

“Sprechen Sie Tech?”



Wie Tech-Arbeitgeber und
Tech-Bewerber zueinanderfinden

**Ein Whitepaper von Dice ehemals IT Job Board in Zusammenarbeit
mit dem Institute for Competitive Recruiting (ICR)**

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort

2. Management Summary

3. Die aktuelle Situation am IT-Arbeitsmarkt

4. Das große Missverständnis: Was Tech-Profis wirklich wollen

5. Klassisches Recruiting

6. Modernes Recruiting

7. Praktische Tipps für Arbeitgeber, die Tech-Talente suchen

8. Top 10 Tipps für das Recruiting von Tech-Kandidaten

9. Zusammenfassung und Ausblick



Autor

Wolfgang Brickwedde ist Leiter des Institute for Competitive Recruiting (ICR), Heidelberg. Das ICR unterstützt und berät Unternehmen bei der Verbesserung der Ergebnisse ihrer Recruitingprozesse mit dem Ziel der Steigerung ihrer Wettbewerbsfähigkeit im Kampf um Talente. Bis Ende 2009 verantwortete Wolfgang Brickwedde bei SAP die Personalbeschaffung und das operative Personalmarketing in der Region EMEA.

Wolfgang Brickwedde, Director ICR

1 | Vorwort



Zahlreiche Tech-Stellen müssen in Deutschland unbesetzt bleiben – unfreiwillig, denn die Nachfrage übersteigt die Anzahl der entsprechend qualifizierten Fachkräfte deutlich. Tech-Experten werden deutschlandweit gesucht. Besonders gefragt sind aktuell Software-Entwickler mit Knowhow rund um Cloud Computing, Big Data, Social Media, Apps und mobile Webseiten sowie Anwendungsbetreuer und Administratoren.

Die Zeiten, in denen Bewerber bei den Unternehmen Schlange stehen, sind längst vorbei. Geringe Arbeitslosigkeitsquoten, der demografische Wandel und eine sich verändernde Arbeitswelt sorgen dafür, dass der Fachkräftemangel gerade im Tech-Bereich weiter anhält. Unternehmen stehen daher heute in einem großen Wettbewerb, wenn es darum geht, High-Potentials oder auch ganz normale (Tech-) Fachkräfte zu finden, zu rekrutieren und zu halten und stehen vor ganz neuen Herausforderungen.

Im Kampf gegen den Fachkräftemangel müssen die Arbeitgeber heute und in Zukunft kreativer und proaktiver in ihren Personalbeschaffungsmaßnahmen werden, auch um den schon erkennbaren demografischen Herausforderungen begegnen zu können. Das althergebrachte “Post & Pray” – Recruiting, also nur Anzeigen zu schalten und auf Bewerber zu hoffen, reicht nicht mehr aus, gleichwohl kann es optimiert (z.B. mit dem richtigen Jobtitel, SEO etc.) werden, damit die passenden Bewerber auf die Anzeige aufmerksam werden und sich bewerben. Auch eine starke Employer Brand kann die Folgen des Fachkräftemangels mindern.

Wer heutzutage also noch erfolgreicher rekrutieren möchte, muss umdenken und neue Wege in der Personalgewinnung gehen. Active Sourcing ist ein neuer Weg, der gerade von der Tech-Branche deutlich häufiger als von anderen Branchen genutzt wird. Doch auch hierbei gilt es, einigen Fallen auszuweichen.

In diesem Whitepaper geben wir einen Überblick über die aktuelle Situation auf dem Tech-Arbeitsmarkt, Hinweise zur Verbesserung des klassischen und modernen Recruitings sowie praktische Tipps für Arbeitgeber, damit Arbeitgeber und Bewerber zueinander finden.

Dieser Bericht wirft einen Blick auf den Tech-Arbeitsmarkt anhand von empirischen Daten unter Verwendung verschiedener Studien und Untersuchungen. So finden sich u.a. Erkenntnisse aus den Studien “Recruiting Trends” und “Bewerber Trends” des CHRIS, Centre of Human Resources Information Systems der Universitäten Frankfurt und Bamberg. Auch der aktuelle Dice Job Market Report 2016 kann interessante Einblicke in die Sicht der Tech-Bewerber beitragen. Erste Erkenntnisse aus dem noch nicht veröffentlichten ICR Active Sourcing Report 2016 zeigen Einblicke in die Welt des Active Sourcing im Tech-Umfeld auf. Im Weiteren wird ebenfalls Bezug genommen auf die Bewertungen von mehr als 400 Tech-Bewerbern hinsichtlich ihrer Erfahrungen bei der Bewerbung aus der Erhebung im Rahmen der Candidate Experience Awards 2015.

2 | Management Summary



In dieser Zusammenfassung finden Sie einen kompakten Überblick über die wichtigsten Erkenntnisse zum Thema Tech-Recruiting:

- Der Arbeitsmarkt hat sich gedreht, vom Arbeitgeber- zum Bewerbermarkt.
- Jobbörsen sind immer noch die wichtigste Informationsquelle für Tech-Bewerber.
- Tech-Bewerber wünschen sich von Arbeitgebern Einblicke und Informationen über die Unternehmenskultur und die Werte des Unternehmens.
- Es ist nicht das große Geld, das Tech-Profis wollen. Ein Team, in dem sie sich wohlfühlen können, herausfordernde und interessante Aufgaben sind es, die Tech-Profis locken.
- Herkömmliche Recruitingmethoden und klassische Stellenanzeigen müssen durch moderne Methoden wie z.B. Active Sourcing ergänzt werden.
- Tech-Profis werden entgegen der landläufigen Meinung noch nicht mehrmals die Woche angesprochen, der Durchschnitt liegt eher bei einmal im Monat.
- Mit Active Sourcing kann man den verfügbaren Talentpool verdreifachen, 90% der Tech-Profis wollen angesprochen werden.
- Recruiter sollten Tech-Profis nur mit wirklich relevanten Jobangeboten ansprechen. Dazu benötigen Sie mehr Kenntnisse im technischen Bereich.
- XING, LinkedIn und CV-Datenbanken liefern die besten Ergebnisse im Active Sourcing nach Tech-Profis.
- Talentsuchmaschinen und die Boole'sche Suche können die Grundgesamtheit der auffindbaren Kandidaten deutlich (5-10 fach) erhöhen und den Workflow beschleunigen, werden aber noch viel zu wenig genutzt.
- Potentielle Kandidaten können mit einer personalisierten und wertschätzenden Ansprache erreicht werden.

3

Die aktuelle Situation am
IT-Arbeitsmarkt

Die klassische Personalbeschaffung in Unternehmen war in den letzten Jahren und Jahrzehnten mit einigen Ausnahmen ein Anbietermarkt: Man schaltete eine Anzeige (ganz früher in der lokalen Zeitung, heute meistens in einer Online-Jobbörse) und wartete auf Bewerber. Diese schickten nach und nach ihre Bewerbungen und man konnte sich einen oder eine Passende(n) raussuchen und einstellen.

Aber der Markt kippt und entwickelt sich in vielen Branchen und Tätigkeitsfeldern, neben der IT insbesondere auch bei Ingenieuren und medizinischem Personal, immer mehr zu einem Bewerbermarkt. Die Arbeitslosenrate ist auf einem 25 Jahres-Tief, d.h. die meisten Fach- und Führungskräfte stehen in festen Arbeitsverhältnissen. Der Markt hat sich gedreht - zugunsten der Bewerber. Wichtig ist es für Unternehmen zu verstehen, dass sich die Arbeitswelt ändert. Gründe sind u.a. der Fachkräftemangel, der demografische Wandel und die veränderten Werte der neuen Arbeitnehmergeneration. Das bedeutet konkret: Der Arbeitsmarkt wird immer enger. Fachkräfte werden immer rarer und die Suche nach passenden Kandidaten gestaltet sich zunehmend schwieriger. Daher muss man ganz klar sagen: Herkömmliche Recruiting-Methoden und klassische Stellenanzeigen werden immer ineffektiver. Sie bieten zwar immer noch eine gute Basis für Einstellung, müssen aber ergänzt werden. Darüber hinaus wird vielen Unternehmen immer klarer, dass man mit dieser Art des klassischen Recruitings auch nur einen kleinen Teil des Arbeitsmarktes (ca. 10-15%) erreichen kann. In der Personalbeschaffung sollte umgedacht und neue Wege in der Personalgewinnung gegangen werden - aktive Wege, die es ermöglichen, einen interessanten potentiellen Kandidaten direkt anzusprechen. Und genau diesen Trend haben bereits viele Unternehmen erkannt.

Die wichtigsten externen und internen Trends für Tech-Arbeitgeber

Tech-Arbeitgeber unterliegen deutlichen externen, nicht direkt beeinflussbaren Trends, die einen großen Einfluss auf die Personalbeschaffung haben. Laut den Recruiting Trends des Centers of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universität Bamberg sind dies in der Tech-Branche der demografische Wandel, gefolgt vom Fachkräftemangel (“War for Talent”). Den dritten Platz nehmen Social Media ein.

Die Top 5 der wichtigsten externen Trends für die Personalbeschaffung werden durch den Kultur- und Wertewandel sowie gesetzliche Rahmenbedingungen komplettiert, z. B. Blue Card, Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, und die mögliche Einführung einer Frauenquote. Aber auch interne Herausforderungen plagen die Tech-Arbeitgeber. So hat das CHRIS in seiner Untersuchung herausgefunden, dass neue flexible Formen der Arbeit nach Ansicht der 300 größten deutschen Tech-Unternehmen die wichtigste interne Herausforderung für die Personalbeschaffung sind. Unmittelbar danach folgen die Themen Mitarbeiterbindung, Employer Branding, Recruiting-Prozessmanagement sowie Mitarbeiterempfehlungen.

Die Fachkenntnisse, nach denen Tech-Arbeitgeber am meisten suchen

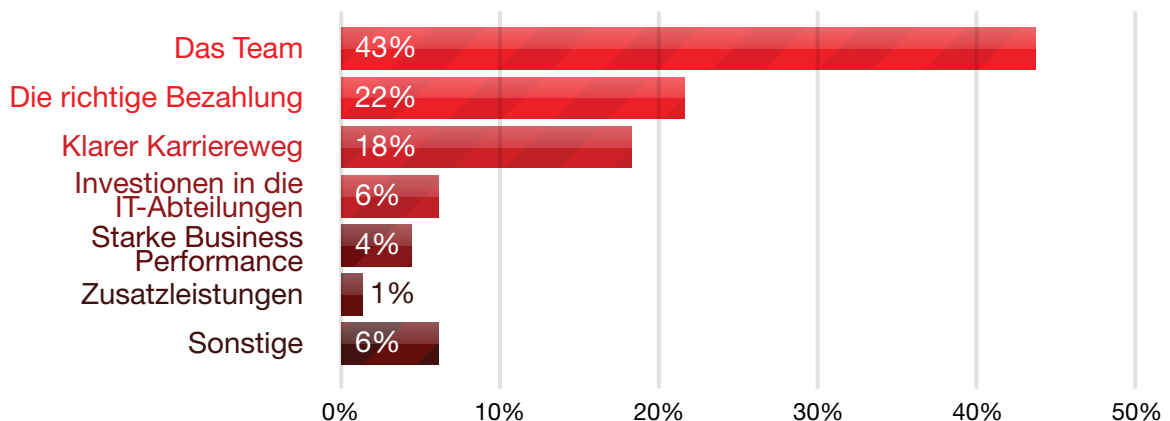
Die 15 Skills, nach denen Arbeitgeber am meisten in der Dice CV-Datenbank gesucht haben



Die meistgesuchten Fähigkeiten und Kenntnisse bei Tech-Profis sind laut einer Abfrage der Dice CV-Datenbank Java, vor C, SAP und PHP Kenntnissen.

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323

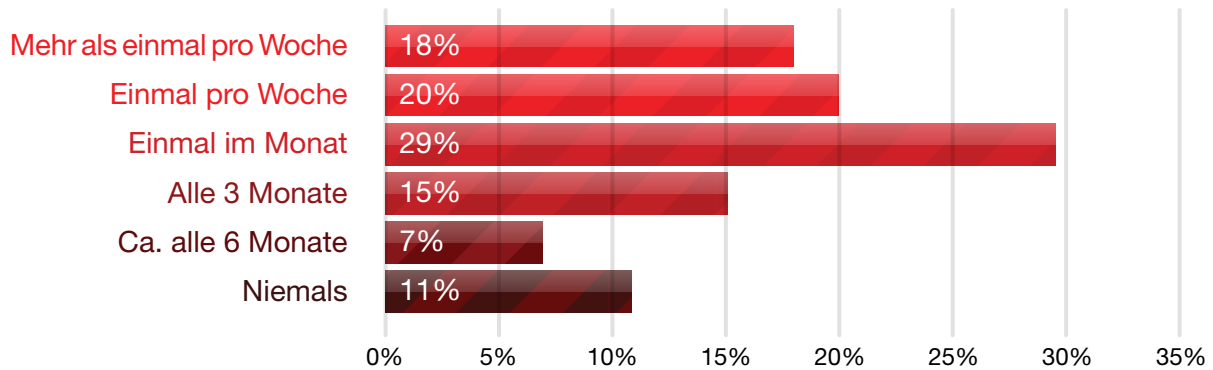
Wichtige Faktoren, damit Tech-Mitarbeiter bei ihrem aktuellen Arbeitgeber bleiben



Die Kollegen sind für Tech-Profis der wichtigste Grund, um beim aktuellen Arbeitgeber zu bleiben. Bezahlung und ein klarer Karriereweg sind dabei nur nachrangige Gründe.

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323

Mythos “10 x die Woche”: Wie oft werden Tech-Professionals tatsächlich angesprochen?

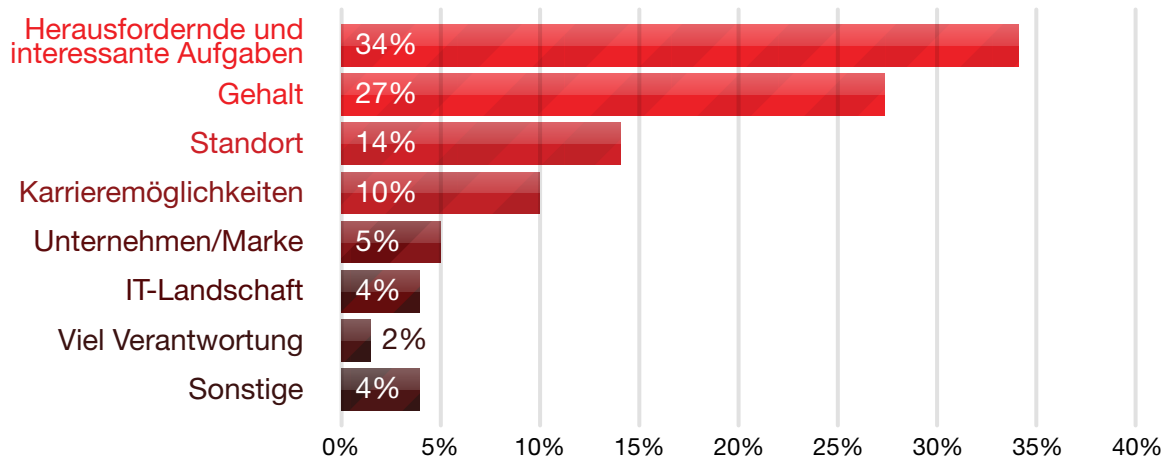


Er ist unmittelbar einsichtig, jeder glaubt ihn sofort: Der Mythos, dass Tech-Profis mehrfach (“10x”) die Woche von Recruitern verschiedener Firmen oder Personalberatern angesprochen werden und eigentlich schon gar kein Interesse an weiteren Ansprachen haben.

Die Angaben der Teilnehmer der Job Market Report Umfrage von Dice sprechen da eine andere Sprache. Ja, es gibt sie, diejenigen, die mehrmals in der Woche angesprochen werden, aber bei 80% ist das nicht der Fall. Im Schnitt dürfte es eher bei einmal im Monat liegen, wie die Zahlen zeigen.

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323

Wichtige Wechselgründe für Tech-Mitarbeiter



Mehr als die Hälfte der Tech-Profis wollen laut Job Market Report von Dice innerhalb der nächsten 6 Monate den Arbeitgeber wechseln. Zumeist scheint es Ihnen an Herausforderungen zu mangeln. Das Gehalt hat eine ähnliche Wichtigkeit. Ein Standortwechsel ist nur für weniger als jeden fünften Tech-Profi interessant.

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323

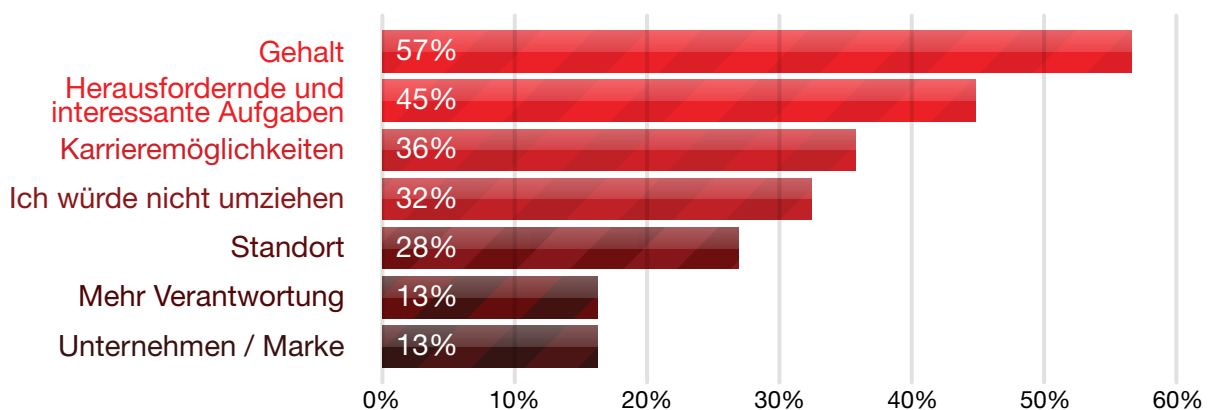
4

Das große Missverständnis: Was Tech-Profis wirklich wollen

**Geld ist zwar wichtig, aber bei weitem nicht das Wichtigste für Tech-Profis.**

Aus den obigen Grafiken wird klar, dass es nicht das große Geld ist, das Tech-Profis wirklich wollen. Ein Team, in dem sie sich wohlfühlen können, herausfordernde und interessante Aufgaben sind es, die Tech-Profis locken - damit kann man als Arbeitgeber punkten. Allerdings sollten Arbeitgeber eher eine Umkreissuche als eine bundesweite Suche präferieren. Letztere kann nämlich teuer werden.

Das zu erzielende Gehalt wird erst dann wichtig, falls ein Wechsel des Arbeitsplatzes anstehen sollte, wie die untere Grafik zeigt. Fast ein Drittel der Tech-Profis sagen sogar, daß sie gar nicht umziehen wollen.

Welche Faktoren würden Tech-Profis motivieren, arbeitsbedingt umzuziehen?

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323, Mehrfachantworten möglich

5 | Klassisches Recruiting

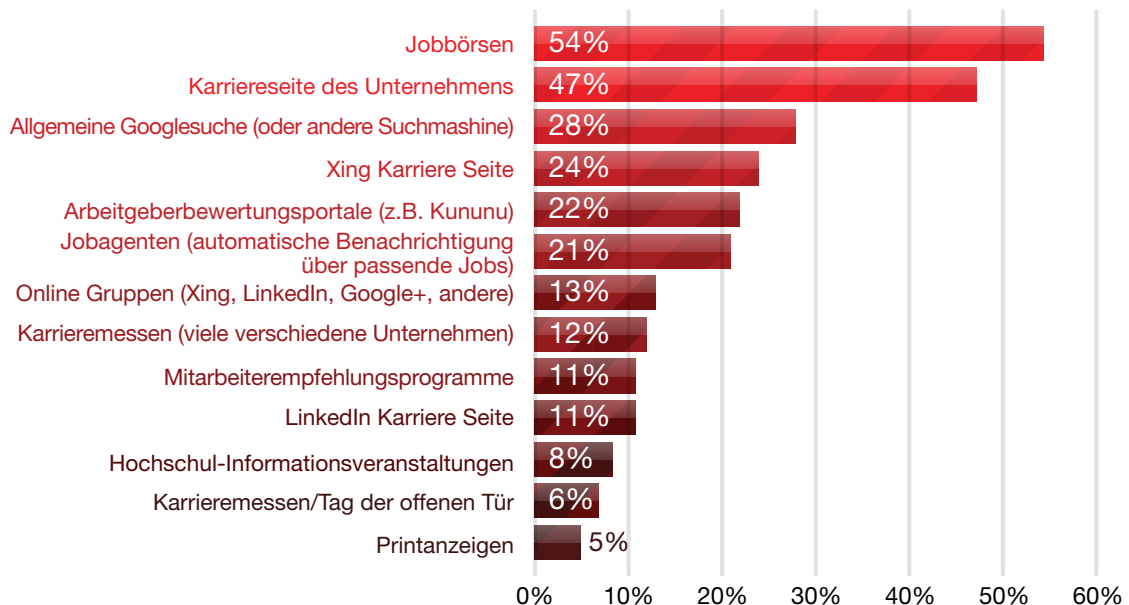


Anzeigen in Print- oder Onlinemedien schalten, auf eingehende Bewerber warten und dann aus den eingehenden Bewerbungen die Passenden auswählen: Für mehr als 75% der Unternehmen ist dies der völlig normale (herkömmliche) Weg, um an Bewerber für ihre offenen Stellen zu kommen.

Wenn man im klassischen Recruiting von Tech-Profis erfolgreich sein will, gibt es von der Wahl des richtigen Jobtitels über den richtigen attraktiven Stellenanzeigentext bis zur Wahl der passenden Jobbörse einige offene Fragen, die es zu beantworten gilt. Bei der Beantwortung hilft es sicherlich ein Blick auf das zu werfen, was Tech-Bewerber wirklich wissen wollen.

Offene Fragen beim klassischen Recruiting von Tech-Profis

Die Sicht der Tech-Bewerber: Was sind die am meisten geschätzten Informationsquellen bei der Jobsuche?



Jobbörsen, Karriereseiten der Unternehmen, Google - dies sind die Top 3 der Quellen, aus denen sich Bewerber bei der Jobsuche informieren. Printanzeigen führen im Vergleich zu früher nur noch ein Schattendasein.

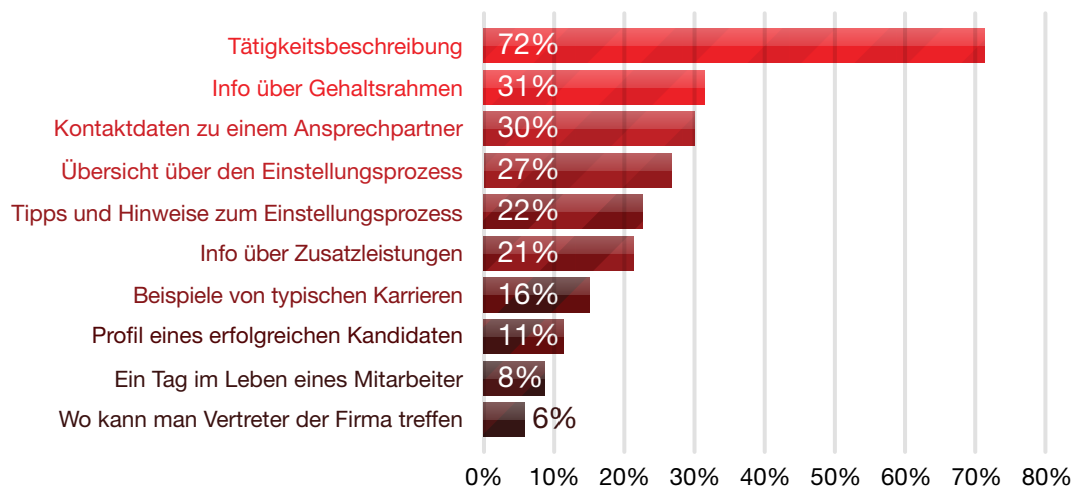
Quelle: Candidate Experience Awards DACH 2015, nur Tech-Bewerber, N= 414, Mehrfachantworten möglich

Die Sicht der Tech-Bewerber: Was sind die am meisten geschätzten Inhalte in Personalmarketing?



Quelle: Candidate Experience Awards DACH 2015, nur Tech-Bewerber, N= 414, Mehrfachantworten möglich

Die Sicht der Tech-Bewerber: Was sind die wichtigsten Informationen rund um eine Stellenanzeige?



Quelle: Candidate Experience Awards DACH 2015, nur Tech-Bewerber, N= 414, Mehrfachantworten möglich

Aus Bewerbersicht: Die wichtigsten Informationen in Stellenanzeigen

Angaben, worum es im Job geht, was sie ungefähr verdienen können und Kontaktdaten zu einem Ansprechpartner, das sind die Wünsche der Tech-Bewerber. Während der erste Wunsch von fast allen Arbeitgebern erfüllt wird, geben über den zweiten etwas verklausuliert nur öffentliche Arbeitgeber Auskunft.

Aus Angst, dauernd angerufen zu werden, vermeiden es viele Arbeitgeber, Kontaktdaten eines Ansprechpartners in der Stellenausschreibung anzugeben oder verweisen auf eine Funktionsmail, z.B. bewerbung@unternehmenxyz.de. Arbeitgeber, die einen starken Leidensdruck im Recruiting verspüren, sollten hier umdenken und auf die Wünsche der Tech-Bewerber eingehen.

Darüber hinaus wäre es auch ein Leichtes, kurz und knapp das weitere Vorgehen, d.h. den Recruitingprozess, zu beschreiben. Damit vermeiden Arbeitgeber im Sinne einer positiven Candidate Experience, daß ihre Bewerber davon ausgehen, daß sie in das bekannte “schwarze Loch” fallen.

Unerlässlich für das klassische Recruiting: Wie findet man eine passende Jobbörse für Tech-Personal?

Zur Beantwortung dieser Frage bieten sich verschiedene Vorgehensweisen an. Zunächst einmal kann man schauen, wie und wo die Konkurrenz sucht. Unter www.deutschlandsbestejobportale.de findet man schon gute Anhaltspunkte.

Eine weitere Komponente ist die Frage, wie Bewerber eigentlich nach einem neuen Job suchen. Hier gelten zwei Bedingungen. Eine Jobbörse muss in der Zielgruppe bekannt sein und die Suchqualität muss hoch sein.

Was ist die Suchqualität? Ein Bewerber, der einen bestimmten Job sucht und diesen zusammen mit dem gewünschten Ort in der Jobbörse angibt, schaut sich die Ergebnisse genau an. Je mehr gut passende Jobangebote eine Jobbörse anbieten kann, desto höher ist die Suchqualität. Auch hierzu gibt es detaillierte Auskünfte unter www.deutschlandsbestejobportale.de.

Wenn man nach Fachkräften wie Tech-Profis sucht, ist es natürlich auch wichtig, Jobbörsen zu wählen, die sich auf die Zielgruppe spezialisiert haben.

6 | Modernes Recruiting



Das klassische Recruiting zielt auf die aktiv suchenden Arbeitsmarktteilnehmer.

Diese lesen Stellenanzeigen (Print – oder Online) und bewerben sich - oder eben auch nicht mehr in der gewünschten Qualität und Menge. Was kann man als Arbeitgeber dann noch mehr tun - noch eine Anzeige schalten und weiter hoffen?

Verdreifachung des Talentpools mit Active Sourcing

Active Sourcing erschließt Arbeitgebern auch den latenten Arbeitsmarkt, der ungefähr dreimal so groß ist wie der aktive Arbeitsmarkt. Active Sourcing schließt dabei alle Maßnahmen ein, die sich nicht nur auf passive Recruiting-Aktivitäten wie Anzeigen schalten oder auf Messen zu gehen beschränken. Active Sourcing kann offline oder online durchgeführt werden. Online proaktiv zu rekrutieren ist weniger aufwändig und man kann als Unternehmen eine sehr große Anzahl von potentiellen Kandidaten erreichen.

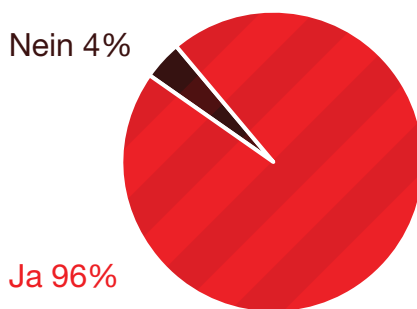
Etwa 8-10% aller Mitglieder von XING, LinkedIn oder Experteer sind Tech-Profis. Talentsuchmaschinen wie Open Web von Dice helfen Ihnen dabei, nicht alle Netzwerke einzeln durchsuchen zu müssen und auf einen Blick ein tiefgehendes Verständnis für einen Kandidaten zu entwickeln.

Wenn Sie die richtigen Kandidaten gefunden haben, müssen diese auch geschickt angesprochen werden. Im Weiteren finden Sie unter anderem Antworten auf die Frage, in welchen sozialen Netzwerken sich die Tech-Kandidaten denn aufhalten.

Offene Fragen beim Active Sourcing nach Tech-Profis

Falls ein Arbeitgeber auf der Suche nach Tech-Profis Active Sourcing betreiben will, stellen sich gerade für die Tech-Branche einige Fragen:

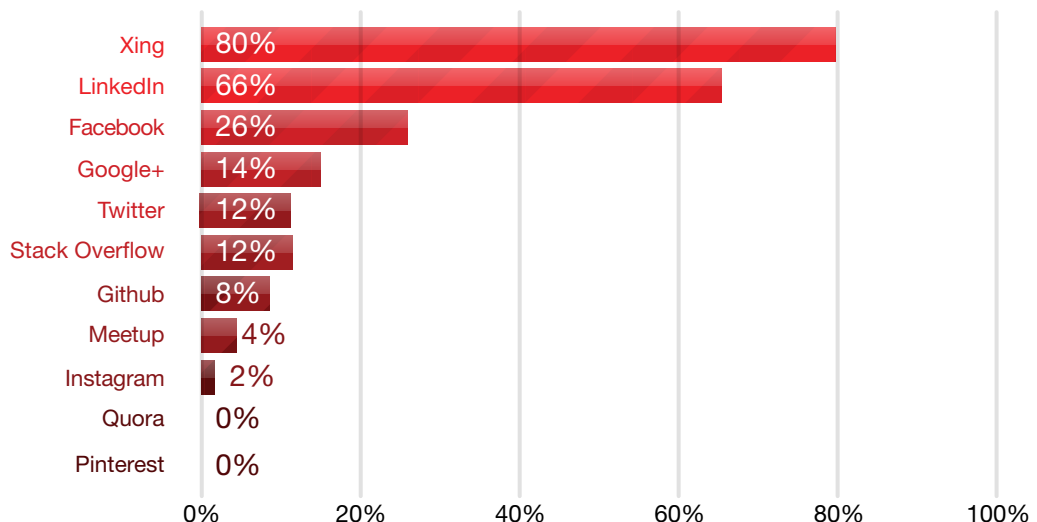
Wollen Tech-Profis überhaupt von Recruitern angesprochen werden?



Hier kann datenbasiert mit einem modernem Mythos aufgeräumt werden: Entgegen der landläufigen Meinung, sind Tech-Profis sehr offen dafür, gerade über soziale oder Business Netzwerke angesprochen zu werden. Mehr als 90% sagen ja, wenn es um die Frage nach der Offenheit für eine Ansprache geht.

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323

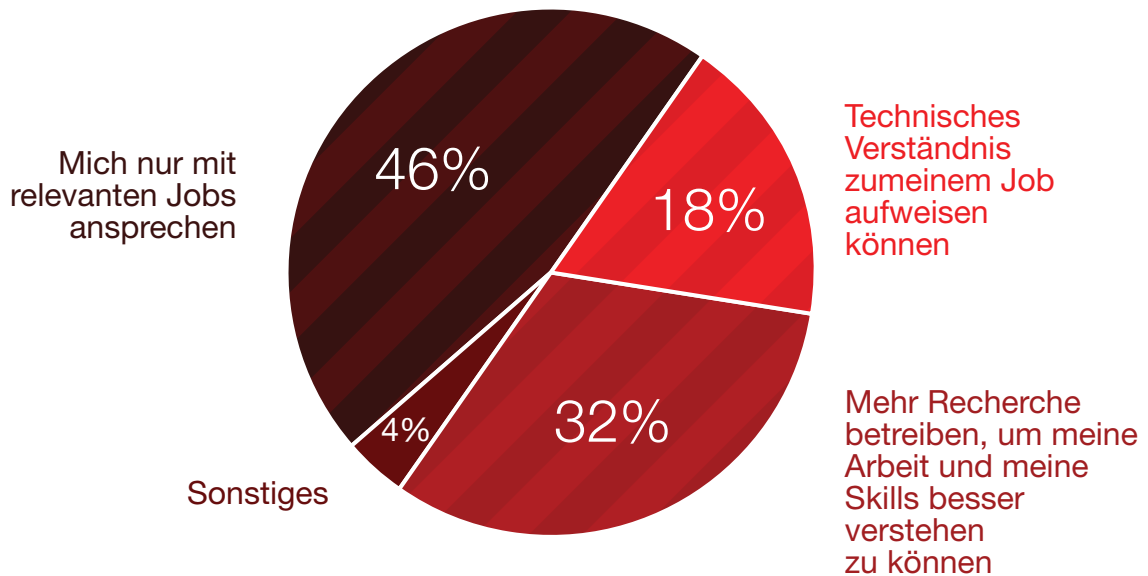
Welche sozialen und Business-Netzwerke werden von Tech-Profis genutzt?



Welche professionellen und/oder sozialen Netzwerke nutzen Tech-Profis, um sich mit anderen Tech-Profis auszutauschen? Xing und LinkedIn liegen ganz vorne, gefolgt von Facebook. Stack Overflow und Github liegen auf den Plätzen 6 und 7.

Quelle: Dice Job Market Report 2016, N= 323, Mehrfachantworten möglich

Was sollten Recruiter bei der Ansprache von Tech-Profis in sozialen und Business-Netzwerken verbessern?

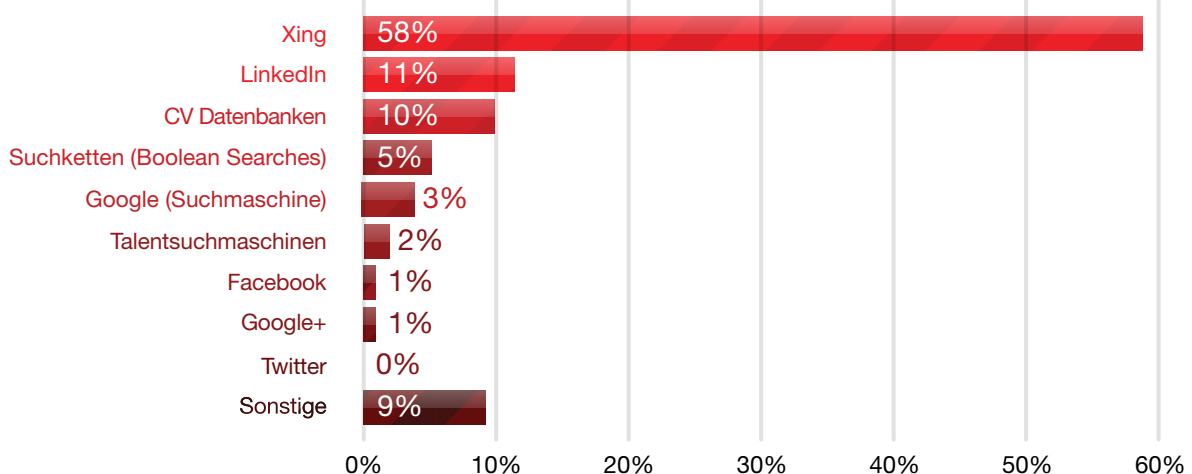


Recruiter können Tech-Profis verärgern, wenn Sie sich nicht ausreichend mit der Arbeit der Angesprochenen und den notwendigen Fähigkeiten für die Position beschäftigt haben, also nur eine oberflächliche Suche durchgeführt haben und die potentiellen Kandidaten spammen.

Das gleiche gilt für die Relevanz der angebotenen Jobs. Es existieren glaubwürdige Beispiele, wo Recruiter andere Recruiter bezüglich einer SAP Entwickler Vakanz angesprochen haben, nur weil diese in ihrem Profil stehen hatten, dass sie selber SAP Entwickler mit diesem oder jenem Modul suchten. Diese peinliche Form der Ansprache kann durch die Nutzung von Talentsuchmaschinen wie Open Web vermieden werden, da sie eine gute Information über den fachlichen Hintergrund der Kandidaten liefern.

Ein sehr gutes Verständnis, auch technischer Art, sollte bei Recruitern im Tech-Bereich vorhanden sein, um von den Tech-Profis ernst genommen zu werden.

Welche sozialen und Business-Netzwerke liefern die besten Ergebnisse beim Active Sourcing von Tech-Profis?



Laut dem ICR Active Sourcing Report 2016 setzen fast 60% der Active Sourcer Xing auf den ersten Platz, wenn es um die besten Ergebnisse beim Active Sourcing von Tech-Profis geht. LinkedIn und die CV-Datenbanken finden sich abgeschlagen auf Platz 2 und 3.

Die Arbeitgeber, die neben Xing und LinkedIn weitere Netzwerke und Communities nutzen wollen und sich einen deutlich größeren Talentpool erschließen wollen, nutzen Talentsuchmaschinen wie Open Web oder Talentwunder. Einige der Talentsuchmaschine setzen dabei mehr auf die Qualität der Kandidaten und einen guten Überblick über die Fähigkeiten (z.B. Open Web), während andere in erster Linie die Gesamtzahl der auffindbaren potentiellen Kandidaten erhöhen. Smarte Recruiter, die diese Tools bereits nutzen, sind mit knapp 2% aber ihrer Konkurrenz weit voraus.

Quelle: ICR Active Sourcing Report 2016, Institute for Competitive Recruiting, Heidelberg, nur Angaben von TN die Tech-Profis suchen, N= 238, Mehrfachantworten möglich

Personalmarketing neu gedacht - Mit Targeted Recruiting die Zielgruppe ohne Streuverluste erreichen

Klassische Employer Branding oder Personalmarketing-Kampagnen waren dem alten Problem von Henry Ford ausgesetzt: “50% meiner Werbeausgaben sind verloren, ich weiß nur nicht welche!”

Das muss im Zeitalter von Online-Marketing nicht mehr so sein. Facebook bietet dies schon seit langem an, aber auch bei Xing oder LinkedIn kann man Anzeigen oder Events an eine genau bestimmbare Zielgruppe ausspielen. Auch auf die Zielgruppe Tech spezialisierte Anbieter wie Dice haben entsprechende Angebote wie das Social Media Kampagnentool Lengo im Portfolio, welche ein noch genaueres Targeting ermöglichen. Wie so etwas in der Praxis aussehen kann? Arbeitgeber sagen, wen sie erreichen möchten. Der Anbieter erstellt eine Zielgruppenliste und bestätigt die Größe der anvisierten Zielgruppe. Basierend auf öffentlich verfügbaren Daten wird mit einem allgemeinen Targeting (z.B. Standort und Stichwörter) begonnen, diese dann um Berufsbezeichnung, Fähigkeiten und Kenntnisse sowie Erfahrung ergänzt und dann die Communities und Netzwerke passend genau dort ausgewählt, wo die Zielgruppe aktiv ist. Arbeitgeber schicken die Inhalte (Texte & Bilder) der Kampagne an die Anbieter, die die Umsetzung in Social Media und Internet übernehmen. Die Performance wird regelmäßig getestet und optimiert, wöchentliche Reports belegen die Wirksamkeit der Kampagne.

7

Praktische Tipps für Arbeitgeber, die Tech-Talente suchen



Bei Recruitern, die aus dem “Post & Pray” Modus kommen, besteht eine Menge Nachholbedarf bei der aktiveren Suche nach potentiellen Kandidaten für Tech - Positionen. Hierbei geht es neben dem “wo”, auch ebenso um das “wie” - beziehungsweise wie besser nicht?

Bewerber gut behandeln

Trotz des allgemein beklagten Fachkräftemangels gerade im Tech-Bereich gibt es immer wieder Horrorstories von Tech-Bewerbern, die auf der Suche nach einem neuen Arbeitgeber waren.

The good, the bad, the ugly: Beispiele für Erfahrungen, die Tech-Bewerber bei ihrer Jobsuche gemacht haben

„5 Minuten nach der Bewerbung über E-Mail kam die Absage“

„Sich über Fachkräftemangel in Zeitung u.ä. beschweren aber noch nicht mal auf eine Bewerbung antworten. Bewertung der Bewerbungsunterlagen nur auf Grund der Durchschnittsnote. Auf Nachfrage fiel auf, dass die Bewerbung noch nicht mal gelesen wurde. Junior Stellen ausschreiben, aber 5 Jahre Berufserfahrung fordern.“

„Bei einer Firma war ich zum Interview eingeladen und auf meinem Weg durch das Gebäude während meiner Suche nach dem Interviewzimmer habe ich nur schlecht gelaunte Menschen getroffen.“

Potentielle Kandidaten erfolgreich ansprechen

Die Herausforderungen bei der Ansprache der gefundenen Traumkandidaten, und wie man sie meistert

Die Traumkandidaten sind identifiziert und gefunden. Jetzt gilt es, diese erfolgreich anzusprechen und von einem Wechsel zu überzeugen. Das Feld der Ansprache von potentiellen Kandidaten ist nicht unbeackert. Die neuen Möglichkeiten des Findens von potentiellen Kandidaten in sozialen Netzwerken haben bereits früh einige wenige unternehmensinterne Recruiter, aber vor allem auch Personalvermittler und – Berater für sich entdeckt. Dabei wurden bereits einige Fehler gemacht und sicherlich auch etwas verbrannte Erde hinterlassen.

The good, the bad, the ugly: Beispiele für Ansprachen, die beim Active Sourcing nach Tech-Kandidaten verwendet werden

Beispiele wenig erfolgversprechender Ansprachen sind diese:

„Hallo Frau xy, aktuell haben wir eine Vakanz zu besetzen. Könnten wir dazu kurz sprechen? Grüße xy“

„Wir haben eine offene Position für Sie. Sind Sie interessiert?“

„Hallo Herr xxx, erreiche ich sie unter dieser Nummer?
<TELEFONNUMMER MEINER FIRMA VON DER WEBSITE> Ich würde mich gerne mit Ihnen über mögliche Stellen unterhalten.“

Quelle: Active Sourcing Report 2016, Institute for Competitive Recruiting, Heidelberg, nur Angaben von Arbeitgebern die Tech-Profis suchen, N= 238

Gute Ansprachen beziehen sich auf eine interessante Herausforderung. Das Anforderungsprofil der Ausschreibung und der zukünftige Arbeitgeber passen zum Qualifikationsprofil und in den Karriereverlauf des Kandidaten und bieten ihm idealerweise einen Schritt nach oben in der Karriereleiter. Gerade Talentsuchmaschinen wie Open Web, die einen tiefen Einblick in die Qualifikation der Kandidaten erlauben, bieten gute Anhaltspunkte für eine erfolgreiche Ansprache. Dabei darf nie vergessen werden: der Kandidat/die Kandidatin muss sich persönlich angesprochen fühlen.

Ein Beispiel für eine erfolgversprechende Ansprache ist diese:

„Guten Tag Herr xy, mein Name ist xy und ich bin zuständig für... bei dem Unternehmen zz. Wir möchten unser Cloud Management Team (aktuell 7 Mitarbeiter) weiter ausbauen. Ihr KnowHow im Bereich VMware könnte da sehr gut rein passen, insbesondere im Hinblick auf unser Thema "Future Workplace", auf welches der Bereich Infrastructure Solutions spezialisiert ist. Gerne würde ich Ihnen in einem ersten Telefonat mehr über uns erzählen bzw. Sie mit dem Teammanager des Teams, Herrn ww für einen kurzen Austausch in Verbindung bringen. Ich freue mich über eine positive Rückmeldung! Freundliche Grüße“

Quelle: Active Sourcing Report 2016, Institute for Competitive Recruiting, Heidelberg, nur Angaben von Arbeitgebern die Tech-Profis suchen, N= 238

8

| Top 10 Tipps für das Recruiting
von Tech-Kandidaten

1. Jobtitel so wählen, wie Bewerber suchen.
2. Im Stellenangebot Informationen über die Unternehmenskultur und die Werte des Unternehmens geben.
3. Im Stellenangebot die herausfordernden und interessanten Aufgaben beschreiben.
4. Im Stellenangebot das zukünftige Team und die üblichen Prozesse (z.B. SCRUM) darstellen.
5. Active Sourcing ergänzend zu Stellenanzeigen einsetzen, die besten Ergebnisse liefern XING, LinkedIn und CV-Datenbanken. Talentsuchmaschinen erleichtern diesen Prozess.
6. 90% der Tech-Profis wollen angesprochen werden, die Ansprache sollte aber personalisiert und wertschätzend erfolgen.
7. Tech-Profis nur mit wirklich relevanten Jobangeboten ansprechen - nicht zusammentun, nur weil im Profil die entsprechende Abkürzung auftaucht.
8. Die eigenen Recruiter mit den notwendigen Kenntnissen im technischen Bereich ausstatten, damit diese die Profile besser beurteilen können.
9. Talentsuchmaschinen und die Boolesche Suche suchen, um die Grundgesamtheit bei gleichbleibender Qualität der auffindbaren Kandidaten deutlich (5 bis 10-fach) zu erhöhen und den Workflow zu erleichtern.
10. Targeted Personalmarketing einsetzen, um ohne große Streuverluste die Zielgruppe zu erreichen und ein Bewusstsein und vielleicht sogar eine Präferenz für das Unternehmen als Arbeitgeber aufzubauen, was das für Active Sourcing genutzt werden kann.

9 | Zusammenfassung und Ausblick



Bewerber besser behandeln und mehr passende Kandidaten mit Active Sourcing oder Targeted Personalmarketing finden und erfolgreich wertschätzend und kompetent ansprechen.

Vor dem Hintergrund des demografischen “Tsunamis”, der auf den Arbeitsmarkt zurollt und der schon jetzt die Anzahl der verfügbaren, aktiv suchenden, Arbeitskräfte auf eines der niedrigsten Niveaus in Europa gedrückt hat, wird das bisher von fast 75% der Unternehmen praktizierte klassische “Post & Pray” Recruiting (Anzeigen zu schalten und auf Bewerber zu hoffen) nicht mehr ausreichen, um die Vakanzen zu füllen und damit Aufträge und Projekte abarbeiten zu können. Der Wettbewerb wird härter, wie die schon jetzt in einigen Bereichen beklagten Fachkräftengpässe zeigen.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Arbeitgeber sich zusätzlich den dreimal so großen, latenten Arbeitsmarkt erschließen. Der Weg dazu ist das u.a. das Active Sourcing und die Optimierung der Candidate Experience. Auch das Mittel des Targeted Personalmarketings kann durch die gewonnene Steigerung der zielgruppengenauen Bekanntheit die Folgen des Fachkräftemangels für das einzelne Unternehmen erfolgreich dämpfen.

Über Dice

Dice ist ein DHI Service und ist eine der führenden Tech-Karriere-Seiten in Großbritannien, Deutschland, Belgien und den Niederlanden.

Dice hilft Arbeitgebern und Personalvermittlern relevante aktiven und passive Tech-Spezialisten zu erreichen.

Auf unserer Webseite finden Sie momentan mehr als 3.000 live Stellenangebote von namenhaften Unternehmen wie PAYBACK, Zalando, Cognizant, Galeria Kaufhof und vielen mehr.

2016 hat Dice Lengo auf den Markt gebracht, ein neues Social Media Kampagnentool, welches mithilfe innovativer Targeting Technologie genau die Zielgruppe erreicht, die Sie mit Employer Branding Inhalten ansprechen wollen.

*Stand 22.07.2016

Treten Sie in Verbindung...

Tel: +49 (0)69 6677 4600
Fax: +49 (0)69 6677 4615
Webseite: de.dice.com
Twitter: @Dice_TechDE