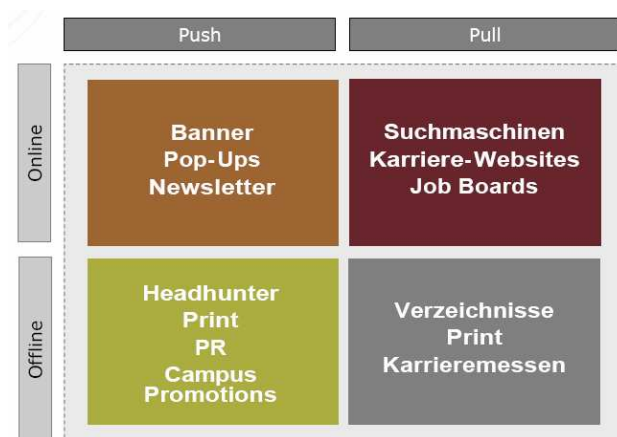


E-Recruiting: Neue Mitarbeiter über das Internet finden

Der Fachkräftemangel wird die Herausforderung und das beherrschende Thema der Zukunft für Unternehmen aller Branchen. Im März 2010 schreckte der Schweizer Zukunftsforscher Lars Thomsen (<http://www.future-matters.com>) Personalverantwortliche auf der Handelsblatt-Tagung mit seinen Thesen zur Zukunft des Personalmarkts auf. Er sprach von einem "War for Talents", einem extrem harten Wettbewerb um Mitarbeiter, der bereits 2012 einsetzt!

Konkret sprach er davon, dass wir in Deutschland ab ca. 2012 nicht mehr genügend Menschen haben werden, um den Bedarf der Wirtschaft und Verwaltung zu decken. Die Firmen werden sich bei den Menschen bewerben - nicht umgekehrt. Dabei werde die Entscheidung der Menschen für eine Arbeitsstelle nicht nur vom Gehalt abhängen, sondern auch davon, welche Kultur, Werte, Arbeitsatmosphäre, Führung und Optionen der Arbeitgeber ihnen bieten kann. (Die wenigen) Talente bewegen sich auf einem globalen Markt; Betriebe konkurrieren nicht mehr lokal, sondern global um hochwertiges Personal. Unternehmen sollten sich also jetzt mit Personal eindecken - ab 2010 ist die Rekrutierung von Personal, wenn überhaupt möglich, dann sehr teuer.

Für die Mitarbeitersuche setzen die meisten Firmen auf ein ganzes Bündel von Maßnahmen; stark im Kommen sind soziale Netzwerke sowie Kooperationen mit Universitäten und Fachhochschulen sowie die klassische Suche per Headhunter oder über die Einstellung von Praktikanten. So eine Befragung von AdTech (<http://www.adtech.de>) vom September 2009.



Quelle: Original von Google Inc., modifiziert
© Carsten Franke, www.milchundzucker.de

milch & zucker
THE MARKETING SOFTWARE COMPANY

Möglichkeiten der Mitarbeitergewinnung

(http://www.eco.de/dokumente/071107_Carsten_Franke_milch_zucker.pdf)

Insbesondere **E-Recruiting**, also die Mitarbeitergewinnung über das Internet oder Mobile Geräte, bieten Unternehmen neue, interessante und gleichzeitig effiziente Möglichkeiten. Mittlerweile werden bei Großunternehmen weniger als ein Fünftel aller Stellenangebote in Printmedien inseriert, so die Studie (http://www.uni-bamberg.de/isdl/news/studie_recruiting_trends_2010_erschiene/) "Recruiting Trends 2010". 72 Prozent der Neueinstellungen kommen über Internet-Kanäle zustande (im Vorjahr waren es noch 68 Prozent). Zwei Drittel aller Bewerbungen erreichen die Großunternehmen heute auf elektronischem Weg. Knapp die Hälfte der befragten Firmen wünscht Bewerbungen über das Bewerbungsformular auf der eigenen Unternehmens-Homepage. Lediglich noch sieben Prozent der Top 1.000-Unternehmen möchten von ihren Bewerbern eine Bewerbungsmappe per Post erhalten.

Dies ist auch nachvollziehbar: Schließlich sind diejenigen, die jetzt schon Internet und Mobilkommunikation nutzen und ausreizen Menschen, die dann auch im Unternehmen innovativ sind und technische Herausforderungen nicht scheuen. Unternehmen können durch eine durchgängige IT-Unterstützung ihren Rekrutierungsprozess effektiver und effizienter gestalten und dadurch Kosten und wertvolle Zeit einsparen.

Formen des E-Recruiting

Folgende Formen der Mitarbeitergewinnung über Internet und moderne Informations- und Kommunikationsmedien zählen zum E-Recruiting:

- **Stellenanzeigen auf der Homepage:** Stellenangebote werden nicht nur in Printmedien, sondern auch in Online-Medien veröffentlicht. Eine kumulierende Wirkung erreicht man, wenn man beide Medien zugleich bedient. Die Homepage enthält dabei meist ein Bewerbungsformular, in das ein Bewerber die für die Auswahlverfahren wichtigsten Daten eintragen kann, so dass anschließend gleich eine automatisierte Vorauswahl der Bewerbungen stattfinden kann.
- **Internet-Stellenbörsen:** Auf Internet-Stellenbörsen wie beispielsweise Monster.de oder auch der Online-Stellenbörse der Agentur für Arbeit können Stellensucher ihre Gesuche und Unternehmen ihre Stellenangebote einstellen. Entscheidend für den Erfolg der Stellenanzeige eines Unternehmens sind die Zugriffszahlen auf die Anzeige; Voraussetzung dafür wiederum sind die Zugriffszahlen auf die Stellenbörse selbst. Dazu stehen Messzahlen wie Unique Visitors, Page Views etc. zur Verfügung, die man von den Stellenbörsen erhält. Obwohl einige Stellenbörsen bereits Matching-Funktionen enthalten, die versuchen, Angeboten automatisiert geeignete Gesuche zuzuordnen, liegen die Stärken der Stellenbörsen vor allem in der Generierung von Bewerbungen, nicht in der Auswahl.
- **Recruiting über Suchmaschinen:** Über Suchmaschinen wie Google kann man versuchen, Stellengesuche zu finden (Beispiele für Suchstrings: "Stellengesuch", "Bewerbung",...). Sucht man Bewerber mit einem bestimmten Stellenprofil, so kann man über Suchmaschinen nach Kriterien suchen, die dieses Profil beschreiben (Beispiele für Suchstrings: "Spezialist & Brennstoffzellen", "Experte & Patentwesen",...).
- **Recruiting über Blogs/Foren:** In Blogs und Foren kann man systematisch nach bestimmten Begriffen suchen und dann die Autoren des jeweiligen Foren- oder Blog-Beitrages ("Posting") gezielt kontaktieren - sofern irgendeine Kontaktmöglichkeit (z.B. Mailadresse, Nachrichtenfunktion,...) vorhanden ist. Auch der umgekehrte Weg ist möglich: Das Unternehmen kann selbst Postings in Blogs platzieren; entscheidend ist hierbei, dass die Postings authentisch sind und sehr zielgerichtet und kontrolliert eingesetzt werden.
- **Recruiting über Soziale Netzwerke:** In sozialen Netzwerken wie XING, Facebook oder StudiVZ hinterlegen Nutzer ihr Profil und bilden Kontaktnetzwerke, um sich über diese Netzwerke darzustellen und sich mit anderen Netzwerk-Mitgliedern auszutauschen. Viele Angestellte, Selbständige, Studenten, Stellensuchende und latent Stellensuchende nutzen bereits solche Netzwerke. Diese Web-Communities werden in der Personalgewinnung immer beliebter. Das stellte das Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS; <http://www.is-frankfurt.de/chris/>) in einer Studie fest. Ein Drittel der befragten Unternehmen nutzt bereits XING, um sich über Jobkandidaten zu informieren. XING zählt mittlerweile immerhin ca. 1,5 Mio. Mitglieder. Xing gibt es in 16 Sprachen. Auch in Verbraucherportalen wie Dooyoo, Ciao, Yopi.de und MyMeinung finden sich nicht nur Produktmeinungen; unter der Rubrik „Arbeitgeber“ finden sich zahlreiche Einträge.
- **Mobile Recruiting:** Bei Mobile Recruiting setzt man auf die Personalgewinnung über mobile Endgeräte wie Handy oder PDA. Für Unternehmen erschließen mobile Anwendungen ganz neue Wege; es gibt aber noch erheblichen Informationsbedarf. Unter dem Stichwort Mobile Recruiting führte der eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft (<http://www.eco.de/>) eine Studie mit Personalverantwortlichen durch. Dabei zeigte sich, dass 62 Prozent der Befragten noch keinen vollständigen Überblick über die Möglichkeiten dieser Technologie haben. Auch unter iPhone-Apps oder Mobile Video kann ein Drittel der Entscheider nicht einmal etwas vorstellen. Etwa 25 Prozent haben obendrein noch nie etwas von Bluetooth-Anwendungen gehört, die bei der Rekrutierung Unterstützung bieten. Viele glauben allerdings, dass das Mobile Recruiting in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird und 42 Prozent halten es für möglich, dass ihr Unternehmen es in den kommenden Jahren einsetzen wird. Diejenigen, die es bereits heute in Anspruch nehmen, sind mit den Resultaten der Kampagne zufrieden.

Herausforderungen

E-Recruiting bietet also für die Mitarbeitergewinnung hoffnungsvolle Perspektiven. Allerdings müssen sich Personalverantwortliche auch Herausforderungen stellen, deren Umsetzung in diesem Mitarbeitergewinnungs-Medium noch weitgehend unklar ist:

- **AGG:** Das Allgemeine Gleichbehandlungs-Gesetz (AGG) verbietet jegliche Diskriminierung im Hinblick auf Geschlecht, Herkunft, politischer und religiöser Überzeugung. So hat beispielsweise

Siemens die Formulierung (m/w) für Positionsbeschreibungen als Standard eingeführt und verzichtet seitdem konsequent auf diskriminierungsverdächtige Begriffe wie Muttersprache in den Anforderungsprofilen. Das größte AGG-Problem sind in der Praxis die Absagen. Ein Unternehmen sollte sich daher nicht dazu äußern, weder mündlich noch schriftlich. Das mindert zwar die Qualität im Umgang mit Bewerberinnen und Bewerbern, aber die Risiken durch die nach wie vor anhaltende Rechtsunsicherheit sind derzeit noch weitgehend unkalkulierbar. Durch das AGG entsteht auch zusätzlicher Verwaltungsaufwand: Während die Personalabteilung früher eine abgelehnte Bewerbung noch am selben Tag zurückschicken und löschen konnte, muss sie heute noch nach mehreren Monaten in der Lage sein, Entscheidungen zu dokumentieren.

- **Veränderung der Arbeitswelt:** Die Veränderungen durch die Globalisierung, die Konjunktur sowie der Wandel in der Arbeitsorganisation ("Arbeiten wo der Mitarbeiter will, wann und wie viel") stellen auch neue Anforderungen an die Personalgewinnung. Zum einen steigt die Wechselbereitschaft des Arbeitgebers, d.h. der Umfang an Personalgewinnungsmaßnahmen steigt. Zum anderen müssen sich Unternehmen zukünftig multilingual, d.h. in mehreren Sprachen um Mitarbeiter bemühen. Dabei ist oft eine reine Übersetzung nicht ratsam, da in unterschiedlichen Ländern Mitarbeiter auch unterschiedliche "Personalmarketing-Stile" erwarten.
- **Employee Relationship Management (ERM):** ERM bezeichnet den Versuch, Prinzipien, Verfahren und sogar Tools aus dem Customer relationship Management (CRM) auf die Personalwirtschaft zu übertragen. Bei CRM steht die Steigerung der Kundengewinnung und -bindung im Vordergrund, im ERM die Steigerung der Mitarbeitergewinnung und -bindung. Dies bedeutet beispielsweise, dass man Mitarbeitergewinnung bevorzugt über Empfehlungen erreichen will, ehemalige Mitarbeiter wieder zurückholen will (Employee Recovery), dass man ein "Mitarbeiter-Beschwerdemanagement" einrichtet, dass man systematisch mit seinen Mitarbeitern kommuniziert und vor allem, dass man soviel wie möglich an Wissen über seine Mitarbeiter sammelt. Die größte Herausforderung stellt hier sicherlich der Datenschutz dar.
- **Employer Branding:** Für ein Unternehmen ist die Mitarbeitergewinnung einfacher, wenn es eine Marke aufgebaut hat, die bei potenziellen neuen Mitarbeitern bekannt und geschätzt ist (Employer Branding). Ausgangspunkt ist dabei die Bestimmung einer Employer Value Proposition; sie vereint die Werte des Unternehmens in einem griffigen Slogan.

CEBIS hilft weiter

Unternehmen, die Informations- und Beratungsbedarf zu Chancen, aber auch Risiken von IT und Internet haben, können sich an CEBIS wenden. In Veranstaltungen und an Beratertagen können Unternehmen Hilfestellung durch kompetente Berater erhalten. Informieren Sie sich auf der CEBIS-Website über die entsprechenden Termine und melden Sie sich möglichst frühzeitig an.

Quelle und Copyright: Internetauftritt des Landkreises Neu-Ulm, <http://www.landkreis.neu-ulm.de>

Tipp des Monats Mai 2010