

Personalgewinnung

Was Agenturen beim Recruiting beachten sollten

Die Personalsuche kann nervenaufreibend sein. Nichtsdestotrotz ist das Finden der richtigen Talente für eine Agentur überlebenswichtig. Wie die passenden Kandidaten für eine Position begeistert werden können und was bei der Ansprache bedacht werden sollte, weiß Headhunter Markus Dorckenwald.

Agenturen scheinen aktuell händeringend auf Mitarbeitersuche zu sein. Der Personalbedarf in der Branche ist immens. Einsteiger, aber auch Berufserfahrene, haben also die große Auswahl. Diese Beobachtung konnte **Markus Dorckenwald** machen. Er ist Geschäftsführer der Personalberatung **Rückenwind digital** in München und unterstützt Agenturen dabei, wichtige Schlüsselpositionen zu besetzen. Im 'new-business'-Podcast spricht er unter anderem über die Dos and Don'ts beim Recruitment.

1. "Gießkannen-Prinzip" hat wenig Erfolg

Vor allem große Agenturen setzen vermehrt auf Recruiter, die sich intensiv mit der Personalgewinnung beschäftigen. Dorckenwald konnte dabei das "Gießkannen-Prinzip" beobachten. Damit ist die Vorgehensweise gemeint, mehrere Kandidaten an vielen Touchpoints zu targetieren. Potenzielle Bewerber hätten dann zu viel Kontakt mit den offenen Stellen der Agenturen. Die vielfache, teilweise zu generische Begegnung mit einer offenen Vakanz würde diese nicht attraktiv machen. Agenturen sollten laut Dorckenwald daher lieber eine kleine Auswahl an Top-Kandidaten identifizieren und mit diesen in intensive Gespräche treten, anstatt jede halbwegs geeignete Person bundesweit auf gut Glück anzusprechen.



Foto: Rückenwind digital

Markus Dorckenwald weiß, wie Agenturen neue Mitarbeiter gewinnen können.

Der 'new-business'-Podcast von und mit Heiko Burrack beschäftigt sich mit Themen rund um Neukundengeschäft und Agentur-Positionierung. Neue Folgen erscheinen donnerstags auf der 'new-business'-Website. Heiko Burrack ist Gründer und Inhaber von New Business Advice. Er berät Agenturen und Unternehmen mit Marketing-Schwerpunkt bei der strategischen und operativen Neukundengewinnung. Der New-Business-Experte ist darüber hinaus als Referent, Autor, Trainer und Coach tätig.



2. Im Gespräch mit Bewerbern ehrlicher sein

"Recruiter sollten direkt bei der Kontaktaufnahme wirklich hinhören und ein Verständnis dafür entwickeln, was der jeweilige Bewerber an seiner Situation verbessern möchte", sagt Dorckenwald in der Podcast-Folge. Die Bewerber hätten nämlich verschiedene Incentives, ihren Arbeitgeber zu wechseln. Daraus würde sich schließlich ergeben, welche Informationen in welcher Form an den Kandidaten kommuniziert werden müssen, um das Interesse an einer neuen Position zu wecken. Hier spiele aber vor allem Ehrlichkeit eine wichtige Rolle. Agenturen sollten im Gespräch mit Bewerbern auch deutlich machen, wenn sie bestimmte Bedürfnisse nicht erfüllen können. Diese Vorgehensweise könne auch zu mehr Vertrauen und einer positiven Wahrnehmung führen.

Die Podcast-Episode mit Markus Dorckenwald können Interessierte auf der 'new-business'-Website anhören. Dort erzählt der Headhunter außerdem, welche Entwicklung zu der schwierigen Bewerberlage geführt haben könnte und wieso die Antwort auf Frage "Warum soll ich ausgerechnet bei Ihnen anfangen?" wichtig ist. (sf)

