

# ACTIVE SOURCING REPORT 2013

## Erfahrungen der ersten Jahre



Mit freundlicher Unterstützung von:



# CANDIDATEREACH

IHRE STELLENANZEIGE MIT EINEM KLICK AUF  
FAST 50 JOBPORTALEN + Facebook + Twitter

## Inhalte

**Management Zusammenfassung**

**Teilnehmerüberblick**

**Das Umfeld im Recruitment 2013**

**Definition Active Sourcing**

**Ergebnisse Active Sourcing Report 2013**

- Vertrautheit mit Netzwerken
- Nutzung von Netzwerken
- Ranking von Netzwerken und Plattformen
- Responseraten
- Ansprachearten
- Beispiele für gute und schlechte Ansprachen
- Erfolgsgeheimnis erfolgreicher Ansprachen

**Handlungsempfehlungen**

**Kontakt**

# Vorwort



## Wolfgang Brickwedde, Director, Institute for Competitive Recruiting

Die Recruiting-Welt hat sich nachhaltig verändert.

Die Zeiten, in denen Bewerber bei Unternehmen Schlange stehen, sind längst vorbei: Geringe Arbeitslosigkeitsquoten, der demographische Wandel und weitere Faktoren sorgen dafür, dass der Fachkräftemangel weiter anhält.

Bisher gut funktionierende Rekrutierungsmethoden, meist das Schalten von Stellenanzeigen und Warten auf Bewerber, reichen in vielen Fällen nicht mehr aus.

Wer heute erfolgreich rekrutieren möchte, muss umdenken und neue Wege in der Personalgewinnung gehen.

„Active Sourcing“ scheint ein Erfolg versprechender neuer Weg zu sein.

Active Sourcing umfaßt Rekrutierungsmethoden, welche die eigenständige Identifizierung, Ansprache und Rekrutierung neuer Mitarbeiter durch Unternehmen beinhalten. Es handelt sich dabei also um Tätigkeitsfelder, die klassischerweise von Personalberatern wahrgenommen werden.

Die Disziplin des Active Sourcing ist noch recht jung.

Gerade deshalb macht es Sinn, einmal einen tieferen Blick auf die Strukturen und ersten Erfahrungen der Handelnden zu werfen.

Fragen, wie viel Erfahrung mit Active Sourcing haben

Recruiter bereits, welche Netzwerke und Plattformen nutzen sie, welche sind erfolgversprechend oder welchen Antwortraten sind gut; und nicht zuletzt, was ist das Geheimnis einer guten Ansprache?

Dies sind einige der Fragen, auf die der ICR Active Sourcing Report 2013 Antworten gibt.

Diese Studie kann als einzige im deutschsprachigen Raum einen ersten Einblick in diese noch junge Form des Recruitings geben und soll ein Startschuß für eine längerfristige Beobachtung sein.



# Management-Zusammenfassung

Diese Studie wurde im zweiten Halbjahr 2013 unter mehr als 5.000 Personalverantwortlichen durch das Institute for Competitive Recruiting (ICR), Heidelberg, durchgeführt.

## Das Umfeld im Recruitment

Mehr als 90% der teilnehmenden Unternehmen haben Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen zu besetzen.

Da der Markt der aktiv suchenden Bewerber immer weniger hergibt, werden viele Arbeitgeber proaktiver:

Doppelt so viele (fast 50% zu 20%) Arbeitgeber wie 2010 suchen häufig und immer proaktiv in Social Media nach neuen Mitarbeitern.

Mittlerweile wird mehr als jede 10. Stelle mit Hilfe von Social Media besetzt.

Aktuell auf Platz 3 aller Einstellungsquellen hat sich Social Media innerhalb von drei Jahren von Platz 7 vorarbeiten können.

Aber gibt noch viel Verbesserungsspielraum. Nur etwas über 40% der Unternehmen können von sich behaupten: „Wir sourcen die besten Kandidaten“.

## Definition Active Sourcing

Für diesen Report wird mit folgender Definition von (online) Active Sourcing gearbeitet: „Nutzung von Suchmaschinen, Sozialen Netzwerken und Netzgemeinschaften, für Zwecke der kurz- und mittelfristigen Stellenbesetzung“

## Ergebnisse Active Sourcing Report 2013

Fast die Hälfte (48,8 %) der Unternehmen generieren unter 10 % ihrer Bewerber über Active Sourcing.

20% der teilnehmenden Unternehmen erreicht allerdings schon einen Anteil von über 40%.

## Gesuchte Funktionen

Die häufigsten Einsatzgebiete für Active Sourcing sind die Suche nach IT-lern, Ingenieuren sowie Vertriebsmitarbeitern.

## Vertrautheit mit Netzwerken

Für die Aktivitäten im Active Sourcing haben Recruiter Zugang zu verschiedenen Social Media Netzwerken und Plattformen.

Wenige Konten werden regelmäßig genutzt, viele aber werden aber (noch) zu wenig genutzt.

Am besten vertraut sind Active Sourcer mit XING, CV-Datenbanken (z.B. von Experteer, Stepstone, Monster), LinkedIn und Google als Suchmaschine.

## Nutzung von Netzwerken

Die meisten Active Sourcer nutzen regelmäßig für ihre Zugänge zu Social Media für Recruitingzwecke den XING Premium Account (76 %) gefolgt vom LinkedIn Basis Account (41 %). Auf dem dritten Platz liegt der XING Recruiter Account (35%) vor dem XING Talentmanager (34%).

## Die besten Netzwerke und Plattformen für Recruiting

Der Vergleich der Nennungen für Platz 1 zeigt deutlich:

XING liefert für Active Sourcer die besten Recruiting Ergebnisse.

Auf Platz zwei folgen die CV-Datenbanken (z.B. Experteer, Stepstone oder Monster), auf Platz drei LinkedIn.

# Management-Zusammenfassung

## Ansprachearten

Im Regelfall werden auf das gesuchte Profil Kandidaten angesprochen bzw. welche, die im Profil angegeben haben, daß sie eine neue Herausforderung suchen oder anderweitig angegeben haben, daß sie offen sind für eine Ansprache.

Fast einem Drittel (28%) der Recruiter ist es egal, was die Kandidaten angegeben haben, solange sie auf das Profil passen.

Ca. 5 % der Recruiter sprechen sogar Kandidaten an, die ausdrücklich angegeben haben, daß Sie nicht angesprochen werden möchten.

## Inhalte von Ansprachen

Am häufigsten (von mehr als 50% der Active Sourcer) werden in den Ansprachen (bzw. Anschreiben)

der potentiellen Kandidaten Infos über den Arbeitgeber, gefolgt von einem Link zu der zu besetzenden Position sowie konkrete Infos über die zu besetzende Position verwendet.

## Responseraten

Bei fast der Hälfte der Active Sourcer meldet sich jeder fünfte der angeschriebenen Kandidaten. Nur knapp 12 % erreichen eine Responserate von 40% und mehr.

Die Unterschiede in den Responseraten sind sehr groß, abhängig von der Branche für die/ in der rekrutiert werden soll.

Im Verkehr/Tourismus oder in der Medienwirtschaft ist die Responserate im Durchschnitt deutlich höher als in der Elektrotechnik.

Die Unterschiede in den Responseraten sind nicht allzu groß, abhängig von Funktion für die/ in der rekrutiert werden soll.

Bei Ingenieuren ist es offenbar etwas schwieriger, bei Marketingfunktionen etwas leichter. Die Responsequote bei IT-lern ist nicht so schlecht wie erwartet. Personalfunktionen sollten relativ leicht mit Active Sourcing zu besetzen sein.

Recruiter mit mehr als 3 Jahren Erfahrung im Active Sourcing haben im Durchschnitt signifikant (30-50%) höhere Responseraten als Recruiter mit weniger Erfahrung im Active Sourcing.

## Erfolgsgeheimnis erfolgreicher Ansprachen

Der Vergleich von Inhalten lüftet das Geheimnis:

Recruiter, die unter 5% Responsequote erreichen, geben viel häufiger einen Link zur Position und Arbeitgeber an, sowie konkrete Infos zur besetzenden Position an als Recruiter, die mehr als 40 % Responsequote erreichen. Diese nutzen persönliche Angaben aus dem Profil des Kandidaten passend zur konkreten Vakanz und bleiben vage bei die Infos zur Position um erstmal Interesse zu wecken. Darüber hinaus geben sie häufiger Informationen über sich persönlich an.

# ACTIVE SOURCING REPORT 2013

<b>Rahmendaten Studie</b>	
<b>Methode:</b>	Quantitative und qualitative Online-Befragung
<b>Umfang:</b>	3 Frageblöcke, 30 Fragen
<b>Befragte:</b>	5000+ Recruiter in Deutschland.
<b>Befragungszeitraum:</b>	September/Oktober 2013
<b>Rücklauf</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• 445 Teilnehmer haben an der Studie teilgenommen</li></ul>
<b>Basis</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Der Auswertung der Befragung liegen alle begonnenen Fragebögen zu Grunde. Die Anzahl der tatsächlichen Beantwortungen unterscheidet sich von Frageblock zu Frageblock (max. n = 445).</li></ul>

## Wirtschaftssektoren

Die Teilnehmer an der Studie kommen aus allen Wirtschaftsbereichen mit einem Schwerpunkt in der IT (28%). Weitere: Automobil- und Fahrzeugbau (10%), Elektrotechnik- und Mechanik (8%), Finanzdienstleistung (7%)

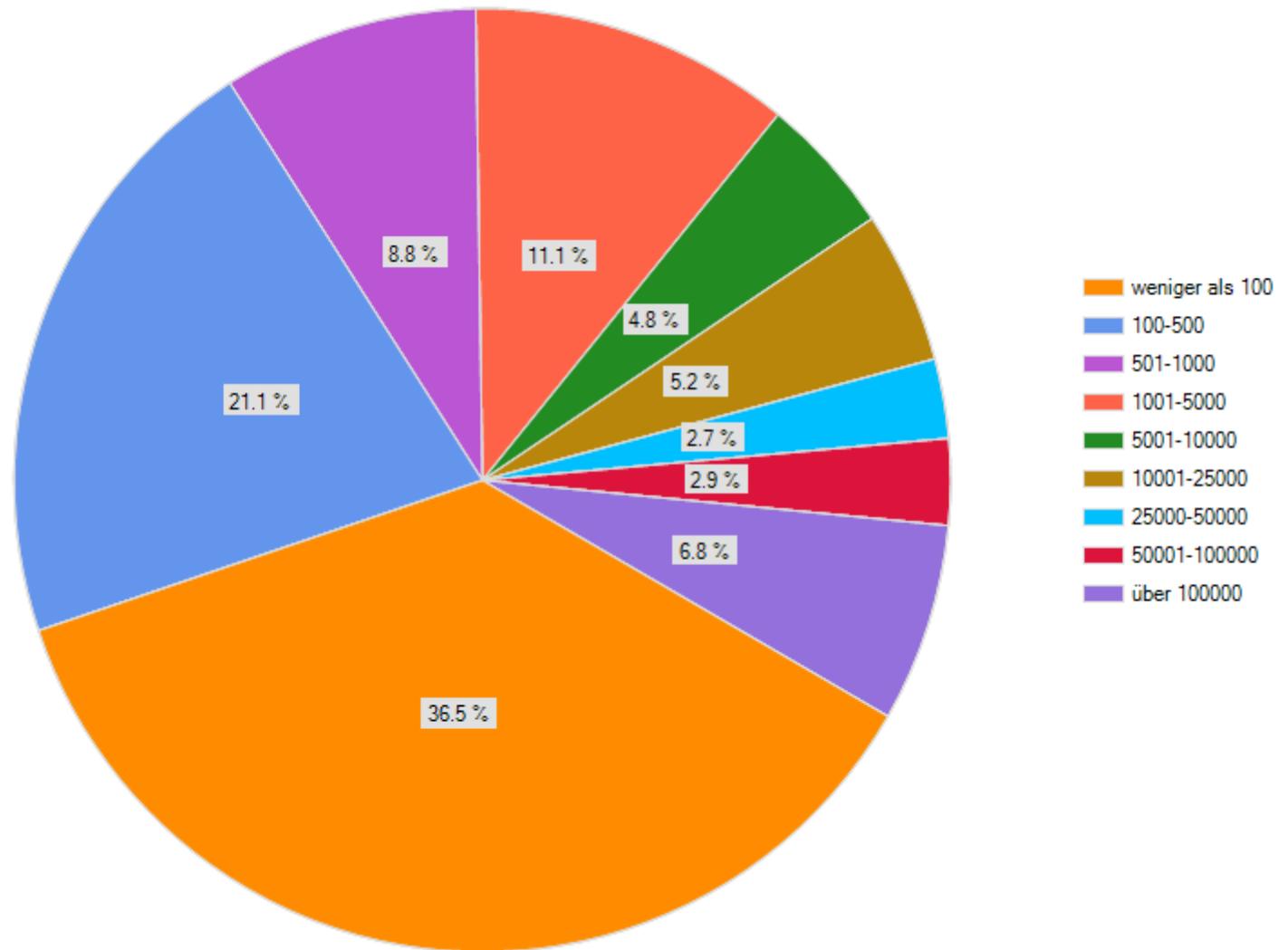
## Karrierelevel

Die Teilnehmer kommen aus den verschiedensten Funktionsebenen mit diesen Schwerpunkten: Fachkraft (35 %), Senior Fachkraft/Teamleiter/Projektleiter (28%), Abteilungsleiter/Manager (17%), Bereichsleiter/Senior Manager (8%), Geschäftsführer/Partner (5%), Berufseinsteiger (6%)

Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?

## Unternehmensgröße

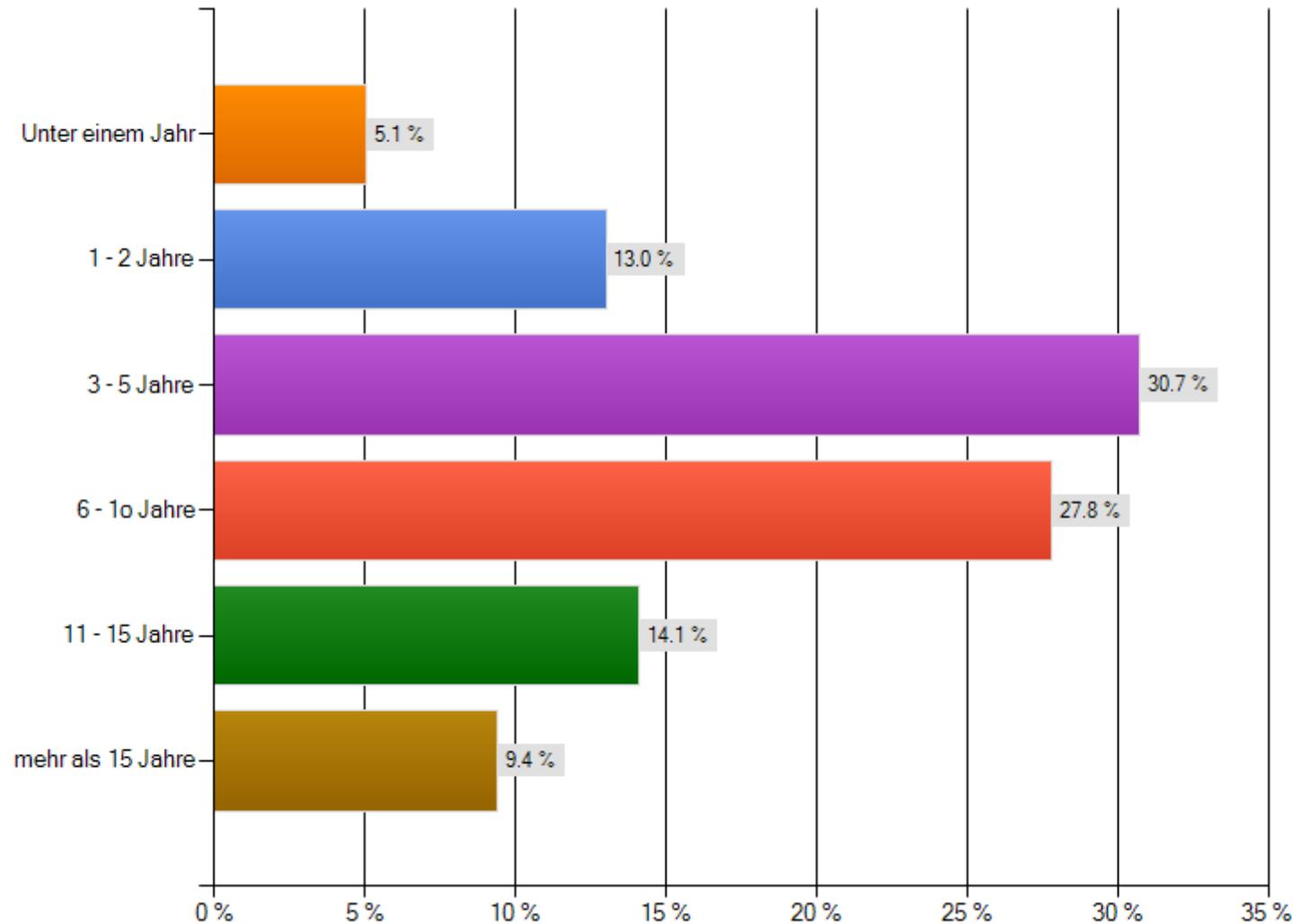
Über die Hälfte der teilnehmenden Unternehmen hat weniger als 500 Mitarbeiter, aber die Unternehmen mit mehr als 10.000 Mitarbeitern sind gut vertreten mit ca. 15%.



## Erfahrung im Recruiting

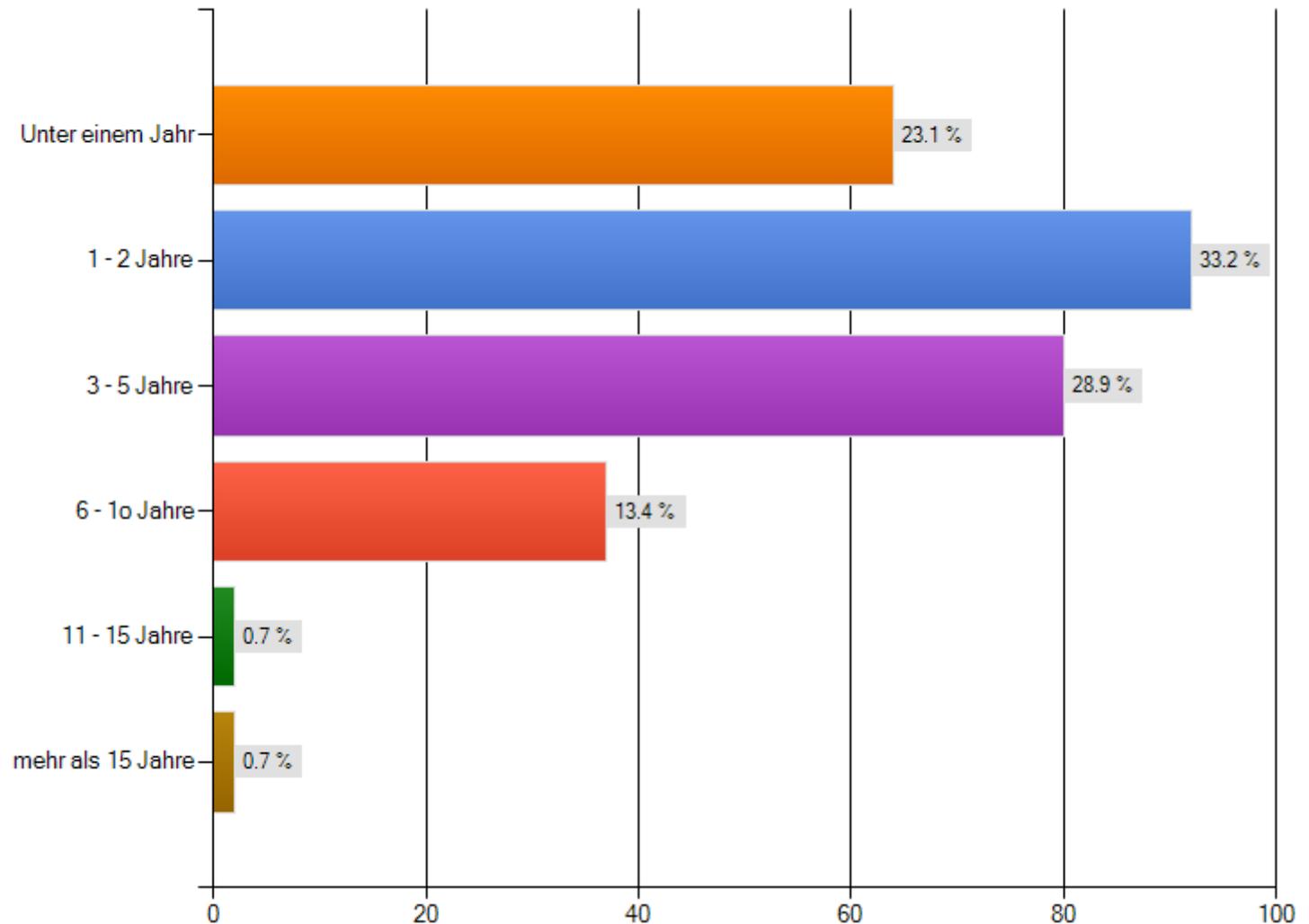
Fast 80% der Recruiter können schon auf bis zu 10 Jahre Erfahrung zurückblicken mit einem Schwerpunkt bei 3-5 Jahren.

Bitte geben Sie Ihre gesamte Erfahrung im Recruiting an.



## Erfahrung im Active Sourcing

Bitte geben Sie Ihre gesamte Erfahrung mit Active Sourcing an.

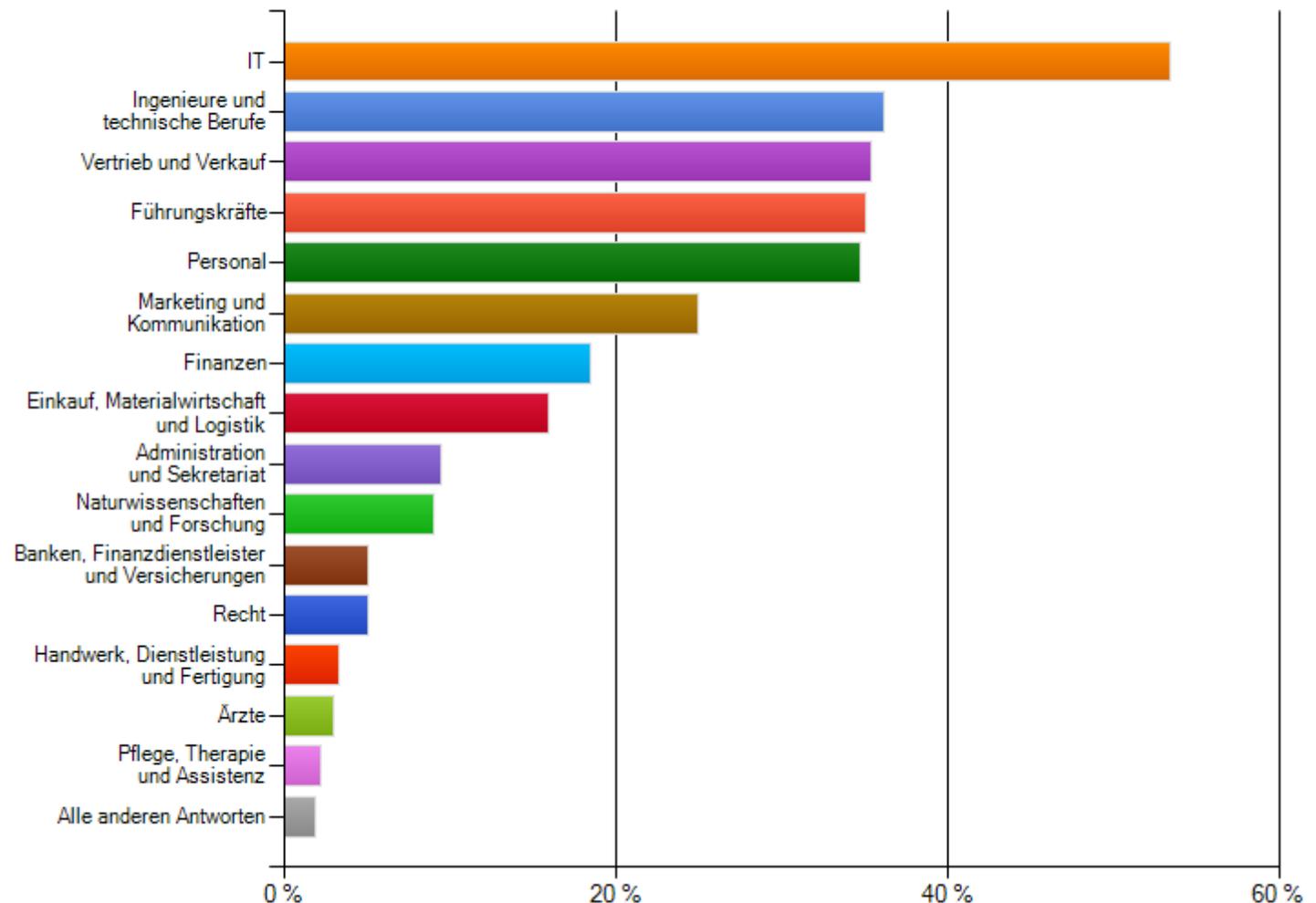


Die Erfahrung mit Active Sourcing ist im Vergleich zur gesamten Recruitingenerfahrung deutlich geringer. Der Durchschnitt liegt bei ca. 2,5 Jahren.

## Active Sourcing für welche Tätigkeitsfelder

Die häufigsten Einsatzgebiete für Active Sourcing sind die Suche nach IT-lern, Ingenieuren sowie Vertriebsmitarbeitern

Bitte wählen Sie funktionalen Tätigkeitsfelder, für die Sie persönlich Active Sourcing betreiben



INNOVATIONSPREIS-IT

BEST OF 2013

*initiative*  
**mittelstand**

HUMAN RESOURCES

## Zu wenig Bewerber?

# CANDIDATE**REACH**

Damit Ihre Stellenanzeigen gefunden werden



Wenn Sie möchten, daß Ihr Job bei der Suche von  
Bewerbern bei Google gefunden wird...



Wenn Sie möchten, daß Ihr Job bei Google so gefunden wird... **CANDIDATEREACH**

The screenshot shows a Google search for 'consultant itis frankfurt'. The search bar contains the text 'consultant itis frankfurt'. Below the search bar, there are tabs for 'Web', 'Bilder', 'Maps', 'Shopping', 'Mehr', and 'Suchoptionen'. The search results show approximately 7.800.000 results in 0.24 seconds. A cookie notice is displayed, stating 'Cookies helfen uns bei der Bereitstellung unserer Dienste. Durch die Nutzung unserer Dienste erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies setzen.' Below the cookie notice, there is a red box highlighting the first search result: 'Consultant Sd Jobs Frankfurt - Renego.de'. The result includes the URL 'www.renego.de > Consultant Sd', the date '22.09.2013', and the text 'CBC - ITIS Technical Consultant (DACH) - neu. CANDIDATEREACH in Frankfurt. Of experience - MCSE/MCITP is an asset Other - Minimum of ...'. Below this, there are two more search results from Gigajob, both for 'Consultant ITIS / CITRIX m/w in Frankfurt am Main'. The first Gigajob result includes the URL 'de.gigajob.com/Stellenangebot.../Consultant-ITIS-CITRIX.html', the location 'Frankfurt am Main', and the postal code 'D-60308'. The second Gigajob result includes the URL 'de.gigajob.com/.../Frankfurt.../Consultant\_ITIS\_\_\_CITRIX\_m\_\_w.html' and the text 'In Ihrer Jobbörse rund ums Thema "Consultant ITIS//CITRIX m/w Frankfurt am Main" finden Sie alle Stellenangebote im Gebiet Consultant ITIS//CITRIX m/w in ...'.

**CANDIDATEREACH**

# Wenn Sie möchten, daß Ihr Job bei Google so gefunden wird.. **CANDIDATEREACH**

Web Bilder Maps Shopping Mehr ▾ Suchoptionen

Ungefähr 28.300 Ergebnisse (0,14 Sekunden)

## [Mitarbeiter Braune Ware \(m/w\) in Brühl bei Köln - Jobanova](#)

[www.jobanova.de/.../Mitarbeiter-in-Koeln-IM-1352978.html](http://www.jobanova.de/.../Mitarbeiter-in-Koeln-IM-1352978.html)

Ein Stellenangebot für Mitarbeiter Braune Ware (m/w) in Brühl bei Köln finden Sie in Köln bei der Jobbörse Jobanova.

## [Mitarbeiter Braune Ware \(m/w\) in Brühl bei Köln](#)

[www.germanpersonnel.de/persy/s/eJeR0K07/26835617](http://www.germanpersonnel.de/persy/s/eJeR0K07/26835617)

Fachverkäufer/Fachverkäuferin für Elektronik von CANDIDATEREACH.

## [Braune Ware Köln in den Kölner Branchen - Branchenbuch Köln](#)

[www.koelnerbranchen.de/Braune\\_Ware\\_Koeln.html](http://www.koelnerbranchen.de/Braune_Ware_Koeln.html)

Braune Ware Köln im Branchenbuch: Kölner Branchen. 74 Einträge in der Branche: Braune Ware Köln.

## [Braune Ware Jobs, Arbeit | Indeed.de](#)

[www.indeed.de/Braune-Ware-Jobs](http://www.indeed.de/Braune-Ware-Jobs)

103 verfügbare Braune Ware Jobs auf Indeed.de. ... In der Fachabteilung Braune Ware (Hifi/TV/DVD/Video/Sat/Car-Hifi) sind Sie ... Saturn - Köln - +2 Orte ...

## [Braune ware Stellenangebote Braune ware Jobs Braune ... - Kim...](#)

[www.kimeta.de/stellenangebote-braune%20ware](http://www.kimeta.de/stellenangebote-braune%20ware)

Stellenangebote Braune ware - gewinnen Sie durch 1.678.357 aktuelle Stellenausschreibungen die bequeme ... Mitarbeiter Braune Ware (m/w) in Brühl bei Köln ...

## [Braune Ware Jobs, Top Braune Ware Jobangebote - JobisJob DE](#)

[www.jobisjob.de/braune-ware/jobs](http://www.jobisjob.de/braune-ware/jobs)

Mitarbeiter Braune Ware (m/w) in Brühl bei Köln. CANDIDATEREACH - Köln, 51149, DE. [https://jobs.rewe-group.com/sap/bo/webdynpro/sap/hrrcf\\_a\\_applwizard](https://jobs.rewe-group.com/sap/bo/webdynpro/sap/hrrcf_a_applwizard) ...

## [Fachberater Braune Ware \(w/m\) - Aktuelle Stellenangebote: Jetzt ...](#)

[www.mediamarkt.de](http://www.mediamarkt.de) > Home > Job & Karriere

Köln-Kalk. Wir sind doch nicht blöd und darum Europas Nummer Eins in den ... großen



# CANDIDATEREACH

Herzlichen Glückwunsch! Dieses Stellenangebot hat Ihre Aufmerksamkeit gefunden, weil Ihr potentieller zukünftiger Arbeitgeber CandidateReach nutzt - und mit einem Klick auf fast 50 Jobportalen schaltet!

[www.candidatereach.de](http://www.candidatereach.de)

---

### Mitarbeiter Braune Ware (m/w) in Brühl bei Köln

---

Promarkt ist ein Unternehmen der Kölner REWE Group und wir betreiben derzeit mit mehr als 1.900 Mitarbeitern in Deutschland erfolgreich 70 Fachmärkte sowie unseren Online-Shop für Unterhaltungselektronik, Neue Medien, Elektro-Haushaltsgeräte und Entertainment.

Zur Verstärkung unseres Teams in unserer ProMarkt Filiale in Brühl suchen wir ab 01.06.2013 einen

---

### Mitarbeiter für den Bereich Braune Ware (m/w)

Ihre Aufgaben:

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung. Bitte beziehen Sie sich bei Ihrer Bewerbung auf diese auf CANDIDATEREACH!

# Wie geht das?

•••einmal  
erfassen, 250  
Jobportale und  
viele Kanäle mit  
wenigen Klicks  
nutzen!



## CANDIDATEREACH

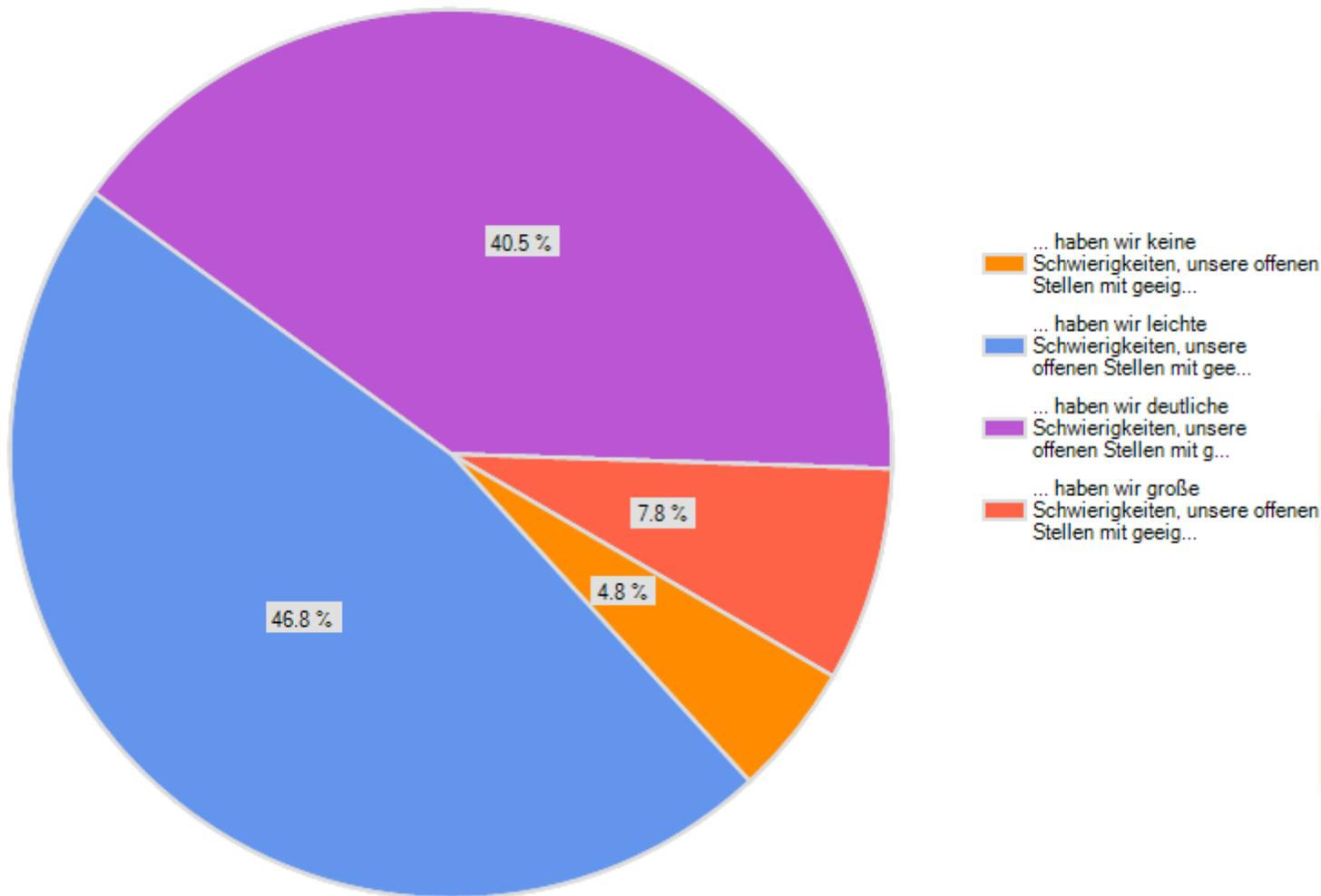
Kostenfrei testen unter: [www.candidatereach.de](http://www.candidatereach.de)

# Das Umfeld im Recruiting



## Schwierigkeiten in der Personalbeschaffung

Der Zugang zu Bewerbern. Bitte wählen Sie die passende Ergänzung in Bezug auf Ihr Unternehmen für folgenden Satz: In unserem Unternehmen...



Nennungen in %

**Mehr als 90% der Unternehmen haben Schwierigkeiten, ihre offenen Stellen zu besetzen.**

## Definition Recruiting

„Recruiting (dt. Personalbeschaffung). Aufgabe: Unternehmen quantitativ und qualitativ mit motivierten Arbeitskräften zu versorgen.“



**Perspektive:**

**Langfristig**

Employer Branding



**Mittelfristig**

Personalmarketing



**Kurzfristig**

Stellenbesetzung

## Definition Social Media Recruiting

„Nutzung von Sozialen Netzwerken und Netzgemeinschaften, für Zwecke des kurz-, mittel und langfristigen Recruitings“



Stellenbesetzung



Personalmarketing



Employer Branding

## Definition **Active Sourcing (online)**

„Nutzung von Suchmaschinen, Sozialen Netzwerken und Netzgemeinschaften, für Zwecke der kurz- und mittelfristigen Stellenbesetzung“



Stellenbesetzung



Personalmarketing



Employer Branding

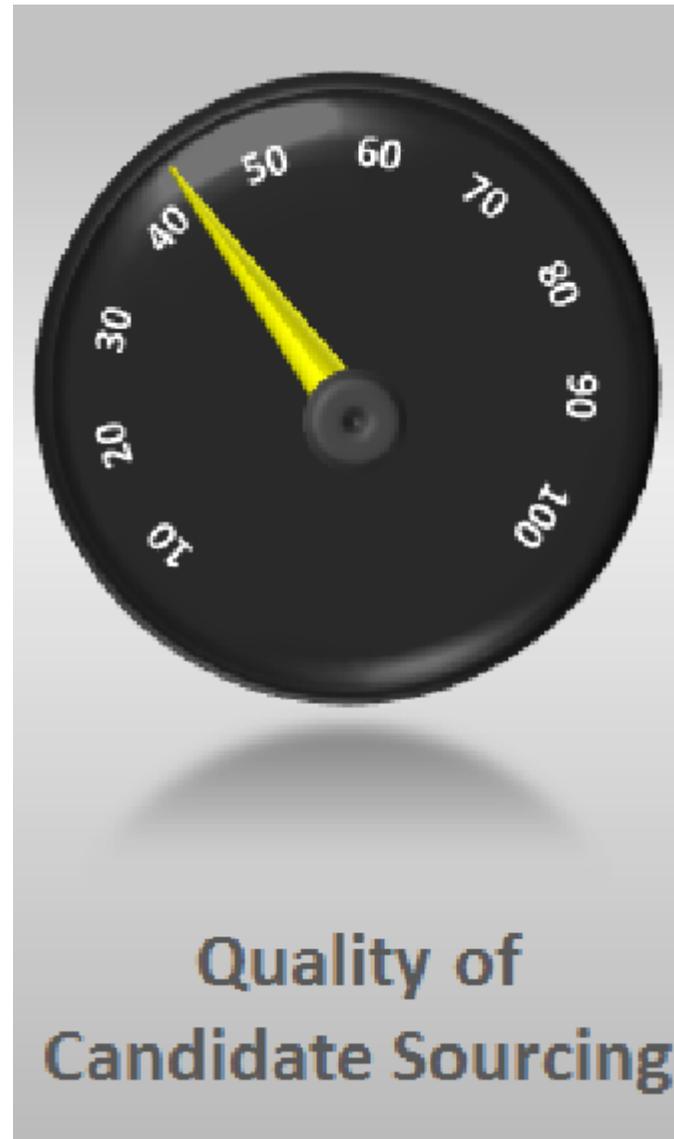
# Aufstellung zum Active Sourcing

Nur etwas über

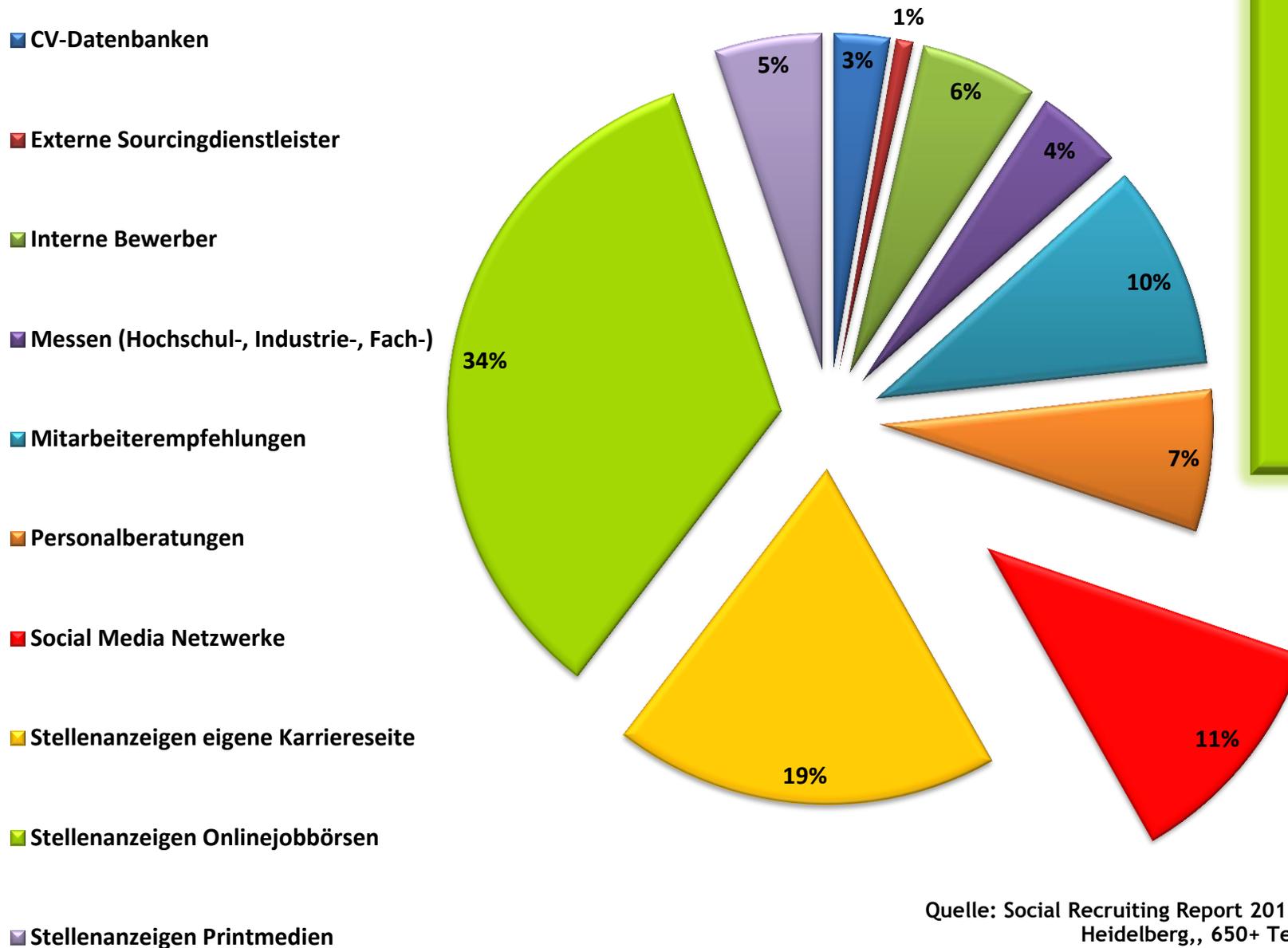
**40 %**

der Unternehmen können  
von sich behaupten:

„Wir sourcen die  
besten Kandidaten“



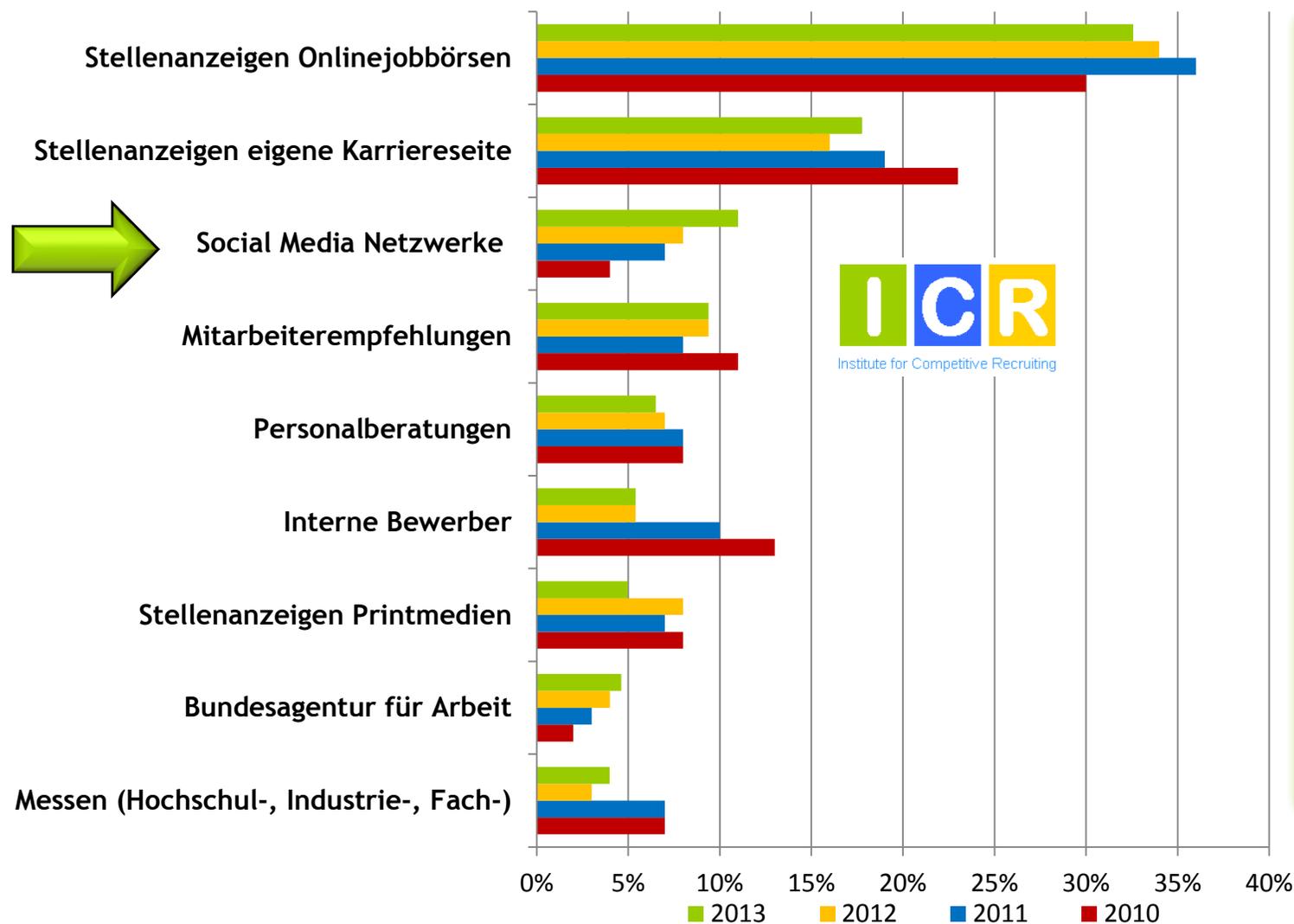
## Woher kommen die Einstellungen?



**Eine von 10 Stellen wird über Social Media Netzwerke besetzt!**

**Social Media Netzwerke sind auf Platz 3 der Einstellungsquellen**

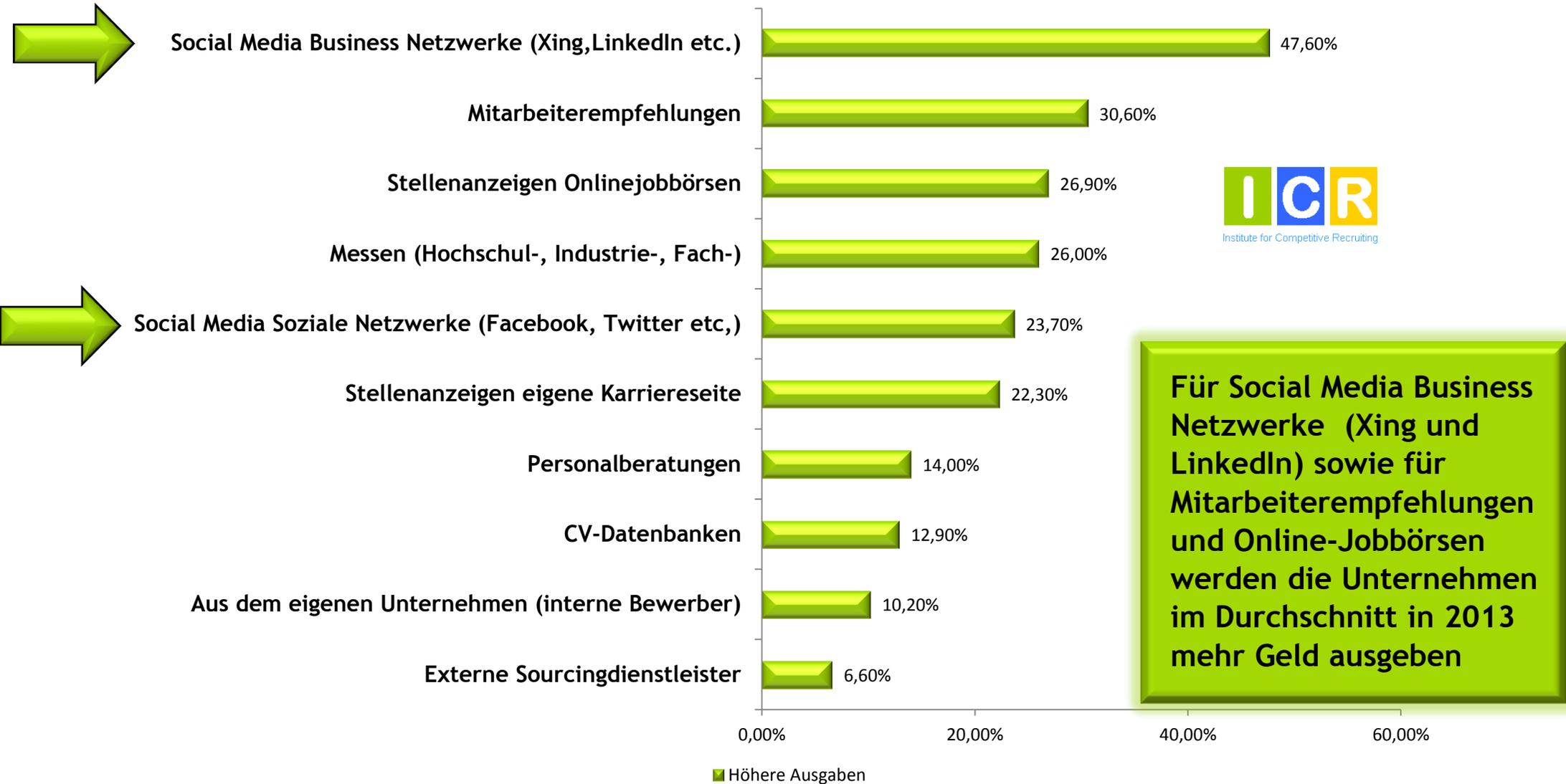
## Über welche Kanäle kommen die Einstellungen?



# 1 von 10

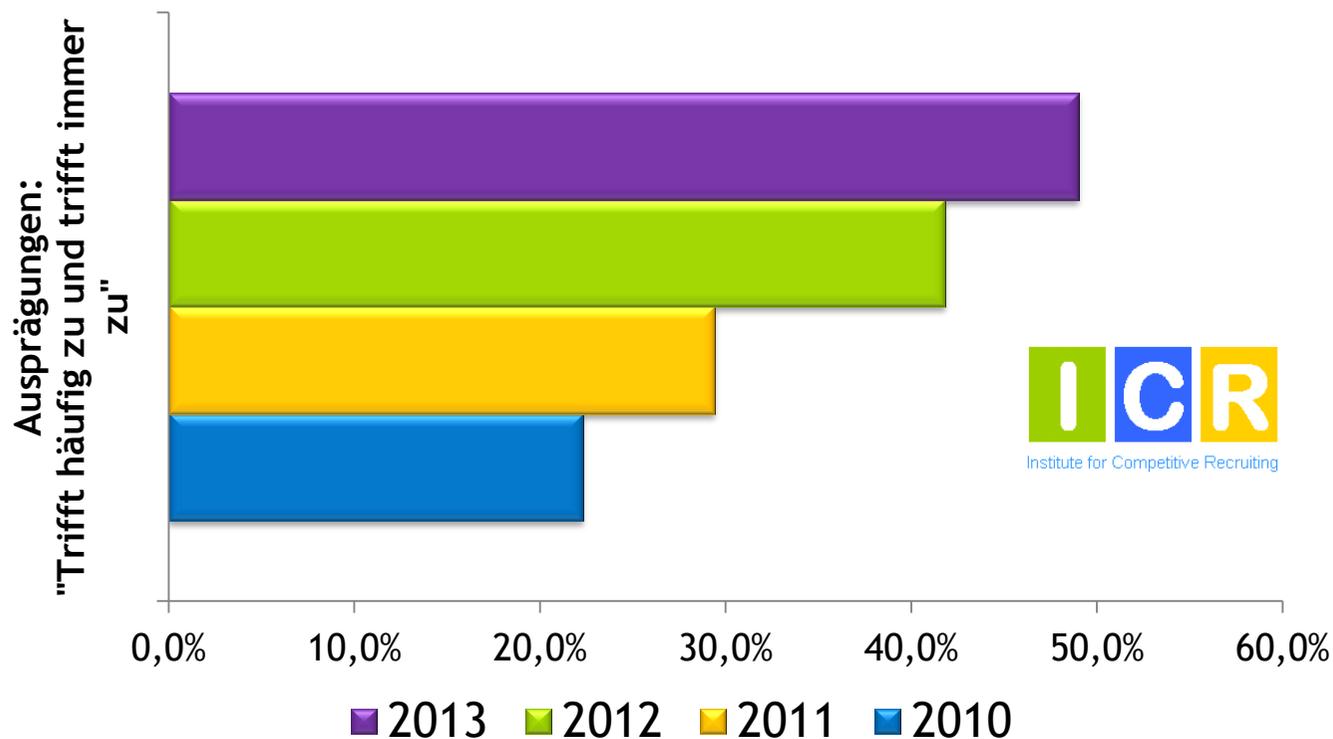
Stellen werden über Social Media Netzwerke besetzt. Damit ist Social Media der Shootingstar bei den Einstellungsquellen. Dieser Kanal ist in drei Jahren von Platz 7 auf Platz 3 gestiegen und weist die höchsten Zuwachsraten auf!

## Wofür wollen Arbeitgeber mehr Geld ausgeben?



## Entwicklung der Proaktivität bei Unternehmen

„Wir suchen zusätzlich zur Anzeigenschaltung (Print oder Online) proaktiv (z.B. in Xing, LinkedIn, Facebook oder mit Hilfe von Google) nach potentiellen Kandidaten“

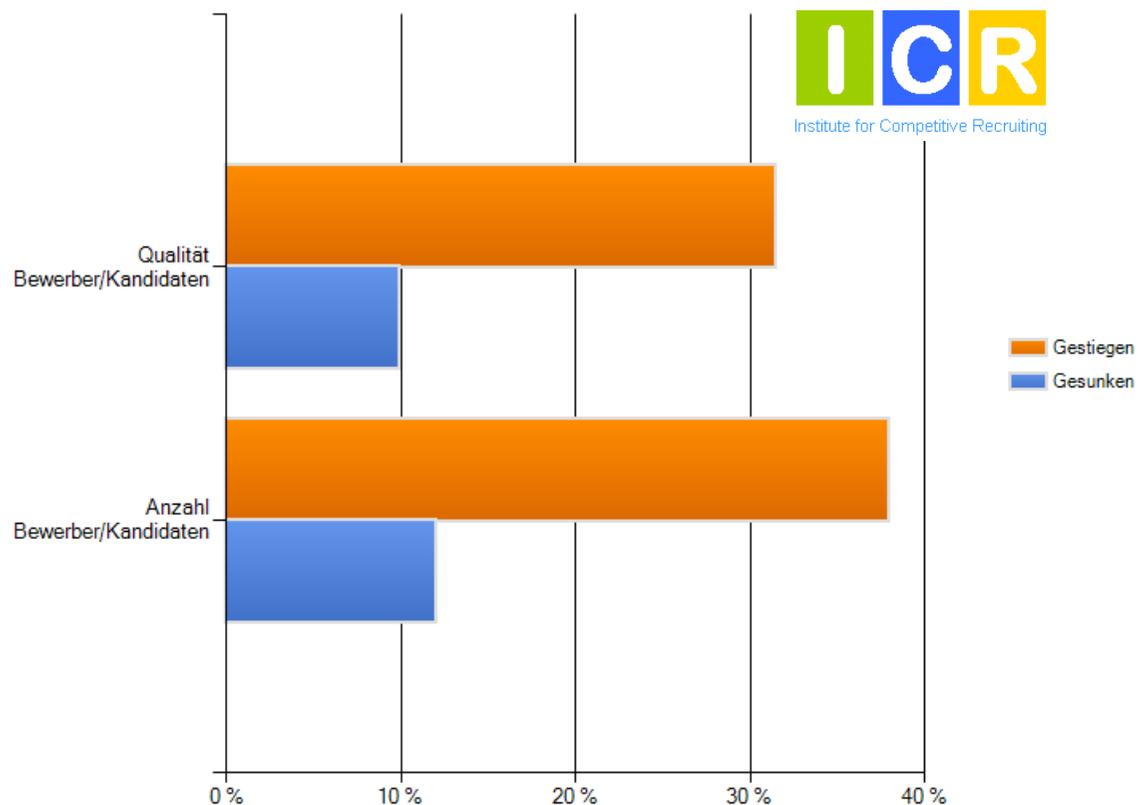


Unternehmen sind mehr als doppelt so proaktiv wie vor drei Jahren.

## Was bringt die proaktive Suche für das Recruiting?

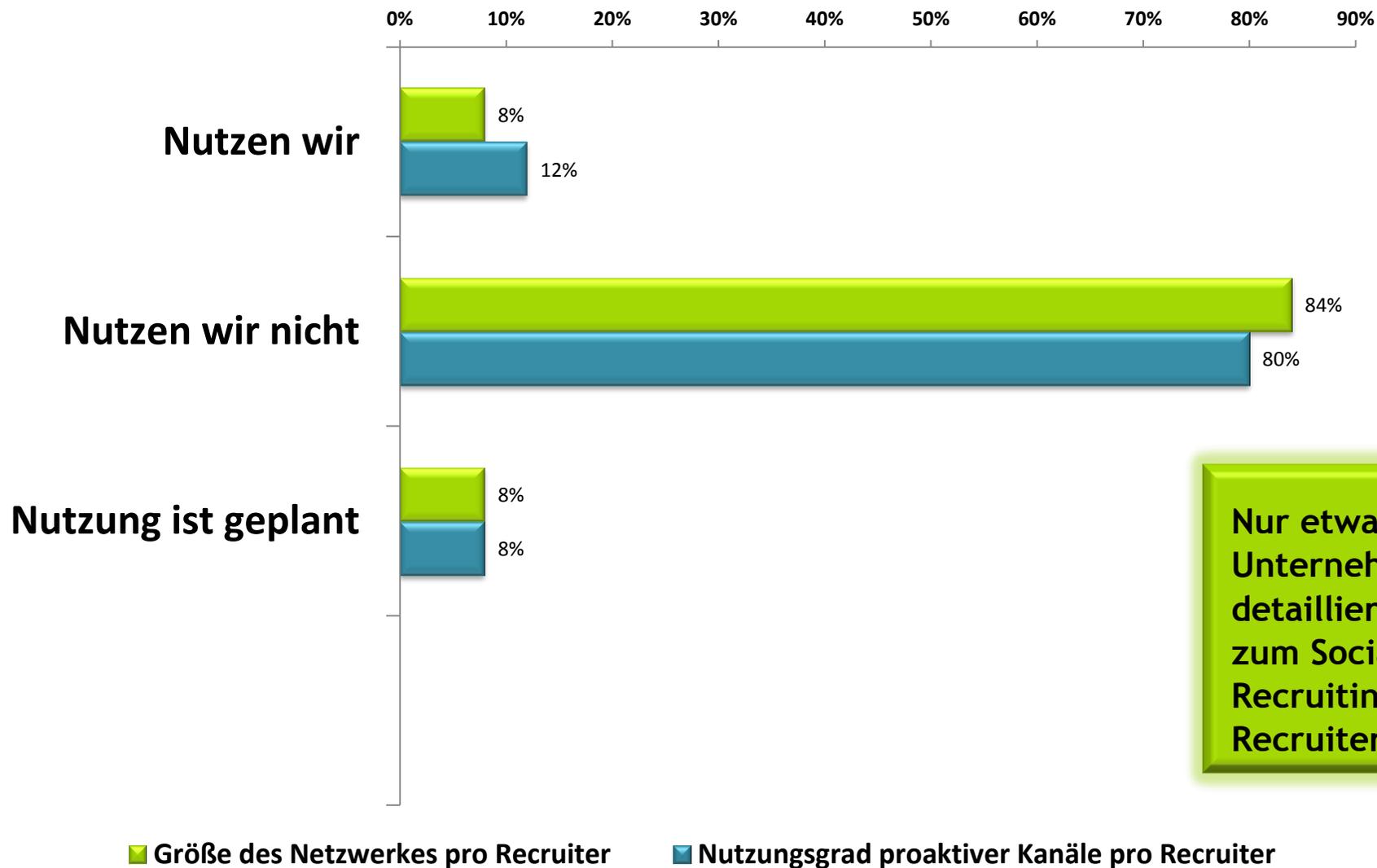
„Falls Sie proaktiv rekrutieren (z.B. in Xing, LinkedIn oder Google), inwiefern haben sich Ihre Recruiting Ergebnisse verändert“

Falls Sie proaktiv rekrutieren (z.B. in Xing, LinkedIn oder Google), inwiefern haben sich Ihre Recruiting- Ergebnisse verändert?



Arbeitgeber finden mehr und bessere Kandidaten durch proaktive Kandidatensuche und -ansprache in sozialen Netzwerken.

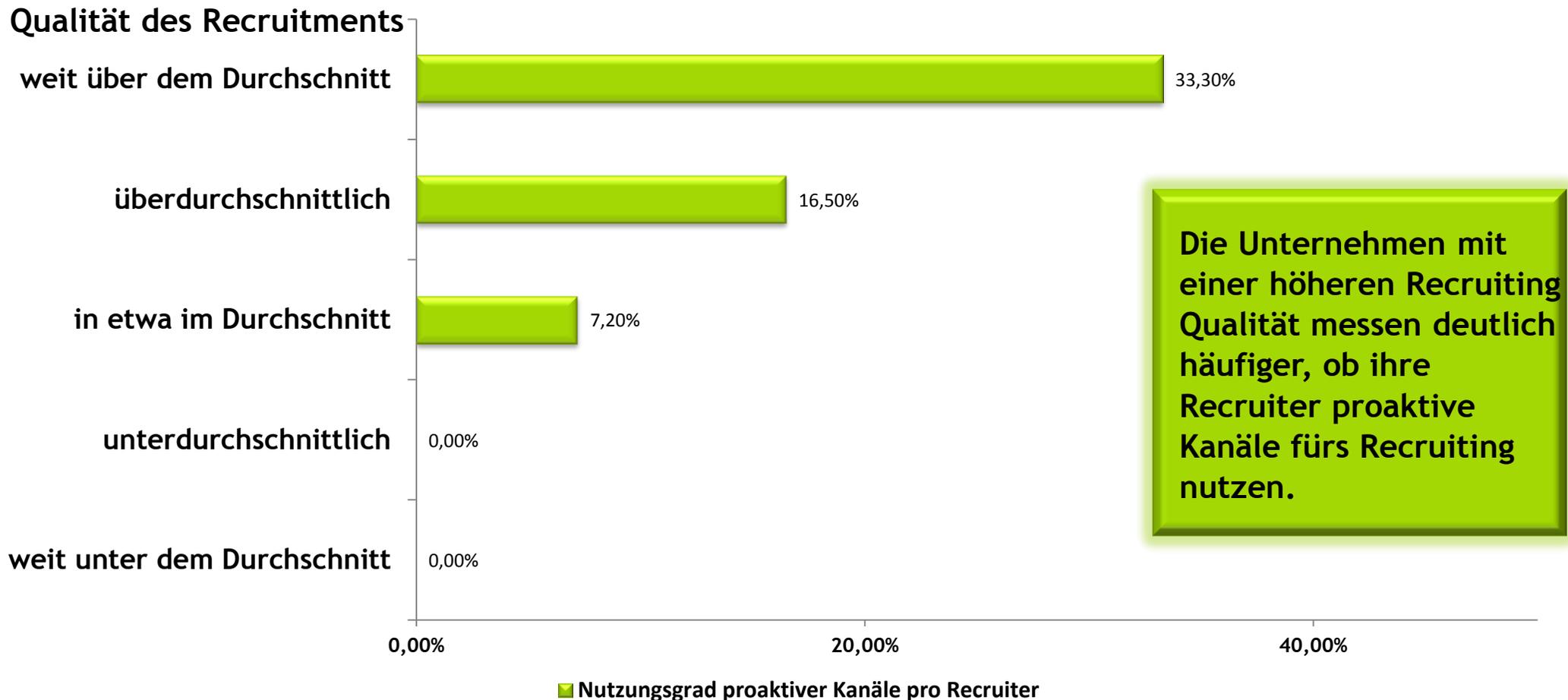
## Werden Erfolge im Active Sourcing gemessen?



Nur etwa jedes 10. Unternehmen mißt detaillierte Kennzahlen zum Social Media Recruiting auf Recruiterebene

## Werden Erfolge im Active Sourcing gemessen?

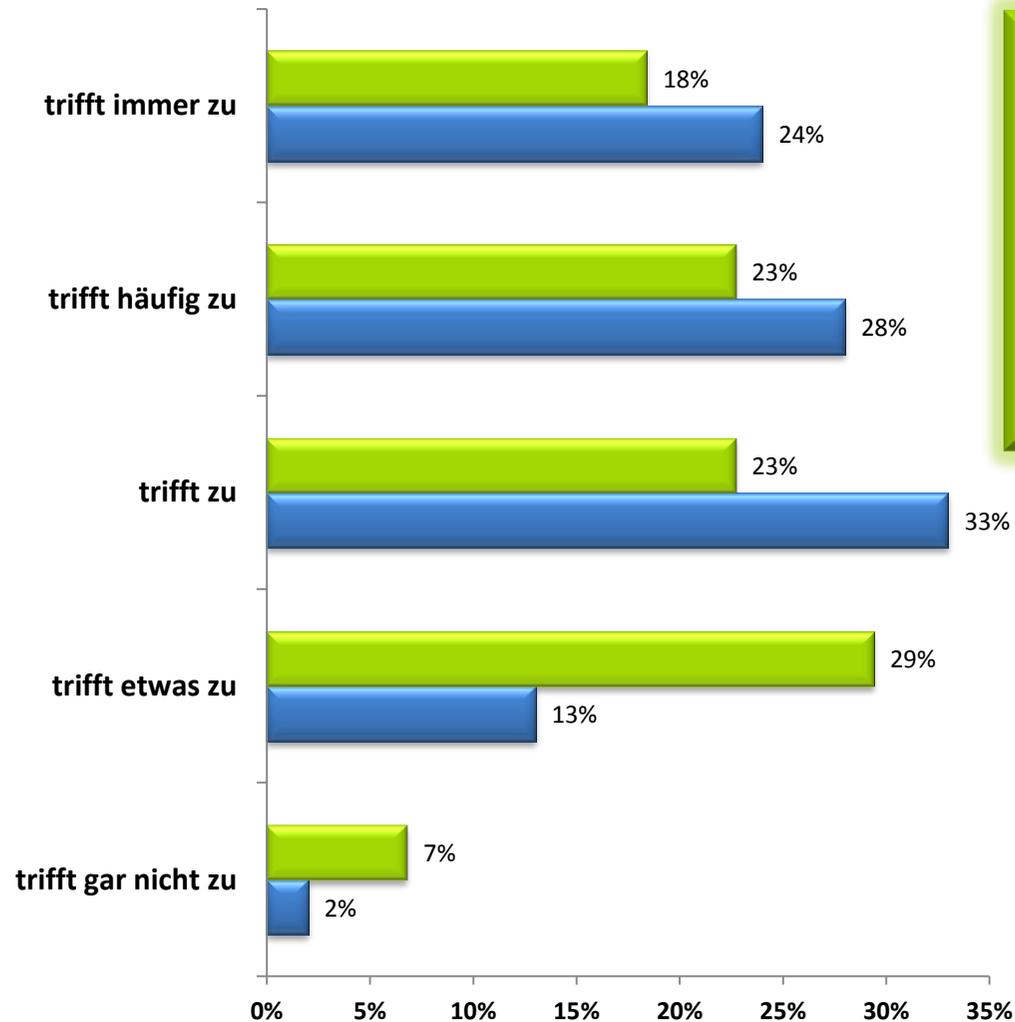
**Erfolgsmessung in Abhängigkeit von der Qualität des Recruitments:  
Nutzungsgrad proaktiver Kanäle pro Recruiter**



Die Unternehmen mit einer höheren Recruiting Qualität messen deutlich häufiger, ob ihre Recruiter proaktive Kanäle fürs Recruiting nutzen.

## Wie wichtig sind Kenntnisse in Social Media für Recruiter?

- In unserem Unternehmen kennen und nutzen unsere Recruiter die Möglichkeiten der Sozialen Medien (Blogs, Twitter, Xing, LinkedIn, Facebook etc.) für Recruiting.
- ... halten wir die Aussage der vorhergehenden Frage für wichtig.



**Wichtigkeit und Realität beim Thema Möglichkeiten der Nutzung von Social Media für Recruiting haben sich angenähert, es gibt aber noch große Lücken**

## Social Media Recruiting

- Die Proaktivität hat sich seit 2010 verdoppelt, d.h. Arbeitgeber schalten mehr nicht nur Anzeigen und hoffen auf Bewerber („Post & Pray Recruiting“), sondern machen sich selber verstärkt proaktiv auf die Suche nach neuen Mitarbeitern.
- Unternehmen mit einem überdurchschnittlichen Recruitment sind deutlich proaktiver!
- 50% aller Unternehmen nutzen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs und Google überhaupt nicht für Recruitingzwecke.
- Falls Unternehmen aktiv sind, dann liegt Xing in der Präferenz deutlich vor Facebook und LinkedIn.

**Für die Mehrheit der Unternehmen ist es wichtig, daß die Recruiter die Möglichkeiten des Social Media Recruiting kennen und nutzen, die Minderheit setzt den Anspruch allerdings bereits im eigenen Unternehmen um.**

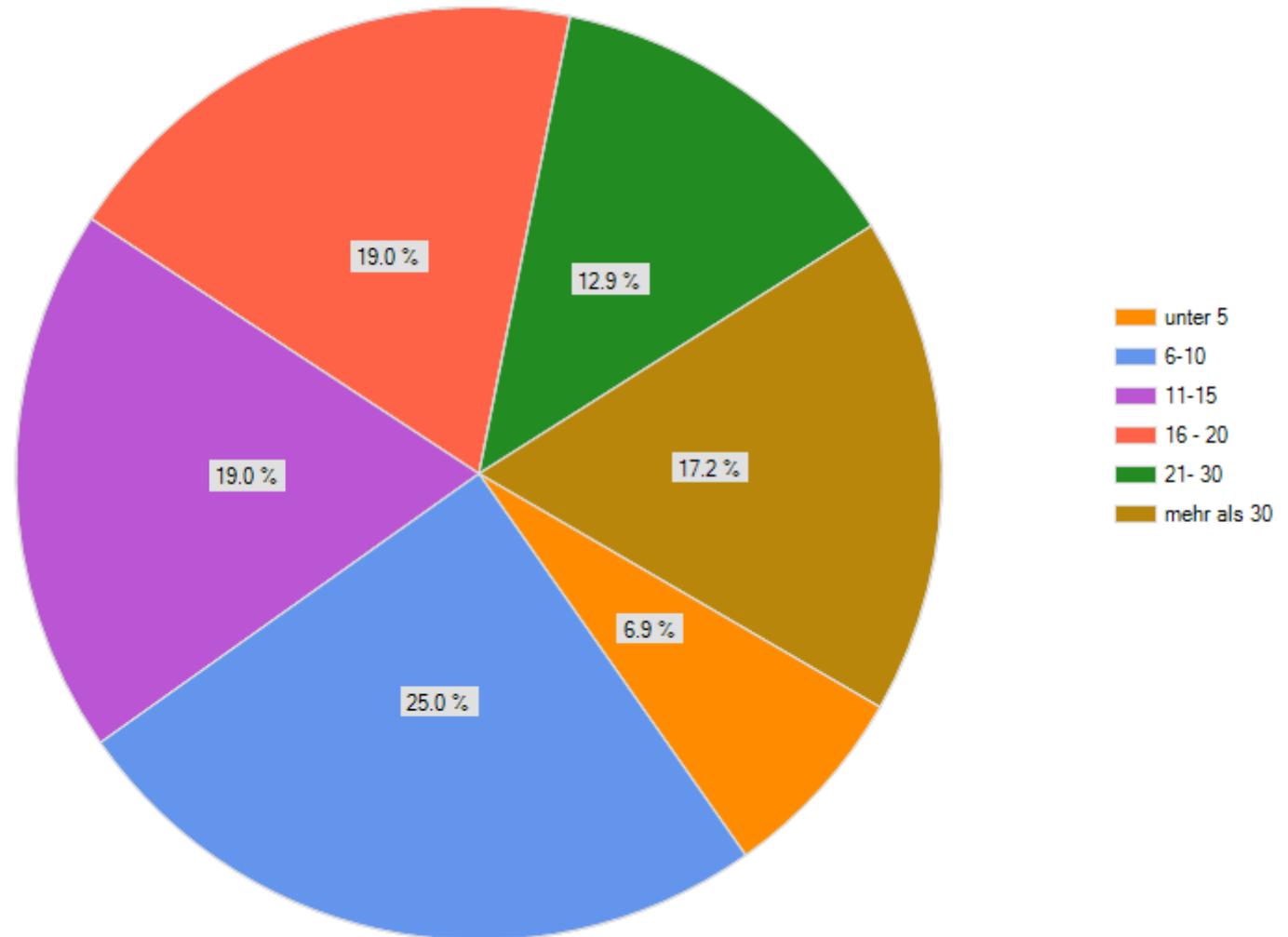
# Studienergebnisse



## Wie hoch ist die durchschnittliche Anzahl an Bewerbungen?

Bitte geben Sie an, wie viele Bewerbungen Sie durchschnittlich pro ausgeschriebene Stelle erhalten

Mehr als die Hälfte (50,9 %) der Unternehmen erhalten aktuell unter 15 Bewerbungen pro ausgeschriebene Stelle

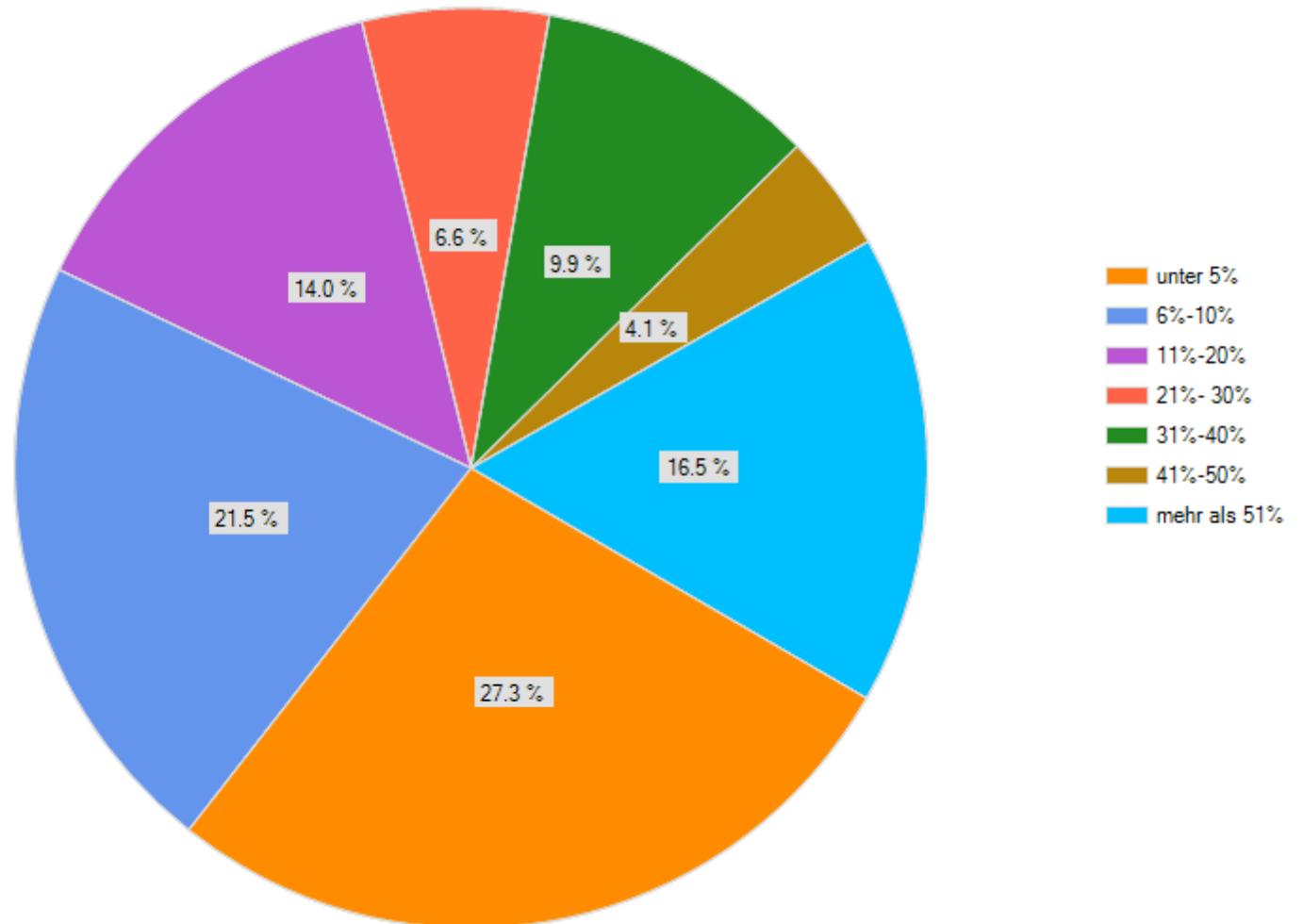


## Wie hoch ist der Anteil der durch Active Sourcing generierten Bewerber?

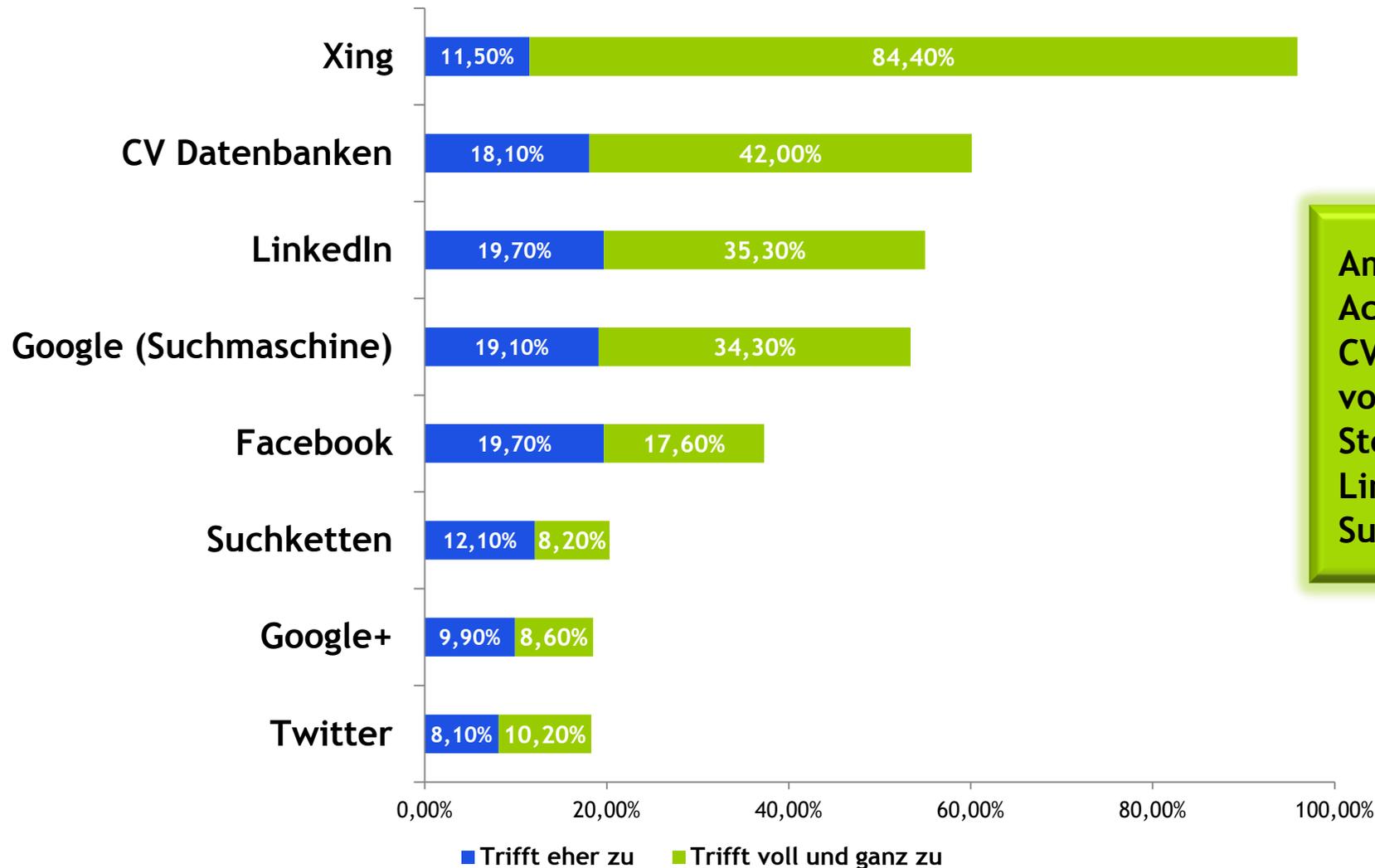
Anteil durch Aktive Sourcing generierter Kandidaten Bitte geben Sie an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der von Ihnen proaktiv "gesourceden" Bewerbern an allen Bewerbern auf Ihre Stellen ist.

Fast die Hälfte (48,8 %) der Unternehmen generieren aktuell unter 10 % ihrer Bewerber über Active Sourcing.

20% der teilnehmenden Unternehmen erreicht allerdings schon einen Anteil von über 40%.



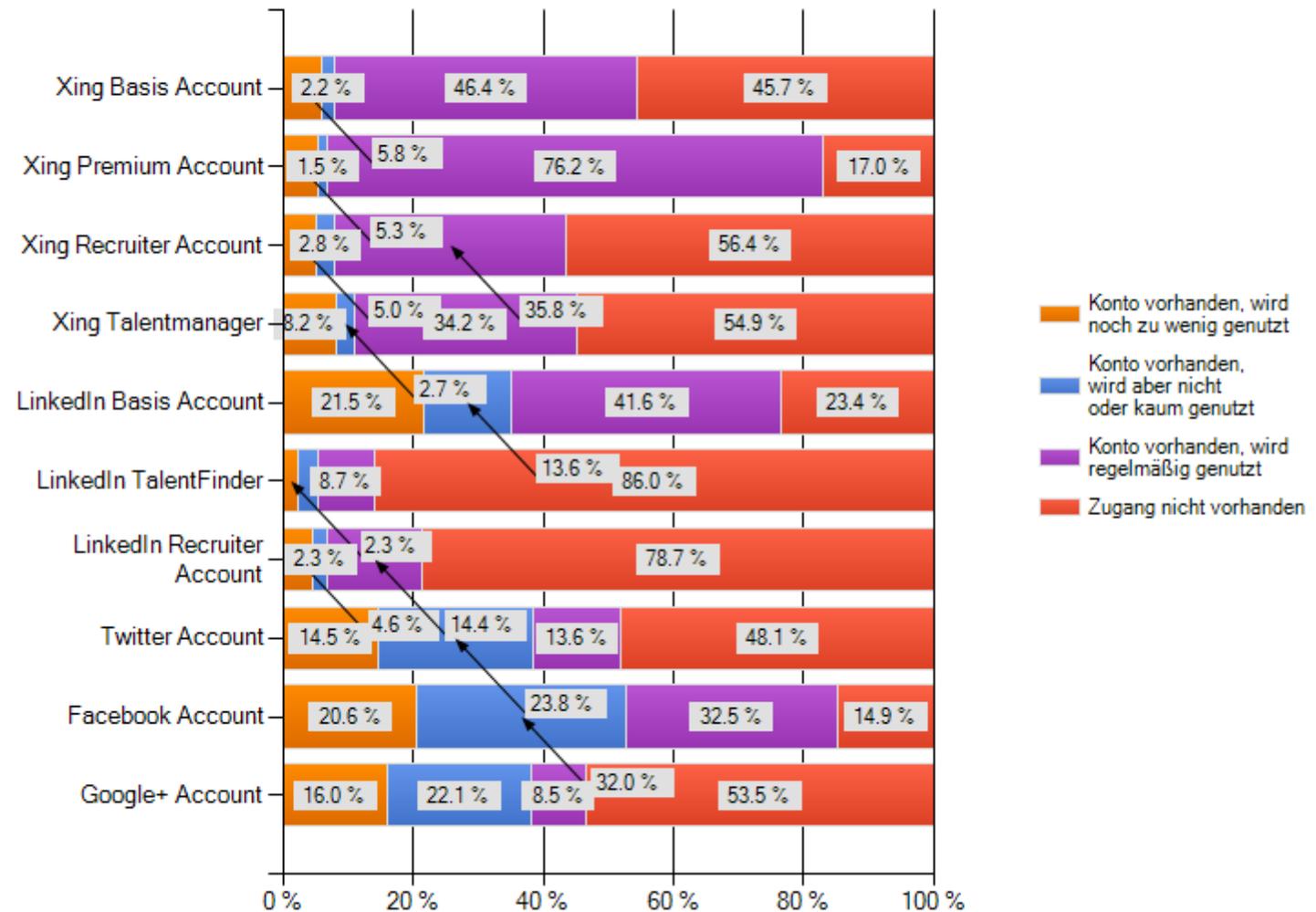
## Mit welchen Suchmöglichkeiten sind Active Sourcer vertraut?



Am besten vertraut sind Active Sourcer mit XING, CV-Datenbanken (z.B. von Experteer, Stepstone, Monster), LinkedIn und Google als Suchmaschine.

## Mit welchen Accounts haben Recruiter Zugang zu sozialen Netzwerken?

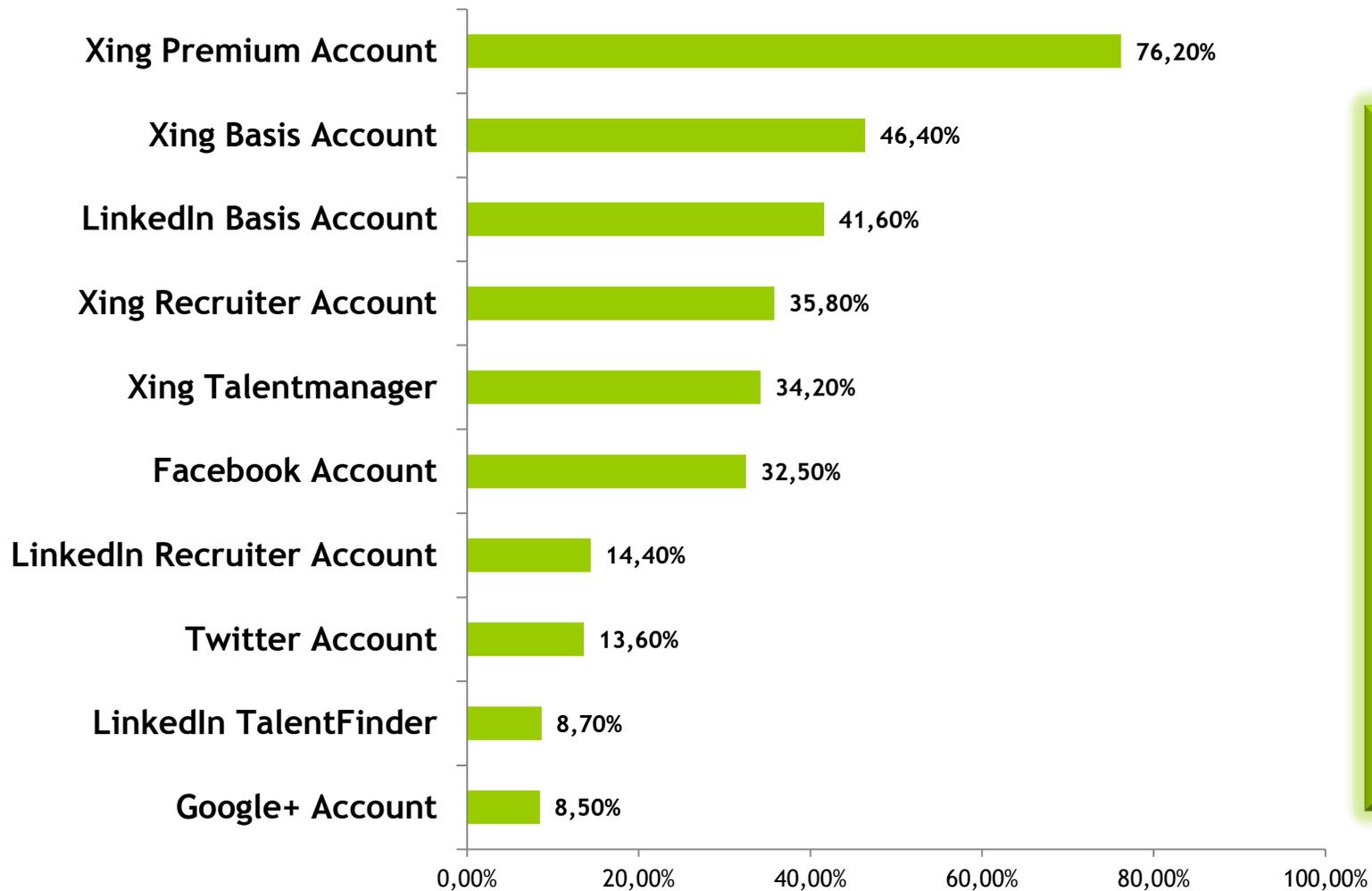
Bitte geben Sie an, zu welchen Sozialen Netzwerken Sie Zugang haben



Für die Aktivitäten im Active Sourcing haben Recruiter Zugang zu verschiedenen Social Media Netzwerken und Plattformen.

Wenige Konten werden regelmäßig genutzt, andere Zugänge sind vorhanden, werden aber (noch) zu wenig genutzt.

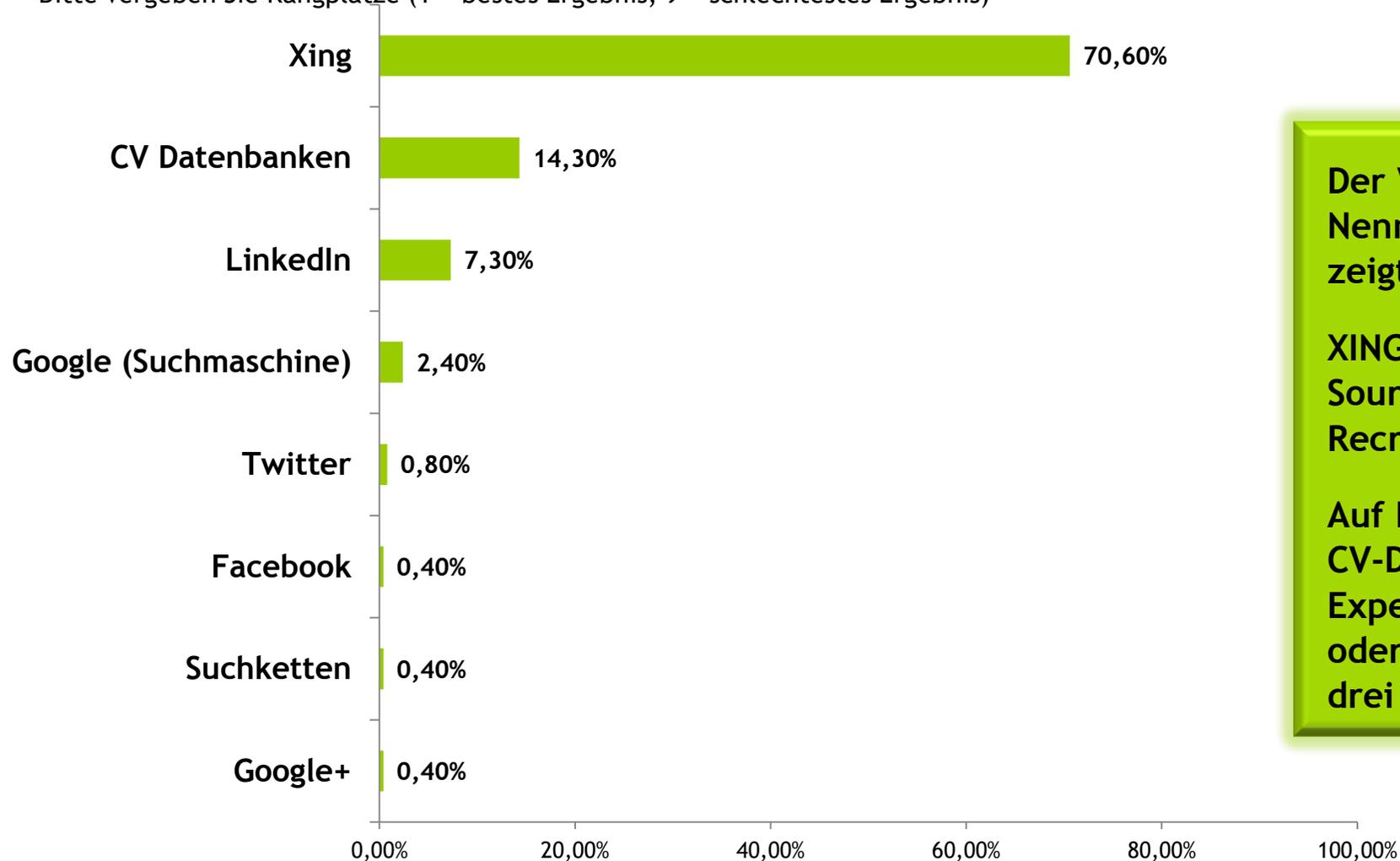
## Welchen Accounts nutzen Recruiter regelmäßig für Active Sourcing?



Die meisten Active Sourcer nutzen regelmäßig für ihre Zugänge zu Social Media für Recruitingzwecke den XING Premium Account (76 %) gefolgt vom LinkedIn Basis Account (41 %). Auf dem dritten Platz liegt der XING Recruiter Account (35%) vor dem XING Talentmanager (34 %)

## Welches der Netzwerke oder Quellen liefert die besten Recruiting Ergebnisse beim Active Sourcing?

Bitte vergeben Sie Rangplätze (1 = bestes Ergebnis, 9 = schlechtestes Ergebnis)



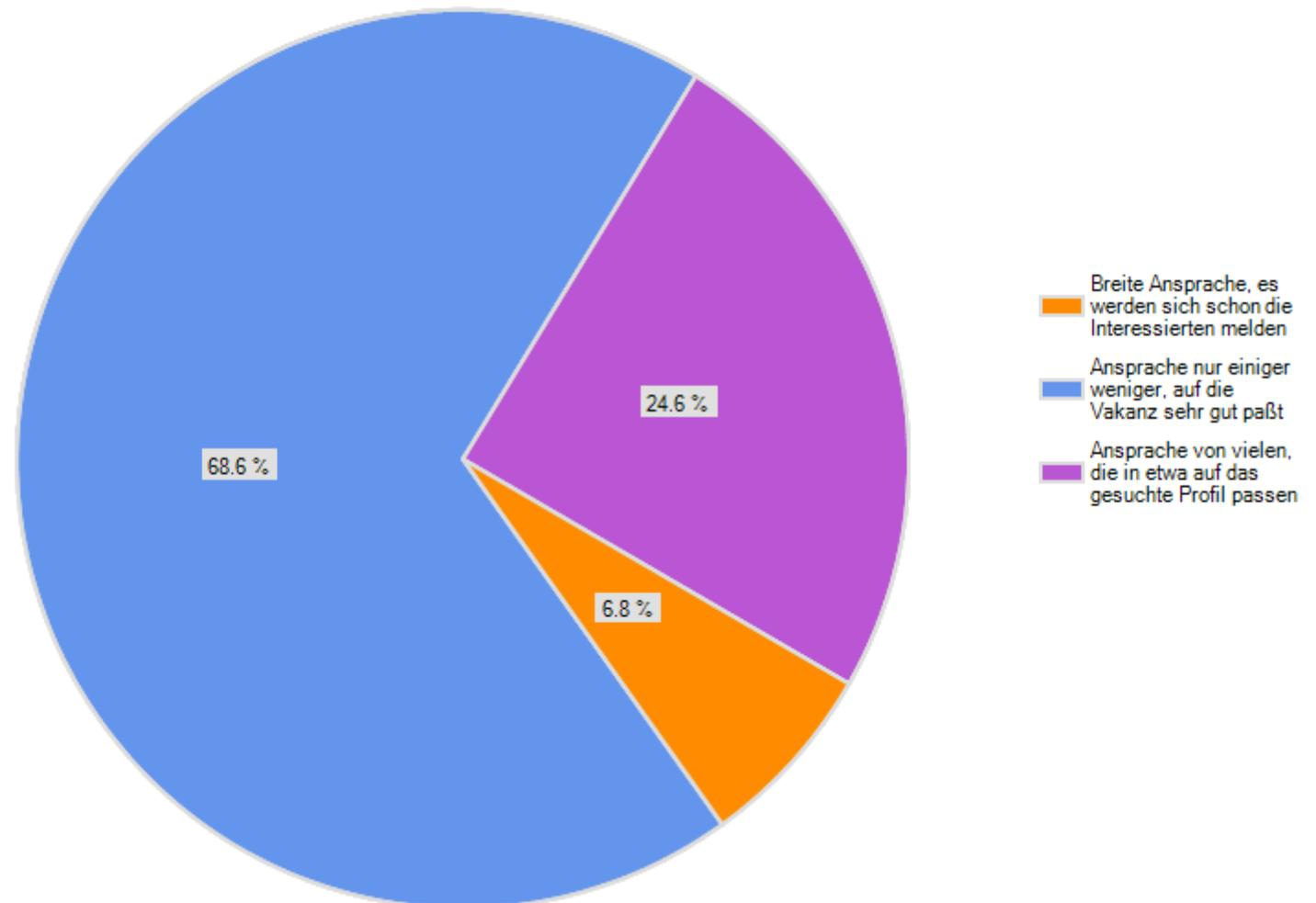
Der Vergleich der Nennungen für Platz 1 zeigt deutlich:

**XING liefert für Active Sourcer die besten Recruiting Ergebnisse.**

**Auf Platz zwei folgen die CV-Datenbanken (z.B. Experteer, Stepstone oder Monster), auf Platz drei LinkedIn.**

## Wie gehen Recruiter bei der Auswahl der anzusprechenden potentiellen Kandidaten vor ?

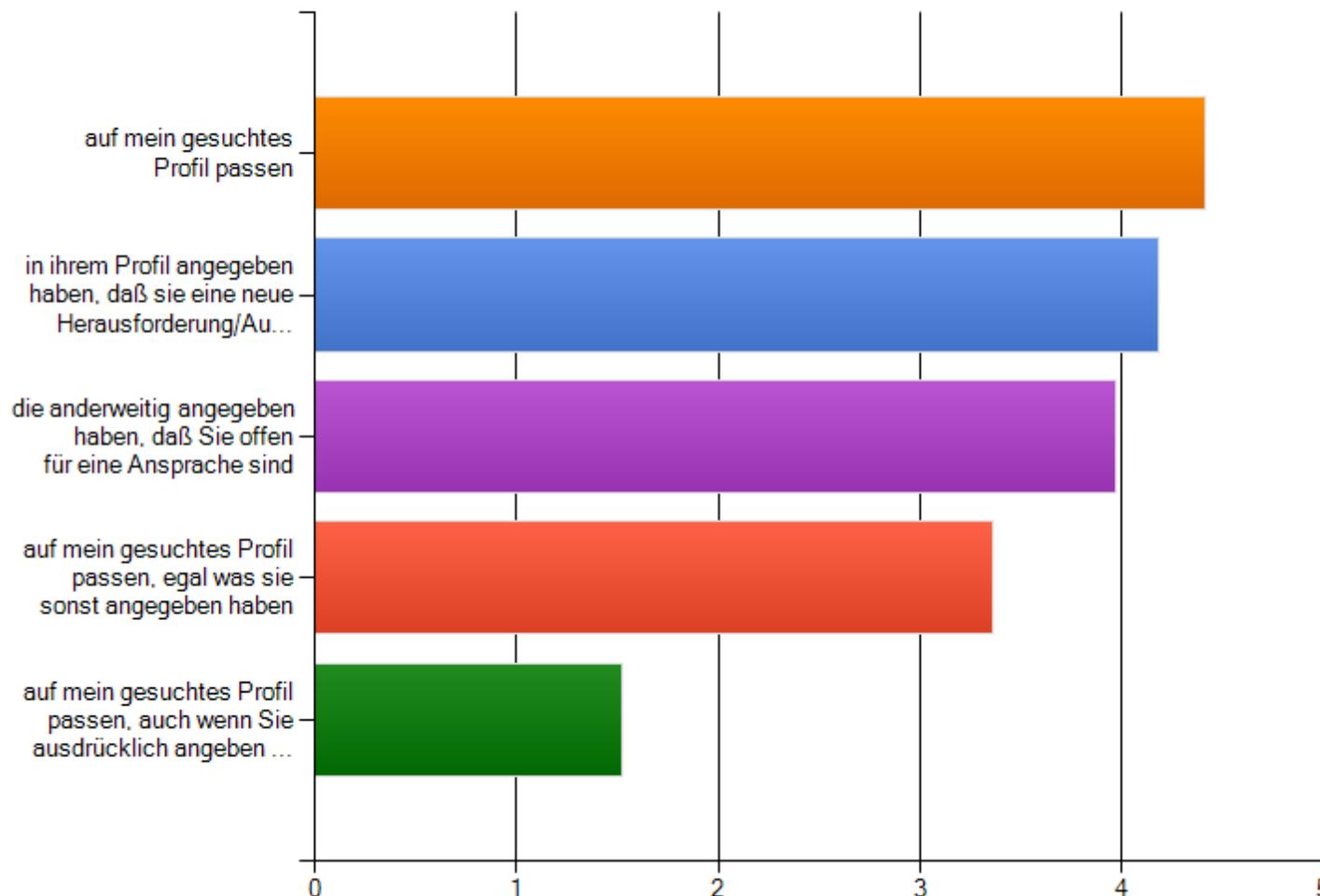
Arten von Ansprachen Bitte geben Sie hier an, welche Beschreibung auf Ihr Vorgehen bei der Ansprache von potentiellen Kandidaten am besten zutrifft.



Mehr als zwei Drittel der Recruiter sprechen nur einige wenige Kandidaten an, bei denen die Vakanz sehr gut passen könnte. Etwa ein Viertel sucht etwas größer und nur ca. 7 % sprechen breit an in der Hoffnung es werden sich schon die Interessierten melden.

## Welche Arten von Kandidaten werden angesprochen?

Arten von angesprochen Kandidaten Bei der Ansprache von Kandidaten können Sie auf unterschiedliche Zielgruppen zugehen. Bitte wählen Sie die Beschreibung aus, die am ehesten auf Ihr Vorgehen zutrifft. Ich spreche Kandidaten an, die



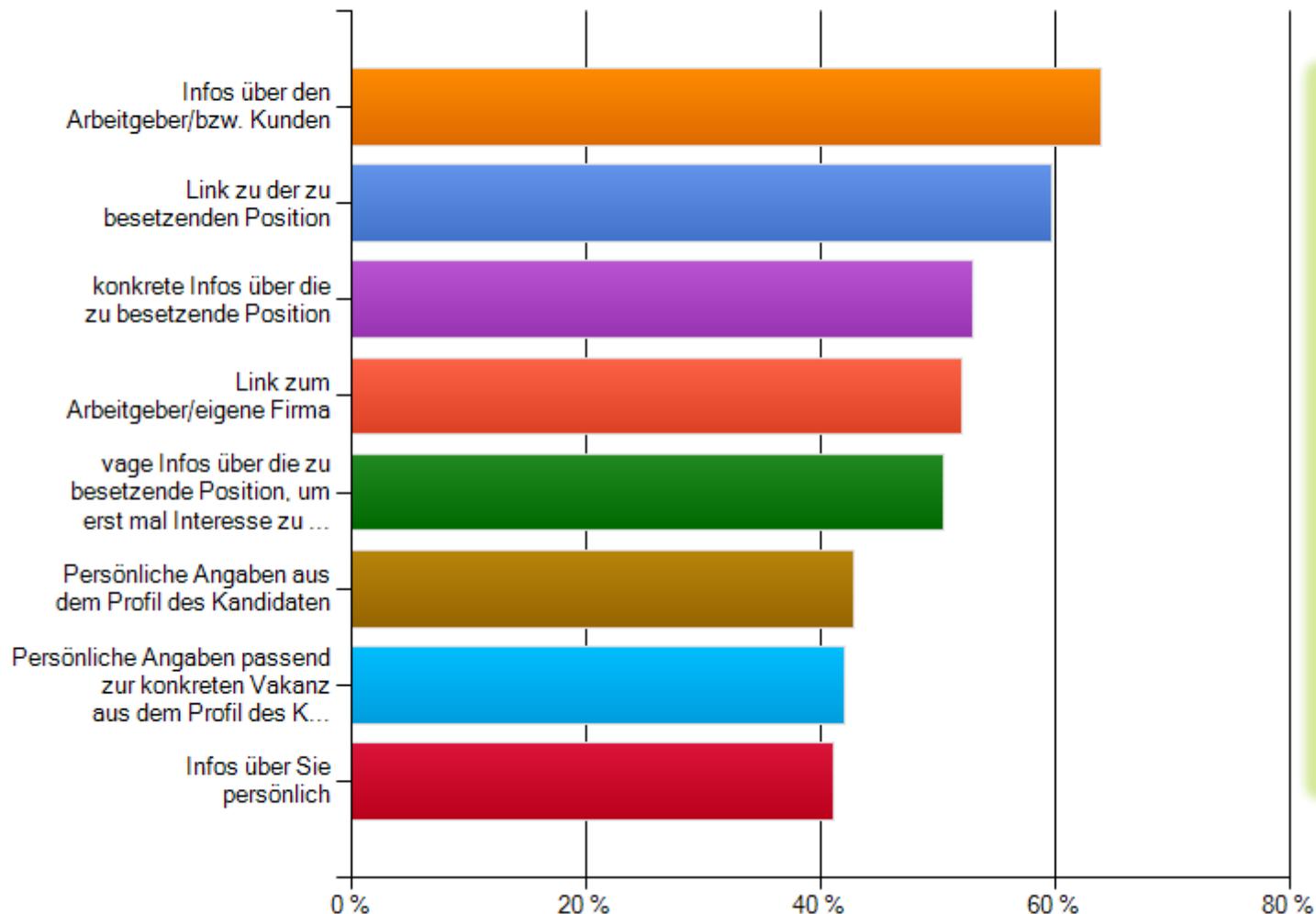
Im Regelfall werden auf das Profil passende Kandidaten angesprochen bzw. welche, die im Profil angegeben haben, daß sie eine neue Herausforderung suchen oder anderweitig angegeben haben, daß sie offen sind für eine Ansprache.

Fast einem Drittel (28%) der Recruiter ist es egal, was die Kandidaten angegeben haben, solange sie auf das Profil passen.

Ca. 5 % der Recruiter sprechen sogar Kandidaten an, die ausdrücklich angegeben haben, daß Sie nicht angesprochen werden möchten.

## Was sind die Inhalte der Ansprachen von Kandidaten?

Inhalte von Ansprachen Bitte geben Sie hier an, welche Inhaltsbestandteile Sie in Ihrer Ansprache (email, netzwerkinterne Nachricht etc, nicht Telefon) benutzen.

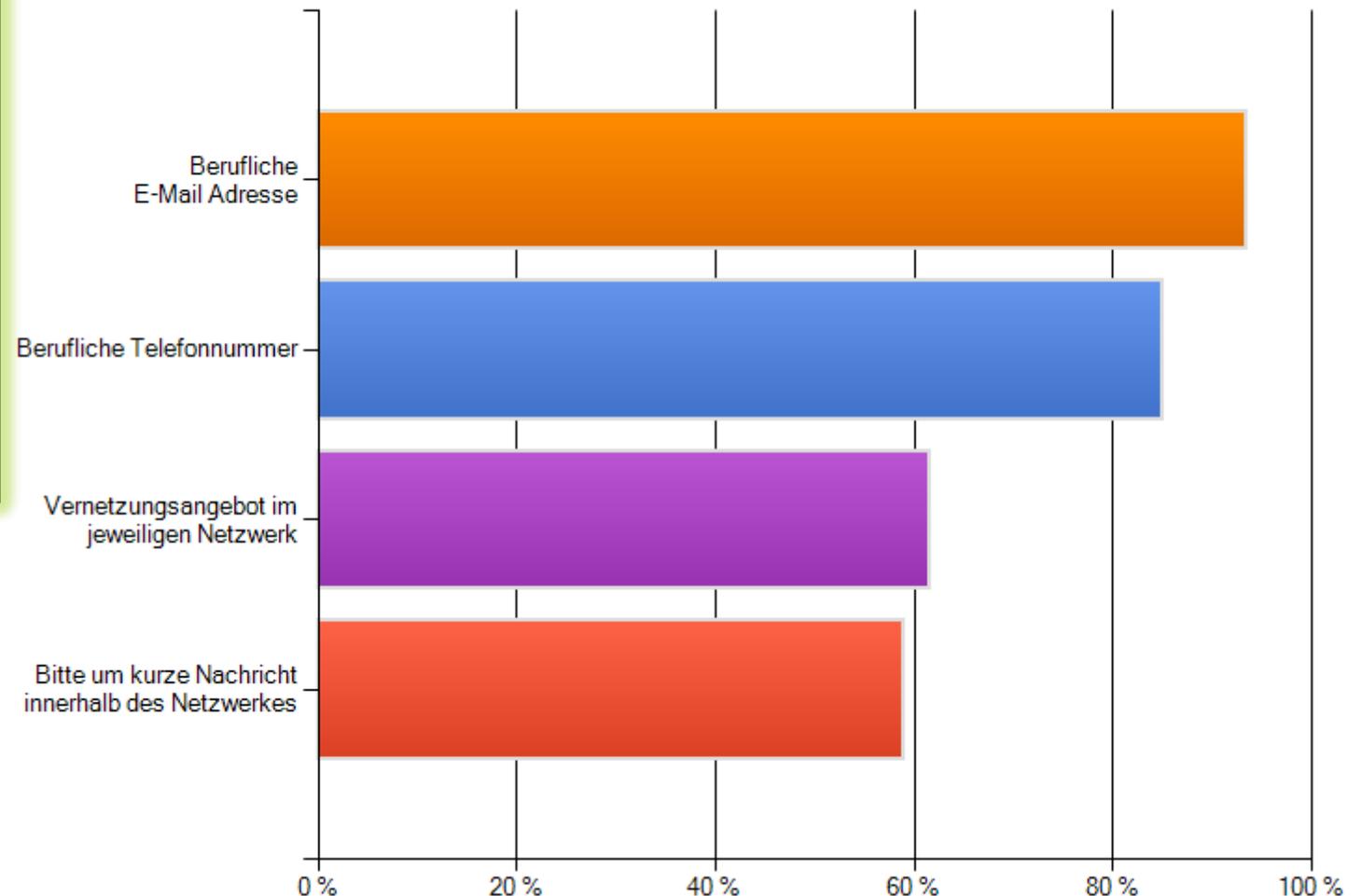


Am häufigsten (von mehr als 50% der Active Sourcer) werden in den Ansprachen (bzw. Anschreiben) der potentiellen Kandidaten Infos über den Arbeitgeber, gefolgt von einem Link zu der zu besetzenden Position sowie konkrete Infos über die zu besetzende Position verwendet.

## Welche Kommunikationskanäle werden angeboten ?

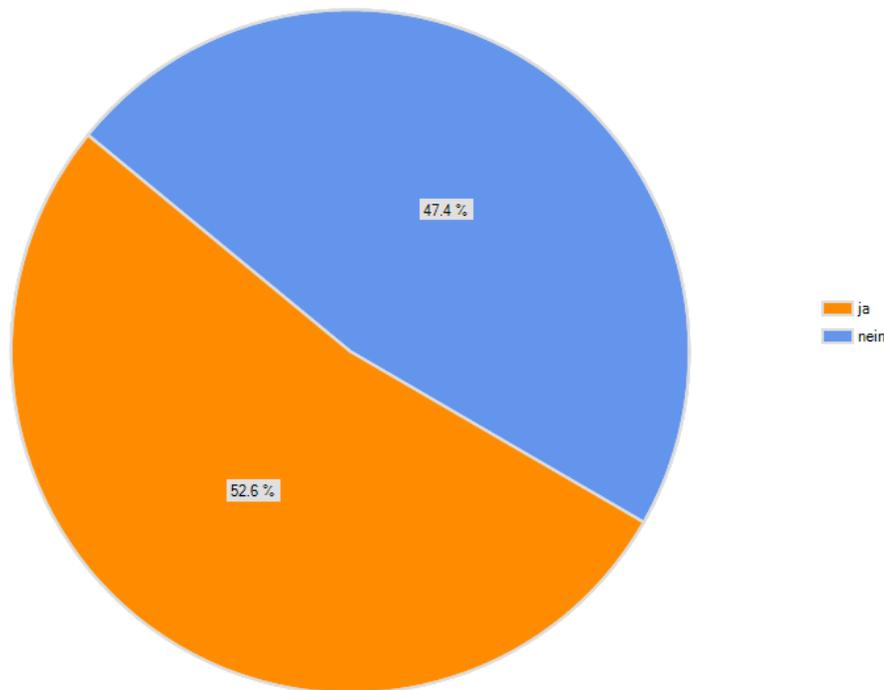
Inhalte von Ansprachen: Konkret Kommunikationsangebote  
Bitte geben Sie hier an, welche Kommunikationskanäle Sie in Ihrer Ansprache (email, netzwerkinterne Nachricht etc, nicht Telefon) anbieten.

Die beliebtesten Wege, wie Active Sourcer von Kandidaten kontaktiert werden möchten, sind die berufliche E-Mail Adresse oder Telefonnummer sowie ein Vernetzungsangebot im jeweiligen Netzwerk.

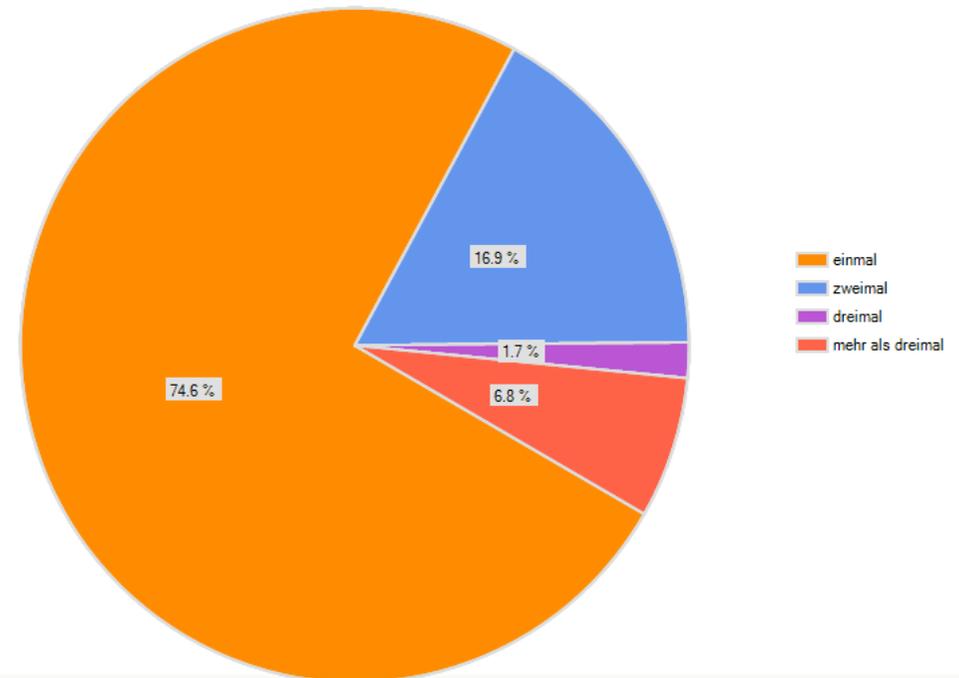


## Wie gehen Recruiter bei der Ansprache der potentiellen Kandidaten vor ?

Erinnern Sie angeschriebene Kandidaten an Ihre Ansprache?



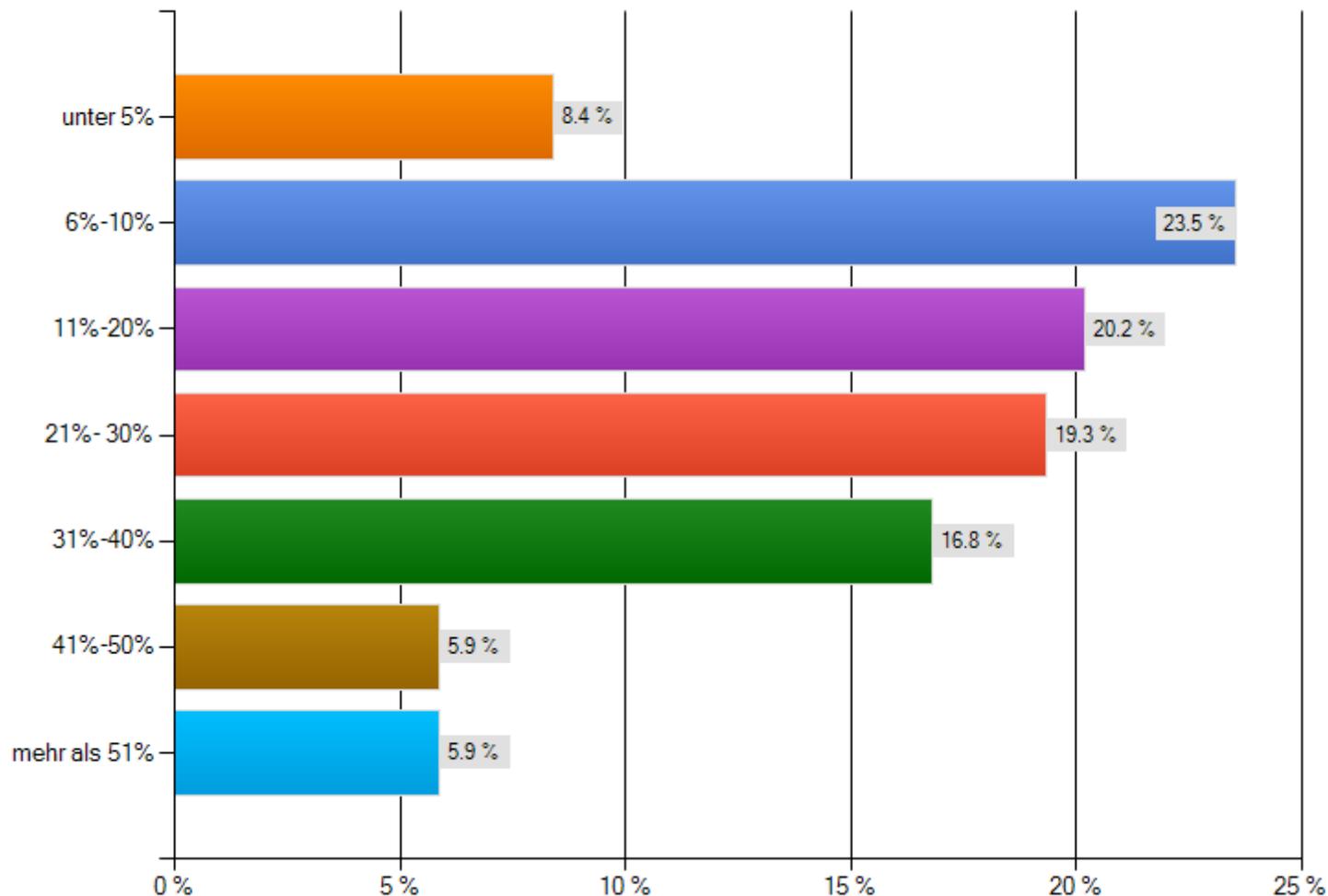
Falls Sie angeschriebene Kandidaten an Ihre Ansprache erinnern, wie häufig tun Sie dies?



**Etwas mehr als die Hälfte der Recruiter erinnert die angeschriebenen Kandidaten an die Ansprache, dreiviertel davon einmal, fast jeder fünfte zweimal, fast jeder zehnte dreimal oder häufiger.**

## Mit welcher Responserate kann man rechnen?

Höhe der Response/Antwortrate Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der Reaktionen ist, d.h. wieviele melden sich auf Ihre Ansprache, wenn Sie 100 Kandidaten angemailt haben?



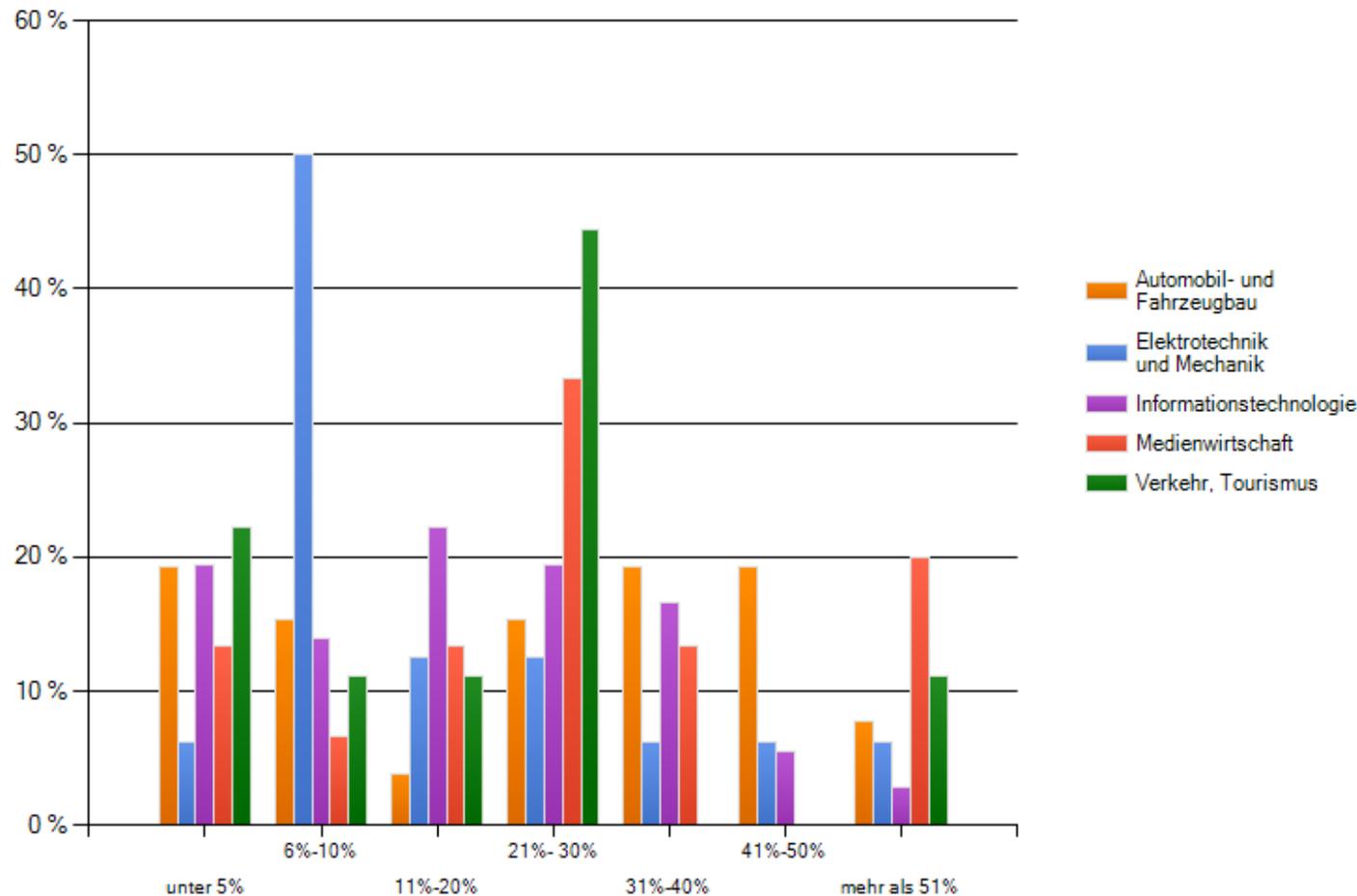
Quelle: ICR Active Sourcing Report 2013, 400+ Teilnehmer, Angaben in %

Fast die Hälfte der Active Sourcer muß sich mit einer Responserate von max. 20 % zufrieden geben.

Nur knapp 12 % erreichen eine Responserate von 40% und mehr.

## Mit welcher Responserate kann man rechnen? Unterschiede nach Branchen (Beispielbranchen)

Höhe der Response/Antwortrate Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der Reaktionen ist, d.h. wieviele melden sich auf Ihre Ansprache, wenn Sie 100 Kandidaten angemailt haben?



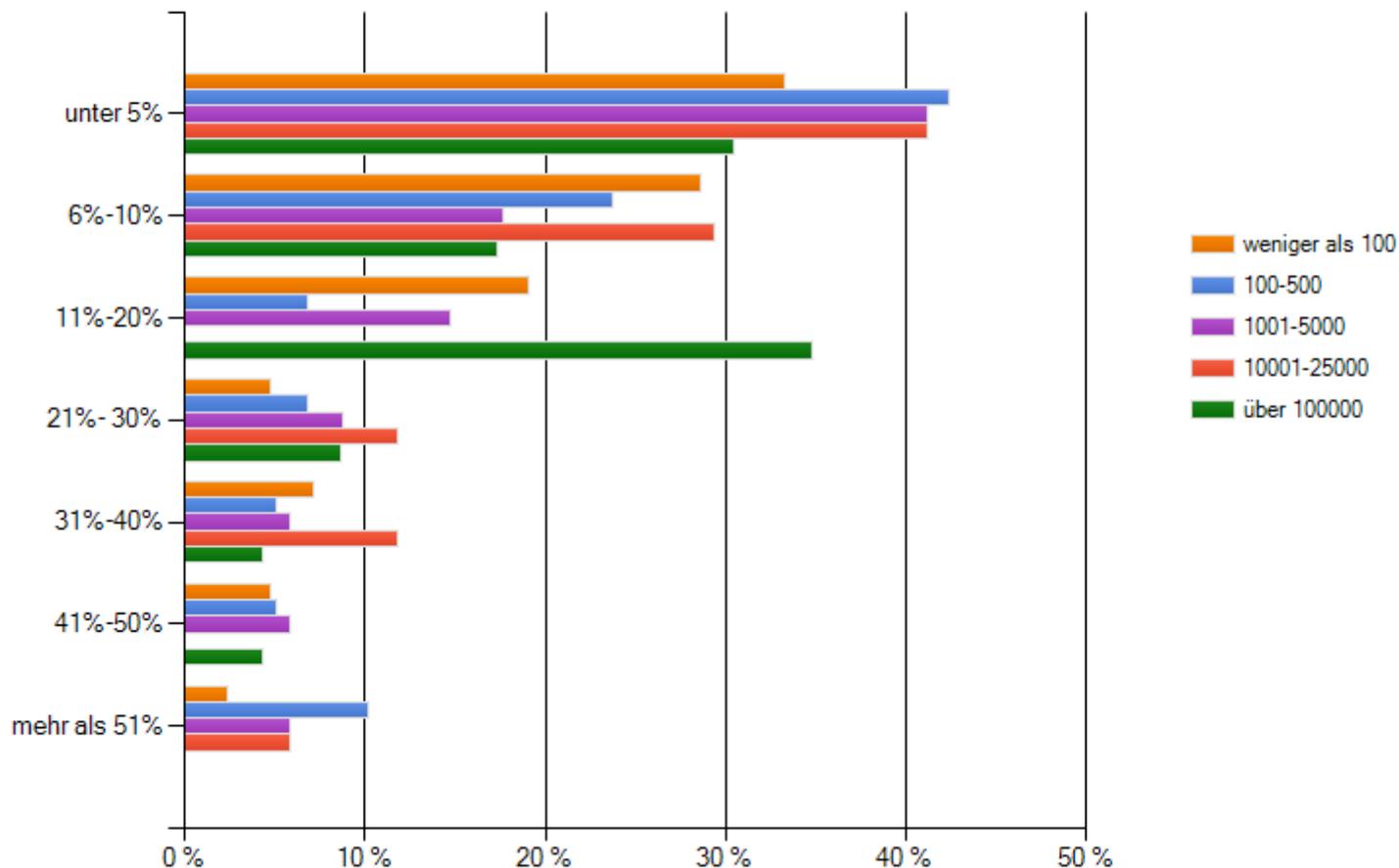
Quelle: ICR Active Sourcing Report 2013, 400+ Teilnehmer, Angaben in %

Die Unterschiede in den Responseraten sind sehr groß, abhängig von der Branche für die/ in der rekrutiert werden soll.

Im Verkehr/Tourismus oder in der Medienwirtschaft ist die Responserate im Durchschnitt deutlich höher als in der Elektrotechnik.

## Mit welcher Responserate kann man rechnen? Unterschiede nach Unternehmensgrößen (Beispielgrößen)

Anteil der zu Bewerbungen führenden Ansprachen Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der positiven Reaktionen die tatsächlich zu Bewerbungen führen, an den Rückmeldungen ist, d.h. wie viele der Kandidaten die überhaupt reagieren, reagieren positiv und schicken eine Bewerbung oder stellen ihr Profil zur Verfügung, wenn Sie z.B. 100 Kandidaten angemailt haben?



Quelle: ICR Active Sourcing Report 2013, 400+ Teilnehmer, Angaben in %

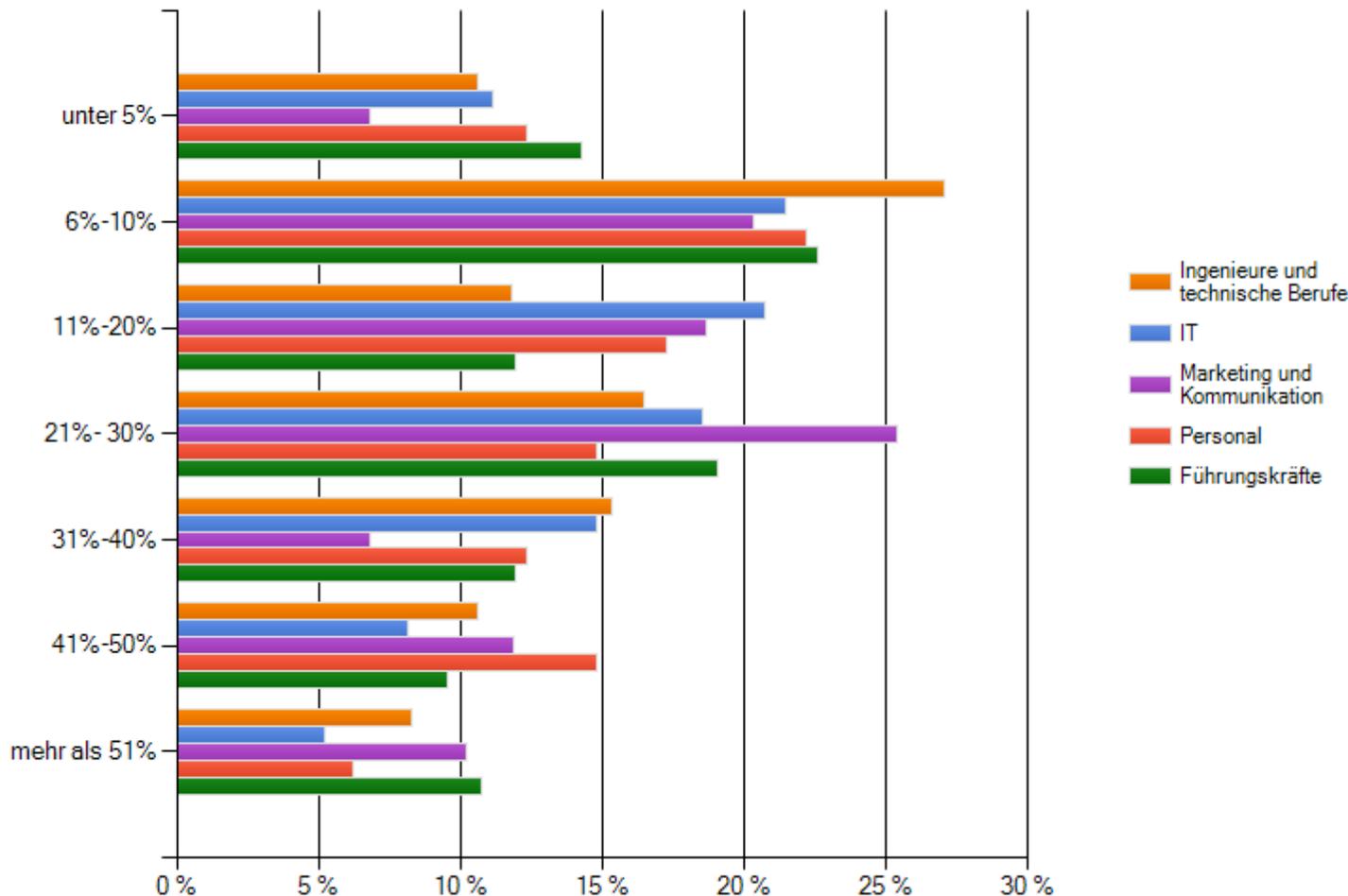
Die Unterschiede in den Responseraten sind nicht sehr groß abhängig von der Mitarbeiterzahl der Unternehmen für die/ in der rekrutiert werden soll.

Einzig im Bereich zwischen 11-20 % Responsequote gibt es signifikante Unterschiede.

Mitarbeiterzahl scheint kein erfolgsrelevanter Faktor zu sein.

## Mit welcher Responserate kann man rechnen? Unterschiede nach Funktionen (Beispielfunktionen)

Höhe der Response/Antwortrate Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der Reaktionen ist, d.h. wieviele melden sich auf Ihre Ansprache, wenn Sie 100 Kandidaten angemailt haben?



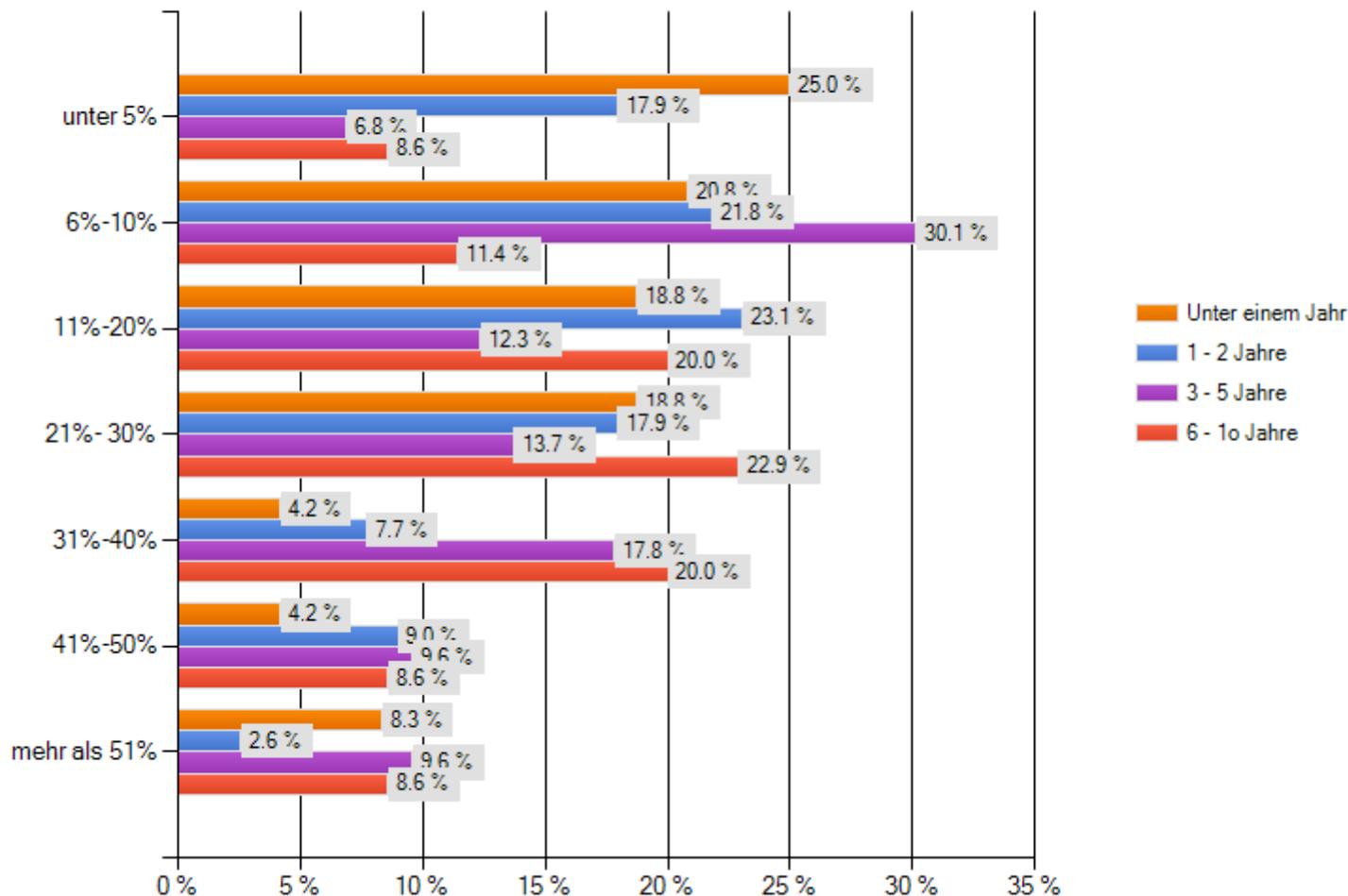
Quelle: ICR Active Sourcing Report 2013, 400+ Teilnehmer, Angaben in %

Die Unterschiede in den Responseraten sind nicht allzu groß abhängig von Funktion für die/ in der rekrutiert werden soll.

Bei Ingenieuren ist es offenbar etwas schwieriger, bei Marketingfunktionen etwas leichter. Die Responsequote bei ITlern ist nicht so schlecht wie erwartet. Personalfunktionen sollten relativ leicht mit Active Sourcing zu besetzen sein.

## Mit welcher Responserate kann man rechnen? Unterschiede nach Erfahrung im Active Sourcing

Höhe der Response/Antwortrate Falls Sie potentielle Kandidaten bereits aktiv ansprechen, geben Sie bitte an, wie hoch der Prozentsatz (Schätzung ist ausreichend) der Reaktionen ist, d.h. wieviele melden sich auf Ihre Ansprache, wenn Sie 100 Kandidaten angemailt haben?



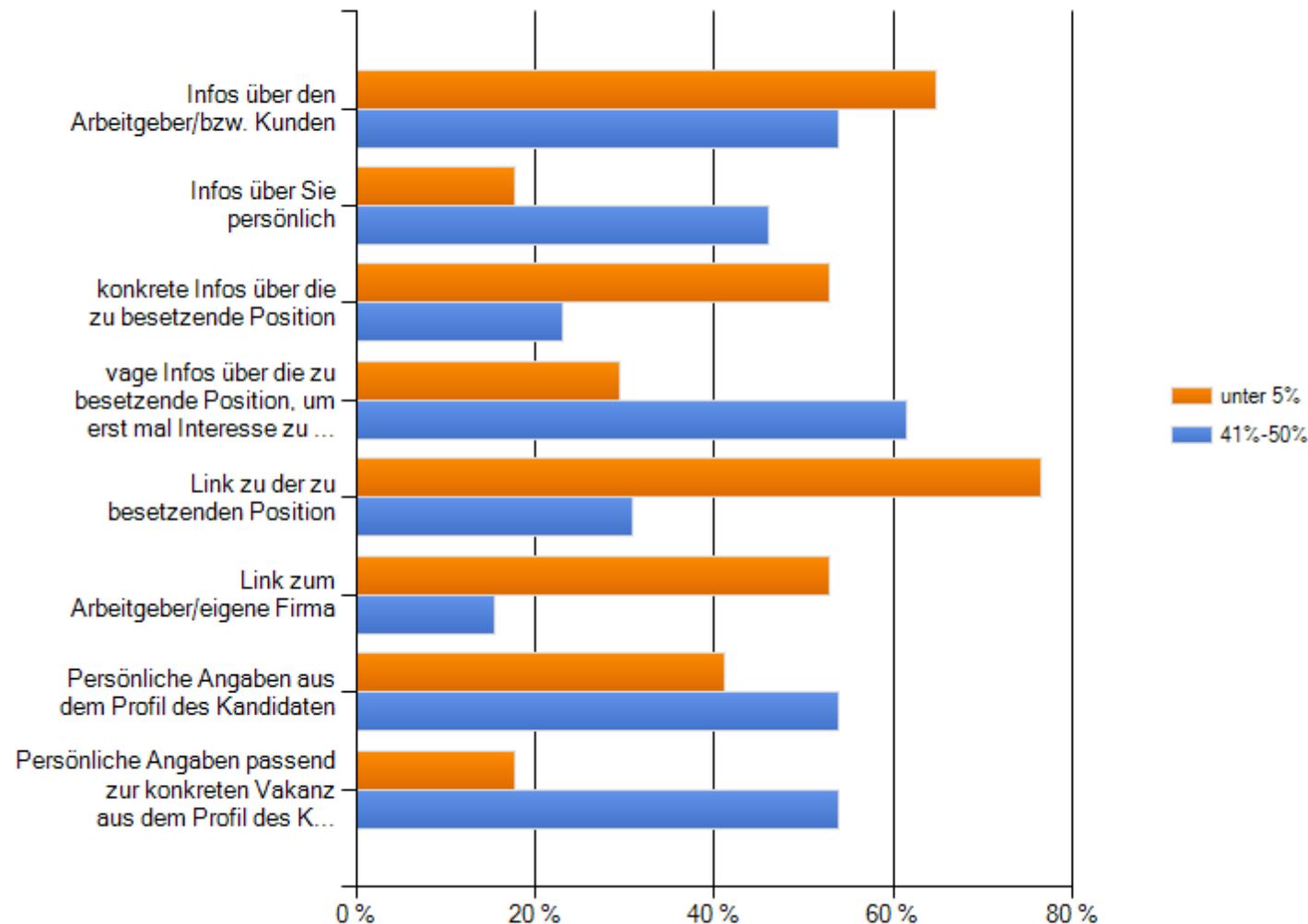
Quelle: ICR Active Sourcing Report 2013, 400+ Teilnehmer, Angaben in %

**Kurz gesagt: Erfahrung im Active Sourcing erhöht die Responserate!**

**Recruiter mit mehr als 3 Jahren Erfahrung im Active Sourcing haben im Durchschnitt signifikant (30-50%) höhere Responseraten als Recruiter mit weniger Erfahrung im Active Sourcing.**

## Das Geheimnis einer erfolgreichen Ansprache Was sollte in einer erfolgreichen Ansprache stehen?

Inhalte von Ansprachen Bitte geben Sie hier an, welche Inhaltsbestandteile Sie in Ihrer Ansprache (email, netzwerkinterne Nachricht etc, nicht Telefon) benutzen.



Quelle: ICR Active Sourcing Report 2013, 400+ Teilnehmer, Angaben in %

Der Vergleich von Inhalten lüftet das Geheimnis: Recruiter, die unter 5% Responsequote erreichen, geben viel häufiger einen Link zur Position und Arbeitgeber an, sowie konkrete Infos zur besetzenden Position an als Recruiter, die mehr als 40% Responsequote erreichen. Diese nutzen persönliche Angaben aus dem Profil des Kandidaten passend zur konkreten Vakanz und bleiben vage bei die Infos zur Position um erstmal Interesse zu wecken. Darüber hinaus geben sie häufiger Informationen über sich persönlich an.

## TIPPS FÜRS ACTIVE SOURCING

- Erwarten Sie am Anfang keine Antwortraten über 20%
- Starten Sie am Anfang mit XING, dann mit Profil-Datenbanken und LinkedIn
- Nutzen Sie für die Ansprache persönliche Angaben aus dem Profil des Kandidaten, die zur konkreten Vakanz passen
- Geben Sie in der Ansprache nur vage Informationen über die zu besetzende Position, um zunächst einmal Interesse zu wecken
- Verlinken Sie in der Ansprache nicht zur einer konkreten Vakanz oder zum eigenen Arbeitgeber
- Nutzen Sie den Rat von erfahrenen Active Sourcer, diese sind effektiver und effizienter

Wollen auch Sie wissen, wie man erfolgreich XING, LinkedIn, Experteer & Co. fürs Active Sourcing nutzt? Dann kommen Sie zum ICR:

[+](#) [Share](#) | [f](#) [t](#) [e](#)

Praxis-Intensiv Seminar

## Proaktives Recruiting



Suchen Sie noch oder finden Sie schon?

AKTIVES SOURCING gegen den Fachkräftemangel. So finden Sie die passenden Mitarbeiter nicht nur über Social Media Recruiting und verdreifachen Ihren Bewerberpool.

Unternehmen können ihr wirtschaftlichen Ziele nur erreichen, wenn sie dafür stets die richtigen Mitarbeiter haben - gleichzeitig wird der Personalmarkt jedoch enger und der Wettbewerb härter. Unternehmen bekommen weniger und schlechtere Bewerber- sie nutzen allerdings auch nur max. 20% des Arbeitsmarktes.

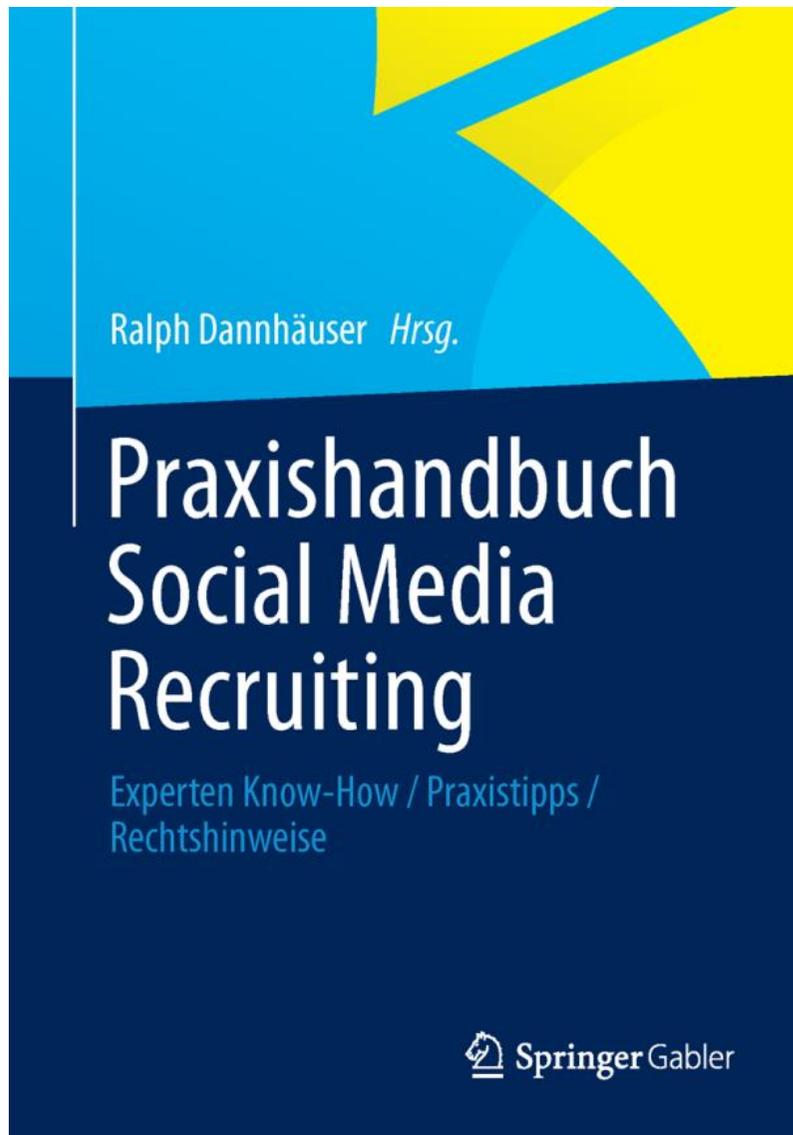
Erfahren Sie in diesem Intensivseminaren:

- was Sie tun können, wenn Sie zu wenige oder die falschen Bewerber bekommen
- wie Sie XING, LinkedIn, Facebook und Twitter für Ihr Recruiting einsetzen können
- wie weit andere Unternehmen schon sind
- wie Sie an Ihre „Traum-Kandidaten“ kommen
- was Sie in Ihrem Unternehmen ändern müssen, damit Sie erfolgreich sind

Weitere Infos und Anmeldemöglichkeiten unter finden Sie:

<http://www.competitiverecruiting.de/PraxisSeminarProaktivesRecruiting.html>

## Praxishandbuch Social Media Recruiting



### Über das Buch

Social Media Recruiting gilt als Wunderwaffe im Kampf gegen den Fachkräftemangel.

Erfahrene Experten (auch ich durfte Beiträge leisten u.a. zu LinkedIn, Twitter, Google+ und Recruiting Erfolge messen und managen) zeigen aus der Praxis, wie Sie als Geschäftsführer, Personaler, Führungskraft oder Recruiter die wichtigsten Social Media-Kanäle im Personalrecruiting erfolgreich und effektiv nutzen und mit proaktiver Personalsuche die Quantität und Qualität der Bewerber signifikant steigern können. Dadurch gelingt es Ihnen und Ihrem Unternehmen, im „War for Talent“ Ihrer Konkurrenz einen Schritt voraus zu sein.

Zahlreiche Praxisbeispiele, Interviews, Checklisten und Rechtshinweise sowie eine klare und systematische Gliederung bieten Ihnen praktische Entscheidungshilfen für die tägliche Arbeit.

Infos und Bestellung unter:

<http://www.competitiverecruiting.de/Praxishandbuch-Social-Media-Recruiting-Xing-LinkedIn-Facebook.html>

## Wettbewerbsvorteile für Ihr Recruiting realisieren!



### Recruitment Performance Management

- Empirisch fundierte Unternehmensberatung
- Konzeption und Strategie
- Recruitment professionalisieren
- Recruitingenerfolge messen

### Services

- Informationen über den Arbeitsmarkt
- Training (Recruiter & Hiring Manager)
- Benchmarking
- Online Befragungen

Das **Institute for Competitive Recruiting (ICR)** berät Unternehmen hinsichtlich Recruitment Performance Management, d.h. Optimierung des unternehmensspezifischen Recruitments, damit das Unternehmen im "Kampf" um die Talente wettbewerbsfähig wird bzw. bleibt.

## Wettbewerbsvorteile für Ihr Recruiting realisieren!



### Sie wollen...

die Kosten Ihres Recruitments um 25 %,  
die Besetzungszeit für Ihre Positionen um 30 % senken  
oder die Qualität Ihres Recruitments um 40 % steigern?  
Fit werden für den Wettbewerb um Talente?

### dann ...

analysieren wir die Effektivität und Effizienz Ihrer aktuellen Aktivitäten,  
finden gemeinsam die Verbesserungsfelder bei Prozessen und Recruitern,  
priorisieren die Handlungsalternativen,  
unterlegen alles mit einer zielführenden Erfolgsmessung,  
und starten den Prozess zu mehr Wettbewerbsfähigkeit für Sie!

**Wolfgang Brickwedde**  
Director  
Institute for Competitive Recruiting

Tel.+49 (0) 6221 7194007  
Tel.+49 (0) 160 7852859

email: [wb@competitiverecruiting.de](mailto:wb@competitiverecruiting.de)



**MACHEN SIE IHR RECRUITMENT  
FIT FÜR DEN WETTBEWERB!**

[www.competitiverecruiting.de](http://www.competitiverecruiting.de)



**RECRUITMENT FITNESS CHECK  
RECRUITER FITNESS CHECK  
RECRUITMENT PULSE CHECK  
RECRUITING CONTROLLING  
BENCHMARKING**