

FACHBEITRAG 2017

Leitartikel: Recruiting in Zeiten der Digitalisierung

Rekrutierungsprozesse sind in sehr starkem Maße von der Digitalisierung betroffen. Viele Unternehmen nutzen bereits e-Prozesse und integrierte Tools zum Bewerbermanagement und für Teile der (Vor)Auswahl. Durch den globalen Wettbewerb um potenzielle Mitarbeiter rückt zudem, das aus dem Marketing stammende Konzept der Candidate Experience, in den Fokus der Verantwortlichen in HR.



Dieser Leitartikel gibt einen Einblick in die aktuellen Trends im Recruiting in Zeiten der Digitalisierung.

Worum geht es?

Die Personalbeschaffung wird heute von den E-Recruiting-Kanälen dominiert: 87 % der offenen Stellen werden auf der eigenen Unternehmens-Webseite und 61,2 % in Internet-Stellenbörsen ausgeschrieben im Vergleich zu 20,2 % in Printmedien (Quelle. www.wikipedia.de).

Die technologischen Trends der Automatisierung, künstlichen Intelligenz, Big Data, Social Media etc. haben direkten Einfluss auf den kompletten Rekrutierungsprozess. Einerseits wird die Identifikation und aktive Ansprache von potenzielle Bewerbern vereinfacht, andererseits werden auch alternative Angebote der Wettbewerber und Bewertungen/ Erfahrungen zu den eigenen Recruiting-Aktivitäten transparent.

Candidate Experience beschreibt das individuelle Erleben von Bewerbern im Rekrutierungsprozess. Sie bildet sich mit den gesammelten Erfahrungen mit dem potenziellen Arbeitgeber und dessen Vertretern.

Das Konzept der Candidate Experience leitet sich aus dem Customer Experience-Management ab, bei dem das Bild des Kunden vom Unternehmen im Mittelpunkt steht. Unternehmen sollten auch großes Interesse daran haben, die Begegnungen mit Bewerbern in ein positives Erlebnis zu wandeln. Die Candidate Experience, manchmal auch als Candidate Journey bezeichnet, lässt sich in sechs Phasen unterteilen, wobei jede dieser Phasen mehrere Kontaktpunkte beinhaltet. Wird einer dieser Kontaktpunkte als negativ empfunden, kann dies zu einer Unterbrechung des Prozesses führen und der Bewerber sich gegen das Unternehmen entscheiden. Das Ziel besteht also darin, die Kontaktpunkte zu prüfen und gegebenenfalls zu optimieren. Die sechs Phasen sind Anziehung, Information, Bewerbung, Auswahl, Onboarding und Bindung. Typische Beispiele für schlechte Erfahrungen während dieser Reise sind unklare Stellenanzeigen, unprofessionelle Bewerberkommunikation (z.B. Gestaltung von Internetseiten oder Recruiting-Videos), schlechte Recruiting-Tools, unvorbereiteten Interviewer etc. Die zentralen Phasen dieses Ansatzes sind in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

Von der Bewerberadministration zur *Candidate Journey*



FACHBEITRAG 2017

Aktuelle Studienergebnisse

Die aktuelle Studie „Recruiting Trends 2017“ vom Center of Human Resources Information Systems (CHRIS), der Universität Bamberg und dem Karriereportal Monster beleuchtet u.a. das Thema Active Sourcing und Social Recruiting. Befragt wurden repräsentative Unternehmen der Top-1000 Unternehmen, der Top-1000 Unternehmen des Mittelstands sowie der Top-300 Unternehmen in der IT-Branche und ca. 3400 Kandidaten. Zentrale Ergebnisse sind:

- Social Media ist im Tagesgeschäft der Recruiter angekommen: 70% der Befragten bewerten die Nutzung von XING, LinkedIn, Facebook und Co. als positiv und hilfreich.
- Active Sourcing gewinnt an Bedeutung: Auch im Mittelstand wird bei knapp 40% der offenen Stellen auch aktiv nach Kandidaten gesucht.
- Der erste Kontakt entscheidet: Fast 75% der befragten Kandidaten möchten individuell und passgenau angesprochen werden.
- Active Sourcing funktioniert: 28,1% der Kandidaten haben sich aufgrund der direkten Ansprache bei Unternehmen beworben, bei denen sie sich ansonsten nicht beworben hätten.

Eine weitere aktuelle Studie (Candidate Journey 2017, von meta HR & stellenanzeigen.de) hat sich mit zentralen Erfolgsfaktoren der Candidate Experience beschäftigt. Die Studie baut auf der ersten deutschsprachigen Untersuchung zum Thema von 2014 auf. Die Studie ist das Resultat der Analyse von 773 individuell erlebten erfolgreichen Bewerbungs- und Onboarding-Prozessen. Die Ergebnisse lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Bewerbungsprozesse sollten maximal 6 Wochen dauern, um eine positive Candidate Experience auszulösen!
- Bis zu 40% der potenziellen Kandidaten bewerben sich nicht, wenn sie den Jobtitel unverständlich finden!
- Mit nur 44% der neuingestellten Mitarbeiter wurde über die Unternehmensziele gesprochen!
- 17% aller unter 30-Jährigen würden im Zweifel lieber auf eine Bewerbung verzichten, als ein klassisches E-Recruiting-Formular auszufüllen!
- Fast 62% aller Bewerber unter 30 Jahren würden ein One-Click-Verfahren nutzen!
- Rund 70% aller Jobsuchenden erwarten vom potenziellen Arbeitgeber Informationen zu Unternehmenswerten und -kultur!
- Für 85% der Jobsuchenden ist die kulturelle Passung wichtig oder besonders wichtig!
- Rund 84% aller weiblichen Jobsuchenden finden flexible Arbeitszeiten attraktiv!

Resümee und Ausblick

Die technologische Entwicklung wird die Rekrutierungsprozesse weiter verändern und verschlanken. Hier sind insbesondere Idee wie das One-Click-Verfahren und mobile Recruiting-Apps umzusetzen. Vor allem die KMU haben bei diesem Thema noch deutliches Entwicklungspotenzial. Einige der typischen Aktivitäten innerhalb der Candidate Journey werden noch weiter automatisiert werden können. Insbesondere bei der Einschätzung von Soft-Skills und der kulturellen Passung von Bewerbern kommen Software-Lösungen allerdings an ihre Grenzen. Es wird auch zukünftig darum gehen, menschliche und technologische Kompetenz sinnvoll zu kombinieren, um professionelle, wirtschaftliche und erfolgreiche Rekrutierungsprozesse zu implementieren. Dabei sollten jedes Unternehmen gut überlegen, wie die einzelnen Schritte der Candidate Journey optimal und „kundenorientiert“ gestaltet werden können.