

Erfolgreiche Rekrutierung von Baufachleuten, Teil 2 (Teil 1: HK-Gebäudetechnik 1/17, S. 36/37)

# Mit Active Sourcing Gebäudetechniker rekrutieren

Im Kampf um Talente stehen Unternehmen im Bereich Gebäudetechnik vor grossen Herausforderungen. Eine Möglichkeit, dem Fachleutemangel zu begegnen, bietet Active Sourcing: die aktive Suche nach und Direktansprache von potenziellen Mitarbeitenden. Wann ist diese anspruchsvolle Rekrutierungsmassnahme sinnvoll? Eine Anleitung in sechs Schritten.

Raphael Zahnd, Careerplus AG

■ Fehlender Nachwuchs, steigender Baubedarf, zunehmende Akademisierung: Die Baubranche beklagt seit Jahren einen Mangel an qualifizierten Mitarbeitern. Bei der Rekrutierung müssen sich Unternehmen daher neue Wege ausdenken, um die besten Talente für sich zu gewinnen. Ein attraktiver Auftritt auf den gängigsten Rekrutierungskanälen gehört genauso dazu wie die persönliche Gestaltung der Karriereseite, das geschickte Platzieren von Online-Inseraten und das Rekrutieren über Mitarbeiterempfehlungen. Erst wenn diese Bemühungen nicht zum gewünschten Erfolg führen, sollte ein Unternehmen mit Active Sourcing einen Schritt weitergehen. Bei dieser anspruchsvollen Rekrutierungsmassnahme werden die Rollen getauscht: Nicht ein Kandidat bewirbt sich bei einem Unternehmen, sondern das Unternehmen beim potenziellen Mitarbeiter. Gemäss Definition bedeutet Active Sourcing die aktive Suche und Direktansprache von Mitarbeitern, bevor eine Stelle neu besetzt wird. Ein Unternehmen versucht also, möglichst früh in persönlichen Kontakt mit potenziellen Bewerbern zu treten und mit diesen eine dauerhafte Beziehung aufzubauen.

Active Sourcing ist im Vergleich zur Rekrutierung über herkömmliche Kanäle wie Stelleninserate und Karriereseiten ein ressourcenintensives Unterfangen. Wer über genügend Zeit und Know-how verfügt oder sich das Wissen intern aneignen kann, kann sich mit Active Sourcing von der Konkurrenz abheben.

**Der Prozess lässt sich grob in sechs Schritte unterteilen:**

1. Zielgruppe definieren
2. Sourcingkanäle auswählen
3. Suche
4. Erstkontakt
5. Zweitkontakt
6. Netzwerkpflege

## 1. Zielgruppe definieren

Der erste Schritt beginnt mit der Definition des Anforderungsprofils. Für eine effiziente Suche empfiehlt es sich, das Jobprofil mit möglichst klaren Begriffen und Keywords zu umreissen. Um die richtigen Kandidaten zu finden, müssen Jobtitel, Qualifikationen und Fähigkeiten identifiziert werden. Welche spezifischen Anforderungen sollte beispielsweise ein Gebäudetechnikplaner abdecken? Wie viele Jahre Berufserfahrung ein Lüftungsanlagengebauer mitbringen? Und welche Führungsqualitäten ein Projektleiter Gebäudetechnik aufweisen?

## 2. Sourcingkanäle auswählen

Wer die Wahl hat, hat die Qual. Es gibt dutzende Möglichkeiten, einen potenziellen Mitarbeiter zu finden. Nicht jeder Sourcingkanal ist für jeden Wunschkandidaten gleich gut geeignet. Projektleiter und Planer finden sich unter Umständen eher auf Xing oder LinkedIn, Installateure und Lehrgänger vielleicht eher in sozialen Netzwerken. Die Frage stellt sich also: Welche Talente sind auf welchen Kanälen und Portalen am ehesten präsent? Hier eine Auswahl an möglichen Kanälen:

- Online-Business-Netzwerke wie Xing und LinkedIn
- Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Google+, Instagram
- CV-Datenbanken von Jobbörsen in der Schweiz oder beispielsweise in Deutschland
- Internetforen aus den jeweiligen Fachbereichen
- Fachmagazine (Autoren, Interviewpartner etc.)
- Unternehmenswebsites
- Persönliche Netzwerke von bestehenden Mitarbeitenden
- Berufliche Netzwerke wie Verbände, Gruppierungen oder Ausbildungsinstitute



Unabhängig vom gewählten Kanal sollte eine Stellenanzeige immer auch auf der eigenen Website und auf Onlinestellenportalen aufgeschaltet werden.

## 3. Active Sourcing – die Suche

Sind Zielgruppe und Kanal definiert, startet die eigentliche Suche. Bei der Onlinesuche ist es zu Beginn sinnvoll, sich auf die zentralen Keywords zu beschränken. Je nach Umfang des Resultats kann die Suche ausgeweitet werden. Lassen sich mit der Abfrage «Gebäudetechnikplaner Sanitär EFZ» beispielsweise keine geeigneten Kandidaten finden, verzichtet man auf den Zusatz und sucht nur nach «Gebäudetechnikplaner Sanitär».

Technikaffine Rekrutierungsspezialisten können für die Suche zudem Programme wie «Boolean Search» oder «X Ray Search» zu Hilfe nehmen. Mit «Boolean Search» wird mittels Programmiersprache respektive der Anordnung von Keywords, Synonymen und Kriterien (wie UND, ODER) die Suchauswahl spezifiziert. «X Ray Search» erlaubt es einem Sourcer, auch ohne eigenen Account über Chrome oder Google in verschiedenen Netzwerken nach Talenten zu suchen.

## Suche über Businessnetzwerke

Kommen Businessnetzwerke zum Einsatz, ist es für den Sourcer bzw. Recruiter entscheidend, das eigene Profil auf Vordermann zu bringen. Zu einem professionellen, ansprechenden und transparenten Auftritt gehören ein freundliches Foto, ein persönliches Auftreten (Beschreibung in der Ich-Form), eine Zusammenfassung der eigenen Fähigkeiten (optimal sind fünf Skills) und des Tätigkeitsfelds der Firma, ein grosses Netzwerk (500 Kontakte und mehr) sowie allfällige Kontaktangaben.



#### 4. Erstkontakt (Direktansprache)

Nicht die Suche nach dem potenziellen Mitarbeitenden ist beim Active Sourcing das Anspruchsvolle, sondern vielmehr der erste Kontakt, die Direktansprache des Kandidaten. Sie benötigt Fingerspitzengefühl. Dem Recruiter muss es innert kürzester Zeit gelingen, die gefundene Person zu überzeugen und ihr Vertrauen zu gewinnen. Eine gründliche Vorbereitung ist daher ein Muss:

- **Sorgfältige Analyse:** Sie beinhaltet eine genaue Recherche über den Kandidaten und dessen Werdegang. Hier ist Diskretion gefragt.
- **Seriöse Ansprache:** Ohne um den heissen Brei zu schreiben, gilt es hier, schnell auf den Punkt zu kommen: das Jobangebot.
- **Transparente Information:** Neben dem Jobangebot sollten in der Nachricht einige Sätze zum Unternehmen, zur konkreten Stelle und zu Entwicklungsmöglichkeiten erwähnt werden. Ein Planer kann beispielsweise auf (interne) Weiterbildungsmöglichkeiten als Projektleiter hingewiesen werden. Kurz: Es sollte ersichtlich sein, warum sich das Angebot für den Angesprochenen lohnt.
- **Prägnanter Schluss:** Eine Nachricht mit einer Frage zu beenden, ist immer eine gute Idee. Besser als «Wann können Sie telefonieren?» eignet sich «Können Sie am Dienstagnachmittag oder am Mittwochvormittag besser telefonieren?». Die Nachricht sollte insgesamt nicht länger als 100 bis 125 Wörter sein.
- **Richtiges Timing:** Die E-Mail sollte zwischen 6 und 8 Uhr am Morgen von der Firmenadresse verschickt werden. Bekommt man innerhalb von zwei Tagen keine Rückmeldung, lohnt es sich, nachzufragen.

Im Fall einer Absage ist es dennoch ratsam, sich auf den entsprechenden Kanälen zu vernetzen. Kennt der Wunschkandidat viel-

leicht jemanden, der an seiner Stelle geeignet wäre? Empfehlungsmanagement ist ein zentraler Teil des Active-Sourcing-Prozesses.

#### 5. Zweitkontakt

Während der Erstkontakt vor allem auf elektronischem Weg erfolgt, muss der Zweitkontakt in jedem Fall persönlich sein – am Telefon oder noch besser bei einem Treffen. Was gilt es dabei zu beachten?

- **Beachtung schenken:** Active Sourcing zielt darauf ab, den Kandidaten für das Unternehmen zu gewinnen. Recruiter sollten im Gespräch eine positive Atmosphäre schaffen. Wie das geht? Indem Sie für Ihr Gegenüber Interesse zeigen und nicht nur aus Ihrer Perspektive sprechen.
- **Positives hervorheben:** Unternehmenskultur, Umfeld, Vorgesetzte und Kollegen werden in ein gutes Licht gerückt. Doch Vorsicht: Übertreibungen können schnell unglaubwürdig wirken.
- **Ehrgeiz wecken:** Gibt es im Unternehmen ein positives Beispiel, wie sich jemand hochgearbeitet hat? Etwa vom lernenden Installateur zum Projektleiter? Erfolgsgeschichten eignen sich bestens, um Entwicklungsmöglichkeiten zu illustrieren.
- **Am Ball bleiben:** Am Schluss des Gesprächs muss die Timeline für die nächsten Schritte klar sein. Der Recruiter vereinbart einen Nachfolgetermin.
- **Absage akzeptieren:** Ist der Kandidat nicht interessiert, kann man nach Empfehlungen fragen. Eine Absage gilt es in jedem Fall zu akzeptieren.

#### 6. Netzwerkpflege (Talent Relationship Management)

Oft sind potenzielle Mitarbeitende interessiert, können ihre aktuelle Stelle aber nicht sofort aufgeben. Mittels Beziehungspflege lassen sich die Kandidaten kurz- bis mittelfristig dennoch ans Unternehmen binden. «Talent Relationship Management» beinhaltet

den regelmässigen telefonischen Kontakt, die Einladung zu Firmenevents, Fachtagungen, Netzwerkevents und Mittagessen. Wer wurde bereits für welche Stelle angefragt, und wie ist man mit dem betreffenden Kandidaten verblieben? Eine saubere Nachbearbeitung gehört genauso zum Active Sourcing wie die sorgfältige Vorbereitung.

#### Aufgepasst!

Active Sourcing als Rekrutierungsmassnahme benötigt Zeit, Fachwissen und ein Gespür dafür, wie Fachkräfte angesprochen werden sollten. Plumpse Ansprachen und Abwerbungsversuche können mehr schaden, als sie nützen. Wer intern nicht über die entsprechenden Ressourcen verfügt, dem sei geraten, Rekrutierungsspezialisten hinzuzuziehen. Denn auch beim Active Sourcing gilt: Der erste Eindruck zählt. ■

#### Sourcing-Experten bei Careerplus

Careerplus ist spezialisiert auf die Rekrutierung mittels Active Sourcing. Die Rekrutierungs- und Sourcing-Spezialisten werden im Rahmen einer intensiven Ausbildung gezielt auf «Active Sourcing» und «Direktansprache» geschult. Mit aktivem Wissens- und Innovationsmanagement werden die neusten Trends im Bereich Active Sourcing und Recruiting entdeckt, geprüft und intern weitergegeben.

[www.careerplus.ch](http://www.careerplus.ch)