

# MIT AKTIVE SOURCING ZUM PASSENDEN MITARBEITER TROTZ FACHKRÄFTEMANGEL!

# ORTEC

OPTIMIZE YOUR WORLD

ORTEC ist einer der weltweit führenden Anbieter intelligenter Planungs- und Optimierungssoftware sowie dazugehöriger Beratungsleistungen für das Logistikmanagement. Das Unternehmen entwickelt transparente Lösungen für optimierte Planungsprozesse in der Transportlogistik- und der Dienstleistungsbranche, in Industrie- und Handelsunternehmen sowie in der Personaleinsatzplanung. Für den Bereich „Inside Sales“ suchte der Arbeitgeber händeringend Mitarbeiter und war unversehens mit den Herausforderungen eines extrem ausgedünnten Arbeitsmarkts konfrontiert.

## Wo lagen die konkreten Herausforderungen bei der Stellenbesetzung?

Wir haben gemerkt, dass es einfach nicht mehr ausreicht, Stellenanzeigen zu schalten und abzuwarten, bis sich Kandidaten melden. Gerade in besonders leer gefegten Bereichen des Arbeitsmarktes wird es zunehmend schwerer, passendes Personal zu finden.

Im konkreten Fall hat unsere Organisation händeringend Fachkräfte für den Bereich „Inside Sales“ gesucht. Das war eine enorme Herausforderung, weil Experten in diesem Sektor fast alle in Lohn und Brot stehen. Wer nicht ganz und gar unzufrieden mit seinem Job ist, schaut nicht nach Stellenanzeigen. Also mussten wir andere Wege gehen.

## Die Probleme haben sich inzwischen gelöst?

Ja, dank der Zusammenarbeit mit Monster. Die Kooperation kannten wir schon aus früherer Zeit und waren immer sehr zufrieden. Damals ging es noch um die klassische Stellenanzeigenschaltung. Dieses Mal unterstützte uns das Team von Monster beim Active Sourcing, der Direktansprache von Kandidaten. Mit Erfolg. In dieser Woche führe ich das Vertragsgespräch mit zwei neuen Mitarbeitern. Das ging alles sehr zügig.

## AGILES ACTIVE SOURCING MADE BY MONSTER

Monster steuert bei der aktiven Ansprache von Kandidaten den gesamten Prozess: Von der Recherche der potentiellen Zielfirmen, der Kandidatenidentifikation in den unterschiedlichsten Kanälen über das gesamte Bewerbermanagement. Die Kombination aus Active Sourcing in ausgewählten Social-Media-Kanälen und der telefonischen Ansprache von Kandidaten eröffnet einen Zugang zum gesamten Kandidatenmarkt.

Der Vorteil: Das Monster-Team greift bei seiner Dienstleistung nicht auf einen bestehenden Talent-Pool zurück, sondern sucht aktiv nach potentiellen Kandidaten am Markt und spricht diese gezielt an. Dabei wird nichts dem Zufall überlassen. Selbst die Ansprache wird bis ins kleinste Detail mit dem Arbeitgeber abgestimmt, so dass sich perfekt passende Talente von vornherein optimal angesprochen fühlen.

Im laufenden Prozess gehen die Active-Sourcing-Experten von Monster gemeinsam mit dem suchenden Unternehmen nach dem Prinzip der Agilität vor. Auf Basis eines umfassenden wöchentlichen Reports wird die Suchstrategie kontinuierlich optimiert. Das ermöglicht eine maßgeschneiderte Marktsondierung und die Ansprache potentieller Kandidaten in ganz Deutschland, die exakt zu dem ausgeschriebenen Profil und dem Standort passen.

## Wie muss man sich die Vorgehensweise vorstellen?

Wir mussten vor der aktiven Kandidatensuche nicht nur ganz genau beschreiben, wonach wir suchen, sondern auch, was uns ausmacht. Heraus kam ein sehr zugespitztes Profiling von unserem Unternehmen und den gesuchten Talenten.

Daraus ging zum Beispiel hervor, dass wir kein Konzern sind und vielleicht nicht die Gehälter auf dem Niveau bezahlen können. Dass wir aber durchaus mit anderen Mehrwerten punkten können, die uns als Arbeitgeber attraktiv machen.

# SUCCESS STORY „ACTIVE SOURCING“

## Zum Beispiel...?

Zum Beispiel, dass wir flexible Arbeitszeiten bieten, Home-Office und vor allem ein super Betriebsklima haben. Letztes ist der Grund schlechthin, warum die Leute, die einmal bei ORTEC angeheuert haben, so schnell nicht mehr weggehen. Bewerber betonen das oft schon im Jobinterview, dass ihnen auffällt, wie locker wir miteinander arbeiten und umgehen.

## Was haben Sie dem Monster-Team außerdem mit auf den Weg gegeben?

Dass wir in einer Kultur leben, in der Vertrauen großgeschrieben wird. Das manifestiert sich nicht nur in der Tatsache, dass wir eine Vertrauensarbeitszeitregelung haben, sondern auch auf die 60/40 Regel setzen: Das bedeutet 40 Prozent der Arbeitszeit kann jeder Mitarbeiter im Home-Office verbringen, 60 Prozent davon sollte er im Office sein.

Dass sie diese Vorzüge haben, dürfte sie von vielen Wettbewerbern abheben. Ihr Problem bestand also hauptsächlich darin, diese angemessen gegenüber Talenten zu kommunizieren?

Ja, fast. Wir wollten natürlich nicht nur irgendwelche Talente erreichen, sondern die, die perfekt zu uns passen. Und um diese ansprechen zu können, fragte das

Monster-Team auch noch einmal sehr intensives Briefing bei uns ab. Dafür musste ich selbst erstmal ganz genau recherchieren. Zum Beispiel bin ich dafür in die suchenden Fachabteilungen gegangen und habe gezielt nachgefragt: „Wie sollte ein Talent ‚ticken‘, damit es in Euer Team passt?“ Die Ergebnisse habe ich gebündelt an Monster weitergereicht. Dann ging's aber wirklich los mit der Kandidatenansprache.

## Ganz schön viel Vorarbeit, oder?

Um ehrlich zu sein: Ja, ich war auch überrascht, welcher Aufwand ein gelingendes Active Sourcing bedeutet. Die Fragen der Monster-Experten gingen sehr ins Detail, um ein möglichst zugespitztes Profil zu erhalten. Und ich muss zugeben: Anfangs war es schon ein wenig anstrengend, all das auszufüllen und zusammenzutragen.

Aber mir leuchtet das Vorgehen auch ein. Wenn ein externer Dienstleister wie Monster versucht, jemanden zu akquirieren, muss dieser auch etwas von dem Unternehmen verstehen, in dessen Auftrag er handelt. Wie hätte das Team von Monster Begeisterung für ein Unternehmen wecken sollen, über das es nur rudimentäre Informationen hat? Ich kann schließlich nur etwas richtig gut verkaufen, was ich gut kenne und hinter dem ich stehe. Und das wurde bestens gelöst!