

Zusammenfassung: Das Recruiting

Gratwanderung im Recruiting

01.10.2007

Große Mengen an Bewerbungen lassen sich oft gar nicht anders bearbeiten als mithilfe standardisierter Texte und Interviews, zu denen Juristen im Hinblick auf die Stolpersteine des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes sowieso raten. Dennoch macht der Ton die Musik: In diesem Sinne sollten sowohl Antwort-, Einladungs- und Absagetexte als auch der Stil der Interviews überdacht werden. Übrigens auch im Sinne der Außenwirkung des Unternehmens.

Ein **persönlicher, individueller Umgang** mit Bewerbern ist in der Software-/Internet-Branche Standard eh schon üblich; diese Erfahrung machen wir in unserer täglichen Arbeit auch. Und lernen dabei, dass es genau das ist, was vielen Kandidaten sehr gut gefällt und am Ende oft das i-Tüpfelchen ist. Persönliche Texte, angenehme, offene Gespräche ohne vorbestimmte Choreografie und ein Rundgang durch das Unternehmen wecken Sympathie und die ist schließlich entscheidend bei der Jobwahl.

Und außerdem: Ich habe doch als Recruiter auch den Anspruch, angenehm auf die Bewerber zu wirken - Eine künstliche Mauer zu bauen ist in jedem Falle kontraproduktiv. Und ein Interview, bei dem der Gesprächspartner entspannt lächelt statt verkrampft zu zittern, macht doch eh mehr Spaß. Und ist in der Regel auch aufschlussreicher.

Erfolgreiche Rekrutierungsprozesse sind schnell und persönlich

14.12.2007

Wie gestalte ich den Recruitingprozess so, dass sich Bewerber ernst genommen und wohl fühlen?

Erste Erkenntnis: **Geschwindigkeit.**

Marcel hat die Gründe genau beleuchtet und damit absolut recht. Und das ist ja nur verständlich. Für einen Menschen ist die Bewerbung schließlich eine sehr besondere, persönliche Handlung - er wünscht sich Feedback und möchte das Gefühl haben, dass man sich Mühe beim Auswahlprozess gibt. Also gehen bei uns Eingangsbestätigungen noch am selben Tag raus, bis zur Einladung zum Interview vergeht meist nicht mehr als eine Woche, danach gibt es erfahrungsgemäß innerhalb von einer weiteren Woche eine Rückmeldung. Das kommt gut an, das Feedback der Bewerber gibt mir Recht.

Denn auch eine Absage, die nicht monatelang auf sich warten lässt, dann persönlich formuliert ist und Alternativen aufzeigt (schauen Sie ab und an auf unserer Homepage nach, vielleicht finden Sie dort in zu einem späteren Zeitpunkt die richtige Stelle), ist eine Ansage, die allemal besser ist, als nie wieder vom Unternehmen zu hören. Und es gehört eben zum Job des Personalers, zu verhindern, dass Bewerbungen in den Schubladen der Geschäftsführer und Abteilungsleiter verschwinden.

Trotz unserer Bemühungen, besonders schnell zu reagieren, kommt es ab und zu vor, dass der Kandidat in der Zwischenzeit einen anderen Vertrag unterschreibt. Das ist ärgerlich, aber auch verständlich. Schließlich muss sich ein IT-Spezialist nicht nach den Prozessen des Unternehmens richten und warten, bis man sich gnädigst mit seiner Bewerbung auseinandersetzt. Andersrum sollte es der Fall sein.

Wichtig auch: Ein **Ansprechpartner**, der immer erreichbar und kompetent ist und vor allem, der von Anfang bis zum Ende des Prozesses der gleiche bleibt. Der Bewerber sollte also Mails von demjenigen bekommen, der auf der Stellenbeschreibung als

Ansprechpartner angegeben ist. Der gleiche Mensch sollte dann auch ans Telefon gehen und idealerweise auch im Interview dabei sein.

Der Bewerber ist König

19.03.2008

Egal um welchen Aspekt des Recruitings es geht, entscheidend ist die Sichtweise des Bewerbers. Ein wichtiger Aspekt ist hierbei die Anzeigengestaltung. Stellenbeschreibungen sollten übersichtlich, leicht verständlich und gut zu lesen sein. Und vor allem: Man muss verschiedene Kommunikationskanäle anbieten und sich mit Regeln zurückhalten. Der Hinweis darauf, Bewerbungen würden ausschließlich über das Online-System des Unternehmens entgegengenommen oder schriftliche Bewerbungen umgehend geschreddert, wirken nicht sonderlich sympathisch und aufgeschlossen. Witzig ist in solchen Fällen, wenn sich das Unternehmen zuvor als besonders innovativ, flexibel und sonst irgendwie modern gepriesen hat.

Klar, Personaler machen einen Job, der oft recht viel mit administrativem Abarbeiten zu tun hat und es gibt tatsächlich Schöneres als Bewerbungsmappen zu bearbeiten. So wie vermutlich in jedem Job vergisst man auch als Personaler ab und an, dass Bewerber sich nicht bewerben, um Böses zu tun und Arbeit zu verursachen, sondern man sich über jede einzelne Mappe freuen sollte.

Auf jeden Fall muss man sich bewusst machen, dass man Dienstleister für den Bewerber ist. Dass Stellenanzeigen dazu da sind, neugierig auf die Stelle zu machen und relevante Informationen zu vermitteln. Und dass (potentielle) Bewerber natürlich ein Recht haben, anzurufen, zu mailen, zu schreiben, zu kommentieren, zu faxen oder sonst irgendwie von einem kompetenten Ansprechpartner Informationen zu bekommen.

Diese Erkenntnis ist im Grunde nicht abwegig. Umso merkwürdiger finde ich es, dass oft gerade Unternehmen, die ganze Abteilungen voller Marketing-Helden haben, diese einfachen Dinge falsch machen. Da wird kein Ansprechpartner genannt, keine Telefonnummer, keine Adresse, aber dafür der strenge Hinweis, Bewerbungen würden ausschließlich über das Online-System angenommen. Komisch.

Neue Ergebnisse zur Relevanz von Online-Stellenanzeigen

23.05.2008

Der Verband der deutschen Internetwirtschaft eV (<http://www.eco.de/>) machte im April eine Umfrage unter 100 Recruiting-Experten zum Thema Online-Stellenanzeigen. Das Ergebnis war abzusehen und wurde nun im Rahmen einer Pressemitteilung unter http://www.eco.de/verband/202_4946.htm veröffentlicht.

Immerhin 62% der Befragten stimmen der Aussage zu, dass Online-Stellenanzeigen 2008 eine zentrale Rolle im Recruiting/ Personalmarketing spielen. Unterstützt wurde das Ergebnis aber auch davon, dass ein Teil der Befragung über die Website des Verbandes (in der Rubrik E-Recruiting) durchgeführt wurde. Mit anderen Worten gelangte die Befragung in diesem Fall nur an Personen, die sich ohnehin schon relativ frei im Internet bewegen und zudem auch noch am Thema E-Recruiting interessiert sind. Da ist es schon recht nahe liegend, dass diese auch die Relevanz von Online-Anzeigen höher einschätzen als ein Personaler, der sich noch nicht so gut mit dem Internet auskennt. Wie auch immer, die Tendenz des Ergebnisses ist sicher richtig, nur ärgert es mich bei derlei Umfragen immer wieder, dass sie nie eine repräsentative Stichprobe der Grundgesamtheit ansprechen.

Die erfolgsrelevanten Faktoren Gestaltung, Text, Verschlagwortung und Jobbezeichnung wurden von den Befragten als annähernd gleich wichtig benannt. Gleichzeitig zeigen die

Ergebnisse der Umfrage, dass viele Recruitingexperten die Mehrheit der Anzeigen nur als befriedigend bis mangelhaft bezeichnen.

Witzig daran ist, dass die Zahlen für dieselben Faktoren, wurden sie von den Befragten auf die Qualität der eigenen Anzeigen angewendet, viel besser aussahen. Der Kern des Problems mit den vielen schlechten Stellenanzeigen ist letztlich also ein mangelhaftes egozentrisches Problembewusstsein. Was sagt uns das? Richtig: Wir werden uns immer weiter bemühen unsere Anzeigen zu verbessern.

Nachtrag: Wie ich eben gesehen habe, hat sich Kollege Thorsten darüber auch schon ausgelassen. Also noch mehr Kritik und auch einen Hinweis darauf, wie man es besser machen kann findet Ihr unter <http://www.blogaboutjob.de/recruiting/das-alte-leid-mit-den-stellenanzeigen/>.