

Personalsuche in der Messehalle

Recruiting auf Fachmessen kann ein wesentlicher Baustein für Active Sourcing sein. Die „Branchen-Hot-Spots“ bieten eine gute Möglichkeit, sich als potenzieller Arbeitgeber zu präsentieren. Häufig wird diese Chance jedoch vertan.

Fachmessen bieten heute bereits eine Vielzahl von Zusatzservices für Firmen an, um branchenspezifisch Bewerber zu erreichen. Spezielle Job-Boards, Online-Stellenbörsen, Karriere-Treffpunkte oder auch Vorträge im Ausstellerforum sind nur einige Beispiele hierfür. Diese Optionen sind aber nur Teilmodule.

Grundsätzlich muss ein Unternehmen, das „Messerecruiting“ sinnvoll betreiben will, den gesamten Themenkomplex Bewerber, Stellenangebote und Arbeitgeberimage mit einbeziehen. Denn die Aussichten für ein erfolgreiches Messerecruiting sind wenig erfolgversprechend, wenn nicht die notwendige Zeit und Manpower für die entsprechenden Aktivitäten eingeplant werden.

Ebenso gilt es, im Vorfeld die Ernsthaftigkeit der Angebote des Messeveranstalters zu überprüfen. Um sicher zu gehen, dass sich der Aufwand wirklich lohnt, sollte man sich auf der Messe-Website zunächst einmal durch die einzelnen Menüpunkte der Navigationsleiste klicken: Was gehört alles zum Karriere-Service für die Zielgruppe Bewerber? Ist beispielsweise das Job-Board inklusive aller wichtigen Informationen leicht auffindbar? Sind die Recruiting-Themen auch für Besucher (um die geht es schließlich) schlüssig dargestellt und leicht zu navigieren?

Unsere Erfahrung aus der Vergangenheit hat gezeigt, dass mindestens 90% aller Besucher der entsprechenden Karriere-Treffpunkte – sprich potenzielle Bewerber – sich vorab auf der Messe-Homepage informieren.

Mitarbeiterwerbung am eigenen Stand

Neben den Angeboten, die der Messeveranstalter zur Verfügung stellt, ist die Aktivität am eigenen Stand von entscheidender Bedeutung. Das soll heißen, dass auch die Stellenangebote hier ihren Platz finden und den Interessenten ein qualifizierter Gesprächspartner zur Seite steht. Oftmals ist dies praktisch nicht gegeben. Vielmehr sieht der tatsächliche Ablauf wie folgt aus:

- Eine oder mehrere Stellenanzeigen werden am Messe-Job-Board (aber nicht am Stand) ausgehängt.
- Ein Besucher interessiert sich dafür und geht zum Unternehmensstand.
- In erster Linie findet er dort Vertriebsingenieure, die ihn mit „großen Augen“ ansehen, wenn er nach der offenen Position und weiteren Details fragt.
- Schlussendlich erhält er dann die Aussage „Schicken Sie doch einfach mal ihre Bewerbung“.

Personal & Karriere



Die Beratungsgruppe

wirth + partner informiert regelmäßig über Personal und Karriere, www.wirth-partner.com
Der Autor:
Stefan Wirth

Das ist nicht Active Sourcing und mit Sicherheit auch nicht förderlich für das Arbeitgeberimage. Die Chance ist vertan, mit dem Bewerber in direkten Kontakt zu kommen und ihn für das Unternehmen beziehungsweise diese oder eine andere Aufgabe zu begeistern.

Unternehmen sollte die Chance nutzen, mit Branchenspezialisten, engagierten Absolventen oder auch mit Mitarbeitern der Wettbewerber in direkten Kontakt zu kommen. Dies gelingt aber nur mit einer zielorientierten Vorbereitung und professioneller Durchführung. Dabei wird sich der Erfolg nicht durch eine einmalige Aktion einstellen. ■