

Fachkräfterekrutierung in Zeiten des Fachkräftemangels: Wie weiter?

Von Claudia Willi und Christof A. Willi, Knellwolf + Partner AG

Dass ein eklatanter Fachkräftemangel in der Planungs- und Baubranche vorherrscht, ist hinlänglich bekannt. Es ist auch kein Geheimnis, dass händeringend nach neuen Methoden gesucht wird, um Fachkräfte zu finden und für ein Unternehmen zu gewinnen.

Genügt heute noch ein Inserat?

Über Stelleninserate können heute gerade noch 7 Prozent der Stellen besetzt werden. Das ist bereits seit langem so und unterdessen auch bei den Personalverantwortlichen in der Planungs- und Baubranche bekannt. Es ist sehr gut möglich und kommt häufig vor, dass keine einzige Bewerbung auf ein Stelleninserat erfolgt. Der Markt ist verzweifelt. Sämtliche Methoden aus der Vergangenheit, ja sogar aus der Zukunft, scheinen ausgedient zu haben: Weder Printinserate noch Xing, Facebook oder LinkedIn führen zum Erfolg. Auf Anfragen über diese Plattformen reagieren viele Fachkräfte schon gar nicht mehr.

Was also stattdessen tun?

Das effizienteste Mittel ist und bleibt die gezielte Direktansprache. Aber sie muss gut und richtig vorgenommen werden, ganz im Sinne einer echten „Chopfluegete“. Anders als beim Headhunting wird der Kopf nicht „gejagt“, sondern nach ihm Ausschau gehalten und sein Interesse seriös und stilvoll auf das suchende Unternehmen gelenkt. Viele Rekrutierungsexperten trauen sich das nicht (zu), betrachten es als „Kaltakquisition“. Doch hier gilt: Wer die Direktansprache so (falsch) versteht, agiert auch so (falsch).

Wir von Knellwolf + Partner verstehen das anders. Wir haben bei der „Chopfluegete“ Methoden entwickelt, um einerseits dem Stil der Branche zu entsprechen und andererseits die richtigen Fachkräfte korrekt und direkt anzusprechen. Wir sind seit Jahren Profis auf diesem Gebiet und dürfen auf eine erfreuliche Erfolgsquote von 85 Prozent verweisen. Doch was machen wir anders?

Exzellente und individuelle Vorbereitung

Eine exzellente und individuelle Vorbereitung ist das A und O. Diese Erkenntnis ist gewiss nicht überraschend, aber wird sie auch richtig gelebt? Wir gehen bei unserer Direktansprache gezielt vor. Wir bereiten uns sehr gut vor, wählen im Vorfeld genau aus, wer zu einem Unternehmen passt. Wir prüfen die Kandidaten, bevor wir sie kontaktieren und überlegen uns, was ihre Bedürfnisse sein könnten. Und wir überlegen uns auch, wie wir das suchende Unternehmen präsentieren. Dank sehr guter Kenntnisse des Marktes, der Firma und vor allem dank Hintergrundwissen über die jeweils zu besetzende Position können wir auf genau die richtigen Kandidaten zugehen. Wir agieren dabei empathisch, stellen uns „in die Schuhe“ des Kandidaten, berücksichtigen dessen Bedürfnisse, streichen den Zusatznutzen individuell heraus – kurz: Wir gehen ganzheitlich an den Prozess heran. Das ist unmöglich ohne spezialisierte Kenntnisse der Branche, wie wir sie vorweisen können.

Branchen Know-how ein Muss

Erfolgreiche Direktansprache gelingt nur, wenn der Recruiter über ausreichend Branchen-Know-how verfügt und die Sprache der Branche beherrscht. Dies schliesst ein, auch auf kritische Fragen zur Branche oder zum Unternehmen gut vorbereitet zu sein.

Vertrauensverhältnis vs „Kaltakquise“

Absagen von Kandidaten auf ein konkretes Stellenangebot können viele Gründe haben, sie müssen nicht zwingend mit dem Angebot oder dem Unternehmen zu tun haben. Deshalb bauen wir Vertrauen und meist auch eine langfristige Beziehung auf. Denn wer heute aus verschiedensten Gründen nicht will oder kann, kann schon morgen der neue aufstrebende Stern beim suchenden Unternehmen sein. Wir machen schon im Erstgespräch deutlich, dass der Kontakt keine Eintagsfliege, sondern ein ganz konkreter Plan ist, der möglicherweise auch erst mittelfristig zum Erfolg führen kann.

Echte Partnerschaft auf beiden Seiten

Wir investieren Zeit und fokussieren unsere Energie auf die Lösung des jeweiligen Personalproblems. Das fängt bei der ausreichenden Vorbereitung an und geht bis hin zur längerfristigen Kontaktpflege mit Auftraggebern und Kandidaten. Die Personalverantwortung in den Unternehmen der Branche wird zu Recht häufig direkt von der Geschäftsleitung wahrgenommen. Der Nachteil ist die mangelnde Zeit, sich intensiv diesem ausgetrockneten Markt widmen zu können. Hier kommen wir als externen Partner ins Spiel. Als „verlängerter Arm“ des Unternehmens tun wir den ganzen Tag nichts anderes, als die gezielte Suche nach Fachkräften voran zu treiben. Um erfolgreich zu sein braucht es aber ein sehr enges Zusammenspiel, Vertrauen und eine echte Partnerschaft zwischen Auftraggeber und uns als externe Partner, denn nur dann sind wir langfristig erfolgreich. Dazu gehört neben der Kandidatensuche und -pflege deshalb auch, unsere Auftraggeber eng über das Fortschreiten des Prozesses auf dem Laufenden zu halten.

Warum nicht inhouse lösen?

Wenn das alles so einfach ist, warum übernehmen die Personalverantwortlichen in den Unternehmen die Direktansprache nicht selbst? Sie kennen die Branche, die eigene Firma und die Stellen am besten, wissen über ihre Mitbewerber Bescheid und vielleicht sogar über mögliche Kandidaten. Meist fehlen jedoch die Bereitschaft, die Zeit und auch das Know-How, um erfolgreiche Direktansprachen vorzunehmen. Zudem: Oft trifft man sich bei Branchenveranstaltungen, gemeinsamen Ausschreibungen, gemeinsamen Wettbewerben/Jurierungen oder in Fachverbandsmeetings. So kann es Türen verschliessen, wenn ein Unternehmen direkt beim Mitbewerber vorstellig wird, um Kandidaten abzuwerben.

Last but not least

Im Grunde machen wir unsere Arbeit nicht anders als unsere Kunden, wenn sie selbst Kunden oder Projekte akquirieren: Sie zeigen echtes Interesse, bereiten sich auf die spezifischen Bedürfnisse vor, prüfen Befindlichkeiten, haben Wissen über die wichtigsten Geschäftsfelder.

Genauso partnerschaftlich gehen auch wir im Auftrag unserer Kunden auf mögliche Kandidaten zu. Im Vergleich zur passiven Personalsuche mag der Aufwand grösser sein, dafür aber sicher auch der Nutzen.