponenten dargestellt, bevor auf die wichtigsten Regelstrategien zur optimalen Klimatisierung eines Gebäudes ein-



gegangen wird. Häufig auftretende Störgrößen werden ausführlich erläutert, um abschließend Konzepte für einen optimalen Betrieb der Gebäudetechnik vorzustellen. Die Reihe Kälte · Klima · Lüftung | Kompakt ermöglicht es insbesondere Praktikern, Seiten- und Quereinsteigern sowie Berufsanfängern, sich schnell in einzelne Themen der Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik einzuarbeiten.

Sie entsteht in enger Zusammenarbeit zwischen dem VDE Verlag und der cci Dialog GmbH.

Sebastian Palmer ist als Vertriebsingenieur bei der Gesellschaft für Regelungstechnik und Energieeinsparung tätig. Zuvor war er dort Projektleiter für die Gebäudeautomation. Weitere berufliche Stationen waren Entwicklungsingenieur Gebäudeautomation bei der Wilo SE, die Siemens AG und die Stadt Köln, wo Sebastian Palmer sich mit dem Thema Energiemanagement beschäftigt hat. Zielgruppe: Einsteiger, Auffrischer und Profis der Kälte-, Klima- und Lüftungsbranche und Quereinsteiger aus verwandten Gewerken, insbesondere Fachplaner, Systemintegratoren, Anlagenbauer, Bauherren, Betreiber, Facility-Manager und Studenten der Technischen Gebäudeausrüstung. Palmer, Sebastian, Grundlagen der Gebäudeautomation für die Klima- und Lüftungstechnik, 146 Seiten, 26 EUR, ISBN 978-3-8007-3934-9

Angebote und Rechnungen direkt erstellen

Sirados, nach eigenen Angaben führender Anbieter von Baudaten, hat sich mit vorformulierten Leistungstexten und vorkalkulierten Preisen längst auch im Bauhandwerk etabliert. Neu ist, dass jetzt auch Angebote und Rechnungen direkt aus der Software des Herstellers heraus erstellt werden können. „Sirados Angebot und Rechnung“ ist speziell für kleinere Handwerksbetriebe, die sich keine teure und komplizierte Kalkulationssoftware anschaffen wollen. Im Bauhandwerk reicht eine hervorragende fachliche Qualifikation allein nicht aus, um sich im scharfen Wettbewerb zu behaupten. Offensichtliche Kalkulationsfehler, unklare Leistungsbezeichnungen oder ein unübersichtliches Layout beim Angebot sind K.-O.-Kriterien! Angebote sollten klar strukturiert, präzise und individuell anpassbar sein.

Und auch bei der Rechnungsstellung ist ein einheitliches Erscheinungsbild, Klarheit und Verständlichkeit, Richtigkeit und Vollständigkeit ein Muss. Vor allem aber müssen für das Finanzamt viele Formalitäten beachtet werden.

Mit den bereits fertig kalkulierten und ausformulierten Leistungstexten von Sirados ersparen sich Handwerker viel Aufwand und Zeit bei der Erstellung der Angebotstexte und erhöhen die Sicherheit bei der Preisermittlung. Aber was nützen die besten Kalkulationsdaten ohne ein Werkzeug für die Angebots-/Rechnungsstellung? Die Software schließt jetzt die Lücke zwischen Kalkulationsdaten und effizienter Angebotserstellung. Die Software läuft als Add-On zusammen mit den Kalkulationsdaten unter einer Bedienoberfläche. Der Anwender muss die Daten also nicht erst in ein anderes Programm exportieren, sondern übernimmt Positionen oder eigene Texte ohne Umwege in sein Leis-

tungsverzeichnis. Die vorkalkulierten Werte für Lohn, Material, Gerät, Zeitbedarf und Werkemittelohn können beliebig verändert werden. Zu-/Abschläge sind für das Leistungsverzeichnis ebenso möglich, wie eine regionale Anpassung der Preise mit Hilfe von Ortsfaktoren. In kürzester Zeit können einheitliche Angebote und Rechnungen mit Firmenlogo erstellt werden und bei Bedarf einfach in der Textverarbeitung angepasst werden. In der Dokumentenverwaltung werden alle Ausdrucke gespeichert, so dass der Anwender immer den Überblick behält. „Sirados Angebot und Rechnung“ ist keine komplexe kaufmännische Lösung, sondern eine einfache Software für die Angebots- und Rechnungsstellung. Die Software wendet sich vor allem an kleinere Handwerksbetriebe im Bau- und Baunebengewerbe, die sich keine teure und umfassende Kalkulationssoftware anschaffen wollen. Weitere Informationen auch unter: www.Sirados.de