DIE ZUKUNFT DES RECRUITING

Welchen Stellenwert haben Apps, Games und Social Media wirklich?

VON LUISE HEBECKER

E-Recruiting ist für die Personaler großer Unternehmen längst kein neuer Begriff mehr – könnte man meinen. Während die junge Generation mitunter tagtäglich auf sozialen Plattformen wie Facebook, XING und studiVZ aktiv ist, sind Arbeitgeber beim Gebrauch von Social Media und insbesondere Games und Apps zur Personalsuche noch eher verhalten. Obwohl das Internet zahlreiche neue Möglichkeiten bietet, scheinen sich die Personaler von heute noch nicht sicher zu sein, ob die Vorteile tatsächlich gegen die Nachteile überwiegen.

Jobbörse Internet

Was tun wir, wenn wir auf der Suche nach einem Praktikum, einer Trainee-Stelle oder einem neuen Job sind? Wir überlegen erst einmal, was wir gerne machen würden. Eine Umfrage unter rund 10.000 Jobsuchenden und Karriereinteressierten ergab, dass Internet-Stellenbörsen wie monster.de mit 66,8 Prozent die ersten Anlaufpunkte zur Informationssuche sind. Gleichzeitig gelten sie auch als die erfolgreichsten: 44 Prozent der Befragten erhoffen sich darüber große Chancen auf einen neuen Job.

Doch bei welchem Unternehmen wollen wir uns eigentlich bewerben? Sollte sich der zukünftige Arbeitgeber sozial engagieren und auf die Umweltfreundlichkeit seiner Produkte achten oder kommt es uns auf Internationalität an? Der zweite Anlaufpunkt ist dann wahrscheinlich die Homepage des Unternehmens. Mal über zahllose Klicks, mal gleich auf Anhieb finden wir Stellenangebote und Beschreibungen für Studenten, Absolventen, Fach- und Führungspersonal. Weiterführende Informationen inklusive. Immerhin 87 Prozent aller Vakanzen werden laut der Studie „Recruiting Trends" auf der Unternehmenshomepage veröffentlicht.

Und was ist das? Ein weiterer Klick und wir befinden uns auf einer Facebook-Fanpage. Doch auf Social Media setzen viele deutsche Arbeitgeber bisher eher zögerlich. Zum Zweck der Imagewerbung nutzen rund 13 Prozent der deutschen Großunternehmen Facebook. Jedoch nur 6,8 Prozent schalten dort regelmäßig Stellenanzeigen. Im Vergleich wird das Karrierenetzwerk XING von allen sozialen Plattformen am meisten zum Recruiting genutzt. Doch woher kommt diese Zurückhaltung? „Es ist noch nicht klar, ob Facebook tatsächlich einen Mehrwert für das Recruiting bringt und ob sich die investierten Ressourcen auch rentieren", erklärt Dr. Andreas Eckhardt vom Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik an der Universität Frankfurt. „Zudem wissen viele Unternehmen noch nicht, ob Social Media-Aktivitäten vom Marketing oder der Personalabteilung gesteuert werden sollen. Und wie stark müssen Marketing, Personal, die Rechtsabteilung und IT miteinander verknüpft werden? Oder wäre es sogar eine Lösung, eine eigene kleine Abteilung zu Social Media einzurichten?"

Ein weiteres Problem: Man weiß nie genau, ob ein Social Media-Auftritt zum Erfolg wird. Eine Reihe von Unternehmen nutzen Social Media vor allem zum Employer Branding und für die Kommunikation. Dem stimmt auch Eckhardt zu: „Facebook ist ein ganz klares Imagemittel. Die Unternehmen wollen innovativ und fortschrittlich wirken." Zudem scheint die Mitarbeitersuche im Sozialen Netzwerk auch weniger erfolgreich. Denn die Zufriedenheit mit neuem Personal, das über Facebook, Twitter etc. ins Unternehmen fällt im Nachhinein oft geringer aus als erhofft.

Recruiting 3.0

Wie sieht sie also aus, die Zukunft des Recruitings? Eines steht fest: Fachkräftemangel und demographischer Wandel werden die Unternehmen immer mehr in die Pflicht nehmen, sich selbst nach geeigneten Kandidaten umzuschauen. Zu sagen, dass die Firmen sich nun bei ihren potenziellen Mitarbeitern bewerben müssen, hält Eckhardt aber für zu plakativ. „Fakt ist: Leute die sehr gut sind, werden keinerlei Probleme haben einen guten Job zu finden. Und der Wettbewerb wird zweifellos härter. Allerdings wird es sich vor

allem um einen Wettbewerb um die High Potentials handeln."

Die Vorteile des Social Web liegen auf der Hand: Der Kreis potenzieller Bewerber ist wesentlich größer, lässt sich aber auch viel schneller eingrenzen. Zudem bietet das Internet Optionen, die von den Unternehmen bisher kaum genutzt werden und der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Auf der Homepage des Hamburger Unternehmens Cyquest findet man zahlreiche Möglichkeiten, wie IT-gestützte Verfahren im Internet die Bewerbersuche optimieren können. Recruitainment ist das Stichwort – also der Ansatz zur Personalgewinnung auf spielerische und unterhaltende Art und Weise.

Heißt das, wir spielen im Internet und landen auf einmal auf der Bewerberliste eines großen Unternehmens? Nicht ganz. Hier muss zwischen Self-Assessments, Realistic Job Previews (RJP) oder Serious Games unterschieden werden. Bei ersterem handelt es sich um sogenannte Selbsttests, die wir bewusst absolvieren, um mehr über unsere Stärken und Schwächen und unsere Persönlichkeit zu erfahren – sie dienen also in erster Linie uns selbst. Realistic Job Previews sind Simulationen und Videos, die dabei helfen sollen, einen besseren Einblick in die verschiedenen Abteilungen und den Berufsalltag eines Unternehmens zu bekommen. Bewerber können somit fundierter einschätzen, ob der Wunschjob auch tatsächlich den eigenen Vorstellungen entspricht. Serious Games versuchen, den potenziellen Mitarbeiter spielerisch an die Werte und Anforderungen eines Unternehmens heranzuführen.

Beispiele großer Firmen, die sich an Methoden des Recruitainment probiert haben, sind Gruner + Jahr oder Unilever. Das Hamburger Verlagshaus setzte dabei auf eine Kombination von Self-Assessment und RJP: Teilnehmer können über eine Rahmenhandlung verschiedene Bereiche des Unternehmens kennenlernen und feststellen, ob sie sich eine Zukunft bei Gruner + Jahr vorstellen können. Unilever hingegen führt über die Facebook-App „Could it be U?" näher ans Unternehmen heran. Bei dem Serious Game müssen die Kandidaten Fragen zu den Produkten des Konsumgüterherstellers und zu ihren Vorstellungen zum Unternehmen beantworten. Wie sehr man zu Unilever passt, gibt dann eine Prozentzahl bekannt.

„Recruitainment kann auch für kleinere und mittelständische Unternehmen durchaus Vorteile bieten", erklärt Eckhardt. Es kommt immer darauf an, an welcher Zielgruppe die Unternehmen interessiert sind. „Noch sehe ich keine hohe Bedeutung von Mobile Recruiting, aber dies kann sich für die Gruppe der 20 bis 30-Jährigen schnell ändern", sagt der Wissenschaftler der Universität Frankfurt. „Auch weil der Prozess zum E-Recruiting schon sehr lange gedauert hat. Nichtsdestotrotz ist laut aktueller Studienergebnisse der Anteil der Unternehmen, die sich bisher auf diesem Gebiet probiert haben, mit 5-10 Prozent noch vergleichsweise gering."

Spaß machen die Spiele und Tests aber allemal.