

Recruiting Challenge

Wie Unternehmen
weibliche Fachkräfte
für Jobs in der IT
gewinnen.

WHITEPAPER





Wie können IT-Unternehmen mehr Frauen für digitale Berufe gewinnen? Tipps und Ideen liefert seit 2021 die Plattform „Avanja – Frauen in die IT!“. Initiiert hat Avanja der Branchenverband bremen digitalmedia, unterstützt von der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa. Die Plattform richtet sich an Führungskräfte, Personalverantwortliche und alle Menschen, die Lust haben, bei sich im Team etwas zu verändern, und die Impulse in ihr Unternehmen tragen wollen.

www.avanja.de

Die Recruiting Challenge von Avanja

Nach wie vor fühlen sich Frauen häufig nicht von Stellenausschreibungen und Karriere-Seiten im IT-Bereich angesprochen. Gleichzeitig fehlt es in der Branche an Fachkräften. Mit der Recruiting Challenge hat sich Avanja diesem Ungleichgewicht angenommen.

Im Herbst 2022 brachte der Verband acht Unternehmen und vier Frauen zusammen. Als verdeckte Bewerberinnen haben sie den Recruiting-Prozess der teilnehmenden Unternehmen geprüft und Optimierungspotenziale sichtbar gemacht. Die daraus gewonnenen Erfahrungen, Erkenntnisse und Tipps bringt dieses Whitepaper zusammen.

02 - 04

Die Recruiting Challenge von Avanja

05 - 11

Candidate Experience:

Vom ersten Interesse bis zum Einstellungsgespräch

12 - 22

Personas:

Was bewegt die Kandidatinnen?

23 - 25

Top-Tipps:

Das empfehlen die Expertinnen

26 -27

Kontakt und Impressum

Auf den folgenden Seiten klären wir diese Fragen:



Wo und wie finden Unternehmen IT-begeisterte Frauen?



Wie können sie ihre Candidate Experience passgenauer gestalten?



Was ist den verschiedenen Bewerberinnen-Personas besonders wichtig?

”

In Bremen ist der Fachkräftemangel speziell in der IT-Branche groß. Die Unternehmen haben daher großes Interesse, mehr Frauen als Fach- und Führungskräfte zu gewinnen. Umgekehrt ist es für Frauen wichtig, verstärkt in Zukunftsbranchen zu arbeiten. Wir wollen, dass mehr Frauen profitieren. Die ‚Recruiting Challenge‘ ist dafür ein gutes Instrument, denn es bringt beide Seiten zusammen.



Kristina Vogt

Die Senatorin für Wirtschaft,
Arbeit und Europa

”

Als Verband setzen wir uns mit unseren Projekten Avanja und F.IT schon länger dafür ein, mehr Frauen für IT-Berufe zu gewinnen. Mit der Recruiting Challenge haben wir nun die Mission in die Praxis gebracht und damit nicht nur ein konkretes Angebot für die teilnehmenden Unternehmen geschaffen. Hier sind in den vergangenen Wochen Erkenntnisse entstanden, die allen einen Mehrwert bieten können und ich kann nur an alle appellieren: Nehmt das Thema auf eure Agenda und nutzt solche Formate wie dieses, um Veränderungen anzustoßen.



Björn Portillo

Vorstandsvorsitzender
bremen digitalmedia e.V.

Candidate Experience

Vom ersten Interesse bis zum Einstellungsgespräch

Die Kandidatinnen der Recruiting Challenge haben in einem strukturierten Prozess alle Wahrnehmungen und Erfahrungen festgehalten, die sie während der Bewerbungsphase gesammelt haben. Ihre Berührungspunkte mit den Unternehmen umfassten die Stellensuche, die Karriereseiten im Internet, den Bewerbungsprozess und das Interviewgespräch. Begleitet uns auf dieser Candidate Journey! ▶▶

Wie erfährt die Interessentin von eurer Stelle?



Aufmerksamkeit ⁰¹

Auf der Suche nach weiblichen Fachkräften steht ein Digitalunternehmen im Wettbewerb mit anderen Arbeitgebenden. Sorgt also dafür, dass eure Stellenanzeige gut zu finden ist und Interesse weckt!

- „Stelle + Jobs + Bremen“: Kandidatinnen suchen als Erstes über Suchmaschinen nach Jobs. Stellenanzeigen sollten demnach so optimiert sein, dass der Suchalgorithmus sie findet.
- Stellenportale wie Stepstone und Business-Social-Media wie LinkedIn nutzen ebenfalls alle. Weniger wichtig sind dagegen populäre Social-Media-Kanäle wie Tiktok oder Instagram.
- Sowohl analog als auch digital muss die Arbeitgebermarke sichtbar werden.

- Trennt auf der Website den Karriere- vom Kundenbereich, um Zielgruppen besser zu adressieren. Allerdings darf kein krasser Kontrast entstehen, zum Beispiel zwischen locker und konservativ.
- Stellenanzeigen müssen gut auffindbar sein. Eine klare Struktur und gegebenenfalls Filter erleichtern die Navigation.
- ♦ Bietet euer Unternehmen Möglichkeiten für Quereinsteigerinnen, dann solltet ihr ausdrücklich darauf hinweisen.
- Ebenso deutlich könnt ihr zur Initiativbewerbung einladen, etwa durch einen prominent platzierten Button.
- In die Stellenanzeige gehören nur die unbedingt notwendigen Anforderungen. Besser die Soft Skills

benennen, die für viele IT-Stellen heute wichtig sind.

- ♦ Texte sollten gendergerecht geschrieben sein. Nutzt statt männlich assoziierter Begriffe wie ehrgeizig, hartnäckig oder durchsetzungsstark Formulierungen, die eher Frauen ansprechen. Beispiele

le sind: Ziele klar im Blick haben, Ziele mit Ausdauer verfolgen oder die Fähigkeit, Ziele erfolgreich zu erreichen.

- Nennt in der Ausschreibung ein:e Ansprechpartner:in sowie den geschätzten Aufwand für den Bewerbungsprozess.

”



Sarah Fox

Wamoco GmbH

Um gezielter Frauen anzusprechen, haben wir unsere Website neu aufgezogen, die Bildwelt angepasst und die User Experience verbessert. Wir merken, je mehr Diversität wir in unser Team bringen, desto mehr Blickwinkel haben wir und umso besser können wir über den Tellerrand schauen.



Dorothee Pioner

CVS Ingenieurgesellschaft mbH

Wir sind davon überzeugt, dass Teams mit einer hohen Diversität kreativer und leistungsfähiger sind. Deshalb wollen wir mehr Frauen für unser Unternehmen gewinnen. Um das zu erreichen, machen wir unsere tollen Frauen noch sichtbarer und sprechen Interessentinnen direkter an, damit sich andere Frauen von unserer Begeisterung für die IT-Branche anstecken lassen und sich gerne bei uns bewerben.

Was weckt den Wunsch, sich bei euch zu bewerben?

Wenn IT-Expertinnen eine Stelle suchen, dann vergleichen sie alle Angebote intensiv miteinander. Macht transparent, warum gerade ihr als Arbeitgebende attraktiv seid!

02 Interesse



■ Strebt ihr einen höheren Frauenanteil an, solltet ihr das kommunizieren. Besonders wirksam sind Statements und Testimonials von weiblichen Beschäftigten als Role Models.

▸ Eure Unternehmenskultur sollte sich authentisch auf allen analogen und digitalen Kommunikationskanälen ausdrücken.

• Benennt Möglichkeiten, wie sich bei euch für Eltern Beruf und Familie vereinbaren lassen – also für Frauen und Männer gleichermaßen.

Vielen Müttern und Vätern sind flexible Arbeitszeiten wichtiger als eine Teilzeitstelle.

◆ Frauen wollen nicht nur über Familienthemen angesprochen werden, während bei Männern die Karriere adressiert wird. Auch die Expertinnen möchten als Persönlichkeiten gesehen werden, die gestalten und ein Unternehmen voranbringen.

■ Familienfreundlichkeit heißt, an alle zu denken: an Nicht-Familienmensen ebenso wie an Menschen in alternativen Lebensmodellen oder an Mitarbeitende, die in ihrer Freizeit viel Ehrenamtliches leisten. Deshalb spricht besser von „Work-Life-Balance“ oder „Lebensphasenbewusstsein“.

▸ Zur Diversität gehören auch Expertise und Lebenserfahrung: Bewerberinnen und Mitarbeitende mit viel Berufserfahrung sollen sich ebenfalls angesprochen fühlen.

• Die Gestaltung aller Kommunikationsmedien sollte sich auf eine bunte und diverse Zielgruppe ausrichten. Fotos sollten ein ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern sowie von Alter und ethnischen Unterschieden haben.

◆ Der Mann aktiv in der Bildmitte, die Frauen als Zuschauerinnen daneben? Solche Fotos gehen heute nicht mehr! Achtet darauf, dass ihr alle Geschlechter abwechselnd in aktiven Rollen zeigt.

”



Thorsten Weber

CONTACT
Software GmbH

Den externen Blick auf unser Unternehmen zuzulassen und mit den gewonnenen Eindrücken aus der Challenge Veränderungen anzustoßen, war für uns ein ganz wichtiger Prozess. Ein höherer Anteil an weiblichen Fachkräften in unseren Teams hat viele Vorteile und führt unter anderem zu mehr Diversität, die uns dabei unterstützt, unserer Lösungen und Produkte zu verbessern.

”



Malin Ollenschläger

OHB SE

Wir haben durch den Blick von außen festgestellt, dass wir auf unserer Karriereseite ganz anders auftreten, als wir uns wirklich sehen. Man kriegt wenig von unserer Arbeitsatmosphäre und unseren Werten mit. Das wollen wir überarbeiten.

Bewerbungsprozess ⁰³

Wie unkompliziert ist die Bewerbung?

Auch der Bewerbungsprozess ist mit ausschlaggebend, ob sich eine Kandidatin am Ende für ein Unternehmen entscheidet. Macht es Interessentinnen so einfach und angenehm wie möglich, sich bei euch zu bewerben!

- Die Bewerbung geht schnell und unkompliziert: mobil, mit einem Klick, nur mit den notwendigsten Unterlagen und persönlichen Angaben.
- Die Bedienung der Karriereformulare funktioniert intuitiv.

- ◆ Der „Jetzt-bewerben“-Button führt direkt auf die richtige Seite.
- Alle Kontakte sollten Wertschätzung ausdrücken: durch schnelle, freundliche E-Mail-Antworten und am besten mit individuellen Anschreiben.
- Benennt eine:n Ansprechpartner:in, der oder die die Kandidatin von der Bewerbung bis zum Vertrag begleitet – idealerweise auch noch beim Onboarding.

”



Katrin Brunken

affinis AG

Es passiert selten, dass man ein unvoreingenommenes Feedback auf den eigenen Bewerbungsprozess und Karriereauftritt bekommt. Auch wenn wir schon ganz gut aufgestellt sind, nehmen wir einige Learnings mit, wie wir unseren Karrierebereich so optimieren können, dass wir als Arbeitgeber für Frauen noch attraktiver werden. Wir haben uns das Thema Familienfreundlichkeit, das aber natürlich nicht nur Frauen betrifft, auf die Fahnen geschrieben.



Désirée Rothgerber

Governikus GmbH & Co. KG

Wir haben aus der Challenge für uns mitgenommen, dass Persönlichkeit auf Karriereseiten zu zeigen, sehr ansprechend ist. Mit Fotos von Mitarbeiter:innen wird die gelebte Diversität im Unternehmen widergespiegelt. Dies möchten wir zukünftig auch auf unserer Webseite umsetzen.

Wie wirkt das Einstellungsgespräch?

Ein Bewerbungsprozess heißt heute Augenhöhe und gegenseitiges Kennenlernen. Bewirbt euch bei euren Bewerberinnen!

- Hire for personality, train for skills: Statt Anforderungen für ein Rollenprofil abzufragen, ist es vielversprechender, den „Personal Fit“ zu prüfen. Wenn die Persönlichkeit passt, kann gemeinsam eine Stelle gestaltet werden. Qualifikationen können „on the Job“ erworben werden.

04

Auswahl



- Gemischt besetzte Interviews helfen dabei, dass sich die Kandidatin sicherer und authentischer präsentieren kann.
- ◆ Bewerbungsgespräche sollten als Dialog und wertschätzend geführt werden.

- Der Eindruck nach dem Gespräch zählt: Nennt bei einer Absage die Gründe.
- Bewerbung ist ein Prozess, der das gesamte Unternehmen betrifft. Eine crossfunktionale Taskforce aus Personalabteilung, Kommunikation, Führungskräften und Fachabteilungen kann helfen.

”



Martin Mielke

encoway GmbH

Wir haben ein stärkeres Bewusstsein dafür bekommen, die Bewerbungsgespräche paritätisch zu besetzen, also mit Männern und Frauen. Die Recruiting Challenge hat den Fokus noch mal mehr für alle im Unternehmen auf das Thema Frauen in der IT gelegt.

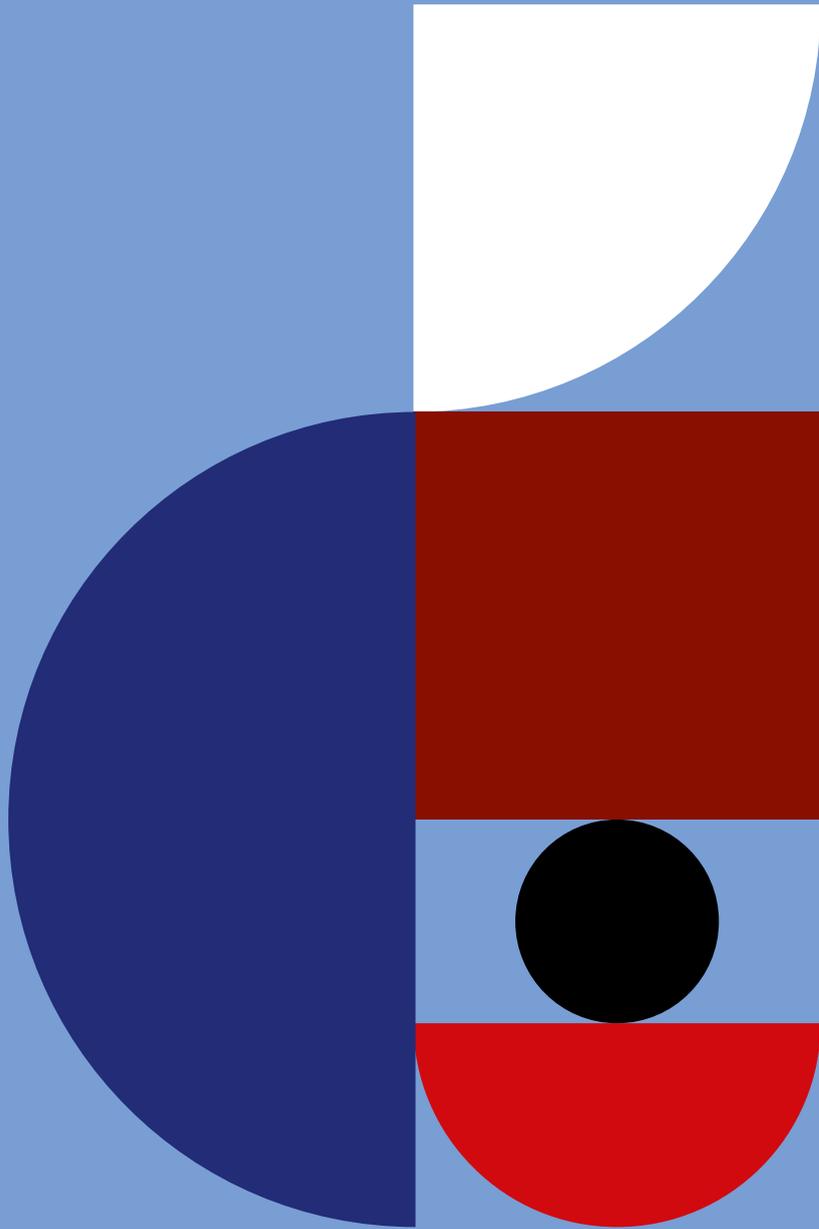


Benjamin Vaudlet

team neusta GmbH

Wir haben erkannt, dass wir, statt Rollen zu besetzen und bestimmte Skill Sets abzufragen, in Zukunft lieber Talente entdecken und diese bei uns fördern möchten. Holen wir uns die Zukunft ins Unternehmen!

Was bewegt die Kandidatinnen?



Die Kandidatinnen der Recruiting Challenge stehen beispielhaft für vier verschiedene Lebens- und Karrierewege. Holt euch Ideen, wie ihr eure Bewerberinnen-Personas noch passgenauer ansprechen könnt! ►►

Personas

Berufseinsteigerin

nach abgeschlossenem Studium

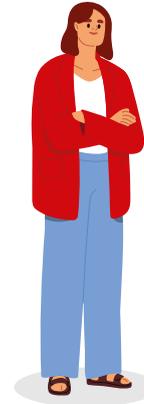


● ...der persönliche Kontakt im Bewerbungsprozess und Entwicklungsmöglichkeiten.

● Eine „jüngere“ Sprache und Duzen spricht sie an. Die Stellenausschreibung sollte Entwicklungsmöglichkeiten und Gestaltungsräume aufzeigen.

Nicht-Akademikerin

in Ausbildung



■ ...Flexibilität bei der Arbeitszeit und gute Arbeitsatmosphäre.

■ Unternehmen sollten ausdrücklich erwähnen, wenn sie Bewerberinnen mit nicht-akademischem Hintergrund einstellen (z. B. „vergleichbare Erfahrungen“).

Quereinsteigerin

mit Erfahrung



▀ ...Kommunikation auf Augenhöhe und gemeinsames Abwägen der Möglichkeiten im Unternehmen.

▀ Adjektive und Attribute wie „auf Augenhöhe“ sprechen sie an. Als negativ empfunden sie Begriffe, die Ellenbogenkultur vermuten lassen. Positiv findet sie, wenn fehlende Voraussetzungen durch Enthusiasmus und Mindset ausgeglichen werden können und das auch kommuniziert wird.

Erfahrene IT-Spezialistin,

die etwas bewegen möchte



◆ ...Einbringen der Persönlichkeit und Handlungsspielraum.

◆ Unternehmen sollten Offenheit für Initiativbewerbungen signalisieren. Wenn sie sich für ein Unternehmen entscheidet, zählt der Gesamtauftritt mehr als die Stellenausschreibung. Sie bewirbt sich initiativ per E-Mail oder über LinkedIn.

01 *Besonders wichtig sind ...*

02 *Was weckt Interesse bei der Stellenausschreibung?*

03 *Wie viele Anforderungen dürfen in einer Stellenausschreibung genannt sein?*

04 *Was sind die Must-haves?*

05 *Was ist wichtig im Bewerbungsprozess?*

Berufseinsteigerin

nach abgeschlossenem Studium

Als Berufseinsteigerin kann sie nicht alle Anforderungen abdecken. Ihr hilft eine Aufteilung in Kernanforderungen und wünschenswerte Qualifikationen.

Mittelfristig wünscht sie sich eine Festanstellung. Deshalb achtet sie darauf, dass ein befristeter Vertrag zum Berufsstart später umgewandelt werden kann.

Sie wünscht sich eine Ansprechperson, die sie von Anfang an bis zur Einstellung begleitet. Bei Unsicherheiten möchte sie nachfragen können. Persönlichen Kontakt findet sie wichtig für Vertrauen und Augenhöhe.

Nicht-Akademikerin

in Ausbildung

Weniger ist mehr: Zu viele Anforderungen schrecken sie ab, da sie sich nur bewerben würde, wenn sie alle erfüllen könnte. Dabei ist sie bereit, sich weiter zu qualifizieren.

Flexible Arbeitszeiten sind ihr wichtiger als Teilzeit.

Im klassischen Anschreiben findet sie sich nicht authentisch wieder. Besser gefällt ihr die Möglichkeit, Fragen zu beantworten (z. B. „Was motiviert dich? „Was willst du gerne machen?“).

Quereinsteigerin

mit Erfahrung

Viele formelle Anforderungen sind eine Hürde. Dabei verfügt sie über einen Schatz an informellen Erfahrungen, die sie übertragen könnte. Welche das sind, lässt sich im Gespräch klären.

Flexibilität ist ihr wichtig. Sie möchte außerdem als Persönlichkeit wahrgenommen werden, die gestalten und ein Unternehmen voranbringen kann.

Ein gutes Mittelmaß an Zeitaufwand ist ihr wichtig. Es sollte nur das an Unterlagen verlangt werden, was absolut notwendig ist.

Erfahrene IT-Spezialistin,

die etwas bewegen möchte

Sie möchte sich in erster Linie mit dem Betätigungsfeld des Unternehmens identifizieren. Im gemeinsamen Gespräch sollte geklärt werden, wie sich daraus eine Position entwickeln lässt.

Teilzeit, Homeoffice, flexible Arbeitszeiten u. ä. setzt die Berufserfahrene als selbstverständlich voraus.

Zeit ist ein wichtiger Faktor: so einfach wie möglich, nicht lange klicken, schnelle Reaktionen – am besten kommt bei ihr eine One-Click-Bewerbung an. Und Antwort-E-Mails sollten so verfasst sein, dass sie sich willkommen fühlt.

06 *Wie sollte über Gehalt verhandelt werden?*

07 *Wann kommt ein Unternehmen als Arbeitgeber infrage?*

Berufseinsteigerin

nach abgeschlossenem Studium

Im Bewerbungsgespräch sollte genügend Zeit dafür sein. Als Frau möchte sie sich nicht verunsichern lassen. Sicherheit gibt ihr ein Vorschlag der Firma für eine Gehaltsspanne.

Wenn sie das Gefühl hat, sich im Unternehmen wohlfühlen zu können. Zum Gesamtpaket gehören neben der fachlichen Aufgabe authentische Menschen und eine gute Atmosphäre.

Nicht-Akademikerin

in Ausbildung

Ihr fällt es schwer, das richtige Gehalt einzuschätzen. Im Bewerbungsgespräch sollte das mögliche Gehalt genannt werden. Noch besser ist eine transparente Darstellung in der Stellenausschreibung.

Ein sehr gutes Gefühl nach dem Bewerbungsgespräch ist für sie entscheidend. Wichtig ist auch ein positiver Eindruck von den Mitarbeitenden und Büroräumen.

Quereinsteigerin

mit Erfahrung

Angemessenes Geld für gute Arbeit ist wichtig. Die Höhe sollte im Gespräch offen thematisiert und der Spielraum ausgelotet werden. Eine Absage sollte nicht mit einer zu hohen Gehaltsvorstellung begründet sein, ohne das es vorher je thematisiert wurde.

Für sie ist die Chance wichtig, dass ein Gegenüber ihre Potenziale erkennt. Dafür könnte sie an anderer Stelle Abstriche machen.

Erfahrene IT-Spezialistin,

die etwas bewegen möchte

Gehalt hat viele Faktoren. Dazu zählen für sie auch die Bezahlung von Krip-pengeld, Jobticket, Dienstwagen oder zusätzliche Urlaubstage. Die Zahlen gehören im Gespräch auf den Tisch.

Ausschlaggebend sind für sie die Menschen. Sie möchte mit dem künftigen Team gut zusammenarbeiten können und auf einer Wellenlänge sein.



Elrike Kroker

”

Mir ist wichtig, Frauen in der IT sichtbarer zu machen. Bei der Recruiting Challenge war ich gezwungen, Dinge wahrzunehmen, die ich als Frau schon gelernt habe zu ignorieren. Ich hätte gedacht, wir wären weiter, was die gleichberechtigte Darstellung von Mann und Frau angeht. Das Thema Diversität muss noch viel mehr in den Fokus rücken.

”

Es wäre entspannter, wenn es in der IT ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis gäbe. Ich glaube, dass Frauen dazu beitragen, dass im Team eine andere Atmosphäre herrscht. Meine persönliche Erkenntnis aus der Recruiting Challenge ist, dass Frauen dazu neigen, sich zu unterschätzen – und dass das auch bei mir zutrifft.

Alisa Düchting



Natalia Olhovik

”

Für mich zählt der Gesamtauftritt eines Unternehmens mehr als eine Stellenanzeige. Das war in der Recruiting Challenge mein größter Aha-Moment: Die Website spiegelt oft nicht die Kultur, deshalb würde ich mich nicht bewerben. Aber als ich dort die Menschen kennenlernte, konnte ich mir sehr gut vorstellen, mit ihnen zusammenzuarbeiten.

Interview

Aus der Sicht einer Bewerberin: Anna Kinder

”

Für mich persönlich habe ich eine ordentliche Portion Selbstbewusstsein aus dem Prozess mitgenommen.

Ich weiß mittlerweile, dass ich eine hohe fachliche Eignung, sowie eine positive Ausstrahlung habe und meine Bewerbungsunterlagen gut sind.

Was hat dich bei den Stellenausschreibungen positiv angesprochen?

Wir-Formulierungen und direkte Ansprachen haben mich angesprochen: „Wir suchen in dir ...“, oder „Kannst du dir vorstellen ...“. Auch das Zertifikat für Familienfreundlichkeit bei einem der Unternehmen machte auf mich einen sehr positiven Eindruck. Ein LinkedIn-Post zum „Bring-deinen-Hund-zur-Arbeit“-Tag wirkte sehr sympathisch, da es mir einen Einblick ins Unternehmen gewährt hat.

Wie war die Kommunikation im Bewerbungsprozess?

Total freundlich! Da war ich positiv überrascht. Die E-Mail zur Bearbeitung einer meiner Bewerbungen war





Top-Tipps

Das empfehlen die Expertinnen

Keine Praxis ohne Theorie. Erfahrt, was unsere Recruiting-Challenge-Expertinnen zum Thema Recruiting von Frauen in der IT sagen!

unterschrieben mit „Dein potenzieller zukünftiger Arbeitgeber“. Das hat gleich eine Lockerheit reingebracht. Ich fand es gut, das Gefühl zu haben, dass sich ein Unternehmen auch bei mir bewirbt. Eines der Erstgespräche war ein wirklich schöner Dialog auf Augenhöhe, im zweiten (fachlichen) Gespräch war mein Redeanteil auffallend geringer. Das habe ich persönlich schade gefunden und es hat dazu geführt, dass ich während des Gesprächs verunsichert war und danach ein weniger gutes Gefühl hatte. Ich habe außerdem im Nachhinein gemerkt, dass ich generell sehr viel Wert auf das Zwischenmenschliche, auf Körpersprache, Formulierungen oder die Tonlage lege.

Worauf sollten Unternehmen aus deiner Sicht mehr achten?

Als Frau möchte ich keine Extrabehandlung. Es ist, denke ich, trotzdem wichtig, sich als Unternehmen zu überlegen, wen sie als Bewerber:in vor sich haben. Ich glaube, es ist immer eine gute Idee, bei der Vorbereitung von Stellenausschreibungen oder Gesprächen verschiedene Brillen aufzusetzen: Haben wir berücksichtigt, dass sich zum Beispiel eine ältere Frau bewirbt, eine Person mit anderem ethnischen Hintergrund, ein Mensch mit Behinderungen? Schließen wir mit Formulierungen unbewusst jemanden aus? ■

”



Dr. Yvonne Bauer

bei Der Senatorin für
Wirtschaft, Arbeit und
Europa

Die Recruiting Challenge hat viele ‚Aha-Erlebnisse‘ geliefert. Sowohl die Unternehmen als auch die Kandidatinnen haben einen Deep Dive gemacht. Sie haben sich gegenseitig in die Karten gucken lassen und ganz wunderbare Learnings zusammengestellt.

Einige Unternehmen haben zum Beispiel gesagt: Wir wollen in Zukunft Talente in das Unternehmen holen und nicht mehr nur Anforderungen formulieren, die die Bewerberinnen erfüllen müssen. Das leistet aus meiner Perspektive einen wichtigen Beitrag – nicht nur zur Fachkräftesicherung, sondern auch zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Ich kann mir gut vorstellen, dass man die Recruiting Challenge auch für andere Branchen öffnet, etwa für die Luft- und Raumfahrt, die maritime Wirtschaft oder die Nahrungs- und Genussmittelindustrie. Ich bin fest überzeugt, dass dieses Thema generell für alle Personalverantwortlichen wichtig ist.



Katrin Kärner

HR-Expertin für
Mixed Leadership
und Gender Diversity,
Coach der Recruiting
Challenge

”

Mein wichtigster Tipp an die Unternehmen ist, dass ein einzelner Part allein nie ausreicht. Weder die Landingpage, noch die Recruiting-Seite oder die Art und Weise, wie der Prozess durchlaufen wird. Das Key Learning aus der Recruiting Challenge: Es geht nur zusammen und braucht einen Kulturwandel. Die Führungskräfte müssen mitmachen. Beim Thema Familie müssen auch diejenigen ohne Familie mitmachen. Männer und Frauen müssen zusammenarbeiten, die gesamte Belegschaft von A bis Z. Dann kann es auch funktionieren.

Avanja in die Zukunft gedacht, heißt für mich: Das müsste es in jeder Branche geben. Überall dort, wo es um faire Bewerbungen geht, müsste viel mehr auf diese Weise getestet und Feedback aus erster Hand eingeholt werden.

”

Immer mehr IT-Unternehmen überlegen, wie sie weiblichen Fachkräfte für sich gewinnen können. Sie begegnen damit aktiv dem Fachkräftemangel und stellen sich zukunftsorientiert auf. Diverse Teams haben einfach mehr Power, Kreativität und Erfolg. Und diese Mischung braucht doch jedes Unternehmen!

Personalverantwortliche sind sich bewusst, dass sie einiges verändern müssen, um weibliche Expertinnen für sich zu gewinnen. Das reicht von den Bildern auf der Website bis zur Unternehmenskultur. Unsere Idee der Recruiting Challenge hat überaus großen Zuspruch gefunden. Aus meiner Perspektive heißt das: Mehr davon!



Franca Reizenstein

Vorstandsmitglied
bremen digitalmedia e. V.

”

Die Recruiting Challenge bringt die Mission von Avanja in die unmittelbare Praxis. Ich bin positiv überrascht, wie offen für den Austausch die Unternehmen untereinander trotz des Wettbewerbs um Fachkräfte während der Challenge waren. Das hat mich sehr gefreut. An diesen Piloten knüpfen wir an: Die Recruiting Challenge bieten wir sicher noch mal an.



Eva Koball

Geschäftsstellenleitung
bremen digitalmedia e. V.

Checkliste

Die Top-Tipps

- ◆ Authentisch sein: online auf der Karriereseite und im Gespräch
- ◆ Augenhöhe und Wertschätzung signalisieren
- Keine Kandidatinnen verlieren: Voraussetzungen, Quereinstieg und Alternativen klären
- Mental Load reduzieren: rasche Reaktionen und Überblick über den Prozess geben
- Begeisterung wecken: durch Adjektive, Persönlichkeit und Emotionen
- ◆ Gehalt und Vertrag fair und transparent verhandeln
- Mit Bildern einladen: männliche und weibliche Führungsteams
- Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen
- ◆ Alles rund um Kinder, Familie und Flexibilität: wichtig für Eltern, nicht nur für Mütter
- Bei Absage mögliche Alternativen aufzeigen oder zu späterem Zeitpunkt erneut prüfen
- Stimmiger Prozess: unkompliziert und stets mit Ansprechpartner:in

Du möchtest mehr über Avanja wissen?

bremen digitalmedia e. V.

Eva Koball, Leitung der Geschäftsstelle

Robinson-Crusoe-Haus
Böttcherstraße 1
28195 Bremen

0421 – 16 10 05 35
eva.koball@bremen-digitalmedia.de
www.avanja.de



Stand: **Januar 2023**

Herausgeber:

bremen digitalmedia e.V.

Gefördert durch:

**Die Senatorin für Wirtschaft,
Arbeit und Europa**

Redaktion und Text:

Annekathrin Gut

Gestaltung:

Christian Duarte Maidana

Druck:

Rautenberg Druck GmbH

S. 04

Kristina Vogt:
Frank Thomas
Koch

S. 09

**Malin Ollen-
schläger:**
Valentina Juricio

S. 20

Elrike Kroker:
Grünberg
Fotografie

S. 24

**Franca Reitzen-
stein:** Shanice
Allerheiligen

S. 04

Björn Portillo:
hmmh AG

S. 10

Katrin Brunken:
Victoria Meyer,
affinis AG

S. 20

Natalia Olhovic:
Privat

S. 25

Eva Koball:
Shanice
Allerheiligen

S. 07

Sarah Fox:
Gianna König

S. 10

**Désirée
Rothgerber:**
Privat

S. 21

Anna Kinder:
Privat

S. 07

Dorothee Pioner:
Picture People

S.11

Martin Mielke:
Privat

S. 23

Dr. Yvonne Bauer:
Jonas Ginter

S. 08

Thorsten Weber:
CONTACT
Software GmbH

S. 11

Benjamin Vaudlet:
Annekathrin Gut

S. 24

Katrin Kärner:
Privat

Diese Publikation ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Branchenverbands bremen digitalmedia e.V. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Eine Verwendung ist unter Angabe der Quelle gestattet.

Alle Angaben in dieser Publikation wurden mit größter Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem sind Fehler nicht ausgeschlossen. Der Herausgeber weist darauf hin, dass er weder eine Garantie noch eine juristische Verantwortung oder jegliche Haftung für Folgen, die auf fehlerhafte Informationen zurückzuführen sind, übernimmt.

