

Recruiting 2014 - auch in Engpassmärkten die Passenden finden.

CYQUEST, medienfabrik | embrace und das Institute for Competitive Recruiting laden ein zur Fachtagung „Recruiting2014“ am 10. September in Hamburg. Vorträge von Allianz, BASF, Butting, Deutsche Telekom, Paritätischer Wohlfahrtsverband und Verkehrsbetriebe Zürich.

Hamburg, 04.06.2013: „Demografischer Wandel, Fachkräftemangel, Bewerberknappheit“. All diese Schlagworte dominieren aktuell die Diskussion im Recruiting. Es wird argumentiert, dass sich die Macht vom Unternehmen hin zum Bewerber verschiebt und sich Unternehmen zunehmend in der Rolle des „sich Bewerbenden“ wiederfinden. Um die richtigen Mitarbeiter zu gewinnen, bedarf es aktiven Recruitings („Active Sourcing“) und des Recruiters 2.0.

Nun, all diese Dinge sind sicherlich richtig. Für pauschale Aussagen und Recruitingstrategien taugen sie jedoch kaum. Es gibt natürlich - zunehmend - Engpassmärkte und Unternehmen, die eigentlich nicht mehr vor Auswahl- sondern vielmehr vor Vertriebsproblematiken stehen, wenn sie über Rekrutierung nachdenken. Es gibt aber natürlich auch nach wie vor Branchen, Regionen und Berufsgruppen, deren Problem nicht die zu geringe Quantität ist, sondern eher die Frage: „Wie identifizieren und rekrutieren wir möglichst effizient und schnell die Richtigen aus der Masse an Bewerbungen?“.

Nach der überaus erfolgreichen **Recruiting2013** im letzten Jahr, steht das diesjährige Praxisseminar - die **Recruiting2014** - unter der Überschrift "Passung" oder etwas umgangssprachlicher dem „Topf- und-Deckel-Prinzip“. In insgesamt sieben hochkarätigen Fachvorträgen soll es um eine differenzierte Betrachtung der Frage gehen, wie eigentlich das richtige Unternehmen und der passende Kandidat (m/w) bestmöglich zusammenfinden.

Hierbei stehen Themen wie "Cross-Gender Recruiting", Referral-Programme, Azubi- und Schülermarketing, Recruitment und Auswahltests auf der Agenda. Das Ganze aus der Perspektive von Großkonzernen genauso wie mittelständischen Unternehmen oder Non-Profit-Organisationen.

Wer das Veranstaltungsformat kennt, weiß dass dabei auch und gerade der informelle Austausch zwischen den Teilnehmern in einem sehr angenehmen Ambiente nicht zu kurz kommt.

Das Programm:

- Ab 12.45 Uhr: Eintreffen der Teilnehmer, Anmeldung
- 13.15 – 13.30 Uhr: Begrüßung durch Joachim Diercks, Geschäftsführer CYQUEST GmbH
- 13.30 – 14.10 Uhr: **Männer in die Kitas**, Ralf Lange, Leiter der Hamburger Koordinierungsstelle 'MEHR Männer in Kitas' und Cornelia Heider-Winter, Pressesprecherin
Wie der Paritätische Wohlfahrtsverband Hamburg Männer für den Erzieherberuf begeistert und für einen Ansturm auf die Fachschulen sorgt.
- 14.10 – 15.50 Uhr: **Frauen gehören ganz nach vorn**, Jörg Buckmann, Leiter Personalmanagement, Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ)
Wie die Verkehrsbetriebe Zürich verstärkt Frauen ansprechen und - ganz ohne Quote - vermehrt einstellen.
- 14.50 – 15.30 Uhr: **Recruitment @ Allianz - spielerisches Personalmarketing**, Dominik Hahn, Expert Online Employer Branding, Allianz SE
Im Zuge des Trendthemas 'Gamification' ist auch der Einsatz von Spielelementen in Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting sprunghaft angestiegen. Bei der Allianz ist 'Recruitment' jedoch kein Modethema, sondern bereits seit über einem Jahrzehnt fester Bestandteil der Arbeitgeberkommunikation. Der Vortrag gibt einen Überblick über verschiedene Projekte der letzten Jahre sowie die dabei gemachten Erfahrungen und stellt ein aktuelles Recruitment-Projekt detailliert vor.
- 15.30 – 16.00 Uhr: Kaffeepause
- 16.00 – 16.20 Uhr: **Mitarbeiter Empfehlungen: Status Quo, Chancen und Tipps**, Wolfgang Brickwedde, Director, Institute for Competitive Recruiting

Es klingt so einfach: gut passende neue Mitarbeiter günstig mit Empfehlung von aktuellen Mitarbeitern einstellen. Doch welchen Stellenwert haben "Mitarbeiter werben Mitarbeiter" Programme im Recruiting-Mix, wie ist der Status der Programme und wieviele Mitarbeiter werden über diesen Kanal eigentlich eingestellt? Wie kann man solche Programme gestalten - nur reaktiv oder auch proaktiv? Was bieten Unternehmen ihren Mitarbeitern für die Empfehlungen? Ein Überblick bringt Klarheit.

16.20 – 17.00 Uhr: **Cultural Fit durch Mitarbeiter werben Mitarbeiter**, Katja Rothe, Prokuristin, Butting Personal Services, H. BUTTING GmbH & Co. KG

Schokolade oder Kuchen? Wie die international tätige Firma Butting (2500 Mitarbeiter) aus der Nähe von Hannover die Begeisterung der aktuellen Mitarbeiter für das Unternehmen nutzen kann, um zu überraschend niedrigen Kosten an den größten Teil ihrer neuen Mitarbeiter zu kommen und das auch noch mit einem Cultural Fit Filter!

17.00 – 17.40 Uhr: **Zeigt uns, was Ihr könnt!** Bettina Strobel, Selection & Nurturing, Center of Expertise European Recruiting, BASF SE

Die Einführung einer elektronischen Eignungsdiagnostik in der Azubiauswahl bewirkte bei der BASF eine gewisse Abkehr von Zeugnissen & Schulnoten. Die neuen Methode sorgt dafür, dass Plätze früher und schneller besetzt werden können, wobei auch schon Kandidaten eingestellt wurden, die früher (bspw. aufgrund schlechter Mathenoten) keine Chance gehabt hätten und sich trotzdem gut machen.

17.40 – 18.20 Uhr: **Wissen verändert alles - Neue Wege im Schülermarketing der Deutschen Telekom AG**, Ute Neher und Marco Baldauf, Recruiting & Talent Acquisition, Deutsche Telekom AG

- *reif - das Jugendmagazin*
- *Wissen verändert alles - spielerisch die Telekom erleben*
- *mit MINT - Initiativen - Technik erleben*

Ab ca. 18.20 Uhr: Im Anschluss an den inhaltlichen Teil bietet sich den Teilnehmern die Möglichkeit, die Veranstaltung bei kulinarischen Köstlichkeiten und tollem Blick über den Hamburger Hafen in den Räumlichkeiten des Hamburger Business Clubs gemütlich ausklingen lassen. Es bieten sich so reichliche Möglichkeiten zum informellen Erfahrungsaustausch und Networking.

Weitere Informationen und Anmeldung:

Der Teilnahmebeitrag inkl. Verpflegung und Veranstaltungsdokumentation liegt zwischen 69 € für HR-Blogger und Studierende und 169 € für Unternehmensvertreter. Für Hochschulvertreter und Kunden von CYQUEST, medienfabrik | embrace oder dem ICR gelten besondere Konditionen. Bis zum 30.06. gelten zudem attraktive Frühbucherkonditionen.

Weiterführende Informationen finden sich auf der Veranstaltungsseite bei amiando: <http://de.amiando.com/Recruiting2014.html>. Die Anmeldung erfolgt entweder online über amiando oder per Fax.

Kontakt:

CYQUEST GmbH
Joachim Diercks
Tel.: +49 040 85.407.130
E-Mail: j.diercks@cyquest.net
<http://www.cyquest.net>,
<http://blog.recruitment.de>,
<http://www.facebook.com/CYQUEST>,
<http://twitter.com/recruitment>,
<http://plus.google.com/114243686397109152720>,
<http://pinterest.com/recruitment>

Über CYQUEST – The Recrutainment Company

CYQUEST kombiniert wissenschaftlich-fundiertes psychologisches Knowhow mit State-of-the-Art Webdesign und Programmierung. Wir sind spezialisiert auf die unternehmens- und hochschulspezifische Erstellung sowie Anpassung von Lösungen aus den folgenden Bereichen:

- Online-Assessment – wissenschaftlich fundiert entwickelte und validierte eignungsdiagnostische Online-Testverfahren (eAssessments) zur Personal- und Studierendenauswahl
- SelfAssessment - Selbsttest-Verfahren und Realistic Job Previews zur Verbesserung der “Bewerber-Selbstauswahl”
- Berufs- und Studienorientierungs-Tools – Antworten auf die Frage “Was will ich werden?”
- Online Employer Branding – gezielter Aufbau und Unterstützung attraktiver Arbeitgeberimages in Internet, Social Media und Mobile
- Agenturservices – u.a. Suchmaschinen-Optimierung (SEO) und -Marketing (SEA), Affiliate Marketing, E-Mail-Marketing und Social Media

Zu den CYQUEST Kunden gehören zahlreiche namhafte Unternehmen und Bildungseinrichtungen, wie z.B. Allianz, Bauhaus Uni Weimar, Bertelsmann, Bundeswehr, Commerzbank, DAK, Demag Cranes, Deutsche Bahn, E.ON, Fernfachhochschule Schweiz, Fielmann, Freie und Hansestadt Hamburg, Fresenius SE, Gruner + Jahr, HafenCity Universität Hamburg, Hamburg Media School, Haniel, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Hochschule Niederrhein, Karstadt, Lufthansa, LUNAR (Edeka), Media-Saturn, RWE, Targobank, Tchibo, TenneT TSO, Unilever, Universität Göttingen, Wieland-Werke oder ZEIT Online.