

# BESSERES RECRUITING MIT **ACTIVE SOURCING**

Die richtigen Bewerber einfacher finden –  
in kürzerer Zeit und mit besserem Ergebnis.

WHITEPAPER

# INHALT

<b>1. MARKTSITUATION – YOU HAVE TO FIGHT A WAR FOR TALENTS TO GET THE HIDDEN CHAMPION</b>	<b>3</b>
1.1 In das Richtige investieren	4
1.2 Zahlt sich das aus?	4
<b>2. POTENZIALE – ARBEITNEHMER AN DER MACHT!</b>	<b>6</b>
2.1 Von „latent“ zu „manifest“ – von „hab nur g’schaut“ zu „will haben!“	7
<b>3. REKRUTIEREN HEUTE – DIE RECRUITING-CHALLENGE</b>	<b>8</b>
3.1 Add-on to Post & Pray	8
3.2 Time is Money	8
<b>4. ACTIVE SOURCING – DER STEIN DER WEISEN?</b>	<b>9</b>
4.1 Wer sucht aktiv?	9
4.2 Warum auf Active Sourcing setzen?	10
4.3 Entscheidungshilfe	10
4.4 Viele Möglichkeiten, ein Weg	11
4.5 Active Sourcing: Step by Step	12
4.6 Tipps zur Kandidatenansprache	13
<b>5. TALENTE ENTDECKEN MIT DER TALENT.CLOUD VON KARRIERE.AT</b>	<b>14</b>
<b>6. LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>15</b>

Wir legen großen Wert auf geschlechtliche Gleichberechtigung. Aufgrund der Lesbarkeit der Texte wird bei Bedarf nur eine Geschlechtsform gewählt. Dies impliziert keine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Trotz sorgfältiger Bearbeitung erfolgen alle Angaben ohne Gewähr und eine Haftung der karriere.at GmbH ist ausgeschlossen. Bitte erkundigen Sie sich jedenfalls bei einem Experten Ihres Vertrauens über die individuellen Maßnahmen für Ihr Unternehmen.

# 1. MARKTSITUATION – YOU HAVE TO FIGHT A WAR FOR TALENTS TO GET THE HIDDEN CHAMPION ...

Gerne erinnern sich Personalisten an die Zeiten, in denen nach einer Stellenausschreibung Bewerber Schlange standen. Doch die sind längst vorbei! Der seit Jahren beklagte Fachkräftemangel hält durch den demographischen Wandel und eine sich verändernde Arbeitswelt weiter an. Wollen Unternehmen die sogenannten **Hidden Champions** finden, rekrutieren und halten, stehen sie heute in einem großen Wettbewerb – oder anders gesagt – im berühmt-berüchtigten **War for Talents**.



Über 90% der Unternehmen haben mittlerweile Schwierigkeiten, offene Positionen zu besetzen.



39% der offenen Stellen können von Top-500-Unternehmen im Jahr 2013 nur schwer oder gar nicht nachbesetzt werden.



50% der Spitzenpositionen konnten 2014 überhaupt nicht besetzt werden, und das vor allem wegen Fachkräftemangel (43,3%).



Die durchschnittliche Besetzungsdauer auf dem Level von Spitzenkräften belief sich auf 4,3 Monate.

Zahlenquelle: ICR Recruiting Report 2012; Monster.at Recruiting Trends 2013 Österreich; Experteer Active-Sourcing-Studie 2015

„Das Leben ist wie Fahrradfahren – um die Balance zu halten, muss man ständig in Bewegung bleiben.“

Viele Unternehmen sind stehengeblieben, was Bewerbungsprozesse und Gespräche betrifft. Dort verlaufen diese heute noch genauso wie vor zehn Jahren. Heutige Generationen – ob Y oder Z – haben aber andere Erwartungen an einen Job, an ihren Arbeitgeber und an Bewerbungsprozesse. Man bewegt sich immer mehr in Richtung eines gegenseitigen Kennenlernens. Das Bewerbungsgespräch ist im Idealfall ein echter Dialog, denn auch die Unternehmen müssen sich beim Kandidaten bewerben und von sich überzeugen. Waren es vor einigen Jahren noch die Unternehmen, die sich unter den Kandidaten die besten herauspicken konnten, sind **High Potentials** heute oftmals in der Position, dem **bestbietenden Arbeitgeber** den Zuschlag zu geben.

Active Sourcing ist die direkte Methode, um mit potenziellen Kandidaten in Kontakt zu treten und Vakanzen zu besetzen, ohne dass eine Bewerbung vorliegt.

## 1.1 IN DAS RICHTIGE INVESTIEREN

Personalarbeit wird künftig immer mehr zu einem zentralen Träger für den Unternehmenserfolg. Davon sind auch zunehmend mehr Geschäftsführer überzeugt, wenn sie Humankapital noch vor Kundenbeziehungen als wichtigste Quelle für eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts ansehen. Passen Unternehmen ihre Prozesse und Rekrutierungsmaßnahmen möglichst rasch an die neuen Gegebenheiten an, können sie sich dadurch im globalen Wettbewerb um Talente einen **entscheidenden Vorteil verschaffen**. Dabei sind es vor allem neue Wege im Recruiting, die dabei helfen, diesen neuen Herausforderungen gerecht zu werden. Einer davon ist Active Sourcing.

## 1.2 ZAHLT SICH DAS AUS?

Viele Unternehmen fragen sich, ob es sich lohnt, Active Sourcing in ihr bestehendes Rekrutierungssystem einzuführen. Oft ist das Verhältnis zwischen Aufwand und tatsächlichem Nutzen unklar, was viele im Status quo verweilen lässt.



75% finden Active Sourcing sehr zeitaufwendig, konstatieren aber, dass es dennoch zu sehr erfolgreichen Ergebnissen führt.



Bei knapp einem Viertel der Unternehmen (24,3%) ist überhaupt kein oder nur geringes Wissen zu Active Sourcing vorhanden.



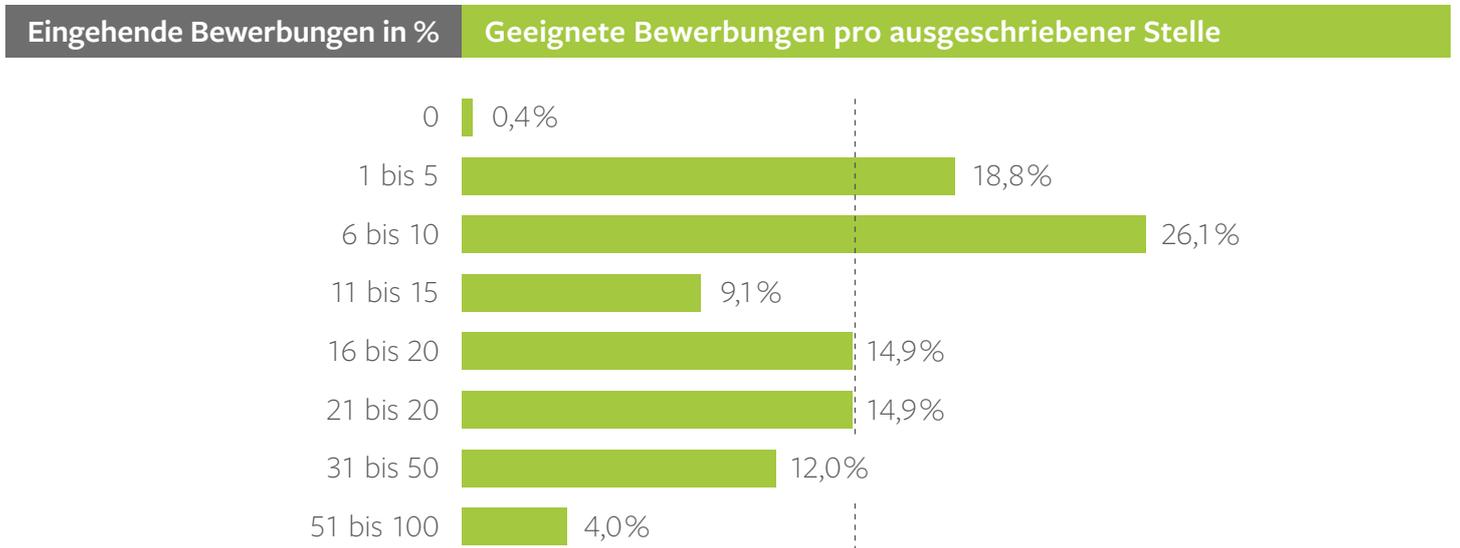
39% der 144 befragten österreichischen Personalisten praktizierten bereits Active Sourcing.

Zahlenquelle: ICR Recruiting Report 2012; Monster.at Recruiting Trends 2013 Österreich; Experteer Active-Sourcing-Studie 2015

Ziel der aktiven Recruitingmethode sollte es sein, sich als Unternehmen weg von administrativen Tätigkeiten und hin zur effektiven Personalbesetzung, -planung und -entwicklung zu lenken und die Kräfte in Kernkompetenzen zu investieren. Die Notwendigkeit dafür unterstreichen repräsentative Studien:

59% der Personalverantwortlichen geben an, dass das Finden geeigneter Kandidaten ein großes Thema in ihrem Unternehmen ist.

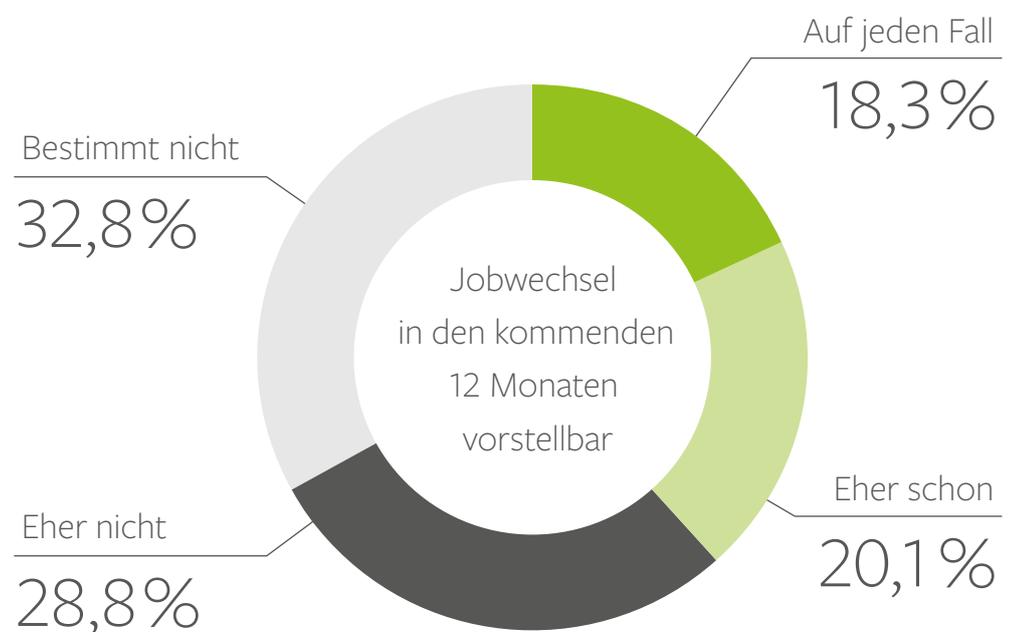
Durchschnittlich werden lediglich 15 Prozent der eingehenden Bewerbungen als geeignet bewertet.



Quelle: 360 Grad Studie – Employer Branding, Marketagent.com für karriere.at, 2015

Die Wechselbereitschaft der Arbeitnehmer ist nicht zu unterschätzen. Insgesamt 38% der webaktiven Österreicher können sich zumindest „eher schon“ vorstellen, in den kommenden zwölf Monaten nach einem neuen Job zu suchen.

### Wechselbereitschaft bei Arbeitnehmern



Quelle: „Zukunft der Jobsuche“; Marketagent.com für karriere.at, 2015

## 2. POTENZIALE – ARBEITNEHMER AN DER MACHT!

Die Arbeitswelt verändert sich und mit ihr auch die Arbeitnehmer. Wie es kaum mehr üblich ist, sein gesamtes Berufsleben in nur einem Unternehmen zu verbringen und dort langsam die Karriereleiter emporzuklettern, gibt es auch das große Bangen um einen gewissen Job nicht mehr.

Gerade die sogenannten *Young Professionals* sind sich sehr wohl bewusst, im Laufe ihres Lebens bei mehreren Arbeitgebern tätig zu sein, immer wieder neue Erfahrungen zu machen und fortwährend dazuzulernen. Worauf allerdings zunehmend geachtet wird, ist das Auftreten des Wunsch-Arbeitgebers. Was wird mir dort geboten an Gehalt, Benefits aber auch an Unternehmenskultur? Wie läuft das Bewerbungsgespräch ab? Wie ist die Arbeitsatmosphäre? Was wird für den Mitarbeiterzusammenhalt getan?

Viele Bewerber wollen sich nicht ins Ungewisse hinein auf einen neuen Arbeitgeber einlassen, sondern vorab Einblicke hinter die Kulissen bekommen. Darauf reagieren viele Unternehmen mit entsprechenden **Employer-Branding-Lösungen**.

Die Wechselbereitschaft der Berufstätigen ist relativ hoch, wie Umfragen belegen. Für Unternehmen ist es essentiell herauszufinden, was die Wechselmotivation dahinter ist. Das kann neben monetären Anreizen auch der Wunsch nach einer Veränderung oder nach mehr Ansehen sein. Laut einer aktuellen Studie übertrumpft der Wunsch nach Weiterentwicklung (35,6%) tatsächlich den Wechsel, der durch Gehalt motiviert ist (27,1%). An dritter Stelle wünscht man sich auf einem neuen Posten mehr Wertschätzung (21,2%).

### Gründe für Wechselbereitschaft von Berufstätigen



Quelle: „Zukunft der Jobsuche“; Marketagent.com für karriere.at, 2015

## 2.1 VON „LATENT“ ZU „MANIFEST“ – VON „HAB NUR G’SCHAUT“ ZU „WILL HABEN!“

Gut ausgebildete junge Arbeitnehmer sind in der Position, oftmals nicht mehr selbst suchen zu müssen, sondern sich einfach finden zu lassen. Deshalb wird die Gruppe der sogenannten „latent“ jobsuchenden Kandidaten im Recruiting immer wichtiger.

Das sind jene Arbeitnehmer, die bereit wären, ihren Job zu wechseln, allerdings nicht aktiv auf Jobsuche sind. 2014 waren laut einer GfK-Austria-Studie nur 10% aktiv auf Jobsuche, 38% gingen zwar nicht aktiv auf die Suche nach einer Stelle, informierten sich aber über die aktuelle Jobsituation.

Die meisten Fachkräfte sind zwar bereits in einem Arbeitsverhältnis, wollen aber ihren **Marktwert prüfen** und schauen sich deshalb auch gerne um. Auf der Karriereseite der unternehmenseigenen Webpräsenz kann diese Zielgruppe aber nur schwer erreicht werden. Aktuellen Schätzungen zufolge nimmt der **passive Kandidatenmarkt** rund 75% ein und birgt damit ein dreimal so hohes Potenzial wie der Markt der aktiv suchenden Kandidaten.

### Marktpotenzial Jobsuchende



Nur 10% der Österreichischen Arbeitnehmer sind aktiv auf Jobsuche.



38% aller Österreichischen Arbeitnehmer informieren sich regelmäßig über die aktuelle Jobsituation.



Rund 75% macht aktuellen Schätzungen zufolge der passive Kandidatenmarkt ein.

Quelle: GfK-Austria Bekanntheitsstudie für karriere.at, 2014; Xing Case Study Active Sourcing in Deutschland 2013

## 3. REKRUTIEREN HEUTE – DIE RECRUITING-CHALLENGE

Wachstum stellt das Recruiting in Unternehmen immer vor eine besondere Herausforderung. Egal ob Softwareentwickler, Ingenieure oder im Vertriebsbereich – viele Unternehmen sind derzeit mit Problemen konfrontiert, wenn sie Stellen besetzen wollen.

**Schwierigkeiten bei der Stellenbesetzung** treten aus den unterschiedlichsten Gründen auf: Fachkräftemangel, Standortproblematik, fehlende Markenbekanntheit oder einfach zu wenig Ressourcen im Recruiting. Was fordert Sie im Prozess der Personalbeschaffung? Zu wenige Bewerbungen oder sind diese qualitativ nicht zufriedenstellend? Wenn Sie eine freie Stelle zu vergeben haben, warten Sie dann auf den richtigen Kandidaten? Oder gehen Sie selbst aktiv auf Suche nach Talenten?

### 3.1 ADD-ON TO POST & PRAY

Prozesse im HR verändern sich, die Rolle von Personalisten wandelt sich und auch die Erwartungen bei Bewerbern sind anders als zuvor. Aber auch die Kommunikationskanäle haben sich verschoben – kommuniziert wird viel schneller und vielfältiger. Auf diese Veränderungen muss reagiert werden, denn wer dies in der Repräsentation der Firmenkultur und im Recruiting nicht berücksichtigt und somit Nähe zu Kandidaten einbüßt, verliert diese noch vor der Bewerbung.

Diese Veränderungen sind oft aufwändig und können auch unangenehme Komponenten beinhalten. Allerdings kann man den Wandel auch als etwas Neues verstehen – als **eine Chance, etwas noch besser zu machen**. Damit einher geht auch ein neues Berufsbild: der Beruf des professionellen Recruiters. In vielen Unternehmen ist das Recruiting nämlich bereits von der herkömmlichen Personalarbeit abgelöst worden, um diesen Entwicklungen Rechnung zu tragen und den neu geforderten Skills für diese Position Raum zu schaffen. Die Aufgaben dazu werden auch zunehmend Sales-lastiger, immerhin geht es verstärkt darum, Bewerber von den Vorteilen des Unternehmens zu überzeugen und auch einen gewissen Service gegenüber den potenziellen neuen Arbeitnehmern zu leisten.

### 3.2 TIME IS MONEY

**Zeit, Kosten, Qualität** – diese drei Faktoren spielen beim Recruiting eine entscheidende Rolle. Kennzahlen in den Bereichen Rekrutierungsdauer, Rekrutierungskosten und Qualität der Bewerber können beweisen, dass ein zeitgemäßes Recruiting mit Active Sourcing sich auszahlt – im wahrsten Sinne des Wortes.

HR-Verantwortliche haben heute mit zwei negativen Trends zu kämpfen: Steigendem Kostendruck und einem schrumpfenden HR-Budget. Das führt dazu, dass sich viele Unternehmen eben nicht nur um der Effizienz willen, sondern auch aus ganz pragmatischen Gründen nach neuen Rekrutierungsmethoden umsehen. Active Sourcing ist dabei ein vielversprechender neuer Zweig.

## 4. ACTIVE SOURCING – DER STEIN DER WEISEN?

Denkt man an eine klassische Stellenausschreibung, lag das Inserieren in Zeitungen und Zeitschriften lange unter den beliebtesten Möglichkeiten, um an neue Mitarbeiter zu kommen. Heute verzichtet bereits ein Großteil der Unternehmen auf die meist recht kostenintensiven Printinserate mit zu wenig oder qualitativ unzureichendem Rücklauf. Dafür konzentriert man sich für Vakanzen lieber auf die firmeneigene Webpräsenz oder auf Online-Stellenbörsen.

Um Kosten für externe Dienstleister zu mindern, gewinnen auch „interne Headhunter“ immer mehr an Beliebtheit. Über **Social-Media-Kanäle, Business-Netzwerke** und **Lebenslauf-Datenbanken** wird ihnen die Ansprache potenzieller Bewerber enorm erleichtert. Zudem vereinfachen neue Rekrutierungstools Kandidatenrecherche, -ansprache und Evidenzhaltung.

Eine dieser neuen Rekrutierungsmethoden ist das sogenannte „Active Sourcing“ – auf Deutsch übersetzt würde man von einer aktiven Beschaffung, einem aktiven Bezug sprechen. Es wird heute bereits von circa 40% der Unternehmen angewendet und bietet für den Rekrutierungsprozess so manche Vorteile, die im Folgenden noch näher erläutert werden sollen.

### 4.1 WER SUCHT AKTIV?

Active Sourcing ist bereits ein Trend – in Österreich entwickelt sich dieser Trend sehr positiv: Man hat untersucht, wie verbreitet die Direktansprache in österreichischen Unternehmen ist. Demnach praktizierten immerhin vier von zehn der befragten österreichischen Personalisten Active Sourcing.

Recruiting über Stelleninserate in Print- und Onlinemedien stößt überall dort an seine Grenzen, wo es um die Suche nach hochqualifizierten Fachkräften und Experten geht. Eine gewinnbringende Zusatzalternative ist die aktive Suche, auf die sich immer mehr Personalisten begeben. Dabei wirkt Active Sourcing gewinnbringend im doppelten Sinn: Man erzielt dadurch **deutlich mehr Rücklauf** und schließlich kostet die **Time2hire** auch Geld, das man sich mit aktiver Personalsuche sparen könnte. Das Unternehmen kann in jedem einzelnen Fall einer zu besetzenden Stelle selbst entscheiden, welche Kandidaten passen könnten und spricht auch nur diese an – das **reduziert den Arbeitsaufwand** auf Unternehmensseite enorm.

Während im traditionellen Recruitingprozess das Schalten einer Stellenanzeige sowie das Durchlaufen des gesamten Bewerbungsprozesses lange dauern kann, wird durch den Zugriff auf einen ständig verfügbaren Pool an Kandidaten die **Time2hire** zusätzlich verringert.

## 4.2 WARUM AUF ACTIVE SOURCING SETZEN?

*Activ Sourcing* ist als **Ergänzung zum bestehenden Recruiting** in einem Unternehmen zu verstehen. Es wird immer Positionen geben, die über passive Methoden besetzt werden können. Je gefragter die Zielgruppe ist, umso komplizierter wird die Besetzung mit passiven Rekrutierungsmethoden.

Neben dem ausgeschriebenen Jobinserat kann sich der Arbeitgeber so auch selbst aktiv auf die Suche nach dem passenden Bewerber machen. Damit ist es möglich, die *Hidden Champions* zu finden – das sind die Top-Fachkräfte, die heute nicht mehr unter dem Druck stehen, selbst nach Jobs zu suchen, denn sie lassen sich gerne finden! Und zwar bevorzugt in Bewerberdatenbanken. Dort befinden sich Tausende aktuelle Profile qualifizierter Fach- und Führungskräfte, die alle für Sie als Unternehmen erreichbar sind.

## 4.3 ENTSCHEIDUNGSHILFE

Ist man sich nicht sicher, ob sich Active Sourcing tatsächlich für das eigene Unternehmen lohnen wird, sollte man vorweg einmal die Ausgangssituation kennen und in Kennzahlen umgewandelt betrachten. Danach gilt es, sich realistische Ziele zu setzen. Ein Umstieg bzw. eine Ergänzung der herkömmlichen Personalgewinnung **zu einem aktiven Recruiting** muss **immer als Prozess** gesehen werden und kann nicht von heute auf morgen passieren. Dabei ist nicht zu vergessen, dass sich auch die Mitarbeiter im Personalwesen bzw. im Recruiting an die neuen Abläufe gewöhnen müssen. (Online-)Einführungen und Schulungen mit konkreten Beispielen nehmen aber die Angst vor dem unbekanntem Neuen und zeigen auf, wo die zahlreichen Vorteile einer aktiven Rekrutierungsmethode liegen – sei es eine explizite Auswahl durch diverse Filterkriterien oder praktische Merk- und Teilfunktionen. Am besten zuerst testen und dann entscheiden!

#### 4.4 VIELE MÖGLICHKEITEN, EIN WEG

**Businessnetzwerke** wie Xing oder LinkedIn werden gerne von Personalisten zum aktiven Rekrutieren verwendet. Die Erfolgsquote dort ist nicht immer gegeben, weil diese Plattformen in erster Linie zum Netzwerken genutzt werden. Das heißt, die User verwenden die Plattform vor allem dazu, um mit ehemaligen Kollegen in Kontakt zu bleiben oder Infos über den neuen Chef zu erhalten. Nur wenige dieser User sind bereit für einen Jobwechsel und rechnen auch nicht damit, auf diesem Kanal von einem potenziellen neuen Arbeitgeber angesprochen zu werden. Das wirkt sich auch auf die Antwortrate aus, die wesentlich niedriger ausfällt als auf anderen Wegen.

**Social-Media-Kanäle** wiederum sind eher privates Terrain. Viele Arbeitssuchende wollen dort nicht öffentlich Details über Arbeitswünsche preisgeben oder Nachrichten von interessierten Unternehmen erhalten. Deswegen sind Facebook und Co. auch weniger geeignet zur potenziellen Kandidatenansprache. Sollte irgendwann ein **Beschäftigungsdatengesetz** verabschiedet werden, wie es in Deutschland schon einmal auf dem Plan stand, könnte es künftig auch rechtlich verboten sein, Facebook und Twitter für die Bewerberrecherche zu verwenden.

Dagegen sind Jobsuchende, die ihren Lebenslauf in einer **Bewerberdatenbank** hinterlegen, explizit auf Jobsuche. Wenn dies natürlich auch unterschiedlich intensiv der Fall sein kann, so ist doch jeder Registrierte einer Bewerberdatenbank interessiert am Stellenmarkt und somit potenziell rekrutierbar.

#### **DIE VORTEILE EINER BEWERBERDATENBANK SIND VIELFÄLTIG:**

- Anzahl und Qualität der Bewerbungen steigern
- Niedrigere Besetzungskosten
- Aktive Rekrutierungsprozesse optimieren
- Passende und wechselfertige Kandidaten finden
- Besetzungsgeschwindigkeit erhöhen
- Latent Jobsuchende erreichen
- Recruiting entlasten
- Aufbau eines nachhaltigen Bewerberpools, auf den auch für spätere Vakanzen zurückgegriffen werden kann (Stichwort Talent Relationship Management – durch übersichtliche Abspeicherung entfällt der Aufwand für spätere Recherche)

## 4.5 ACTIVE SOURCING: STEP BY STEP

- Step 1** Versetzen Sie sich in Ihre **Zielgruppe**: Was interessiert den Kandidaten, warum sollte er zu Ihnen wechseln? Die **Wechselmotivation** (siehe oben) herauszufinden, ist ein wesentlicher Faktor für die Formulierung dieses Anreizes. Nutzen Sie diese Wechselbereitschaft und überzeugen Sie potenzielle Bewerber von den Weiterentwicklungsmöglichkeiten, die Ihre Stelle für den Bewerber mit sich bringt. Idealerweise geben Sie schon anfangs beim Anschreiben ein Beispiel, wie Wertschätzung in Ihrem Unternehmen gelebt wird – Stichwort Employer Branding.
- Step 2** Dann heißt es entscheiden: Wählen Sie das **Tool** aus, das ihren Bedürfnissen am meisten entspricht. Achten Sie auf Funktionsumfang, Aktualität der Profile und Bewerberstruktur. Um nicht die Katze im Sack zu kaufen, sollten Sie Ihr bevorzugtes Active Sourcing Tool immer **vorab testen**, um herauszufinden, ob alles Ihren Erwartungen entspricht.
- Step 3** Haben Sie sich für eine Bewerberdatenbank entschieden, können Sie ihre **Suchkriterien** angeben. Übersetzen Sie dazu Ihr Kandidatenprofil in Stichworte. Ihre Erfolgchancen vergrößern sich durch erweiterte Suche mit passenden **Keywords, Synonymen** und **Filtermöglichkeiten**. Geben Sie nicht nur die Positionsbezeichnung ein wie sie im Inserat steht, sondern auch Synonyme dafür. Hier ein Beispiel: Sie suchen einen Verkäufer, können diesen aber auch als Verkaufsberater – Sales Manager – Sales Innendienst – Sales Außendienst – Account Manager – Key Account Manager anführen, um so eine höhere Trefferquote zu erzielen.
- Step 4** Für **Gehaltsangaben** können Sie einen größeren Rahmen setzen. Würde ein interessanter Kandidat nur aufgrund des Wunschgehalts nicht infrage kommen, lassen Sie sich davon nicht abschrecken – darüber kann immer noch in einem persönlichen Gespräch diskutiert werden, solange alles andere stimmt.
- Step 5** Jetzt können Sie sofort passende Profile durchgehen und **Wunschkandidaten** mit einer kurzen, persönlichen Nachricht **kontaktieren**. Idealerweise machen Sie sich ein paar Gedanken zum Profil, bevor der Kandidat angesprochen wird. So können Sie individueller ansprechen – das ist der große **Quotenbringer** in der Bewerberdatenbankansprache. Formulieren Sie seriös und diskret und vermeiden Sie tunlichst doppelte Ansprachen von einzelnen Kandidaten, um kein unprofessionelles Bild zu vermitteln.
- Step 6** Nun liegt es nicht mehr an Ihnen – warten Sie die **Antwort des Bewerbers** ab und geben Sie ihm ausreichend Zeit dafür. Sieben Tage Bedenkzeit sollten Sie einräumen, um nicht aufdringlich zu wirken. Danach nicht mehr als eine Erinnerung senden. Damit ist Ihr Beitrag allerdings noch nicht abgeschlossen. Mit einer schnellen Rückmeldung von Unternehmensseite suggerieren Sie Zuverlässigkeit und Kompetenz. Dabei sollten Sie niemals vergessen, dass eine Anfrage von Ihrer Seite **keine fixe Jobzusage** ist! Vielmehr geht es um eine Interessensbekundung und ein gegenseitiges Kennenlernen.
- Step 7** Mit den besten Kandidaten können Sie dann nach Wunsch in einen **echten Dialog** treten und ein persönliches Bewerbungsgespräch vereinbaren.

## 4.6 TIPPS ZUR KANDIDATENANSPRACHE

Nach dem Motto „der erste Eindruck zählt“, sind gerade bei der Kaltansprache bzw. beim Erstkontakt im Active Sourcing aus Sicht der Recruiter die ersten Informationen (in der Kontaktnachricht) von großer Bedeutung.

- Schon der **erste Kontakt** mit dem Wunschkandidaten soll ein Vertrauensverhältnis aufbauen – Standardformulierungen und leere Floskeln deshalb vermeiden.

Diese Erstinformationen möglichst ansprechend zu formulieren trägt auch zu einer hohen Antwortquote bei Kandidaten bei. Wecken Sie Interesse beim Kandidaten!

- Dabei gilt es, den Kandidaten **möglichst persönlich** anzuschreiben und auch ein persönliches Bild der bearbeitenden Person, des Recruiters, zu vermitteln.

Ein kurzes Vorstellen und eine Begründung des Interesses an der Person sollten auf jeden Fall enthalten sein. Das Geheimnis einer erfolgreichen Ansprache ist es, im Anschreiben persönliche Angaben aus dem Profil des Kandidaten, welche außerdem zur offenen Stelle passen, einzubauen. Damit erzielen Recruiter Responsequoten von mehr als 40%.



### GEHEIMNIS DER ERFOLGREICHEN KANDIDATENANSPRACHE

Persönliche Angaben aus dem Kandidatenprofil in der Ansprache sorgen für Responsequoten von mehr als 40%.

- Geben Sie nur vage Informationen zur Position, um **Interesse** zu **wecken**, erzählen dafür aber mehr über sich, um Vertrauen herzustellen.

Weniger erfolgreiche Recruiter fallen gleich „mit der Tür ins Haus“:

Sie liefern in ihren Anschreiben gleich direkte Links zu Position und Arbeitgeber.

- Top-Kandidaten sind dennoch gerne **top-informiert**: Versorgen Sie Bewerber in einem nächsten Schritt mit weiterführenden Links auf relevante Seiten (Karriere-seite Ihres Unternehmens, Stelleninserat usw.)

Ergänzende Informationen zum Unternehmen helfen dem Kandidaten, sich besser über Sie zu informieren.

- Nachdem **Gehaltsangaben** in Stelleninseraten verpflichtend sind, können Sie diese auch im Anschreiben bereits berücksichtigen.

Weitere Nachrichten können dann auch über einen telefonischen Austausch übermittelt werden. Was für Ihre Bewerber gilt, sollte übrigens auch für Sie gelten: Fehler im Anschreiben sind ein No-Go und wirken unseriös!

## 5. TALENTE ENTDECKEN MIT DER TALENT.CLOUD VON KARRIERE.AT

Die talent.cloud ist die Bewerberdatenbank von karriere.at, die Tausende von Bewerbern für Sie jederzeit erreichbar macht. Damit einher gehen aber noch einige andere Vorteile:

### ➤ **Bewerber-Matching**

Wertvolle Zeit beim Recruiting sparen und mit automatisch generierten Bewerber-vorschlägen bequem passende Bewerber zu Ihren freien Stellen auf karriere.at finden.

### ➤ **Bewerber-Alarm**

Sie werden regelmäßig per E-Mail informiert sobald neue, passende Bewerber verfügbar sind. Wunschkandidaten können sofort kontaktiert werden.

### ➤ **Umfangreiche Filtermöglichkeiten**

Diese ermöglichen die intelligente und einfache Suche nach den gewünschten Kriterien. Suchen Sie nach Aktualität, Qualifikationen, mit lokalen Einschränkungen etc.

### ➤ **Einfachere Bewerber-Verwaltung**

Merklisten, Notizfunktion und Bewerber-Ratings helfen bei der Organisation der Kontakte. Mit einem Kollaborations-Tool kann auch ein mehrköpfiges Recruitingteam gemeinsam oder getrennt mit der Bewerberdatenbank arbeiten.

## 6. LITERATURVERZEICHNIS

-  **BUNDESVERBAND DER PERSONALMANAGER**  
Talent Relationship Management und Active Sourcing
-  **EXPERTEER**  
Active-Sourcing-Studie 2015
-  **GFK**  
Bekanntheitsstudie karriere.at 2014
-  **IBM**  
Global Chief Executive Officer Study 2012
-  **ICR**  
Recruiting Report 2012
-  **MONSTER.AT**  
Recruiting Trends 2013 Österreich
-  **ONLINE-RECRUITING.NET**  
Social Media Recruiting Studie 2014
-  **PERSONAL MANAGER**  
Special Active Sourcing 2014
-  **XING**  
Case Study Active Sourcing in Deutschland 2013

## ÜBER KARRIERE.AT

karriere.at ist Österreichs größtes Karriereportal. Die Möglichkeiten des Marktführers im Online Recruiting verbinden passende Kandidat\*innen mit den besten Arbeitgeber\*innen. Durch einen einzigartigen Produktmix finden Unternehmen auf karriere.at passende Kandidat\*innen, die eingestellt werden. Stelleninserate auf karriere.at erreichen tausende Jobsuchende und decken den individuellen Recruitingbedarf einfach und bequem ab. Für Arbeitgeber\*innen wird der Pool passender Kandidat\*innen durch gezielte Vorschläge aus der Bewerberdatenbank zusätzlich erweitert. Die Employer Branding Lösung von karriere.at spricht darüber hinaus potenzielle Mitarbeiter\*innen an, die optimal zum Unternehmen passen, denn eine starke Arbeitgebermarke ist wesentlich für den Erfolg im Recruiting.

karriere.at hat sich seit 2005 als eigentümergeführtes Unternehmen zu Österreichs reichweitenstärkstem Karriereportal mit bis zu 4,9 Mio. Besuchen monatlich (Google Analytics 1/2019) und rund 200 Mitarbeiter\*innen entwickelt. 97 Prozent Servicezufriedenheit der karriere.at-Kund\*innen bestätigen den damit verbundenen, hohen Grad an Kund\*innenorientierung.

### **karriere.at GmbH**

Donaupromenade 1, 4020 Linz | +43 (0) 732 90 82 00-0  
www.karriere.at | redaktion@karriere.at