

Steffen Michel

## Die Digitalisierung – und ihre Folgen für das Recruiting

**Verbraucher informieren sich heute im Netz, kaufen mobil ein, kommunizieren über Social Media und nutzen digitale Plattformen für das Streamen von Filmen und Musik. Ihr Medienverhalten schafft auch neue Anforderungen an Personalabteilungen: Karriereinteressierte suchen online nach passenden Jobangeboten und möchten sich direkt vom Smartphone aus bewerben. Sie erwarten zeitgemäße Zugangswege zum Bewerberverfahren, schnelle Reaktionszeiten und eine persönliche Ansprache. Aber wie sieht es auf Unternehmensseite aus? Wie hat die Digitalisierung das Recruiting und Bewerbermanagement bisher verändert? Und wie können HR-Abteilungen den neuen Herausforderungen gerecht werden?**

Viele Unternehmen setzen heute eine webbasierte HR-Software ein, um ihre Prozesse im Recruiting und Bewerbermanagement zu automatisieren und zu optimieren. Solche Programme unterstützen das Bewerberverfahren von der Stellenanzeige über den ersten Kontakt bis hin zum Vorstellungsgespräch. Sie ermöglichen einen schnellen Vergleich von Kandidaten – das reduziert nicht nur Zeitaufwand und Kosten, sondern bringt auch einen klaren Vorteil im harten Wettbewerb um die besten Köpfe. Die größte Veränderung jedoch ist: HR-Abteilungen erhalten durch die Digitalisierung ihrer Prozesse mehr Transparenz. Sie können genau analysieren, welche Maßnahme auf welchem Kanal welchen Erfolg erzielt hat und wie hoch die Kosten dafür waren. Recruiting-Aktivitäten lassen sich damit auf fundierter Datenbasis sehr gezielt steuern und auswerten.

### → Besseres Active Sourcing dank Talent Pool

Der Druck auf Personaler ist groß. Sie müssen die „Time to Hire“ verkürzen,

kostensparend arbeiten und schnell Erfolge liefern. Aufgrund des Fachkräftemangels können sie sich nicht mehr zurücklehnen und darauf warten, dass qualifizierte Bewerber an ihre Tür klopfen. Stattdessen ist zunehmend Active Sourcing gefragt: Personalexperten müssen proaktiv auf geeignete Kandidaten zugehen, durch persönlichen Kontakt an sich binden und idealerweise für eine Anstellung gewinnen. Hier spielt der Talent Pool eine wichtige Rolle: In einer Datenbank speichert die HR-Abteilung Profile von vielversprechenden Interessierten, die sie im Bedarfsfall kontaktieren kann. Das können Initiativbewerbungen sein oder Unterlagen von geeigneten Kandidaten, die sich schon einmal auf eine konkrete Stelle beworben hatten, aber nicht zum Zuge kamen.

Während HR-Mitarbeiter für diesen Zweck früher mühsam Daten von Bewerbern in Excel-Tabellen übertragen mussten, macht der Einsatz einer Bewerbermanagement-Software den Aufbau eines Talent Pools denkbar einfach. Unterlagen lassen sich ohne Medienbruch in das System überfüh-

ren und Recruiter erhalten auf Knopfdruck Profile von geeigneten Jobanwärtern. Voraussetzung dafür ist, dass der Bewerber sein Einverständnis zur Speicherung seiner Daten gegeben hat. Laut einer Studie der Online-Jobbörse Monster [1] sehen 41,7 Prozent der 1.000 größten Unternehmen in Deutschland Talent Pools als wichtigen Bestandteil ihrer Rekrutierungsstrategie. Im Schnitt wird jede zehnte Stelle durch einen Kandidaten aus dem Talent Pool besetzt.

### → Vorsicht vor Stolperfallen

Doch genau hier lauert auch einer der Fallstricke der Digitalisierung: Personalabteilungen müssen mehr denn je auf Datenschutz achten. Wenn Bewerberprofile plötzlich frei zugänglich im Internet auftauchen, schadet das nicht nur dem Ruf des Unternehmens, sondern kann auch empfindlich teure Strafen nach sich ziehen. Wichtig ist deshalb, dass die HR-Software die deutschen Datenschutzgesetze erfüllt und Compliance-konform eingesetzt wird. In jedem Fall sollten HR-Abteilungen bereits bei der Einführung einer Software den Datenschutzbeauftragten des Unternehmens mit einbeziehen.

Und: Die zunehmende Automatisierung kann auch Nachteile mit sich bringen. Sie steht zwar für Zeitersparnis und Kostenvorteile, vergibt unter Umständen aber auch Chancen. Das beginnt schon beim ersten Kontakt mit dem Kandidaten. Hat er seine Unterlagen abgesendet, erwartet er eine rasche Eingangsbestätigung. Die schnellste Reaktionszeit erreicht man mit einer automatisierten Antwort. Jeder Mensch möchte aber auch als Persönlichkeit wahrgenommen und wertgeschätzt werden. So vermittelt eine persönliche Ansprache das Gefühl, dass man nicht bloß von einer Maschine abgefertigt wird. Wenn automatische Antworten um drei Uhr nachts versendet werden, ist jedoch sofort klar, dass hier kein Mensch am anderen Ende sitzt. Wer hingegen darauf achtet, dass Bestätigungen nur zu Bürozeiten das Haus verlassen, wirkt authentischer. Unternehmen, die ihre E-Mails zudem zumindest teilweise personalisieren, gewinnen so einen vielleicht entscheidenden Sympathie-Vorteil.

## → Die richtigen Social-Media-Kanäle bedienen

Social Media gehört heute ganz selbstverständlich zum Alltag der meisten Menschen. Auch im Recruiting und Bewerbermanagement spielen diese Plattformen daher eine zunehmende Rolle. Laut einer Studie von Monster [2] bewerten sieben von zehn Unternehmen Social-Media-Anwendungen in der Rekrutierung als positiv, bei den Stellensuchenden sind es sechs von zehn. Entscheidend dabei ist, den richtigen Kanal für die Zielgruppe auszuwählen. Wer einen Azubi sucht, für den ist Facebook sicher eine gute Möglichkeit. Professionals wird man dort jedoch weniger antreffen. Hier sind Business-Netzwerke die bessere Wahl: Xing gilt derzeit als wichtigstes Medium, um deutsche Kandidaten anzusprechen, LinkedIn ist gut geeignet für den internationalen Markt.

Auch die Ausrichtung der Recruiting-Kampagne bestimmt den geeigneten Social-Media-Kanal. So setzt die Mehrheit der deutschen Unternehmen laut der Monster-Studie vorwiegend Xing für die Platzierung von Stellenanzeigen, Active Sourcing und die Suche nach Informationen ein. Facebook hat dagegen beim Employer Branding und bei Imagewerbung obersten Stellenwert. Alle Social-Media-Plattformen bieten potenziellen Bewerbern die Möglichkeit, unkompliziert mit dem Unternehmen in Kontakt zu treten und Fragen zu stellen. Wer sich entscheidet, diese Kanäle zu bedienen, muss dies auch richtig und kontinuierlich tun. Mitarbeiter brauchen Know-how für die Betreuung von sozialen Netzwerken und müssen sich täglich Zeit dafür einplanen. Viele Unternehmen setzen deshalb für das Recruiting und Bewerbermanagement Social-Media-Manager ein.

HR-Software kann das Recruiting im Social-Media-Bereich auf verschiedene Art und Weise unterstützen. Viele Systeme haben eine Multiposting-Funktion, mit der Content automatisiert in verschiedene Kanäle gleichzeitig gespielt werden kann. Eine gute Software schlägt eine für die jeweilige Zielgruppe geeignete Plattform vor und kennt auch Nischenstellenbörsen. Dort erreicht man mit wenig Aufwand oft eine höhere Trefferquote bei der Bewerberqualität

als in großen Jobportalen. Außerdem verfügen einige HR-Systeme über Schnittstellen zu Businessnetzwerken wie Xing und LinkedIn, die eine Kurzbewerbung ermöglichen. Karriereinteressierte können dann auf Knopfdruck ihre im Social-Media-Profil hinterlegten Daten ins Bewerbersystem übertragen – ein großer Zeitvorteil für die potenziellen Mitarbeiter.

## → Mobile-Recruiting und One-Klick-Bewerbung auf dem Vormarsch

Mobil erreichbare Kanäle werden für das Recruiting immer wichtiger – darin ist sich die Mehrheit der Unternehmen einig. Smartphones und Tablets sind heute unsere ständigen Begleiter. Eine erste Vorgabe für HR-Abteilungen ist deshalb: Stellenangebote und Online-Karrierebereich müssen im Responsive Design gestaltet sein, sodass sie für die jeweiligen mobilen Endgeräte optimiert sind – auch das kann HR-Software leisten. Möchte sich der Interessent direkt bewerben, muss das Verfahren so einfach wie möglich sein. Niemand will schließlich aufwändige Formulare am Smartphone ausfüllen. Hier kommt die One-Klick-Bewerbung ins Spiel: Mit einem Fingertipp auf „Mit meinem Xing-Profil bewerben“ sendet der Interessent sein Kurzprofil ab. Laut Monster [3] sehen derzeit 17,3 Prozent der befragten Unternehmen die One-Klick-Bewerbung als wichtig an. Mehr als die Hälfte gehen außerdem davon aus, dass sie in Zukunft an Bedeutung gewinnt.

Mobile Endgeräte erleichtern auch Recruitern die Arbeit. So bieten moderne HR-Systeme zum Beispiel die Möglichkeit, Bewerbungen vom Tablet aus zu bearbeiten oder darauf einen Fragenkatalog mit ins Vorstellungsgespräch zu nehmen. HR-Mitarbeiter können dann schon während des Gesprächs ihren ersten Eindruck von dem Bewerber auf dem Touchscreen eingeben und sich sehr schnell einen Überblick verschaffen.

## → Die Zukunft wird noch digitaler

Die Digitalisierung wird weitere Fortschritte im Personalwesen bringen

und immer mehr Prozesse werden künftig digital sowie automatisiert ablaufen. Dadurch ändern sich auch die Anforderungen an HR-Mitarbeiter. Über ihre fachliche Kompetenz hinaus müssen sie über Software-Know-how und Social-Media-Affinität verfügen. Im Gegenzug stehen Software-Anbieter vor der Herausforderung, ihre Produkte so zu gestalten, dass sie ohne langwierige Schulungen intuitiv zu bedienen sind. Sie müssen Systeme laufend an die sich ändernden Anforderungen der HR-Abteilungen anpassen und kontinuierlich um neue Funktionen ergänzen.

## → Anmerkungen

- [1] Monster Themenspecial „Active Sourcing“ (<http://info.monster.de/Monster-veroeffentlicht-Recruiting-Trends-2016-Studie/article.aspx>)
- [2] Monster Themenspecial „Active Sourcing“ (<http://info.monster.de/Monster-veroeffentlicht-Recruiting-Trends-2016-Studie/article.aspx>)
- [3] Monster Themenspecial „Bewerbung der Zukunft“.

## → Der Autor



© MHM HR

Steffen Michel ist Geschäftsführer und Gründer von MHM HR, einem führenden Anbieter von eRecruiting- und Bewerbermanagement-Software-Lösungen „Made in Germany“. In dieser Rolle ist er für die Unternehmensentwicklung und die kaufmännische Leitung des Unternehmens zuständig. Steffen Michel verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen HR-Software, Recruiting, Talent- und Bewerbermanagement. Seit der Gründung 2001 hat er MHM HR kontinuierlich zu einem der führenden deutschen Anbieter für maßgeschneiderte HR-Software auf Basis von Systemstandards ausgebaut.

✉ [michel@wissensmanagement.net](mailto:michel@wissensmanagement.net)