

Bewerbergewinnung durch Direktansprache

Bis vor kurzer Zeit war die Direktansprache Personalvermittlern, Headhuntern und Personalberatern vorbehalten. Die Auswirkungen des Demografischen Wandels zwingen jedoch zu einer Aktivierung und Dynamisierung der Bewerbergewinnung in Unternehmen und auch im öffentlichen Dienst. Eine Aktivierung ist notwendig, da passive Methoden wie Print & Online, Empfehlungen, Hochschulmarketing usw. nicht mehr genügend Rücklauf ergeben. Eine Dynamisierung ist unter anderem notwendig, damit die durchschnittliche Besetzungsdauer in einem kalkulierbaren zeitlichen Rahmen bleibt.



Bezüglich der Auswirkungen des Demografischen Wandels auf den Arbeitsmarkt stehen wir heute erst am Anfang. Neueste Prognosen gehen hier von 6,5 Mio. fehlenden Erwerbstätigen in Deutschland bis 2025 aus. Der größte Anstieg wird dabei ab 2020 mit der Verrentung der geburtenstarken Jahrgänge beginnen. Bereits in den nächsten 3 – 4 Jahren werden wir eine massive Verschärfung des „War for Talents“ erleben.

Eine überwiegend über Personalvermittler erfolgende Rekrutierung (und das evtl. künftig auch auf der Ebene von gewerblichen, technischen und kaufmännischen Tätigkeitsfeldern) ist sicher für kein Unternehmen und auch keine Behörde zu finanzieren. Also ist das „make it“ hinsichtlich der Bewerbergewinnung eine Notwendigkeit – keine Option.

Die effektivste Form der Aktivierung und Dynamisierung der Bewerbersuche ist die Direktansprache. Hier werden potenziell interessante Kandidaten auf dem Arbeitsmarkt identifiziert und in Folge professionell angesprochen. Das Ziel ist die Gewinnung von qualifizierten und motivierten Bewerbern und die professionelle Vorbereitung des nachfolgenden diagnostischen Prozesses.

Das sind die Vorteile der unternehmensintern angewendeten Direktansprache:

- Deutliche Verkürzung bzw. eine Kalkulierbarkeit von Stellenbesetzungsprozessen
- Senkung der Opportunitätskosten
- Reduktion von Personalvermittlungskosten und Beratungshonoraren
- Die Erreichbarkeit bestimmter Kandidatenzielgruppen wird überhaupt erst möglich
- Die Direktansprache ist für jede Zielgruppe geeignet – für Führungskräfte wie auch für Auszubildende
- Die Direktansprache leistet die effektivste Form des Transports des „Employer Brandings“ zum Arbeitsmarkt
- Die Direktansprache kann als Instrument für eine gezielte Markterkundung genutzt werden
- Als Regelprozess angewendet, wird die Direktansprache entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit werden



Wo Sie mit Ihrem Unternehmen heute bei der Bewerbergewinnung stehen, das können Sie anhand folgender Überlegungen selbst recht genau feststellen. Die Basis für diese Überlegungen ist das „Reifegradmodell“ nach Paul Hersey und Ken Blanchard, **hier in einer Variante für die Personalwirtschaft**.

Die folgenden Fragen und Antworten geben Ihnen in Summe einen deutlichen Hinweis, ob und wie weit in Ihrem Unternehmen eine Aktivierung und Dynamisierung bei der Bewerbergewinnung notwendig ist:

1. Wie lange dauert durchschnittlich die Besetzung von Stellen, bezogen auf einzelne Tätigkeitsfelder?

Haben Sie durchschnittlich Besetzungszeiten länger als 3 Monate, müssen Sie etwas ändern.

2. Stehen Ihnen rekrutierungsspezifisch ausreichende personelle Ressourcen, eine spezielle Organisation und Prozesse zur Verfügung? (Software, Interne Headhunter, eigener Funktionsbereich für die Bewerbergewinnung, variable Gehaltsanteile für erfolgreiche Bewerbergewinnung, spezielles Controlling, spezielle Führungsmittel usw.)

Wenn nein, so sind die genannten Punkte ein erster Überblick, welche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Anwendung der Direktansprache als Regelprozess gegeben sein müssen.

3. Messen Sie in Ihrem Unternehmen die Opportunitätskosten, die mit der verspäteten oder nicht erfolgten Besetzung von offenen Stellen entstehen? Wenn ja – beginnen diese merklich zu steigen?

Haben Sie hier noch kein entsprechendes Controlling-Instrument zur Verfügung, dann sollten sie die Entwicklung eines solchen Instruments dringend anraten bzw. anstoßen.

4. Haben Sie für Ihr Unternehmen bereits einen Personalintensitätskoeffizienten ermittelt?

Diese Kennzahl bewertet die Abhängigkeit Ihres Unternehmens von der Ressource Mensch, genauer von der „Arbeitskraft“. Verwenden Sie noch keine solche Kennzahl, so ist eine Ermittlung der Veränderung dieser Kennzahl über einen Zeitraum der letzten ca. 10 Jahre sehr sinnvoll. Dieser Koeffizient ist auch in Verbindung mit den weiteren hier genannten Kennzahlen sehr aufschlussreich.

5. Denken Sie, dass es für das Thema „Bewerbergewinnung“ eine ausreichend große „Management Attention“ in Ihrem Unternehmen gibt?

Das ist z. B. an vergebenen Beratungsmandaten, aktiven Arbeitsgruppen oder gar konkreten Projekten ersichtlich.

6. Messen Sie heute bereits folgende Verhältnismäßigkeiten bzw. Einzelwerte?

- Verhältnis von Bewerbungseingängen zu Vorstellungsgesprächen je Vakanz
- Verhältnis von Vorstellungsgesprächen zu eingestellten Mitarbeitern gleicher Tätigkeitsmerkmale
- Erfolgsanteile einzelner Rekrutierungstools zur Bewerbergewinnung, gemessen an der Anzahl der Bewerbungseingänge
- Entwicklung der Vermittlungskosten für Abteilungen, Tätigkeitsfelder, Gehaltsgruppen

Wenn Sie die hier dargestellten Kennzahlen noch nicht messen, werden Sie einen möglichen Veränderungsbedarf ggf. nur aus der Erfahrung heraus erkennen, jedoch nicht auf Fakten basierend. Entsprechend wird es Ihnen schwer fallen, notwendige Anpassungen in Ihrem Unternehmen begründen und durchsetzen zu können, vor allem wenn damit Investitionen verbunden sind. Reine Veränderungsappelle ohne eine solide Grundlage bringen bekanntlich meist sehr wenig.

Seminarempfehlung von Sandra Jettkandt, Produktmanagerin der Haufe Akademie:



Im Hinblick auf die Methodik der telefonischen Direktansprache bietet Ihnen die Haufe Akademie für Ihre persönliche Fortbildung ein effektives und praxisorientiertes Training an. Dies ist die Variante der Direktansprache, die neben der schriftlichen und persönlichen Direktansprache sehr erfolgreich und überwiegend verwendet wird.

Dieses 2-Tage-Training beinhaltet alle juristischen, prozessualen und sonstigen relevanten Inhalte, die Sie für eine erfolgreiche Anwendung der Direktansprache benötigen. Ferner liegt ein wesentlicher Schwerpunkt im realitätsnahen Üben und Trainieren der Direktansprache mit jeweils ausgiebigem Feedback. Damit sind Sie – ggf. inklusive einer optionalen Transfersicherungsmaßnahme – nach kurzer Zeit in der Lage, eigenständig gute Bewerber auf dem Markt zu identifizieren und für eine Bewerbung für Ihr Unternehmen zu gewinnen.

Seminar: Headhunting-Techniken für Personaler
www.haufe-akademie.de/58.55



Autor: Peter Scherf

Dipl. Betriebswirt (VWA), Berater, Trainer und Praxis-Coach für Headhunting Techniken und Personaldiagnostik. Seit 2000 Geschäftsführer/Inhaber einer Personalberatung. Spezialisiert auf die Rekrutierung von Fach- und Führungskräften, Training & Coaching sowie auf Strategie- und Umsetzungsberatung im Personalmarketing.

Unsere Seminarempfehlungen:

Headhunting-Techniken für Personaler Direktansprache lernen – Rekrutierungskosten reduzieren

58.55 ▶

Um offene Stellen mit geeigneten Fach- und Führungskräften zu besetzen, reichen passive Methoden wie Anzeigenschaltungen in Print- und Onlinemedien oft nicht mehr aus. Lernen Sie in diesem Seminar bewährte Headhunting-Techniken zur Direktansprache kennen und in Ihrem Unternehmen einzusetzen.

www.haufe-akademie.de/58.55

Personalgewinnung mit e-Recruiting und Social Media

76.45 ▶

Lernen Sie in diesem Seminar, was heute möglich und vor allem sinnvoll für Ihr Internet-Recruiting ist. So sprechen Sie begehrte Mitarbeiter gezielt an, senken Ihre Budget-Streuverluste und erhöhen Ihre Recruiting-Erfolge.

www.haufe-akademie.de/76.45

Dieser Beitrag hat Ihnen gefallen?

Unsere kostenlosen Newsletter halten Sie rund um betriebliche Themen auf dem Laufenden. Einfach anmelden unter:

www.haufe.de/akademie/newsletter

Wir freuen uns über Feedback und Anregungen
unter service@haufe-akademie.de