

So überzeugen Sie Ihre*n Chef*in vom neuen ATS

Jetzt kommt der schwierigste Part: Sie müssen Ihre Vorgesetzten bzw. die Geschäftsführung an Bord holen. Die sind naturgemäß wenig begeistert, wenn es darum geht, Geld in die Hand zu nehmen... gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten wie diesen. Umso wichtiger ist es, dass Sie strategisch vorgehen, sich gute Argumente zurechtlegen und aussagekräftige Zahlen vorlegen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie das Thema überzeugend präsentieren.

Schritt 1

Unternehmensziele abgleichen

Wenn Sie Ihre Vorgesetzten vom Wechsel zu einem neuen ATS überzeugen wollen, müssen Sie zum einen konkret benennen können, warum die aktuelle Lösung nicht mehr ausreicht. Zum anderen müssen Sie aufzeigen, wie das neue System dazu beiträgt, strategische Unternehmensziele besser und/oder schneller zu erreichen. Voraussetzung dafür ist, dass Sie wissen, **welche Themen aus Sicht der Geschäftsführung aktuell Priorität** haben.

Bevor Sie also mit der Idee eines Tool-Wechsels um die Ecke kommen, lohnt sich ein Blick auf die unternehmensweiten Ziele. Oft werden diese in Formaten wie Townhalls, OKRs oder Quartals-Updates kommuniziert. Falls nicht, suchen Sie aktiv das Gespräch und fragen Sie geradeheraus: „Was sind die wichtigsten strategischen Ziele und wo hakt es aktuell am meisten?“ Damit zeigen Sie Interesse am Unternehmenserfolg und positionieren sich als Gesprächspartner auf Augenhöhe.

Schritt 2

Argumente auf Unternehmensebene finden

Sobald Sie wissen, welche strategischen Ziele gerade im Fokus stehen, überlegen Sie konkret, wie ein neues ATS dabei helfen kann, diese Ziele zu erreichen. Es geht darum, Argumente für ein ATS aus Unternehmenssicht formulieren. Hier ein paar Beispiele:

- Ein geplantes IT-Projekt könnte ins Stocken geraten, weil der Bewerbungsprozess zu lange dauert und gute Leute abspringen. Ein neues ATS kann den Prozess beschleunigen und maßgeblich zum Erfolg des Projekts beitragen.
- Die geplante Expansion in neue Märkte könnte schwierig werden, weil das aktuelle ATS nicht mehrsprachig ist. Ein ATS mit den entsprechenden Funktionen macht es einfacher, im Ausland die besten Kandidat*innen fürs Unternehmen zu gewinnen.
- Kund*innen warten länger auf Angebote, weil offene Vertriebsstellen unbesetzt bleiben. Ein besseres ATS mit aussagekräftigem Reporting zeigt genau, welche Kanäle performen und wo Recruiting-Budgets gezielt eingesetzt werden können.

Diese Argumente machen deutlich, dass ein neues Bewerbermanagementsystem kein nice-to-have ist, sondern die Basis für den Unternehmenserfolg.

Bonus-Tipp:

Nehmen Sie das stärkste Argument und formulieren Sie daraus einen kurzen

Elevator Pitch, der auf den Punkt bringt, warum Ihr Vorhaben für das gesamte Unternehmen wichtig ist. Diesen Pitch können Sie zum Beispiel nutzen, wenn Sie einen Gesprächstermin mit Ihren Vorgesetzten oder der Geschäftsleitung vereinbaren.

Schritt 3

Argumente mit Zahlen unterfüttern

Wenn Sie die Geschäftsführung überzeugen wollen, müssen Sie ihre Sprache sprechen – dazu gehören **aussagekräftige Zahlen** und **messbare Effekte**. Wenn Sie beim Stichwort „Zahlen“ jetzt denken: „Genau die fehlen mir, deshalb brauche ich doch das neue ATS!“ – keine Panik. Fürs erste reichen plausible Annahmen, die den Nutzen greifbar machen. Zum Beispiel:

- „Wenn wir dank des neuen ATS in sechs Wochen zwei Projektmitarbeitende einstellen, können wir den ersten Meilenstein in drei statt in sechs Monaten erreichen.“
- „Wenn wir durch bessere Datenanalyse einen ineffizienten Kanal streichen, sparen wir X Euro pro Quartal an Anzeigenschaltung.“
- „Wenn wir unsere Vertriebsstellen in zwei statt in sechs Monaten besetzen, können wir monatlich X zusätzliche Angebote verschicken und Umsatz generieren, der uns aktuell entgeht.“

Ebenso wichtig: Vergleichen Sie die laufenden Kosten des bisherigen ATS mit denen des neuen Systems und beziehen Sie dabei den Funktionsumfang mit ein. Ein auf den ersten Blick teureres ATS kann sich schnell rechnen, wenn es Funktionen bietet, die den Recruiting-Prozess deutlich effizienter oder zusätzliche Tools überflüssig machen. Zeigen Sie auf, an welchen Stellen es Zeit und Ressourcen spart (durch z. B. kürzere Time-to-Hire oder effizientere interne Abläufe). So machen Sie deutlich, welchen Return on Investment (ROI) das neue System bieten kann.

Schritt 4

Business Case formulieren

Nachdem Sie alle diese Informationen zusammengetragen haben, können Sie auf dieser Basis einen starken Business Case formulieren. Dieser sollte folgende Informationen enthalten:

- Warum das aktuelle ATS nicht mehr ausreicht, inkl. anschaulicher Beispiele und Zahlen (siehe Abschnitt „Wann ist es Zeit für ein neues ATS?“ als Inspiration)
- Vorteile des neuen ATS in Bezug auf Unternehmensziele, inkl. konkrete Auswirkungen auf Produktivität und Recruiting-Ergebnisse
- Kosten-Nutzen-Analyse des ATS-Wechsels und voraussichtlicher ROI
- Grober Zeit- und Ablaufplan für den Wechsel

Idealerweise packen Sie das Ganze in eine schicke PowerPoint-Präsentation. Das gibt Ihnen Struktur, wenn Sie Ihre Idee vortragen, wirkt professionell und gibt Ihren Vorgesetzten außerdem die Möglichkeit, Zahlen und Fakten später nachzulesen.

Schritt 5

Fürsprecher*innen gewinnen

Bevor Sie mit Ihren Argumenten und Zahlen im Gepäck einen Termin bei der Geschäftsleitung machen, holen Sie sich zuerst jemanden ins Boot, der Ihr Anliegen mitträgt. Idealerweise jemanden mit Einfluss, der selbst großes Interesse an einem neuen ATS hat (wenn auch aus anderen Gründen).

Das könnte zum Beispiel die Vertriebsleiterin sein, die seit Ewigkeiten darauf wartet, ihre offenen Stellen besetzen zu können, um Umsatzziele zu erreichen. Oder der IT-Leiter, der seinen Fachkräften gern andere Aufgaben übertragen würde als das öde und aufwendige Pflegen der Karriereseite. Ein*e prominente*r Fürsprecher*in verleiht Ihrem Anliegen zusätzliches Gewicht und erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Anliegen von Anfang an ernst genommen wird.

Souverän auf Einwände reagieren

Jetzt sind Sie optimal gerüstet für das Gespräch mit der Chefetage. Einfach wird es deshalb trotzdem nicht. Sie müssen mit Gegenwind rechnen. Zusätzliche Ausgaben, neue Tools, Change-Prozesse – das sorgt selten für Begeisterung. Lassen Sie sich davon nicht aus der Bahn werfen! Hier sind drei typische Einwände und schlagkräftige Antworten darauf:

Einwand:

„Jetzt ist nicht die richtige Zeit.“

Antwort:

„Gerade jetzt ist der richtige Zeitpunkt, denn wenn wir jetzt nicht handeln, schnappt uns die Konkurrenz die guten Leute von der Nase weg und es wird umso schwerer, deren Vorsprung wieder einzuholen.“

Einwand:

„Das ATS ist mir viel zu teuer.“

Antwort:

„Im Verhältnis zu unserem aktuellen Recruiting-Budget ist das ein überschaubarer Betrag. Und wenn wir damit Stellen schneller und günstiger besetzen, zahlt sich die Investition sofort aus.“

Einwand:

„Gerne sobald es wieder besser läuft.“

Antwort:

„Genau deshalb sollten wir es jetzt angehen: damit es besser läuft. Mit dem richtigen Tool können wir effizienter arbeiten und gezielter einstellen, auch mit begrenzten Mitteln.“

Sehen Sie Einwände nicht als Kritik an Ihrem Vorhaben, sondern als Einladung zur Klärung: Ihr Gegenüber möchte verstehen, warum das Projekt wirklich sinnvoll ist. Je gelassener Sie darauf reagieren, desto überzeugender treten Sie auf. Überlegen Sie sich im Vorfeld, welche weiteren Einwände es geben könnte und bereiten Sie Ihre Antworten gezielt vor.

Manchmal sagen Zahlen mehr als 1.000 Worte

Ströer X ist ein gelungenes Beispiel dafür, welchen enormen Mehrwert der Wechsel zu einem neuen ATS schaffen kann. Mit Tellent Recruitee konnte das Recruiting-Team Prozesse messbare Erfolge erzielen:

- ➔ **5.323 Bewerbungen** über WhatsApp Hiring in nur 7 Monaten
- ➔ **75% Conversion Rate** bei Bewerbungen über WhatsApp
- ➔ **10% weniger No-Shows**
- ➔ Durch **automatisierte Workflows** und den KI-gestützten Chatbot in WhatsApp spart das Team heute so viel Zeit ein, wie zuvor eine Vollzeitkraft für die manuelle Betreuung benötigt hätte
- ➔ **Mehr Transparenz und Kontrolle** durch Power-BI-Anbindung und weitere Schnittstellen