

Copy-Paste und leere Floskeln: Wann Active Sourcing der Arbeitgebermarke schadet

Hamburg, 23. Oktober 2017. Früher schaltete man eine Stellenanzeige und wartete auf Bewerber, aus denen man sich die passenden raussuchen und einstellen konnte. Immer mehr Unternehmen beklagen, dass diese Art der Personalbeschaffung nicht mehr für alle Stellen funktioniert. Der Markt hat sich gedreht – zugunsten der Bewerber. Denn das Thema Fachkräftemangel beherrscht zwar schon seit einigen Jahren den deutschen Arbeitsmarkt, doch durch die fortschreitende Digitalisierung gewinnt es weiter an Brisanz. Unternehmen setzen nun verstärkt auf die Direktansprache von Kandidaten und auch Recruiting-Spezialisten betiteln Active Sourcing weiterhin als HR-Zukunftstrend. Dr. Ole Mensching, Gründer und Geschäftsführer der Headhunting-Agentur CareerTeam weiß jedoch, dass erfolgreiches Active Sourcing ein gewisses Know-how in der Kandidatenansprache voraussetzt, da es sonst erhebliche Auswirkungen auf die Arbeitgebermarke haben kann.

„Das althergebrachte ‚Post & Pray‘-Recruiting, also Anzeigen zu schalten und auf Bewerber zu hoffen, reicht heutzutage nicht mehr aus“, weiß Dr. Ole Mensching, Inhaber der Personalberatung CareerTeam. „Viele Unternehmen setzen heute vermehrt auf Active Sourcing und glauben, damit die Allzweckwaffe gegen den Kandidatenengpass gefunden zu haben.“ Doch kann die Maßnahme „Active Sourcing“, also die Direktansprache von Kandidaten beispielsweise über Lebenslaufdatenbanken oder Soziale Medien, bei Falschanwendung auch nach hinten losgehen.

Das How-to der direkten Kandidatenansprache

Denn erfolgreiches Active Sourcing setzt ein fundiertes Wissen in der Kandidatenansprache voraus. „Man muss seine Klientel genau kennen, um die richtige Ansprache zu finden“, sagt Mensching. „Dabei darf man weder unprofessionell noch zu reserviert wirken.“ Personalierer müssen sich verstärkt damit auseinandersetzen, wer angesprochen werden soll. Wichtig sei hierbei, sich mit der Qualifikation der Person vorab beschäftigt zu haben, um abwägen zu können, ob die Position wirklich Interesse wecken könnte. Ein absolutes No-Go seien außerdem nicht personalisierte Anschreiben, so Mensching. „Man muss im Anschreiben genau begründen können, warum man die Person anschreibt und warum genau diese Position der nächste richtige Schritt in der Karriere der angesprochenen Person sein könnte“, sagt Mensching. „Gute fachliche Entwicklungsmöglichkeiten sind besonders bei IT-Talenten bei der Wahl eines Arbeitgebers besonders wichtig. Diese Perspektiven sollten deshalb bereits in der ersten Ansprache kommuniziert werden.“ Ansonsten drohen durch eine missglückte Ansprache genervte und unzufriedene Kandidaten, die auch für zukünftige Positionen nicht mehr berücksichtigt werden können. „Ein Personalierer muss dem Kandidaten auf Augenhöhe begegnen und sich sowohl über die Position als auch über die Qualifikation seines Gegenübers im Klaren sein“, so Mensching. „Denn der Erstkontakt ist der erste Eindruck, den die Person vom Unternehmen erhält und der lässt sich bei einer verpatzten Ansprache nicht mehr so einfach revidieren.“

Die Qual des Kanals: Telefon, Facebook oder LinkedIn?

Doch worüber können Kandidaten am besten erreicht werden? Headhunter, die früher ausschließlich übers Telefon das sogenannte Cold-Calling betrieben haben, gibt es heute kaum noch, dafür entstehen fast täglich neue Kanäle, die sich für die Direktansprache eignen. Besonders das Social Media Recruiting entwickelt sich zum neuen Trend, sodass Facebook & Co. Personalierern bei der Talentsuche immer nützlicher werden. „Die Kanalwahl ist stark von der zu besetzenden Position und dem Kandidaten, den ich erreichen möchte, abhängig“, weiß Mensching. „Es ist wichtig, dass Active Sourcing nicht ausschließlich nur über Portale wie XING oder LinkedIn abgewickelt wird, sondern auch spezialisierte Foren und Netzwerke wie beispielsweise bei IT Fachkräften GitHub oder Stack Overflow

einbezogen werden.“ Je nach Position muss also vorab genau abgewogen werden, wo die jeweilige Zielgruppe am besten erreicht werden kann, um die meisten positiven Resonanzen zu erzielen und nicht wertvolle Zeit zu verschenken.

„Active Sourcing ist kein Allheilmittel“

Der Fachkräftemangel zwingt Unternehmen immer mehr die Eigeninitiative bei der Bewerbersuche zu ergreifen, doch muss die Direktansprache von Kandidaten gut durchdacht und immer wieder optimiert werden. Andernfalls kann ein missglückter Erstkontakt schnell schlechtes Licht auf das Unternehmen werfen. „Active Sourcing ist bei Weitem kein Allheilmittel, kann aber – professionell betrieben – ein höchst sinnvoller Baustein des Recruiting-Mix sein“, sagt Mensching. „Fehlt das Know-how im Unternehmen, bietet sich die Einbindung eines Personalberaters an.“ Mensching und sein Team bieten seit mehr als fünf Jahren ihren Mandanten Unterstützung bei der Besetzung von vakanten Positionen im digitalen Umfeld. Auftraggeber profitieren dabei durch das große Netzwerk, den Branchenkenntnis und können damit verhindern, dass Kandidaten durch unpassende Ansprachen verschreckt werden.

Über CareerTeam GmbH

CareerTeam ist die Personalberatung im digitalen Zeitalter. Ihr Netzwerk, ihr Fokus und ihre Expertise liegen in der digitalen Welt. Mit einem Team von mehr als 75 Mitarbeitern und Standorten in Hamburg, Berlin, den Niederlanden und Zürich unterstützt CareerTeam ihre Mandanten seit mehr als fünf Jahren bei der Besetzung von vakanten Managementpositionen im digitalen Umfeld.

Neben der klassischen Executive Search für globale Konzerne, mittelständische Firmen sowie inhabergeführte Familienunternehmen, baut CareerTeam im Zuge der digitalen Transformation auch ganze digitale Abteilungen auf.

Der Fokus liegt im „Perfect-Fit“ für Bewerber und Unternehmen: Menschen und Jobs zusammenbringen, die wirklich zueinander passen.

Weitere Informationen, Pressemitteilungen sowie Downloads finden Sie unter www.careerteam.de.

Pressekontakt:

Jana Schmidt

Senior PR Manager

CAREERTEAM GmbH

Am Sandtorkai 48

20457 Hamburg

E-Mail: presse@careerteam.de

Telefon: +49 (0) 40 211 076 217

Mobil: +49 (0) 152 539 570 79