

Recruiting-Trends von morgen



Wenn es so einfach wäre, Bewerber "einzukaufen". Recruiting-Experten brauchen eine Reihe von Skills, um Mitarbeiter zu finden und einzustellen.
Bild: © cristinn/Fotolia.de

Die Unternehmen in Deutschland gehen weiterhin von einem erhöhten Personalbedarf aus. Angesichts des bestehenden Fachkräftemangels ist es umso wichtiger, sich als Arbeitgeber positiv abzuheben. Eine Studie hat die aktuellen Recruiting-Trends ermittelt und erklärt außerdem, wie erfolgreiche Recruiter beschaffen sein müssen.

58 Prozent der Firmen hierzulande gehen von einer sehr guten oder guten Geschäftsentwicklung aus. Dementsprechend hoch ist der Personalbedarf: 32 Prozent der Top 1000-Unternehmen rechnen mit Vakanzen von 100 bis 499 neuen Mitarbeitern, die

Mehrheit der mittelständischen Unternehmen geht davon aus, dass ein bis neun Stellen neu besetzt werden müssen. Doch wie stellt sich die Situation aktuell dar, was hat sich geändert und was brauchen Recruiter künftig? Die aktuelle Studienreihe „Recruiting Trends“, die das Karriereportals Monster und des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universität Bamberg nun zum 15. Mal in Folge veröffentlicht haben, gibt die Antworten.

Die Studie hat fünf Themenschwerpunkte untersucht: Employer Branding, Mobile Recruiting, Active Sourcing, Women in IT und Bewerbung der Zukunft.

Employer Branding generiert rund ein Viertel der Einstellungen

Employer Branding wird laut Studie überschätzt. Zwar setzen 88,9 Prozent der Top 1000-Unternehmen bei der Veröffentlichung von offenen Stellen auf die eigene Webseite, generieren aber nur 27,2 Prozent der Einstellungen aus diesem Kanal. Wenn Arbeitgeber jedoch damit punkten möchten, sollten sie Angebote zur Work-Life-Balance haben, denn das ist 86,1 Prozent der Kandidaten wichtig. Noch weniger Einstellungen als mittels Employer Branding gibt es übrigens über die Arbeitsagenturen. Während 2012 noch rund ein Viertel der Einstellungen (24,5 Prozent) über die Agenturen zustande kamen, sind es jetzt nur noch 5,9 Prozent.

Mobile Recruiting: im Trend, aber nicht ausgereift.

Zwar sagen 70,7 Prozent der Unternehmen, dass sich ihre Reichweite durch den Einsatz von Mobile Recruiting bei der Kandidatenansprache erhöht, doch ist die Nutzung für 44 Prozent der Arbeitgeber mit hohen zusätzlichen Kosten verbunden. Sechs von zehn Unternehmen sehen auch einen hohen technischen Aufwand. Und obwohl sich die Darstellung der Karriere-Webseiten auf mobilen Endgeräten aus Sicht der Unternehmen seit 2012 verbessert hat, funktionieren die mobilen Seiten nur bei der Hälfte der Kandidaten ohne Probleme.

Active Sourcing ist im Kommen

Im Vergleich zu 2014 stimmen heute dreimal so viele mittelständische Unternehmen (40,5 Prozent) den Einsatz von Social Media mit anderen Personalbeschaffungsaktivitäten ab. Allerdings passen zwei von zehn der Top 1000-Unternehmen die direkte Ansprache nur geringfügig an den Kandidaten an. Diese Standardisierung nervt 27,9 Prozent der Bewerber. Die automatisierte Bewerbervorauswahl nutzen bisher lediglich 7,9 Prozent dieser Firmen, doch zwei Drittel von ihnen sehen sie als förderlich für diskriminierungsfreie Vorauswahlen an. Das denken auch 35,5 Prozent der Kandidaten.

Women in IT – es tut sich nichts

Vor allem in der IT-Branche nimmt der Fachkräftemangel kontinuierlich zu. Dieses Jahr werden voraussichtlich 56,7 Prozent der offenen Stellen schwierig bis nicht zu besetzen sein. Frauen als eine relevante Zielgruppe unter den Bewerbern sind aber immer noch deutlich unterrepräsentiert, sie stellen nur 17,4 Prozent der Kandidaten im IT-Sektor und nur 13,3 Prozent bei den Top 1000-Unternehmen. Tatsächlich glauben 44,2 Prozent der Frauen, die in IT-Berufen arbeiten, dass die Unternehmen nur zu Imagezwecken kommunizieren, dass weibliche IT-Kräfte willkommen sind oder eingestellt werden. Einen positiven Aspekt gibt es aber doch zu vermerken: Immerhin 54,4 Prozent der IT-Expertinnen halten ihre Work-Life-Balance für gut – deutlich mehr als ihre männlichen Kollegen und auch mehr als Frauen in anderen Branchen.

Bewerbung der Zukunft – noch unscharf

Mehr als drei Viertel (78,5 Prozent) der Unternehmen sagen, dass sich Kandidaten beim Anschreiben positiv von anderen abheben können. Dennoch sehen nur noch

Bewerbungsbestandteil und stellen eher den Lebenslauf in den Mittelpunkt. 17,9 Prozent der Unternehmen planen für die Zukunft die Implementierung der One-Click-Bewerbung. 23,3 Prozent der Kandidaten haben sie bereits genutzt. Allerdings bewerben sich nur 20 Prozent der Kandidaten vorzugsweise bei Unternehmen, wenn diese Art der Bewerbung möglich ist.

Der Recruiter von morgen ist ein Tausendsassa

Im Rahmen der Studie wurde auch ermittelt, über welche Fähigkeiten Recruiter künftig verfügen sollten. Danach müssen sie zunächst Marketingspezialisten sein, die ihre Zielgruppe genau kennen und wissen, wie man sie begeistert, auch passive Kandidaten. Der Recruiter von morgen vermarktet sein Unternehmen wie ein Marketing Manager sein Produkt und beherrscht die Kommunikation mit den Kandidaten. Außerdem ist er Performance Manager, der den Kandidaten dicht auf den Fersen bleibt und stets ein Auge dafür hat, wo sie nach offenen Stellen suchen. Hier werden Kenntnisse im Bereich Suchmaschinenoptimierung (SEO) und -werbung (SEM) immer wichtiger. Und der Recruiter muss sich jetzt auch um Traffic, Visits und Page Views kümmern. Auch „socialized“ und ein Netzwerker muss der Recruiting-Spezialist sein. Außerdem ist er als Social Media Manager auf sozialen Kanälen wie etwa Facebook aktiv und weiß um deren Bedeutung, vor allem in der jüngeren Generation. Hier gehöre, so die Studie, die zielgruppenspezifische Stellenanzeige der Zukunft hin. Darüber hinaus ist der moderne Recruiter Experte für die mobile Bewerbung, da das Bedürfnis nach der Jobsuche per Smartphone laut Monster wächst – nicht nur bei Berufsanfängern, sondern auch bei der älteren Generation. Rund sechs von zehn Kandidaten finden, dass Apps von Unternehmen zu offenen Stellenanzeigen eine gute Lösung für die Jobsuche sind. Obwohl 72 Prozent der Top 1000-Unternehmen sagen, dass die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte einen großen Einfluss auf die Rekrutierung hat, bietet über die Hälfte (54 Prozent) noch kein Mobile Recruiting an. Hier ist bei Recruiting-Experten auch technisches Know-how gefragt.

Die Studie „Recruiting Trends 2017“ kann [hier](#) zum Download angefordert werden.