

## Großhändler setzt bei Gewinnung von Mitarbeitern verstärkt auf Active Sourcing



Name: METRO Cash & Carry  
Deutschland GmbH  
Branche: Großhandel  
Mitarbeiter: 15.000  
www.metro24.de  
www.xing.com/company/metro  
www.kununu.com/de/all/de/hg/metro-cash-carry

### Anforderungen:

Geeignete Fach- und Führungskräfte müssen zunehmend per Active Sourcing identifiziert und rekrutiert werden.

### Verwendete Produkte:

- XING Stellenanzeigen
- XING Talentmanager
- Employer Branding Profil

### Nutzen:

- Ausgezeichnete Bewerberqualität
- Gutes Kosten-/Nutzenverhältnis
- Effiziente Kandidatenfindung
- Ausgezeichnete Außerdarstellung

### Kontaktdaten:

METRO Cash & Carry  
Deutschland GmbH  
Dimitri Knysch, Harald Sattelberg  
Schlüterstraße 5  
40235 Düsseldorf

Für die Suche nach geeigneten Fach- und Führungskräften setzt die METRO Cash & Carry Deutschland GmbH auf ein eigenes Recruiting-Team. Damit bündelt die METRO Kompetenzen im eigenen Unternehmen, strafft Prozesse und spart Kosten für Personaldienstleister. Ergebnis: eine effiziente Rekrutierung. Auch das Employer Branding wurde neu ausgerichtet, um Bewerbern, Interessenten und Kollegen authentische Einblicke in die Arbeitswelt des Großhandelsunternehmens zu ermöglichen.

### Ausgangssituation: Gewinnung von Fach- und Führungskräften erfordert direkte Ansprache

METRO Cash & Carry ist führend im internationalen Großhandel. Allein in Deutschland arbeiten mehr als 15.000 Mitarbeiter in den 107 METRO-Großmärkten sowie den Märkten der Vertriebsmarke C+C SCHAPER. Weltweit ist METRO Cash & Carry mit über 750 Großmärkten in 28 Ländern vertreten und beschäftigt rund 110.000 Mitarbeiter. Frische Ware, eine hohe Sortimentskompetenz, maßgeschneiderte Services und ein attraktives Preis-Leistungsverhältnis: Das sind die Markenzeichen des Unternehmens. Einen sehr wichtigen Faktor für den Erfolg bilden dabei die Mitarbeiter. Denn nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitern kann man langfristig erfolgreich sein.

Schon seit längerer Zeit ist der generelle Trend zu beobachten, dass viele Führungskräfte und Spezialisten von Personalern gezielt identifiziert und angesprochen werden, da in unterschiedlichen Bereichen ein Mangel an Fachkräften besteht. Nicht der Bewerber stellt sich dem Unternehmen vor, sondern das Unternehmen bewirbt sich bei der Fachkraft. METRO Cash & Carry Deutschland baut seit zwei Jahren ein eigenes Recruiting-Team für das Active Sourcing auf. „Damit sollen das strategische Recruiting und die Direktansprache von geeigneten Kandidaten vorangetrieben werden“, erläutert Dimitri Knysch, Referent Führungskräfteerkrutierung bei METRO Cash & Carry Deutschland. Gemeinsam mit einer Kollegin unterstützt er die Fachabteilungen und das Personalmanagement bei der Gewinnung von Führungskräften.

### Experten-Tipp:

*„Die Integration der IT über Schnittstellen ist außerordentlich wichtig, damit qualifizierte Kandidaten sich leichter bewerben können. Damit die Effizienz der einzelnen Maßnahmen besser beurteilt werden kann, muss das Recruiting-Controlling ausgebaut werden.“*

DIMITRI KNYSCH  
REFERENT FÜHRUNGSKRÄFTEREKRUTIERUNG  
METRO CASH & CARRY DEUTSCHLAND GMBH



Harald Sattelberg (l.), Referent Personalmarketing & Employer Branding, und Dimitri Knysch, Referent Führungskräfteakquisition bei METRO Cash & Carry Deutschland.  
Foto: Paszkowsky

## Lösung: Erfolgreich rekrutieren mit XING

Active Sourcing gewinnt zunehmend an Bedeutung, zumal sich damit geeignete Kandidaten schneller als auf dem herkömmlichen Weg finden lassen und die Kosten für externe Personaldienstleister bei METRO Cash & Carry sinken. Wichtigstes Tool für Dimitri Knysch bei der Identifizierung potenzieller Mitarbeiter ist das berufliche Netzwerk XING. „In 90 Prozent aller Projekte arbeiten wir mit XING“, so Knysch weiter. Die Düsseldorfer verwenden den XING Talentmanager zudem als Projektmanagementtool, sei es für die schriftliche oder die telefonische Kontaktaufnahme mit interessanten Kandidaten. Durch die Zusammenarbeitsfunktionalität des XING Talentmanagers wird außerdem die Teamarbeit effizient unterstützt. Beispielsweise lässt sich dadurch eine ungewollte doppelte Kandidatenansprache vermeiden.

„Das Feedback bei der Ansprache von Kandidaten über XING ist in der Regel recht hoch. Zum Beispiel antworteten im Bereich E-Commerce rund 80 Prozent der angesprochenen XING-Mitglieder, davon wiederum möchten rund 70 Prozent einen Gesprächstermin haben“, berichtet Knysch. „Das Modell des unternehmenseigenen Recruitings stößt auf positive Resonanz, unter anderem weil es effizient ist und wir oft sehr schnell qualifizierte Fach- und Führungskräfte gewinnen müssen.“ Ergänzend werden die Foren auf XING genutzt, denn hier lassen sich neue Kontakte knüpfen, aus denen künftig sogar ‚mehr‘ werden kann, falls sie die fachlichen Anforderungen für eine Position im Unternehmen erfüllen. Insgesamt bewertet Knysch das Kosten-/Nutzenverhältnis bei XING positiv.

Auch das Employer Branding steht zunehmend im Fokus des Unternehmens. Dabei wird verstärkt auf den Online-Bereich gesetzt. „Wir bieten mehr dynamische und authentische Inhalte auf unseren Online-Präsenzen für Mitarbeiter und Bewerber an“, berichtet Harald Sattelberg, Referent Personalmarketing & Employer Branding bei METRO Cash & Carry Deutschland. „Die Außendarstellung muss auch das widerspiegeln, was intern

*„Wir müssen die Leute mit lebendigen und authentischen Inhalten interessieren. Von Werbung sind sie übersättigt.“*

HARALD SATTELBERG  
REFERENT PERSONALMARKETING & EMPLOYER BRANDING  
METRO CASH & CARRY DEUTSCHLAND GMBH

gelebt wird – um authentisch zu sein. Außerdem sollen die Informationen die Mitarbeiter und Interessenten unterhalten; das Stichwort lautet hier Recruitment.“ Ein gutes Beispiel hierfür ist der ‚Blick hinter die Kulissen‘, der dem Besucher im ‚METRO Backstage‘-Bereich auf der Karriereseite angeboten wird: Neues aus den Märkten, Informationen zu Karrierewegen und dem unternehmerischen Nachwuchs von METRO Cash & Carry zeigen, wie das Unternehmen intern tickt, damit der Bewerber von morgen auch weiß: Passt das Unternehmen zu mir?

## Ausblick: XING-Mitglieder können sich künftig einfacher bewerben

Beim Employer Branding setzt das Großhandelsunternehmen neben der eigenen Webpräsenz und dem hauseigenen ‚Genussblog‘, auch auf die Social-Media-Kanäle XING, kununu, YouTube und Facebook. Neben der Innovation und Weiterentwicklung der METRO-Webseiten gilt das Interesse von Sattelberg auch der Entwicklung der Auftritte auf XING und kununu, denn „es gibt bestimmte wichtige Kanäle, da muss man mit einem professionellen Auftritt einfach dabei sein. Und dazu gehören für mich kununu und XING“. Der Erfolg gibt ihm recht: Die Interaktion auf dem kununu-Profil von METRO Cash & Carry steigt seit dem Relaunch Mitte 2014 stetig und auch die eigenen Karriere-Kanäle erfreuen sich wachsender Zugriffe.

Diesen innovativen Weg geht METRO Cash & Carry weiter: Die Optimierung der Jobbörse für mobile Endgeräte beispielsweise erlaubt Bewerbern zukünftig, noch einfacher eine Bewerbung abzusenden. Auch XING spielt weiterhin eine wichtige Rolle: Bewerber können ihre Kurzbewerbung bald mit wenigen Klicks über ihren XING-Account direkt an den Personalbereich von METRO Cash & Carry schicken. Um die Wirksamkeit zu beurteilen und die richtigen Stellschrauben zu drehen, wird das Online-Recruitment durch ein umfassendes Tracking unterstützt, um dem interessierten Kandidaten die Bewerbung auf eine Stelle so einfach wie möglich zu machen. Der Erfolg dieser Maßnahmen gibt METRO Cash & Carry recht.

Erfahren Sie mehr über die E-Recruiting-Produkte von XING: [recruiting.xing.com](http://recruiting.xing.com)

XING AG • Dammtorstraße 30 • 20354 Hamburg • Deutschland • Tel.: +49 40 419 131-784 • [www.xing.com](http://www.xing.com)