

# E-Recruiting als Wettbewerbsvorteil?

„Das Geheimnis des Erfolgs? Anders sein als die anderen!“ (Woody Allen)

**Der „Kampf um die besten Köpfe“ – damit sind vor allem Fachspezialisten\* und Hochschulabgänger gemeint – hat längst begonnen. Die Frage, wie die besten Kandidaten im ausgetrockneten Markt rekrutiert werden können, steht für jede Personalabteilung, aber auch für jeden Personalberater im Vordergrund. Nebst der klassischen Rekrutierung (Print Recruiting) hat mit der zunehmenden Popularität des Internets auch das e-Recruiting als moderne Form innerhalb des Selektionsprozesses an Bedeutung zugenommen. So stellt sich heute nicht mehr die Frage, ob das Internet genutzt werden kann, sondern es geht primär darum, zwischen Online und traditioneller Palette die ideale Mischung zu eruieren.**

In der Schweiz wie auch in Europa ist das e-Recruiting, im Gegensatz zu den USA, noch nicht vollends etabliert und befindet sich aktuell noch in den Kinderschuhen. Die nachfolgenden Zahlen und Trends stammen aus einer empirischen Untersuchung von Kohler & Partner aus dem aktuellen Jahr 2007.

## Einleitung/Definition

Entscheidend für erfolgreiche Rekrutierungen sind effiziente, realisierte Prozesse mit klar definierten Schnittstellen. E-Recruiting meint nicht nur die Schaltung von Stellenanzeigen auf Jobbörsen und auf unternehmenseigenen Websites, sondern die Abwicklung des **gesamten Bewerbungsprozesses** im Intra- oder Internet (von der Feststellung der Vakanz bis zur Einführung des neuen Mitarbeiters).

Dieser Prozess verfolgt folgende Ziele:

1. Qualität erhöhen
2. Rekrutierungsprozess beschleunigen
3. Kosten senken
4. Doppelspurigkeiten vermeiden
5. Durchgängigkeit der Prozesse fördern
6. Transparenz über Status und Fortschritt (intern als auch extern) erhöhen

*Hinweis: Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich mehrheitlich auf ausgewählte Teilprozesse innerhalb des e-Recruitings.*

## Methoden der Personalbeschaffung

Hier können zwei Methoden unterschieden werden: die **klassische** und die **elektronische** Personalbeschaffung. Die wohl bekannteste und verbreitetste Form der klassischen Rekrutierung ist die Schaltung von Printmedienanzeigen in Tages- und Wochenzeitungen sowie in Fachzeitschriften zum einen und die Suche über Personalberater und das Networking zum anderen. Zur elektronischen Rekrutierung zählen heute vor allem die Schaltung von Inseraten auf ausgewählten Stellenbörsen und auf der Unternehmens-Homepage, die Nutzung von Jobbörsen, respektive Karriereportalen (z.B. CV-Datenbanken) und elektronische Networking-Plattformen (z.B. Xing).

## Elektronische vs klassische Beschaffung

### Monetärer Aspekt

Wenn die reinen Kosten isoliert betrachtet werden, liegen die Vorteile hier klar bei den Online-Stellenbörsen. Ein Inserat in den Printmedien ist rund zehn Mal teurer. Allerdings sprechen heute zwei Gründe für eine Schaltung in den gängigen Print-Stellenmärkten:

1. Jedes Inserat steigert den Bekanntheitsgrad des Arbeitgebers (Werbe-Effekt) und gibt dem Unternehmen die Möglichkeit zu zeigen, dass vakante Stellen vorhanden sind oder dass Arbeitsplätze geschaffen werden.
2. Kandidaten, die nicht intensiv auf der Suche nach einer neuen Herausforderung sind, blättern tendenziell eher den Stellenmarkt durch als nach Online-Inseraten zu surfen.

Erhebungen von Kohler & Partner in diesem Jahr haben gezeigt, dass rund 50% der eingegangenen Bewerbungen aufgrund von Stellenanzeigen im Stellenmarkt eingereicht wurden. Diese Zahlen erstaunen umso mehr, weil Kohler & Partner vor allem in der Informatik und im Ingenieurwesen rekrutiert und damit Kandidaten anspricht, die einen intensiven Bezug zur IT haben.

### Verfügbarkeit der Anzeigen

Nebst den Kosten ist die zeitliche Verfügbarkeit ein wichtiger Faktor. Ein Inserat in der Zeitung erscheint in der Regel ein- bis zweimal, während Inserate auf Stellenbörsen und Unternehmens-Homepages mehrere Wochen verfügbar sein können. Zudem werden mit Zeitungsinseraten nur örtlich begrenzte Regionen angesprochen; bei Online-Inseraten wird die Reichweite durch die Internetnutzung nicht begrenzt.

Unsere Erhebungen haben gezeigt, dass unmittelbar nach der Schaltung der Online-Inserate viele Bewerbungen ein-

gehen, die Zahl danach aber schnell abnimmt. Dieses Faktum ist den Job-Mails mit den neusten Stellen zuzuordnen, die individuell pro Kandidat konfiguriert werden können. Um die Online-Jobbörsen also optimal auszunutzen zu können, müssen regelmässig Jobs erneuert oder neu aufgeschaltet werden (was mit einem erheblichen Mehraufwand verbunden ist).

### Verfügbarkeit der Unterlagen

Hier liegen die Vorteile klar beim e-Recruiting. Werden die Bewerbungsunterlagen elektronisch (per Mail oder via Online-Formulare) eingereicht, sind sie innerhalb des Prozesses jederzeit und aktuell verfügbar. Die Korrespondenz (Bestätigungen, Termine für Vorstellungsgespräche etc.) kann direkt der Kandidatur zugeordnet werden. Somit ist jederzeit ersichtlich, wie der Status der Bewerbung innerhalb des Prozesses ist. Mit der Nutzung von Online-Formularen kann zudem bereits bei der Eingabe eine erste Vorselektion vorgenommen werden.

Mögliche Nachteile von elektronischen Bewerbungen sind vor allem in der Qualität und in der Verbindlichkeit zu verzeichnen. Die Untersuchung von Kohler & Partner hat klar gezeigt, dass die elektronische Bewerbung tendenziell von schlechterer Qualität ist (Form, Übersicht, Vollständigkeit der Unterlagen) als die klassische Bewerbungsmappe. Zudem ist die Hemmschwelle bei Online-Bewerbungen kleiner, so dass sich eher auch Bewerber mit einer schwachen Qualifikation melden.

### Schnelligkeit

In einer Zeit, die sich durch hohe Fluktuation und einen Mangel an Fachkräften auszeichnet, kann der Faktor Schnelligkeit zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor werden. Die elektronische Bewerbung ist in nur Sekunden beim potenziellen Arbeitgeber und kann auch sehr rasch intern verteilt werden. Voraussetzung dafür ist natürlich die Lesbarkeit der eingehenden Unterlagen (Dateiformate). Der Faktor Schnelligkeit kann aber nur genutzt werden, wenn der ganze Rekrutierungsprozess elektronisch unterstützt wird (z.B. mit einem Workflow). Werden eingehende Unterlagen noch klassisch ausgedruckt und gebündelt intern weitergegeben, geht der Zeitvorteil relativ rasch verloren. Mit der Nutzung von CV-Datenbanken können potenzielle Kandidaten direkt gesucht, kontaktiert und eingeladen werden. Fraglich ist jedoch, ob jeder Kandidat, der sein CV in einer Datenbank hinterlegt hat, auch wirklich Stellenwechselabsichten hegt. Diesbezüglich wurden in der Schweiz leider noch keine verlässlichen Erhebungen durchgeführt.

## Schlussfolgerungen

Die Ziele einer Unternehmung bei der Personalgewinnung sind:

- Finden des geeignetsten Bewerbers auf dem schnellsten Weg
- Präsenz als attraktiver, innovativer Arbeitgeber
- Aufbau und Ausbau eines positiven Images

Schlüsselfaktor in der Rekrutierung – egal ob klassisch oder elektronisch – sind ansprechende und moderne Ausschreibungen. Diese umfassen auch innovative und zeitgemässe Internetauftritte sowie schnell auffindbare, offene Stellen, aber auch mit der Linie abgesprochene Muss- und Wunschanforderungen für jede Vakanz. Um diesen Erfolg zu gewährleisten braucht es in der heutigen Zeit eine optimale Kombination von e-Recruiting und klassischer Personalbeschaffung sowie Aktivitäten auf allen Ebenen. Diese umfassen auch das Hochschulmarketing und die Zusammenarbeit mit externen Personaldienstleistern. Die beste Visitenkarte wird immer noch beim persönlichen Gespräch gegeben – dies gilt für den Bewerber, aber auch für das Unternehmen selber!



David Luyet, Berater  
Kohler & Partner  
Jungfraustrasse 1  
3000 Bern 6  
031 351 04 04  
david.luyet@k-p.ch

Im Zuge des immer schneller werdenden Wandels in der Berufswelt verändert sich zwangsläufig die Arbeit in der Personalberatung und -entwicklung. **Kohler & Partner**, Unternehmens- und Personalberater, erleben dies hautnah in ihrer täglichen Arbeit. In dieser Artikelserie nehmen sie zu verschiedenen Themen des Human Resource Managements Stellung.

\* aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird die männliche Form verwendet. Frauen sind selbstverständlich mit eingeschlossen.