## « TRUST MANAGEMENT CONSULTANTS »

# Kandidatenmarkt

Düsseldorf
17. Oktober 2016
Tak Win Cheng

# Gliederung

(1) **Definition Kandidatenmarkt**

(2) **Aktuelle Situation in Deutschland**

(3) **Stellenanzeige versus Direktansprache**

(4) **Kandidatenbindung**

(5) **Fazit**

# Definition Kandidatenmarkt

**Von einem Kandidatenmarkt spricht man, wenn es für bestimmte Professionen (Verberuflichung einer Tätigkeit) auf dem freien Markt mehr Stellenangebote als erforderliche Kandidaten gibt.**

- Auf dem Kandidatenmarkt befindet sich, im Gegensatz zum Arbeitsmarkt, nicht die komplette arbeitsfähige Bevölkerung, sondern der Teil, der einem Stellenwechsel gegenüber aufgeschlossen ist
- Man unterscheidet zwischen "aktivem" und "passivem" Kandidatenmarkt
- Die Kandidaten des aktiven Marktes zeichnet sich durch eine proaktive Suche der Kandidaten nach einer neuen Position aus
- Die Kandidaten des passiven Marktes durchlaufen die klassischen Schritte der Direktansprache

# Aktuelle Situation des Kandidatenmarkts in Deutschland

**Derzeit gibt es einen klaren Trend: Vom Bewerber zum Umworbenen!**

- Vorher wurde meist der Kandidat gefragt: "Warum sollte ich Sie einstellen?"
- Heute fragt der Kandidat: "Warum sollte ich bei Ihnen arbeiten?"

**Gründe:**

- Demographische Wandel
- Fach- und Führungskräftemangel
- Generation Y
- Wandel der Werte quer durch alle Generationen

**Daher bedeutet heutige moderne Kandidatenbindung bzw. Mitarbeitergewinnung:**

➔ Proaktive Ansprache

➔ Aktives Zuhören

➔ Verändernde Lebenswelten akzeptieren, verstehen und diese berücksichtigen

# Stellenanzeige versus Direktansprache

## Stellenanzeige

(1) Anzeigenschaltung
(2) Breite Masse an Kandidaten
(3) Es werden fast ausschließlich Kandidaten angesprochen, die aktiv auf der Suche sind
(4) Eine besondere Wertschätzung ist nicht vorhanden, weil der Kandidat will einen „Job“
(5) Offensive Darstellung des Mandanten, hier müssen die Kandidaten von sich aus bewerben
(6) Kandidaten sind öfter Quer- oder Seiteneinsteiger
(7) Kandidaten werden auch angerpochen, die der gesuchten Qualifikation nicht entsprechen
(8) Gesamthonorar richtet sich nach einem festen Prozentsatz und nach erfolgreicher Besetzung; Retainer/Web-Anzeige - tbd
(9) Sehr erfolgsabhängige Suchaufträge

## Direktansprache

(1) Keine Anzeigenschaltung
(2) Sehr selektive Auswahl an Kandidaten
(3) Es werden Kandidaten angesprochen, die nicht aktiv auf der Suche sind
(4) Die direkte Ansprache vermittelt Kandidaten eine besondere Wertschätzung
(5) Anonymität des Mandanten, hier müssen die Kandidaten angesprochen werden
(6) Kandidaten kommen mit passenden Funktionen aus sehr vergleichbaren Industrien
(7) Kandidaten werden nur angesprochen, die der gesuchten Qualifikation entsprechen
(8) Gesamthonorar richtet sich nicht nur nach einem festen Prozentsatz, sondern auch nach der Komplexität des Suchauftrages
(9) Keine erfolgsabhängige Suchaufträge

# Kandidatenbindung

- Eine „saubere“ Ansprache per Telefon, per E-Mail oder über soziale Medien durchführen, folglich fühlen sie sich im wahrsten Sinne des Wortes angesprochen

- Eine Verbindlichkeit zeigen, indem Versprechungen eingehalten und umgesetzt werden (PP schicken, RR einhalten etc.), folglich fühlen sie sich ebenfalls verbindlich zu sein
- a
- Eine sorgfältige Be- und Verarbeitung von Informationen vermittelt Kandidaten das Gefühl, folglich fühlen sich sie aufgehoben

- Eine laufende und regelmäßige „Feedbackkultur“ gegenüber Kandidaten wird eingehalten, folglich fühlen sie sich abgeholt

- Eine endgültige aber ebenso unvermeidbare Absage mit Nennung von Gründen an Kandidaten gehört ebenso dazu, folglich fühlen sie sich respektiert und wertgeschätzt, weil sie - sehr wichtig - können wieder Kandidaten oder gar zum zukünftigen Mandanten werden!

# Fazit

Wenn die klassische Direktansprache unterstützend durch die Nutzung soziale Medien proaktiv genutzt wird, kann eine qualitative Erhöhung der Kandidatenauswahl erreicht werden.

Eine Renaissance des klassischen Headhunting!