

automotiveIT[®]

Business. Strategie. Technologie.

Active Sourcing im Recruiting

Finden und gefunden werden

4. Juni 2019 | Chris Löwer | Geschätzte Lesezeit: 3 Minuten



In Zeiten des Fachkräftemangels müssen Unternehmen auf neue Wege im Recruiting setzen. Einer davon: Das Active Sourcing.

Gute Fachkräfte sind in der Automotive-Branche rar. Unternehmen durchforsten daher selbst das Internet nach dieser Spezies, was erfolgversprechender als eine altbackene Zeitungsanzeige ist.

Autobauer und Zulieferer bekommen den Strukturwandel mit aller Wucht zu spüren und kündigen zum Teil heftigen Stellenabbau an. Jedoch: Spezialisierte Ingenieure, Fachkräfte und vor allem ITler werden unverändert händeringend gesucht. Recruiter durchforsten daher gezielt das Internet nach geeigneten Kandidaten. Diese Klickarie nennt sich neudeutsch „Active Sourcing“.

„Die Top-1.000-Unternehmen suchen bei einem Fünftel ihrer offenen Stellen aktiv in Talent-Pools und Karrierenetzwerken nach geeigneten Kandidaten“, heißt es im Active Sourcing Report 2018 des Heidelberger Institute for Competitive Recruiting,

für den mehr als 3.000 Personaler befragt wurden. Vor allem aber betonten die Befragten, durch die aktive Kandidatensuche mehr und bessere Kandidaten zu bekommen.

„Das einseitige Bewerben gehört der Vergangenheit an. Heute ist gegenseitiges Umwerben State-of-the-art“, sagt Headhunterin und Unternehmensberaterin Ulrike Winzer, „Active Sourcing ist mehr als ein Trend, es ist bereits eine etablierte Methode, um Mitarbeiter zu finden.“ Was nicht verwundert: „Die Unternehmen haben erkannt, dass es nicht mehr ausreicht Stellenanzeigen zu schalten und abzuwarten, sondern dass sie selbst aktiv handeln müssen.“

Eine Erfahrung, die man auch bei der Jobbörse Absolventa macht: *„Active Sourcing sei eine wichtige Möglichkeit für Unternehmen, um auf die niedrige Arbeitslosenquote, den anhaltenden demographischen Wandel und damit die geringe Verfügbarkeit von Fachkräften auf dem Markt zu reagieren“,* lassen die Berliner wissen. Dabei hätten Recruiter einen entscheidenden Vorteil: Sie erreichen eine Zielgruppe, die sie meist nicht auf ihre Karriereseiten locken können – diejenigen, die zwar wechselbereit, aber nicht aktiv auf Jobsuche sind. Gerade Engpass-Kandidaten wie Automotive-Ingenieure erwarteten geradezu, dass sie gefunden würden.

„Active Sourcing wird vor allem von den großen Herstellern und Zulieferern praktiziert“, berichtet Winzer, *„Diese setzen dafür oft ehemalige Mitarbeiter von Personalberatungen in eigenen Sourcing-Abteilungen ein, da für das aktive Ansprechen ein exzellentes Verständnis von Aufgaben und Profilen erforderlich ist.“* Bei mittelständischen Unternehmen sei es nicht so verbreitet. Hier werde zum Teil die Strategie gefahren, Active Sourcing nicht als eigenen Bereich aufzubauen, sondern von externen Spezialisten durchführen zu lassen und das für ganz spezielle Aufgaben. Winzer: *„Active Sourcing kann zudem ja faktisch aktiv und passiv betrieben werden: aktiv, indem Menschen Menschen kontaktieren; passiv, indem ein Algorithmus Menschen einen Job vorschlägt.“*

Das macht die Sache für High Potentials recht angenehm – im Grunde können sie sich zurücklehnen und abwarten. Zumindest fast. Denn sichtbar müssen sie schon sein. Standard ist, auf Business-Netzwerken wie Xing und LinkedIn mit einem aussagekräftigen Profil zu glänzen. Wichtig ist das auch, um ein weitverzweigtes Netzwerk aufzubauen. Winzer erklärt, was zu einem einschlägigen Auftritt gehört: ein gutes aktuelles Foto (kein Freizeitbild mit Waldhintergrund!) und aussagekräftige Informationen. Kenntnisse und Fähigkeiten sind wichtige Punkte, um von Unternehmen gefunden zu werden. *„Hier sollte das persönliche Know-how in branchengängigen Schlagworten aufgeführt sein“,* so Winzer. *„Ideal ist es, wenn Dokumente zum Download für den Leser ergänzt werden!“*