

LANDESPAARKASSE SÜDWEST SUCHT MIT MONSTER NACH KANDIDATEN

DIE AUSGANGSSITUATION

Als Bausparkasse der Sparkassen gehört die LBS Landesbausparkasse Südwest zu den Marktführern im Südwesten der Bundesrepublik. Mehr als 1.000 Mitarbeiter in den Zentralen sowie über 730 Vertriebsprofis in den Beratungsstellen und den Filialen der Sparkassen und der BW-Bank betreuen Kunden rund um die Themen Bausparen, Baufinanzierung und Immobilien. Ein Garant für den Erfolg ist die motivierte und leistungsstarke Vertriebsmannschaft. Das soll auch so bleiben. Daher sucht das Unternehmen aktuell nach Bezirksleitern im Vertrieb.

Hierbei unterstützt Monster die LBS Südwest aktiv, neue Wege im Recruiting einzuschlagen und bietet einen besonderen Active Sourcing-Service. Marion Kühfus, Vertriebsreferentin Personalrecruiting Vertrieb, und Anna Priess, Project & Strategic Sourcing Manager bei MONSTER, geben Einblicke in die optimale Strategie bei der Direktansprache von Kandidaten.

Frau Kühfus, welche Profile sind bei der LBS Bausparkasse Südwest zu besetzen?

Marion Kühfus: Wir suchen Vertriebsprofis, die als selbstständige Handelsvertreter arbeiten. Dabei geht es konkret um Bezirksleiter, die mit einer gewissen Erfahrung in die Stelle einsteigen und um Finanzberater. Letztere sind als Juniorpositionen zu verstehen, die in die Bezirksleitung münden.

In welchen Regionen suchen Sie nach neuen Mitarbeitern?

Marion Kühfus: In Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz. In beiden Bundesländern suchen wir allerdings teilweise auch in ländlich geprägten Regionen. Das ist problematisch, denn für viele Fachkräfte sind größere Städte oft interessanter. Es wird oft übersehen, dass in beiden Bundesländern sehr schöne Landstriche sind, in denen es sich gut arbeiten und wohnen lässt.

Welche Herausforderungen bringt das mit sich?

Anna Priess: Für die LBS Südwest haben wir ein ganz individuelles Active-Sourcing-Projekt zusammengestellt, bei dem wir über drei Monate hinweg in mehreren Regionen sehr breit potenzielle Kandidaten angesprochen haben. Dabei haben wir uns für die Kombination aus telefonischer Ansprache und einer Online-Ansprache über die sozialen Medien entschieden, um individuell zugeschnitten auf das Recruiting-Anliegen direkt eine Vielzahl an Kandidaten zu erreichen.

Das bietet welche Vorteile?

Anna Priess: Der Vorteil liegt darin, dass wir nicht nur Kandidaten anschreiben, sondern auch per Telefon den Kontakt aufnehmen. Hier kann man auf den Punkt genau die Themen vorbringen, die für die Zielgruppe relevant sind und, falls Zweifel oder Vorbehalte bestehen, diese direkt aus dem Weg räumen. Wir versuchen durch den Aufbau einer persönlichen Bindung die Kandidaten zu einem Jobwechsel zu motivieren. Gerade, wenn es sich um eine Sidestep-Situation in der Karriere handelt, bei der es nicht um einen Aufstieg, sondern um einen reinen Arbeitgeberwechsel auf der gleichen Karrierestufe geht, kann das der entscheidende Faktor sein.

Wie bewerten Sie die Vorgehensweise von Monster?

Marion Kühfus: Ich bin hochzufrieden. Müsste ich eine Schulnote vergeben, wäre das eine glatte Eins. Ich fühle mich immer gut unterstützt, weil die Beratung gut war und einfach hingehört wurde. Das Team von Monster hat sich mit unserer persönlichen Recruiting-Herausforderung intensiv auseinandergesetzt. Bei der Direktansprache dauerte es nicht lange von dem ersten Vorgespräch bis zur Kontaktaufnahme mit Kandidaten. Sehr angenehm ist auch, dass man jederzeit anrufen oder mailen kann und schnell eine Antwort erhält. Dieser konstante Dialog gibt mir das Gefühl, dass es vorangeht. Was mir außerdem gut gefällt: Das Team hat mir die Vorgehensweise und das Angebot zunächst im Detail und mit viel Geduld erklärt und das durchaus mit Spaß an der Sache. Wir haben am Telefon immer wieder viel gelacht.

Wie ging es dann im Prozess weiter?

Marion Kühfusz: Monster hat inzwischen mehr als 400 Kandidaten angesprochen und für uns vorselektiert. Die vielversprechendsten Leads werden dann von uns direkt kontaktiert. Mit einigen stehen wir nun in intensivem Kontakt – mit der Hoffnung auf mehr, eine finale Entscheidung ist aber noch nicht gefallen. Erfreulich: Monster hat sich bei der Ansprache der Kandidaten an all unsere Vorgaben gehalten und uns nur Kontaktdaten geschickt, die wirklich zu den ausgeschriebenen Stellen passen. Das hat uns viel Zeit gespart.

Was hat das Projekt so erfolgreich gemacht?

Anna Priess: Hier muss ich das Kompliment zurückgeben. Je besser das Briefing eines Kunden ausfällt, desto mehr Details können wir letztlich auch an den einzelnen Kandidaten weitergeben, den wir für die Vakanz ansprechen. Und umso leichter ist es, diesen zu überzeugen.

Dazu ist es absolut notwendig die Vorzüge und die Unternehmenspräsentation genau auf die Zielgruppe anzupassen. Die Kandidaten, die wir auf die Positionen ansprechen, haben oft bereits gute Stellen und müssen von uns von den Mehrwerten der Landesbausparkasse Südwest überzeugt werden. Von der LBS bekamen wir gleich zu Beginn umfangreiche Infomaterialien und Broschüren zu Karrieremöglichkeiten im eigenen Haus. Das macht es uns natürlich leichter, gutes Personal für unsere Kunden zu gewinnen.

Was möchte Monster im Rahmen des Briefings außerdem erfahren?

Anna Priess: Wir haben in der Tat so einige Fragen. Dazu gehören zum Beispiel:

- Arbeiten die Arbeitnehmer im Homeoffice oder in den Geschäftsstellen?
- Wie sieht das Provisionsmodell genau aus?
- Was wären nächste Karrierestufen? Gibt es klare Karrierestufen die wir aufzeigen können?

Die Antworten darauf sind die Basis, gute Kandidaten für das Unternehmen zu gewinnen und das hat ja bislang auch gut geklappt.



„Ich bin hochzufrieden. Müsste ich eine Schulnote vergeben, wäre das eine glatte Eins. Ich fühlte mich immer gut unterstützt, weil die Beratung gut war und einfach hingehört wurde.“

Projektleiterin:

”

Vielen Dank für die tolle Vorbereitung und das Briefing, diese haben maßgeblich zum Projekterfolg beigetragen.

Anna Priess, Project & Strategic Sourcing Manager

“