

Im SKope * Ausgabe 72 * Juni 2017



Liebe Kunden, Liebe Leser,

dies ist die neue Ausgabe unseres HR-Newsletters. Endlich steht der Frühling vor der Tür und öffnet uns neue Perspektiven auf die uns bekannte Umgebung. Dasgleiche passiert bei uns allen gerade mit den Megathema der Digitalisierung. Wir hoffen, Sie behalten den Über-/Durchblick und erkennen die wirklichen Prioritäten.

Viel Spaß beim Lesen!



Leitartikel: Candidate Journey

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 bzw. Candidate Journey, 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 Bewerber 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.

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 zu diesem 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.

Schon gehört?

Wie lange bleiben die Chefs?

Genau 7,8 Jahre bleiben CEOs in Deutschland, Österreich und der Schweiz zurzeit im Durchschnitt ihrem Unternehmen treu. Nur in 12,7 Prozent der in dort ansässigen 300 größten börsennotierten Unternehmen ist im vergangenen Jahr der CEO-Posten neu besetzt worden. Im Vergleich zum Vorjahr gibt es damit mehr Kontinuität auf deutschen, österreichischen und schweizer Chefetagen: Im Jahr 2015 wurden DACH-weit noch 16,7 Prozent der Chefposten neu besetzt.

Mit der aktuellen Wechselquote verzeichnet die DACH-Region weltweit die geringste Fluktuation an der Unternehmensspitze. Die meisten Wechsel gab es im vergangenen Jahr in Brasilien, Russland und Indien. Dort lag die Fluktuationsrate bei jeweils 17,2 Prozent.

Die Zahlen stammen aus der "2016 CEO Success Study" von "Strategy &", der Strategieberatung des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens PWC.

www.haufe.de



Schon mal drüber nachgedacht?

Immer mehr Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern Lernangebote im Intranet zum "Lernen on Demand" zur Verfügung. Dabei handelt es sich meist um kompakte Lernpakete, die aus Kurzvideos, Kurzerklärungen und Arbeitsvorlagen bestehen. Ideal hierfür sind typische Tools und Methoden, die ein Mitarbeiter gerne im Arbeitsalltag ein- und umsetzen würde. Dies können Methoden aus dem Projektmanagement, der Führung oder auch Techniken zur Einwandbehandlung oder zum Beschwerdemanagement sein.

Derzeit erstellen wir für unterschiedliche Kunden solche Lernpakete bzw. Lernminis.

Interessiert? Dann nehmen Sie zu uns Kontakt auf!

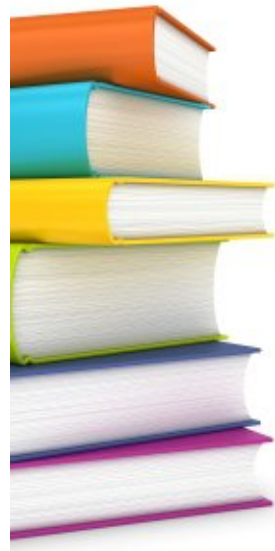


Schon gelesen?

von Struck, P. (2016). *Game change - das Ende der Hierarchie?*
Gabal Verlag.

Im Rahmen von digitalen Veränderungsprozessen wird auch zunehmen deren Einfluss auf die Organisations- und Führungsstrukturen diskutiert. In insgesamt fünf Kapiteln werden die aktuellen Einflüsse auf Unternehmen beschrieben und Auswirkungen auf das aktuelle Führungskonzept dargestellt. Die Kernbotschaft ist, dass ein radikaler Wandel der Strukturen und der Kultur, wie Menschen in den Unternehmen zusammenarbeiten, nötig sein wird.

Pia Struck zeigt auf, welche Rahmenbedingungen und welches Verhalten Menschen dazu bringen, mit ihren gesamten Fähigkeiten, ihrer Kreativität und ihrer Begeisterung für ein Unternehmen zu arbeiten. Das Buch weist Führungskräften und Firmenlenkern Wege zu einer solchen Organisation, in der Menschen bereit sind, ihr Bestes zu tun.



SKope GmbH | www.skope.de | Königsteiner Str. 100 | D - 65812 Bad Soden

Abmeldelink | [unsubscribe](#) | [Lien de désinscription](#)