

Der Kandidat will gewonnen werden

Kaum ein Tag vergeht zur Zeit, an dem in den Medien nicht über das Thema Fachkräftemangel berichtet wird. Doch wie geht man mit diesem Problemszenario am besten um? Vor allem eine Lösungsvariante wird momentan stark forciert – das Active Sourcing.

Theoretisch ist Active Sourcing natürlich ein sehr effizienter Weg. Aber wie so oft ist der Schritt von der Theorie hin zur erfolgreichen praktischen Realisierung manchmal sehr weit.

Was darunter alles verstanden wird, ist phänomenal – aber natürlich ist das aktive Zugehen auf den Bewerbermarkt viel hilfreicher als passives Abwarten auf die Ergebnisse einer Stellenanzeige. Nur Active Sourcing ohne individuelles, persönliches (direktes) und vor allem kontinuierliches Umgehen mit der kontaktierten Zielgruppe ist wenig hilfreich, eher sogar kontraproduktiv.

Denn wer angesprochen wird und anschließend nicht entsprechend „gepflegt“ wird, fühlt sich leicht auch mal „verschaukelt“. Und dieses individuelle, persönliche und kontinuierliche Umsetzen von Active-Sourcing-Aktivitäten wird heute fast nicht geleistet beziehungsweise kann aufgrund des erheblichen Arbeitsumfanges von internen Personalabteilungen kaum umgesetzt werden.

Active Sourcer muss präsent sein

Es reicht einfach nicht, zum Beispiel auf Xing Kandidaten mit mehr oder weniger motivierenden Texten zu kontaktieren oder auf Veranstaltungen wie etwa Fachmessen Fragen zu beantworten. Nein, der „Active Sourcer“ muss permanent präsent und erreichbar sein, den Angesprochenen laufend zur Verfügung stehen und sie auf dem Weg bis hin zur konkreten Bewerbung konkret begleiten. Allein diese Kommunikationsanforderungen lassen zu wünschen übrig – wenn man nur daran denkt, wie problematisch es oft ist, Ansprechpartner in Personalabteilungen überhaupt zu erreichen.

Und wenn man sich bewusst macht, wie viele Kontaktaufnahmen bei manchen Positionen generell erstmal notwendig sind, um eine vernünftige Reaktionszahl zu bekommen, dann wird schnell klar, welcher administrative Aufwand hier betrieben werden muss, um greifbare Ergebnisse zu erzielen.

Kurz zusammengefasst, gibt es ein paar Grundvoraussetzungen damit Active Sourcing funktioniert und die Ergebnisse in einem vernünftigen Verhältnis zum Aufwand stehen:

- Hohe und stete Kommunikationsbereitschaft sowohl extern als auch bei der internen Begleitung und Verfolgung der Kandidaten
- Permanente Erreichbarkeit
- Kontaktstärke und Überzeugungskraft
- Active Sourcing muss permanent betrieben werden – die Organisation muss bereit und fähig sein, hohe Kontaktzahlen zu generieren
- Kreativität
- Stets aktuelles Know-how über den allgemeinen Arbeitsmarkt und vor allem auch die branchen- und funktionspezifische Arbeitsmarktsituation
- Der „Active Sourcer“ muss wissen, von wem er spricht – vor allem hinsichtlich Aufgabengebiete und Anforderungsprofile seines Unternehmens beziehungsweise Betreuungsbereiche.

Personal & Karriere



Die Beratungsgruppe

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

Sensibilität ist gefragt

Motivierende Kommunikation ist die Grundregel für erfolgreiches Active Sourcing. Es geht darum, Kandidaten zu gewinnen. Eine kritische oder zu insistierende Gesprächsführung ist deshalb fehl am Platz. Eine Bewertung und Beurteilung von Kandidaten muss sensibel und mehr indirekt erfolgen.

Active Sourcing zu betreiben, ergibt nur Sinn, wenn man diese Spielregeln und die genannten Minimalanforderungen beherrscht – ansonsten verbrennt man nur sinnlos Zeit, Geld und Image. ■