



Weiter Nachwuchs finden

## Turbo-Recruiting: „Wir rufen Sie in einer Stunde zurück!“



„Rückruf nach 60 Minuten.“ Der Klinik-Konzern Helios wirbt auf Plakaten mit der Express-Bewerbung (Foto: Joachim Diercks, blog.recruitment.de).

Wenn Sie wissen wollen, was in der Rekrutierung auf Ihre HR-Abteilung zukommt, sollten Sie dorthin schauen, wo der Fachkräftemangel jetzt schon am größten ist: in die Pflegebranche zum Beispiel. Der Krankenhauskonzern Helios wirbt derzeit mit Plakaten für offene Stellen. Slogan: „Der wichtigste

Job der Welt.“ Die Plakate verweisen auf eine Internetseite (wichtigster-job.de), wo sich Interessenten per Formular bewerben können. Interessant ist das damit verbundene Versprechen: **Helios sichert zu, jeden Bewerber innerhalb einer Stunde anzurufen.** Dann findet am Telefon zwar noch kein Job-Interview statt, sondern lediglich eine Art von Kennenlerngespräch (Quelle: blog.recruitment.de).



### EINSCHÄTZUNG

Helios bietet genau das, was sich immer mehr Jobsucher wünschen: **direktes Feedback.** Sie wollen nicht nur wissen, ob ihre Bewerbung eingegangen ist, sondern am besten auch, wie ihre Chancen stehen. Letzteres kann ein Unternehmen natürlich nicht auf der Stelle seriös sagen. Doch das muss es auch nicht. Wichtig ist, mit dem Bewerber einen Dialog zu beginnen und ihm zu zeigen, dass man sein Engagement wertschätzt.

### Was Sie bieten müssen, um auch in Zukunft genug Mitarbeiter zu finden

**1. Seien Sie im öffentlichen Raum präsent.** Es reicht nicht mehr, im Internet Stellenanzeigen zu veröffentlichen oder Image-Werbung in Printmedien zu schalten. Ohne ein sichtbares Standbein in der Offline-Welt geht es künftig nicht. Plakate und Poster müssen Teil des Employer Branding sein.

**2. Fallen Sie auf.** Der schlichte Hinweis „Wir stellen ein“ reicht in Zukunft nicht mehr. Sie brauchen ein Stellengesuch, das sich von der Masse abhebt, zum Beispiel durch Offenheit. Die Bahn etwa verspricht in ihrer neuen Kampagne „Die DB ehrlich und ohne Hochglanz. Die Haltung: Wir sind gut, aber nicht perfekt“. Dieses bescheidene Auftreten hebt sich angenehm von großspurigen Employer-Branding-Phrasen ab.

### 3. Reagieren Sie schnell – am besten sofort.

Die rasche Befriedigung von Bedürfnissen wird den Menschen immer wichtiger, nicht nur beim Einkaufen, sondern auch bei der Jobsuche. Und mit prompter Reaktion ist nicht nur eine Eingangsbestätigung gemeint! Bewerber erwarten zunehmend, dass sich der Arbeitgeber sofort mit ihnen persönlich in Verbindung setzt. Beispiel: Der Paketdienst DHL bietet seit Kurzem die Bewerbung via WhatsApp an. Ein Chatbot fragt dann die wichtigsten Daten (Name, Alter, Ausbildung etc.) ab. Am kommenden Tag meldet sich die nächstgelegene DHL-Niederlassung beim Kandidaten per E-Mail, falls es Rückfragen gibt. «

Nur mit Robotern sprechen

## Komplett automatische Bewerbung: Nicht für alle geeignet!

So könnte in Zukunft vielerorts die Rekrutierung ablaufen:

- » Alle Bewerbungen gehen elektronisch ein. Eine Software sichtet die Lebensläufe und identifiziert passende Kandidaten.
- » Sie werden von einem Chatbot (Dialogroboter) kontaktiert: über SMS oder WhatsApp. Er macht einen Termin für ein Videointerview per Handy aus.
- » Im Video-Chat muss der Kandidat vorher festgelegte Fragen beantworten. Die Reaktionen wertet wiederum eine Künstliche Intelligenz aus: Sie achtet zum Beispiel auf Anzeichen von Nervosität und gibt eine Prognose dazu ab, ob die Person zu der ausgeschriebenen Stelle passt.
- » Erst wenn der Kandidat alle automatischen Hürden genommen hat, wird er zu einem persönlichen Gespräch eingeladen.



### VOTUM

Firmen wie Intel, Unilever oder der Kleidungshändler Urban Outfitters nutzen ein ähnliches System schon (es stammt vom Dienstleister VCV, vcv.ai). **Grundsätzlich ist es eine gute Idee, die Rekrutierung stärker zu automatisieren.** Algorithmen sortieren Lebensläufe schneller und objektiver vor; sie können Talente erkennen, die ein Personaler in der Masse übersieht. Von maschineller Gesichtsanalyse allerdings sollten Sie die Finger lassen – hier fehlt die wissenschaftliche Basis. **Unser Votum:** Robo-Rekrutierung kann sinnvoll sein, um Einstiegspositionen zu besetzen, für die es viele Bewerber gibt. Um hochqualifizierte Talente anzuziehen, taugt sie nicht. Denn: Mit Automaten zu sprechen produziert eine schlechte Kandidatenerfahrung (Candidate Experience) und vergrault zu viele Bewerber. «