

Die sieben größten Recruiting-Irrtümer

Wie man die Fehler vermeidet, die andere schon gemacht haben

Der Fachkräftemangel hat in vielen Unternehmen den Druck verstärkt, beim Thema Recruiting aktiver zu werden und sich nicht mehr ausschließlich auf die klassischen Kanäle zu verlassen. Vielerorts ist die anfängliche Euphorie beim Aufbau der eigenen Kandidatensuche allerdings in Ernüchterung umgeschlagen. Andere schrecken noch davor zurück und setzen weiterhin überwiegend auf Stellenanzeigen oder externe Unterstützung. Dazu trägt eine Reihe verbreiteter Irrtümer bei. Mit den sieben größten davon will dieser Beitrag aufräumen.

Irrtum #1 – Eigenes Recruiting erspart sofort den Personalberater

„Wenn andere Unternehmen mit aktiver Kandidatenansprache erfolgreich sind, können wir es auch.“ Nach diesem Motto von einer Personalabteilung zu verlangen, über Nacht ins Active Sourcing einzusteigen, wird kaum zum Erfolg führen. Denn während die Personalabteilung früher aus unzähligen Bewerbungen die besten Kandidaten heraus-sieben konnten, müssen sie diese nun erst einmal finden und ihnen den Einstieg in einen Bewerbungsprozess überhaupt schmackhaft machen.

Das dafür notwendige Know-how muss häufig in den Personalabteilungen zunächst aufgebaut werden. Vielfach gilt es auch, das zukünftige Recruiting-Team überhaupt erst zusammenzustellen. Dabei können erfahrene Personalberater helfen, die dem Team idealerweise mit Schulungen und Coachings auch später in der Praxis dabei helfen, den Prozess weiterzuentwickeln. Allerdings ist ein langer Atem gefragt: Bis zu den ersten Recruiting-Erfolgen können leicht mehrere Monate ins Land gehen.

Irrtum #2 – Darum kümmert sich die Personalabteilung

Es müssen also Geld, Zeit und Manpower in die Personalabteilung investiert werden. Ein eigenes Recruiting aufzubauen, bedeutet darüber hinaus jedoch immer auch einen Wandel der Firmenkultur hin zu einer intensiven Zusammenarbeit innerhalb des gesamten Unternehmens. Die Bereitschaft dazu weckt man am besten in

gemeinsamen Gesprächsrunden, die von der Geschäftsleitung moderiert werden. So wird das Verständnis dafür geschaffen, dass die Spezialisten, die jetzt aktiv rekrutieren sollen, dazu qualifizierten Input und Unterstützung der jeweiligen Fachabteilungen benötigen.

Auch das Marketing darf die Recruiter nicht alleine lassen. Die aktive Bewerberansprache ist schließlich Teil der Außendarstellung des Unternehmens. Hier können etwa Social-Media-Spezialisten wertvolle Unterstützung leisten. Die IT wiederum muss dafür sorgen, den Prozess mit einer leistungsfähigen Softwareausstattung zu optimieren: Kein aussichtsreicher Kandidat wartet heute mehrere Bewerbungsrunden ab, die sich über Wochen oder gar Monate hinziehen. Nur wenn alle Abteilungen über den gesamten Recruiting-Prozess hinweg Hand in Hand arbeiten, kann das Gesamtmodell funktionieren.

Irrtum #3 – Die Masse macht's

Um bei der Erstansprache erfolgreich zu sein, genügt es nicht, einfach nur möglichst viele Kandidaten zu kontaktieren. Wer gezielt Kandidaten finden und für die Mitarbeit im Unternehmen begeistern möchte, muss vielmehr wissen, wie der ideale Mitarbeiter „tickt“: Welche Menschen arbeiten bereits in einer entsprechenden Tätigkeit, was lesen sie, wo bewegen sie sich online und im realen Leben? Welche Motivationsfaktoren machen die Arbeit und einen Wechsel ins eigene Team spannend?

Nur wenn diese Fragen erschöpfend beantwortet sind, ist der Recruiter in der Lage, Kandidaten gezielt und individuell anzusprechen. Dann erst geht es an die eigentliche Direktansprache.

Irrtum #4 – Kandidaten findet man einfach auf XING und LinkedIn

Nicht zuletzt aufgrund ihrer Eigenwerbung ist man leicht versucht, sich bei der Kandidatensuche ausschließlich auf Business-Netzwerke wie XING oder LinkedIn zu verlassen. Dabei wird leicht übersehen, dass dort je nach Branche und Position nur ein Bruchteil der Beschäftigten vertre-

ten ist. Schlimmer noch: Bei einer schnellen Suche nach gängigen Positionen stößt man immer wieder auf dieselben Kandidaten. Entsprechend häufig werden diese auch von anderen Recruitern kontaktiert, was die Erfolgsaussichten minimiert.

Will man den Rest des Kandidatenmarktes erreichen, muss man möglichst viele Kanäle parallel bedienen – neben Anzeigen auf der Homepage, in Stellenbörsen oder in fachspezifischen Print-Medien bieten sich die branchenspezifischen Blogs sowie eigene Kandidatendatenbanken an. Auch persönliche Netzwerke zahlen sich aus, um Empfehlungen zu erhalten und Kontakte im passiven Bewerbermarkt zu knüpfen.

Irrtum #5 – Im Internet gibt es alles kostenlos

Natürlich gehört zu einer umfassenden Kandidatenrecherche auch das Suchen mit Google und natürlich erlauben die meisten Netzwerke auch kostenlose Suchen. Aber Qualität hat ihren Preis: Den Zugang zu den wirklich interessanten Abfragemöglichkeiten erlauben StepStone und Monster, XING und LinkedIn nur gegen Abschluss eines kostenpflichtigen Abonnements. Alternativ lassen sich viele dieser Informationen auch über intelligente Suchen in öffentlich zugänglichen Suchmaschinen finden. Dann allerdings muss man sich mit komplexen Abfragen und der Booleschen Suchalgorithmik auskennen. In jedem Fall muss die Suche im korrekten Kontext erfolgen – schließlich ist ein Konstrukteur für Hydraulik etwas anderes als einer für Elektro.

Irrtum #6 – Wer nicht passt, ist endgültig raus

Grundsätzlich ist es eine gute Idee, einen mühsam gefundenen Kandidaten, der bei der aktuellen Stellenbesetzung nicht berücksichtigt werden konnte, für die spätere Wiederansprache in einen Talent-Pool zu übernehmen – vorausgesetzt, man holt dazu die Einwilligung ein und dokumentiert dies rechtssicher, idealerweise in einer spezialisierten Recruiting-Software.

Workshop: Aktive Personalsuche

Sie wollen aus erster Hand lernen, wie mit Strategie und Technologie dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken ist? In Ergänzung zu diesem Artikel bieten die Autoren regelmäßig kostenlose Praxisworkshops dazu an.

Zielgruppe:

- Recruiter/Recruiting-Praktiker und -Interessierte aus Unternehmen mit Personalbedarf
- Personalreferenten, HR Manager, HR Business Partner, HR Consultants

Orte, Termine und Anmeldung unter: www.hunter-software.de/workshop

Das volle Potenzial nutzt allerdings nur, wer Talent-Management nachhaltig als aktiven Prozess betreibt, um Kandidaten langfristig für das Unternehmen einzunehmen. Dazu sind regelmäßige Kontakte erforderlich: vielleicht eine Gratulation zum Geburtstag, ab und zu eine Information über neue technische Entwicklungen im Unternehmen oder der Firmen-Newsletter. Auch gelegentlicher telefonischer Kontakt sollte sein: Wer wertschätzend und interessiert verfolgt, wie ein Kandidat sich beruflich entwickelt, verschafft sich den notwendigen Wettbewerbsvorsprung, um ihn in einigen Jahren auf eine neue Stelle anzusprechen.

Irrtum #7 – Mehr als Excel braucht es nicht

All das lässt sich nicht in Excel- oder Word-Dokumenten abwickeln – weder in Bezug auf Datenschutz und DS-GVO, noch was die Dokumentation und den erforderlichen Überblick in der gemeinsamen Teamarbeit angeht. Optimale Unterstützung bietet spezialisierte Recruiting-Software, die den gesamten Workflow abdeckt. Eine direkte Datenübernahme aus Jobnetzwerken oder die Anbindung an das E-Mail-System mit integriertem CV-Parsing tun ein Übriges, um die Arbeitsabläufe für den Recruiter schneller, transparenter und sicherer zu machen.

THOMAS WEBER,
Personalberater und
Active-Sourcing-Experte,
Geschäftsführer
der Personalberatung
Weber GmbH



GERHARD SCHICKEL,
Spezialist für Recruiting-Tools, Head of
Recruitment Solutions
bei der fecher GmbH

