

JOBSUCHE

Männer liegen vorn

Männer nutzen das Social Web geschickter als Frauen, um neue Jobs zu ergattern

Frauen sind bei der Nutzung sozialer Netzwerke führend. Bei ihrer Selbstvermarktung auf der Suche nach einem neuen Arbeitsplatz haben sie allerdings noch großen Nachholbedarf. Denn wie das Recruiting-Unternehmen Talentfogs in einer Studie ermittelt hat, erhalten männliche Akademiker im Durchschnitt 3,6 Jobangebote pro Monat. Bei den weiblichen Akademikern sind es dagegen nur 1,1 Offerten im Monat. Befragt wurden für die Studie 2.528 repräsentative Erwerbstätige im Zeitraum von Juli bis Dezember vergangenen Jahres.

Dabei sind die Chancen, sich beruflich zu verändern, heute so gut wie nie zuvor. So führen die Arbeitsmarktsituation und der Fachkräftemangel dazu, dass sich immer weniger Kandidaten auf Stellenanzeigen bewerben. Gleichzeitig gehen Unternehmen inzwischen vermehrt dazu über, aktiv nach geeigneten Kandidaten zu suchen. Erste Anlaufstelle dafür sind in der Regel soziale Netzwerke. Peer Bieber, der Geschäftsführer der Talentfogs, erklärt: „Wir stellen täglich fest, dass die Profile von Männern wesentlich professioneller



Foto: Fotolia / Robert Kneschke

aufgebaut sind und dem Suchschema von Recruitern entsprechen. Männern setzen sich damit online besser in Szene – ganz gleich, ob sie für eine Position qualifiziert sind oder nicht.“

Damit Frauen in sozialen Netzwerken in Zukunft häufiger gefunden werden, rät Experte Bieber, folgende Punkte zu beherzigen:

Frauen sind gute Netzwerker. Um von Recruitern besser wahrgenommen zu werden, müssen sie ihre Online-Profile aber professioneller aufbereiten

1) Business-Netzwerke als Türöffner nutzen

Wer Jobangebote von Unternehmen erhalten will, muss heutzutage in Business-Netzwerken vertreten sein. Egal ob Xing oder LinkedIn: Ohne ein Business-Profil sind die Chancen, ein Jobangebot zu erhalten, um ein Vielfaches geringer.

2) Hardskills sind wichtiger als Softskills

Fakten, Fakten, Fakten. Allein in Deutschland sind inzwischen über acht Millionen Menschen in Business-Netzwerken im Internet vertreten. Jeder Recruiter recherchiert in der Masse zuerst nach den geforderten Hardskills. Peer Bieber: „Besonders Frauen geben diese meist nur sehr unvollständig an. Ein Recruiter interessiert sich mehr dafür, ob jemand über SAP- oder IFRS-Kenntnisse verfügt, als dafür, ob er oder sie teamfähig ist und in der Freizeit gerne Jazz hört.“ Frauen sollten deshalb ihre Fähigkeiten, Fertigkeiten und Erfahrungen eindeutig und vollständig angeben.

3) Bitte lächeln

Die Authentizität sowie der Sympathiefaktor eines Business-Profiles entscheiden. Durch ein professionelles Foto, auf dem man gerne lächeln darf, wird aus dem Internet-Datensatz ein echter Mensch. „Häufig haben Frauen keine Fotos in ihren Business-Profilen. Ein Recruiter, der die Auswahl zwischen mehreren Kandidaten hat, wird in den meisten Fällen zuerst die Kandidaten mit Foto kontaktieren“, meint Peer Bieber.

4) Bitte melde Dich

Nicht jeder hat die Zeit und die Muße, täglich auf sein Business-Profil zu gehen und nach etwaigen Nachrichten zu schauen. Deshalb ist es unabdingbar, dass die Profileinstellungen so gesetzt werden, dass man bei einer Nachricht automatisch informiert wird. „Oft erhalten wir Antworten auf unsere Anfragen erst Wochen später, wenn es schon zu spät ist“, so Bieber.

5) Vitamin B im Netz

Recruiter recherchieren häufig über viele Ecken, bis sie den richtigen Kandidaten gefunden haben. Peer Bieber: „Männer haben wesentlich mehr Kontakte in den Netzwerken und werden dadurch auch besser und schneller gefunden. Frauen sind oft selektiver in ihren Kontakten und verbauen sich damit ihre Auffindbarkeit.“ Die Vernetzung mit Kollegen, Kunden, Freunden und Geschäftspartnern ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um Jobangebote zu erhalten.

SUSANN NAUMANN



„Männer sind besser in Netzwerken zu finden und überzeugen mit ihren Angaben in ihren Business-Profilen.“

PEER BIEBER
Geschäftsführer Talentfogs GmbH

RECRUITING

Einmal anders, bitte

Mit Active Sourcing und Talent Relationship Management Mitarbeiter gewinnen

Qualifiziertes Personal ist knapp, nur auf Bewerbungen von gut ausgebildeten Fach- und Führungskräften zu warten, reicht deshalb schon lange nicht mehr aus. Neue und innovative Ansätze bei der Personalsuche sind zweifellos nötig, um gute Kräfte anzuwerben. Zwei Konzepte mit einer etwas anderen Vorgehensweise als der gemeinhin üblichen sind Active Sourcing und Talent Relationship Management. Active Sourcing ist die gezielte und aktive Bewerberansprache durch Unternehmen – der Bewerbungsprozess wird hier umgedreht. Zur Ansprache genutzt werden zu meist das Internet sowie Social-Media-Plattformen wie Xing, Experteer, LinkedIn oder Communitys. Erfahrene Fachkräfte lassen sich so gezielt ansprechen. Im Gegenzug haben neue Mitarbeiter die Möglichkeit, sich vor der Bewerbung ein Bild von ihrem potenziellen Arbeitgeber zu machen und somit den Bewerbungsprozess zielgerichteter zu steuern.

Talente langfristig binden

Bei der Adesso AG ist Active Sourcing inzwischen fester Bestandteil im Recruiting. Beate Kühne, HR Sourcing Expert bei dem Dortmunder Unternehmen, erläutert: „Ist bei uns eine Stelle zu besetzen, nimmt das Recruiting den Kontakt zu Kandidaten auf. Wir besprechen die Position, stellen uns als Unternehmen vor und klären mögliche Vorabfragen des Kandidaten. Stimmen die beruflichen Vorstellungen des Kandidaten mit unseren Anforderungen überein, wird ein Vorstellungsgespräch anvisiert. Der Active Sourcer übernimmt neben dem Fachbereich das Coaching und die Betreuung des Kandidaten während des Bewerbungsprozesses und nimmt darüber hinaus auch am Vorstellungsgespräch teil.“

Allerdings soll beim Active Sourcing der Bewerber nicht nur gezielt von einem Recruiter angesprochen, sondern langfristig

gebunden werden – und zwar so lange, bis er vom Unternehmen zum passenden Zeitpunkt rekrutiert werden kann. Hier setzt das Talent Relationship Management an. Adesso hat dafür einen „Talent-Pool“ an-



„Active Sourcing und Recruiting haben sich bei uns bereits bestens bewährt und sind feste Bestandteile unserer Recruiting-Aktivitäten.“

BEATE KÜHNE
HR Sourcing Expert bei der Adesso AG

gelegt. Dieser umfasst interessante Kandidaten, die das Unternehmen auf dem Weg des Active Sourcing kennengelernt hat, die aber mit ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden sind. Damit endet der Kontakt zum Bewerber nicht, im Gegenteil. „Wir bleiben mit dem Kandidaten im Gespräch, sodass wir gleich am Ball sind,

wenn sich die individuelle Karriereplanung des Kandidaten verändert“, erläutert Beate Kühne. Auch interessante Kontakte, die beispielsweise auf Messen und Veranstaltungen geknüpft wurden, gehen in den Talent-Pool ein. Dabei geht es den Dortmunder eigenen Angaben zufolge allerdings nicht darum, möglichst viele Namen zu sammeln, sondern gezielt den Kontakt zu interessanten Kandidaten zu halten und zu pflegen.

Neue Sichtweisen im Recruiting

Active Sourcing zeigt, dass der Fachkräftemangel und der daraus resultierende

Kampf um die Talente die Sichtweisen im Recruiting verändern und zu einem Paradigmenwechsel führen, konstatiert Beate Kühne: „Das reaktive Verwalten der Bewerbungseingänge von Stellensuchenden kann die Besetzung aller offenen Positionen heute nicht mehr sicherstellen.“

SUSANN NAUMANN