



**Externes Personal managen:  
Schritt-für-Schritt-Anleitung über  
den gesamten Mitarbeiterzyklus**

**Ob saisonal**, phasenbedingt oder zeitunabhängig als zentrales Konzept - Zeitarbeitnehmer können für den Erfolg eines Unternehmens entscheidend sein. Für Branchen, die auf hohe Zahlen und regelmäßiges Einstellen von externem Personal angewiesen sind, ist daher gutes Workforce Management essenziell. Je mehr Aufwand zum Beispiel bei der Einarbeitung gespart werden kann, umso weiter lassen sich die Gesamtkosten reduzieren.

Risiken wie hohe Fluktuation oder falsche Eignung der Kandidaten müssen daher kontrolliert, kompensiert und im besten Falle möglichst weit verringert werden. Dafür ist es besonders gewinnbringend, Ressourcen richtig zu platzieren und an strategisch wichtigen Stellen aufmerksam zu investieren, um den Gesamtprozess stabil und kostensparend führen zu können.

In dieser Schritt-für-Schritt-Anleitung für einen solchen Prozess gehen wir daher in Phasen vor: Jede Phase im Mitarbeiterzyklus baut auf die vorhergehende auf und je besser diese organisiert sind, umso effizienter läuft der Prozess als Ganzes ab. Deshalb ist es von großem Nutzen, jede Phase systematisch aufzubauen:

- 1 Bestandsaufnahme und Analyse
- 2 Rekrutierung
- 3 Onboarding
- 4 Mitarbeiter-Engagement
- 5 Performance Management
- 6 Offboarding & Neurekrutierung

Sollten Sie hierbei Beratungs- oder Unterstützungsbedarf haben, kontaktieren Sie uns gerne jederzeit und informieren Sie sich über unsere Dienstleistungen:  
[ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE](mailto:ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE)

Unterfüttert wird die Anleitung mit Beispielen aus unserer eigenen Zusammenarbeit mit zahlreichen Kunden aus unterschiedlichen Branchen.

# Effektives Workforce Management im Verlauf des Mitarbeiterzyklus

## Phase 1: Bestandsaufnahme und Analyse

Wenn die Zeit knapp ist und der Bedarf akut, ist es verlockend, ohne eine Analyse der Ist-Situation direkt zur Rekrutierung überzugehen. Doch seien Sie nicht voreilig! Phase 1 eines effizienten Mitarbeiterzyklus zu überspringen spart auf lange Sicht weder Zeit noch Kosten, sondern führt allemal zu einem Prozess auf wackligem Fundament. Im schlimmsten Falle bewirken die Maßnahmen, die ohne eine Bestandsaufnahme ergriffen werden, das Gegenteil von Ihrem eigentlichen Ziel.

### Aus unserer Kundenerfahrung:

*Ein etablierter Hersteller von Rädern und Rollen wollte den Einarbeitungs-aufwand für externes Personal reduzieren. Während der Bestandsaufnahme stellte sich heraus, dass vielen Zeitarbeitnehmern aufgrund von fehlenden Sprachkenntnissen das Verstehen von Sicherheitsanweisungen schwer fiel, wodurch sich Verzögerungen ergaben und viele Einweisungsschritte wiederholt werden mussten. Dank dieser Erkenntnis aus der initialen Analyse konnte die ManpowerGroup für diesen Kunden ein wichtiges Ziel identifizieren: Sprachtests wurden in die Einarbeitung von neuem Personal integriert. Durch Probearbeiten und eine nähere Begleitung der Sicherheitsunterweisungen konnte die Effizienz im Mitarbeiterzyklus drastisch erhöht werden.*

Sinn und Zweck der initialen Analyse sind unter anderem:

1  
Definition der anfänglichen Problematik und Ihrer damit einhergehenden Bedürfnisse

2  
Genauere Kenntnis über Ihre bereits vorhandenen Ressourcen, sodass diese gewinnbringend eingesetzt werden können

3  
Identifizieren von unternehmensspezifischen Chancen und Risiken im Workforce Management

4  
Formulierung von S.M.A.R.T.en Zielen

5  
Grundlagenbildung für das Entwickeln einer zielführenden Strategie

6  
Festlegen relevanter KPIs, die eine reale Auswirkung auf das Geschäftsergebnis haben





## Die Liste der Elemente,

die in einer Bestandsaufnahme berücksichtigt werden können, ist lang und kann sich von Fall zu Fall unterscheiden. Hier sind nur einige Beispiele für Business-Aspekte, die bei einer Analyse unter die Lupe genommen werden sollten:

### 1. Die Geschäftsziele Ihres Unternehmens als Ganzes

Auch wenn dieser Punkt leicht zu übersehen ist, lohnt es sich, die Ziele Ihrer Organisation explizit zu machen und sie sich erneut vor Augen zu führen. Das schafft Klarheit darüber, was konkret im Workforce Management erreicht werden soll, um diese Ziele zu unterstützen.

### 2. Die Struktur und Organisation Ihrer Teams und Abteilungen

Aus Ihrem bestehenden Teamaufbau lässt sich ablesen, wie das Workforce Management sich möglichst günstig organisieren lässt und wie die Zuständigkeiten verteilt sein können.

### 3. Die Reputation Ihres Unternehmens

Ihre Unternehmensreputation als Marke und als Arbeitgeber hat Einfluss darauf, welche Kandidaten Sie für sich gewinnen können und wie Sie diese am besten erreichen und ansprechen.

### 4. Die Situation in Ihrer Branche

Boomt das Geschäft? Ist Ihre Branche aktuell von einer Krise betroffen? Befindet sie sich noch im Aufbau oder steht kurz vor einer großen Veränderung? Wenn Sie das wissen, können Sie auch im Workforce Management vorausschauend agieren.

### 5. Ihre aktuellen Ressourcen

Keine Analyse ist komplett ohne ein genaues Bild darüber, wie viel Zeit, Geld und Personal Ihnen zur Verfügung steht. Vergessen Sie dabei nicht, dass Mitarbeiter in anderen Abteilungen und Schichten auch Ressourcen sind, die Ihnen bei einer effizienten Planung zugute kommen können!

### 6. Chancen und Risiken

Die gute alte SWOT-Analyse ist noch immer ein nützlicher Ausgangspunkt für neue Pläne, auch wenn es um externe Mitarbeiter geht. Erarbeiten Sie die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken Ihres aktuellen und künftigen Workforce Managements.

### 7. Die günstigste Strategie

Haben Sie diese und weitere relevante Punkte untersucht, können Sie nun dazu übergehen, die für Sie beste Strategie zu entwickeln. Möchten Sie einen neuen Kandidatenpool anzapfen? Aktuellen Arbeitskräften neue Aufgabenbereiche anbieten? Das Engagement Ihrer Teams fördern? Wie wollen Sie vorgehen, wenn Sie eine gute Mischung aus allem möchten?

### Ein weiterer Tipp zum Ressourcensparen...

Bei einem ganzheitlichen Blick auf das Management Ihres externen Personals kommen Sie um den Aspekt des Lieferantenmanagements nicht herum. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen Ansprechpartnern kostet oft viel Zeit – von der Schwierigkeit, beim Jonglieren all dieser Kontakte den Überblick zu behalten, ganz zu schweigen. Suchen Sie während Ihrer Analyse auch nach Möglichkeiten zur Schnittstellenreduzierung? Am besten funktioniert das, indem Sie einem Dienstleister die Rolle des Master Vendor zuteilen. So haben Sie nur noch einen einzigen Ansprechpartner, der die Koordination aller Lieferanten übernehmen und Ihre Wünsche bei jedem Ihrer Partner umsetzen kann – in jeder Phase des Workforce Managements.

## Phase 2: Rekrutierung

Wenn Sie ein klares Bild Ihrer Ist- und Soll-Situation haben und Ihre Entscheidung für eine effektive Strategie gefallen ist, beginnt der Mitarbeiterzyklus an sich mit der Rekrutierung und Einstellung neuer Kandidaten. Drei Dinge sind bei diesem Vorgang entscheidend: Bei Bedarf die Wahl eines geeigneten Dienstleisters, die Erstellung der Suchprofile und zuletzt die Auswahl passender Kandidaten.

### Tipps zur Wahl des passenden Dienstleisters für Ihr Workforce Management

1

#### Stellen Sie sich klar vor Augen, warum Sie den Rekrutierungsprozess auslagern wollen.

Wenn Sie Ihr „Warum“ gut kennen, fühlen Sie sich bei der Auswahl von Dienstleistern sicherer und haben genau im Blick, worauf Sie besonders großen Wert legen. Hinzu kommt, dass Sie und Ihr Team so die Motivation behalten, weiter am zu Prozess arbeiten.

2

#### Suchen Sie nach Möglichkeit einen Anbieter aus einer Hand.

Lagern Sie schon die Rekrutierung aus, ist es von großem Vorteil, einen Partner zu finden, der sich auch um den Gesamtprozess kümmert. So haben Sie mehr Zeit für andere Projekte und sparen sich den Aufwand, mit vielen Gesprächspartnern gleichzeitig in Kontakt stehen zu müssen.

3

#### Fragen Sie nach der Erfahrung des Dienstleisters in Ihrer Branche.

Nicht jedes Projekt im Workforce Management ist gleich. Einige Dienstleister spezialisieren sich auf konkrete Marktbereiche und haben weniger Erfahrung, wenn es um andere geht. Fragen Sie Ihren potentiellen Partner nach bereits abgeschlossenen und laufenden Projekten und finden Sie heraus, wie gut diese zu Ihren Bedürfnissen passen.

4

#### Finden Sie jemanden, der Lösungen flexibel an Ihre Bedürfnisse anpasst.

Es gibt viele Angebote, die nach einer Schablone arbeiten und damit gelegentlich Erfolg haben. Eine größere Sicherheit haben Sie allerdings mit einem Partner, der mit Ihnen ins Gespräch geht und für Sie eine eigene Strategie entwickelt. Was in einem Unternehmen gut funktioniert hat, muss nicht zwangsläufig auch für Sie das Beste sein.

### Aus unserer Kundenerfahrung:

*Für einen globalen Hersteller von Straßenbahnen und Zügen nutzte die ManpowerGroup ihre zentralisierte Recruitingabteilung und entwickelte eine spezialisierte Lösung für die Rekrutierung von EU-Facharbeitern: Polnische Kandidaten wurden über digitale Jobkanäle rekrutiert und mithilfe eines Qualifizierungsbudgets in Lehrstätten zu Schweißern ausgebildet. Das Resultat: 30 von 40 ausgebildeten Schweißern wurden im Kundenunternehmen eingesetzt. Die internationale Ausrichtung des Kunden konnte im Rekrutierungsprozess also genutzt werden, um einen größeren Pool an Kandidaten auszuschöpfen. Die Ausbildung wiederum musste nicht erst nach dem Onboarding erfolgen, sondern wurde zeitlich vorgezogen. Dadurch liefen die späteren Schritte im Mitarbeiterzyklus deutlich schneller ab.*

## Tipps zur Erstellung guter Suchprofile

1

### **Beschränken Sie sich auf einige wenige Kernkompetenzen.**

Suchen Sie nicht die eierlegende Wollmilchsau. Selbst wenn sie existiert, werden Sie auf die Suche deutlich mehr Zeit verwenden, als Sie sich leisten können. Ein Suchprofil mit drei hoch relevanten Anforderungen reicht aus, um passende Kandidaten zu finden und anzusprechen.

2

### **Überdenken Sie bestehende Suchprofile.**

Haben Sie in vergangenen Saisons bereits externes Personal rekrutiert? Greifen Sie auf Ihre Erfahrungen zurück und wenden Sie die daraus resultierenden Learnings auf Ihre neuen Suchprofile an.

3

### **Achten Sie auf eine klare und knappe Ausdrucksweise**

Um sicherzugehen, dass Dienstleister und Kandidaten Ihre Wünsche genau verstehen, sollten Sie mit ein wenig Abstand Ihre Suchprofile überprüfen und gegebenenfalls neu formulieren. Riskieren Sie nicht Ablehnung durch Kandidaten, nur weil interne Begriffe oder schwer verständliche Umschreibungen sich ins Profil eingeschlichen haben.

4

### **Berücksichtigen Sie alle geeigneten Zielsprachen.**

Ist es für die zu vergebenden Stellen wichtig, dass Ihre Mitarbeiter Deutsch sprechen? Wider Erwarten ist das oft gar nicht der Fall. Überlegen Sie, ob es sich nicht lohnt, Ihr Suchprofil auf zwei oder - je nach Kontext - sogar drei Sprachen zu verfassen. Wenn Sie wissen, dass außer Deutsch noch eine lingua franca in Frage kommt, machen Sie den Bewerbungsprozess bewusst für Kandidaten zugänglich, die diese beherrschen.





## Tipps zur Auswahl Ihrer Kandidaten

1

### Lassen Sie sich von Ihrem Dienstleister eine Vorauswahl geben.

Auch wenn Ihr Geschäftspartner nicht den gesamten Rekrutierungsprozess übernimmt, ist ein Pre-Screening von Kandidaten wichtig. Dazu ist Ihr Dienstleister ja da. Lassen Sie sich nicht durch massive Wellen an Bewerbern überfordern und stellen Sie sicher, dass nur die Unterlagen vielversprechender Kandidaten auf Ihrem Schreibtisch landen.

2

### Vergleichen Sie die Bewerber mit Ihren Suchanforderungen.

Im letzten Schritt haben Sie sichergestellt, dass nur absolut notwendige Kompetenzen auf Ihren Suchprofilen landen. Erscheint ein Kandidat mit vielen „Nice-to-Haves“, aber ohne die wichtigsten Eigenschaften, ist dieser Mitarbeiter wahrscheinlich nichts für Ihr Unternehmen.

3

### Erwägen Sie, Bewerbungen zu anonymisieren.

Gerade im Rekrutierungsprozess ist Neutralität der Person gegenüber das A und O. Aus mannigfaltigen Studien wissen wir, dass trotz bester Vorsätze auch unterbewusste Vorurteile die Wahl beeinflussen können. Überlegen Sie, ob es sich lohnt und für Ihre Zwecke angemessen ist, die Lebensläufe Ihrer Kandidaten im anonymen Zustand ohne Bewerberfotos zu erhalten, sodass Sie Ihre Entscheidung völlig unabhängig von Geschlecht, Herkunft und anderen nicht relevanten Charakteristika fällen können.

4

### Machen Sie Gebrauch von Probearbeiten und Probetagen.

Die Einstellung dauert zwar länger, wenn vorher noch Probetage vereinbart werden, dafür haben Sie aber größere Sicherheit über die Eignung von Kandidaten. Diese wiederum bekommen ein besseres Bild von Ihrem Unternehmen und entwickeln so von Anfang an eine stärkere Bindung zur Firma, wodurch die Fluktuation geringer gehalten werden kann.

## Phase 3: Onboarding

Die besten Kandidaten sind gefunden, ausgewählt und eingestellt. Nun beginnt die Onboarding-Phase mit Vorbereitung, Einarbeitung und Eingewöhnung.

Strukturierung und Standardisierung sind hier genau so wichtig wie in den vorhergehenden Phasen. Ein gut organisiertes Onboarding kann die Fluktuationsrate deutlich reduzieren und ist damit eine wichtige Stellschraube, da hohe Fluktuation eine der zentralen Ursachen von erhöhtem Einstellungsaufwand sowie höheren Kosten ist. Auch hier kann ein guter Dienstleister Ihnen unter die Arme greifen oder den Prozess ganz für Sie übernehmen.

### **Aus unserer Kundenerfahrung:**

*Ein Anbieter für Freizeitfahrzeuge in Premiumqualität hatte das Ziel, die Effizienz seines Workforce Managements zu steigern und erforderliche Kosten zu reduzieren. Die ManpowerGroup übernahm die Koordination und Begleitung von Probearbeiten und Schnuppertagen. Durch die Koordinierung von umfangreichen Onboarding-Prozessen und die Ausstattung der Mitarbeiter mit persönlicher Schutzausrüstung nach festgelegten Standards erhöhte sich die Mitarbeiterbindung an das Unternehmen. Das Ergebnis war eine niedrigere Fluktuationsrate und damit eingesparter Aufwand bei der Einstellung immer neuer externer Mitarbeiter.*



## Damit Sie sich ein Bild davon machen können, wie ein strukturiertes Onboarding aussehen könnte, haben wir beispielhaft für Sie eine kurze Checkliste zusammengestellt:

Wenn Sie ein klares Bild Ihrer Ist- und Soll-Situation haben und Ihre Entscheidung für eine effektive Strategie gefallen ist, beginnt der Mitarbeiterzyklus an sich mit der Rekrutierung und Einstellung neuer Kandidaten.

Drei Dinge sind bei diesem Vorgang entscheidend: Bei Bedarf die Wahl eines geeigneten Dienstleisters, die Erstellung der Suchprofile und zuletzt die Auswahl passender Kandidaten



### Checkliste:

#### Vor dem ersten Arbeitstag

- Nötige Informationen an neue Mitarbeiter geben: Arbeitszeiten, Dresscode, Prozedere am ersten Arbeitstag, etc.
- Einholen wichtiger Dokumente und Informationen (z. B. benötigte Formulare und Sozialversicherungsnummern)
- Bei Bedarf ein Willkommenspaket mit wichtiger Ausrüstung, Sicherheitsinformationen und Werbepublikationen zusammenstellen
- Aufgaben für den ersten Arbeitstag vorbereiten
- Relevante Software-Zugänge, Schlüssel, Chipkarten u. Ä. einrichten
- Einladungen zu wichtigen Meetings versenden

Hierbei handelt es sich natürlich nur um ein Beispiel. Eine detailliertere und an Ihr Unternehmen individuell angepasste Checkliste wird zur Umsetzung des für Sie idealen Onboardings nötig sein.



### Checkliste:

#### Am ersten Arbeitstag

- Vorstellen der wichtigsten Ansprechpartner für den neuen Mitarbeiter
- Kennenlernen mit den neuen Kollegen durchführen
- Sicherheitseinweisung und Einarbeitung in die neuen Aufgaben geben
- Verständnis schaffen zur Rolle des einzelnen Mitarbeiters im entsprechenden Prozess und der Bedeutung des Prozesses im Gesamtunternehmen
- Kommunizieren des Ablaufplans für die erste Arbeitswoche
- Technische Ausrüstung, Arbeitskleidung und Schlüssel übergeben und per Unterschrift bestätigen lassen
- Sofern relevant: Schulung zu Ihrem Unternehmen, Ihren Zielen, Zielgruppe, Stakeholdern, etc.
- ggf. Einführung zum Thema Unternehmenskultur/Stakeholdern, etc.

Sollten Sie hierbei Beratungs- oder Unterstützungsbedarf haben, kontaktieren Sie uns gerne jederzeit und informieren Sie sich über unsere Dienstleistungen im OnSite Management und als Master Vendor: [ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE](mailto:ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE)

## Phase 4: Engagement

Auch nach der Einarbeitungsphase ist es elementar wichtig, Mitarbeiter nicht sich selbst zu überlassen. Stattdessen sollten Methoden entwickelt werden, um sie an Ihr Unternehmen zu binden und dadurch die Fluktuationsrate so weit wie möglich zu senken.

Es gilt also, das Engagement der Mitarbeiter zu steigern. Laut Studien fühlt sich weltweit nur etwa die Hälfte aller Arbeitnehmer eingebunden und durch das Unternehmen motiviert. Das bedeutet für Sie: Wenn Sie effektive Engagement-Maßnahmen ergreifen, sind Sie der Konkurrenz wahrscheinlich einen Schritt voraus und können mit höherer Wahrscheinlichkeit Ihr externes Personal an Sie binden. Diese Bindung ist dann von Bedeutung, wenn es darum geht, schnelle und hohe Fluktuation zu vermeiden.

Welche konkreten Engagement-Maßnahmen für Ihr Unternehmen am besten geeignet sind, hängt von vielerlei Faktoren ab, wie zum Beispiel der Art der Arbeitsaufgaben und Ihres Produkts, dem Aufbau des Unternehmens und vielem mehr. Im Idealfall haben Sie diese bereits während Ihrer anfänglichen Bestandsaufnahme analysiert.

Wir empfehlen, mit einem Dienstleister Ihres Vertrauens individuell auf Ihr Unternehmen zugeschnittene Engagement-Strategien zu erarbeiten. Dennoch können Sie mit diesen drei Beispielen bereits eine Grundlage bilden:

### 1. Unterstützen Sie Manager und Aufsichtspersonal.

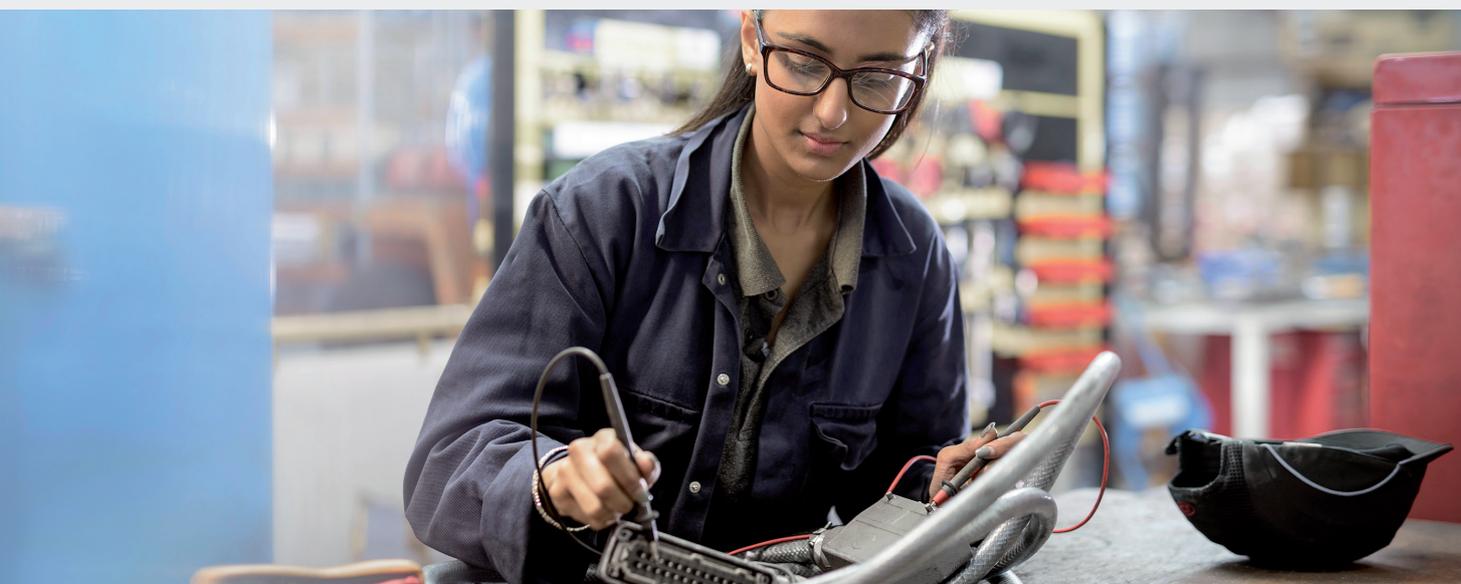
Oft sind Führungskräfte und Team Leader diejenigen, die einen Job am besten verstehen und selbst viel Erfahrung damit haben. Geben Sie ihnen darüber hinaus allerdings regelmäßig Trainingsmaterial über Führungsqualitäten an die Hand und ermächtigen Sie sie dazu, selbst Verbesserungspotential zu entdecken und Veränderungen durchzuführen.

### 2. Setzen Sie einen standardisierten Prozess für Feedbackgespräche auf.

In regelmäßigen Abständen mit Mitarbeitern zu kommunizieren ist für eine kontinuierliche Optimierung von Arbeitsprozessen elementar. Sorgen Sie dafür, dass externes Personal sich ernst genommen und angehört fühlt. So entsteht eine stärkere persönliche Bindung und Sie erfahren schneller, wo gegebenenfalls der Schuh drückt. Achten Sie darauf, dass nicht nur die Manager den Mitarbeitern Feedback geben, sondern auch umgekehrt.

### 3. Überlegen Sie, ob Mitarbeiter für mehr als nur ein Aufgabengebiet ausgebildet werden sollten.

Gerade wenn Ihr Bedarf an Arbeitskräften häufig schwankt, sollten Sie immer für den Fall der Fälle eine schnelle Lösung parat haben. Eine solche „Reserve“ können Sie bereithalten, indem Sie Personal aus einer Abteilung für Aufgaben außerhalb ihres Arbeitsalltags schulen, damit diese im Notfall in der anderen Abteilung einspringen und aushelfen können.



### Aus unserer Kundenerfahrung:

Bei einem Hersteller von Verbrauchsgütern (Nahrung, Kosmetik, Haushalt) war extreme Flexibilität gefragt. Innerhalb von zwei Stunden musste bei Bedarf eine Ersatzgestellung zur Verfügung stehen. Um diesem Bedürfnis gerecht zu werden, implementierte die ManpowerGroup einen sogenannten Flexpool: Im Vorfeld wurden einzelne Zeitarbeitnehmer in unterschiedlichen Abteilungen angelernt. In Hochphasen konnten die angelernten Zeitarbeitnehmer in einer Springerfunktion abteilungsübergreifend eingesetzt werden.

## Phase 5: Performance Management

Bildet Engagement Management die Motivation und die Mitarbeiterbindung auf persönlicher Ebene ab, so stellt ein gutes Performance Management sicher, dass Sie leistungsstarke Mitarbeiter fördern und weniger starke entweder zu effektiverer Arbeit befähigen oder eine saubere Trennung einleiten.

Einer der wichtigsten Bausteine im Performance Management ist Messbarkeit. Das gilt zwar für alle Phasen des Mitarbeiterzyklus, spielt aber im Performance Management eine unmittelbarere Rolle, denn die Leistung des externen Personals hat sehr direkte Auswirkungen auf die Produktivität Ihrer Abteilung und des Unternehmens insgesamt.

Zu den möglichen Kennzahlen, anhand derer Sie Performance bewerten können, gehören zum Beispiel:

Fehlerquote

Anzahl an  
fertiggestellten  
Produkten

Umsatz und  
Gewinn pro Mitarbeiter

Arbeitsstunden

Pünktlichkeit bei  
Deadlines

Bearbeitungszeit  
für konkrete Aufgaben

etc.

Die Einflussfaktoren für Produktivität können konkreter Natur sein oder eher schwer zu greifen. Letzteres muss aber nicht unbedingt bedeuten, dass sie nicht beeinflussbar sind. Ähnlich wie beim Engagement Management gilt auch in puncto Performance: Es gibt kein Allheilmittel. Die Wahl der Methode und deren Effektivität hängt stark vom Kontext ab, in dem Sie sich bewegen.



Sollten Sie hierbei Beratungs- oder Unterstützungsbedarf haben, kontaktieren Sie uns gerne jederzeit und informieren Sie sich über unsere Dienstleistungen im OnSite Management und als Master Vendor: [ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE](mailto:ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE)

## Auch hier gibt es wieder einige Tipps, die Ihnen als Anstoß dienen können, die Leistung Ihres Teams zu erhöhen:

### 1. SETZEN SIE EINE GUTE MISCHUNG AUS KONTINUIERLICHEN UND ANLASSBEZOGENEN MASSNAHMEN EIN.

Die Agilität erfordert es, auf konkrete Gegebenheiten zu reagieren und auf akute Situationen mit schnellen Lösungen zu reagieren. Arbeiten Sie jedoch auch proaktiv und planen Sie die Performance-Steigerung auch auf lange Sicht. Das kann Stress bei Ihren Mitarbeitern reduzieren und bildet eine gute Grundlage in Krisensituationen.

### 2. HOLEN SIE SICH RÜCKMELDUNG AUS MEHR ALS NUR EINER QUELLE.

Die subjektive Einschätzung von Teamleitern ist für die Leistungsbewertung wertvoll. Denken Sie aber auch daran, dass Führungskräfte nur eine Perspektive auf die Hintergründe von Leistungssteigerung und -abfall bieten können. Beziehen Sie direkte Mitarbeiter in Ihre Feedbacksammlung mit ein.

### 3. NUTZEN SIE FLEXIBLE ZIELVEREINBARUNGEN, WO DIESE ANGEBRACHT SIND.

Nicht jeder Aufgabenbereich kann in absoluten Zahlen gemessen werden. Je nachdem, woran Ihr externes Personal arbeitet, kann es vorkommen, dass mathematisch festgelegte Ziele zwar nicht vollständig erreicht werden, aber andere Aspekte der geleisteten Arbeit von hoher Performance sprechen. Zum Beispiel kann in einer Saison eine gute Grundlage für Umsatzsteigerungen in der kommenden gelegt worden sein, auch wenn die absoluten Zahlen sich vorübergehend langsamer verbessert haben.

### 4. BIETEN SIE EXTERNEM PERSONAL EINE PERSPEKTIVE.

Wenn Zeitarbeitskräfte die Möglichkeit haben, bei guter Leistung wiederholt von einem Unternehmen eingestellt zu werden, höhere Positionen zu besetzen oder gar fest übernommen zu werden, steigt dadurch die Motivation, produktiver zu arbeiten. Voraussetzung dafür ist natürlich, dass sie in vorhergehenden Phasen erfolgreich die Mitarbeiterbindung erhöht haben.

#### **Aus unserer Kundenerfahrung:**

*Zur Weiterqualifizierung von talentierten Zeitarbeitnehmern bei einem global führenden Anbieter von Elektroartikeln wandte die ManpowerGroup die folgende Methode an: Die Stärken einzelner Leiharbeiter wurden analysiert und leistungsstarke sowie vielversprechende Mitarbeiter identifiziert. Talentierte Zeitarbeitnehmer bekamen daraufhin die Chance auf einen beruflichen Aufstieg, was zu allgemein mehr Motivation und Produktivität führte.*

## Phase 6: Offboarding & Neurekrutierung

Der Offboarding-Prozess, auf den wir hier zu guter Letzt eingehen, ist keinesfalls das Ende des Workforce Managements. Schließlich ist der Mitarbeiterzyklus kein linearer Prozess mit Anfang und Ende, sondern im besten Falle ein sich selbst immer wieder begünstigender Kreislauf. Wer häufig mit externem Personal arbeitet weiß, dass die Neurekrutierung leistungsfähiger Mitarbeiter sehr lukrativ sein kann, und setzt daher alles daran, eine gute Beziehung zu talentierten Kandidaten aufrecht zu erhalten. Ein strukturierter Offboarding-Prozess rundet diese Beziehung ab und hält Chancen für die Zukunft offen.

Wie auch beim Onboarding haben wir hier eine Checkliste für Sie zusammengestellt. Nutzen Sie sie als Vorlage zur Standardisierung Ihrer Offboardings, ergänzen und erweitern Sie sie ganz nach Ihren Geschäftszielen.

**Checkliste:**  
Offboarding als Vorbereitung zur Neurekrutierung

- ➔ *Viel Zeit für die Übergabe einplanen*
- ➔ *Wissen dokumentieren und festhalten*
- ➔ *Ggf. Liste wichtiger Kontakte einholen*
- ➔ *Externe Partner, Kunden, etc. informieren*
- ➔ *Nötige Formulare für Versicherungen und Steuer bearbeiten*
- ➔ *Verschwiegenheitsvereinbarung abschließen, wenn noch nicht geschehen*
- ➔ *Arbeitszeugnis bzw. Referenz ausstellen*
- ➔ *Ausrüstung, Hardware, Schlüssel, etc. wieder einsammeln und Erhalt unterschreiben*
- ➔ *Digitale Zugänge deaktivieren und Passwörter ändern*
- ➔ *Feedback vom Mitarbeiter einholen*
- ➔ *Ggf. ein Abschiedspaket überreichen (Karte, Werbegeschenke, Süßigkeiten, etc.)*



Wenn Sie mit dem Mitarbeiter zufrieden waren, führen Sie das Exit-Gespräch auch mit Blick auf eine mögliche Wiedereinstellung für spätere Projekte. Bewahren Sie die Kontaktdaten von erfolgreichem Personal in einem Kandidatenpool auf und nutzen Sie diesen bei späterem Bedarf für eine Direktansprache der ehemaligen Arbeitskräfte.

### Aus unserer Kundenerfahrung:

*Ein Logistikunternehmen im Zwischenbuchhandel hatte großen saisonalen Bedarf an externem Personal. Um im Gesamtprozess möglichst viele Ressourcen zu sparen, implementierte die ManpowerGroup einen Ramp-down-Prozess, bei dem Talente erkannt und bereits beim Offboarding Personaleinsätze für die Folgesaison sichergestellt wurden. So konnten die Rekrutierungskosten in der darauffolgenden Zeit erfolgreich reduziert werden.*

Sie suchen einen starken Partner, der den gesamten Mitarbeiterzyklus mit Ihnen gemeinsam optimieren, planen und durchführen kann? Die ManpowerGroup bietet Ihnen innovative HR-Lösungen und ein breites Leistungsportfolio für die immer komplexeren Herausforderungen beim Rekrutieren, Managen und Entwickeln Ihres Personals. Als dedizierter Spezialist für Ihr Workforce Management entwickeln wir maßgeschneiderte Strategien und setzen diese in Ihrem Unternehmenskontext um.

Kontaktieren Sie uns und vereinbaren Sie ein unverbindliches Beratungsgespräch: [ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE](mailto:ONSITEMANAGEMENT@MANPOWER.DE)



*Sie suchen einen starken Partner, der den gesamten Mitarbeiterzyklus mit Ihnen gemeinsam optimieren, planen und durchführen kann? Die ManpowerGroup bietet Ihnen innovative HR-Lösungen und ein breites Leistungsportfolio für die immer komplexeren Herausforderungen beim Rekrutieren, Managen und Entwickeln Ihres Personals. Als dedizierter Spezialist für Ihr Workforce Management entwickeln wir maßgeschneiderte Strategien und setzen diese in Ihrem Unternehmenskontext um – sowohl in Deutschland als auch global.*

## Haben wir Ihr Interesse geweckt? So könnten die nächsten Schritte mit uns aussehen:

Erstkontakt  
per Mail  
oder Telefon

Persönlicher  
Termin

Client Scan zur  
Prozessaufnahme und  
maßgeschneiderten  
Konzeption

## Ihre Ansprechpartner



**Sascha Lingreen**  
Manager National  
OnSite Sales &  
Business  
Development



**Bora Silvan**  
Sales Manager



**Dennis Luczak**  
Sales Manager

**Kontakt**

[onsitemanagement@manpower.de](mailto:onsitemanagement@manpower.de)