# Fit für die digitale Personalrekrutierung

**Veröffentlicht** am 25. März 2021

**Ihre Ansprechpersonen**: Roman Müller

**Tags:** Erfolgsgeschichten, Öffentliche Verwaltung, Schulung und Training

Bewerbende sind heute digital unterwegs. Für die Personalrekrutierung bedeutet dies neue Herausforderungen, aber auch neue Chancen. Mit massgeblicher Unterstützung der APP wurden zwei Workshops konzipiert und durchgeführt mit dem Ziel, ausgewählten HR-Verantwortlichen das nötige Wissen und Rollenverständnis rund um die digitale Personalrekrutierung zu vermitteln.

Die Zeiten, in denen man die Zeitung nach den neuesten Stellenausschreibungen durchblätterte, ist definitiv vorbei. Die Stellensuche findet heute fast ausschliesslich online statt. Schon seit einigen Jahren unterstützt die APP einen grossen öffentlichen Dienstleister beim Betrieb seiner eRecruiting Plattform, bestehend aus der Bewerbungsmanagement-Software zum Verwalten von Bewerbungen, der Stellendistribution zur einfachen Schaltung von Inseraten in Online-Stellenbörsen und Printmedien sowie dem eigenen Stellenportal.

Es ist jedoch absehbar, dass die elektronische Toolunterstützung zukünftig nicht mehr ausreicht, um dem digitalen Wandel in der Personalrekrutierung zu begegnen. Das veränderte Verhalten der jungen Generation bei der Stellensuche ist ein Grund. Hinzu kommt ein starker Konkurrenzkampf in gewissen Berufsfeldern, der Schlagwörter wie «Fachkräftemangel» oder «War for Talents» hervorgebracht hat. Um weiterhin bei der Suche nach den richtigen Kandidat*innen in der Pole Position zu sein, ist es nötig, frühzeitig auf Veränderungen im Rekrutierungsgeschäft zu reagieren und künftig notwendige Fachkompetenzen aufzubauen.

Aus diesem Grund wurde mit dem Kunden ein Workshop entwickelt, der dazu dient, unter anderem Rekrutierer*innen, Kommunikationsspezialist*innen oder Führungskräfte auf die neue Rekrutierungsaufgabe vorzubereiten. Der Workshop verfolgte drei inhaltliche Ziele. Er sollte sicherstellen, dass:

- die Herausforderungen des digitalen Arbeitsmarktes für das Recruiting bekannt sind;
- Merkmale unterschiedlich komplexer Rekrutierungsgeschäften diskutiert werden;
- die Anforderungen an verschiedene Rekrutierungsaufgaben im Rollenspiel eingeübt werden.

**Die Kandidat*in im Fokus**

Längst ist es nicht mehr so, dass für alle Stellen reichlich geeignete Kandidat*innen zur Auswahl stehen. Oder dass eine Organisation, unabhängig von deren Bekanntheitsgrad, immer ihre Wunschkandidatin/ihren Wunschkandidaten anstellen kann.

Personen mit besonders gesuchten Profilen haben heute oft eine grössere Auswahl an möglichen Anstellungsangeboten. Deshalb ist es wichtig, solche Personengruppen frühzeitig auf die Karrieremöglichkeiten in der eigenen Organisation aufmerksam und die eigenen Stärken sichtbar zu machen. Um dies sicherzustellen, braucht es neue Wege, um mögliche Kandidat*innen anzusprechen.

Um eine genauere Vorstellung zu bekommen, wie besonders gesuchte Zielgruppen «ticken», wurden im Konzept für die Workshops als erstes sogenannte Personas ausgearbeitet. Personas sind in diesem Fall fiktive Kandidat*innen der Zielgruppe, welche möglichst spezifisch beschrieben werden. Diese Personas dienen als Prototypen von Kandidat*innen, die es zu rekrutieren gilt. Personas haben den Vorteil, dass man bei der Erarbeitung von Massnahmen zu deren Rekrutierung einen konkreten Menschen vor Augen hat. Die Frage beschränkt sich also nicht auf «Wie verbessern wir die eigene Personalrekrutierung?», sondern wird um die Perspektive «Was müssen wir unternehmen, um genau diese Person anzusprechen?» erweitert. Der Fokus verschiebt sich: Von Rekruter*in zu Kandidat*in.

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Name:** | **Maria Holliger** | **Ziele** | - | Etwas bewegen im Job |
| **Alter:** | **22 Jahre** | | - | «Cooles» Umfeld |
| **Familie:** | **Single** | | - | An neuesten technischen Entwicklungen mitarbeiten |
| **Ausbildung:** | **Informatiklehre** | | - | Flexibilität |
| **Funktion:** | **Datenanalystin** | **Herausforderungen** | - | Das Richtige aus vielen Möglichkeiten auszuwählen |
| **Social Media:** | **Facebook, Twitter, Xing, Linkedin** | | - | Auch mal abzuschalten |
| | | **Freizeit** | - | Apps programmieren |
| | | | - | Fachliteratur lesen |
| | | **Informationsquellen** | - | Internet |
| | | | - | Social Media |
| | | | - | eBooks |
| | | **Beziehung zur Arbeit** | - | Will sich in seiner Arbeit verwirklichen können |
| | | | - | Lohn muss stimmen, ist aber nicht das Wichtigste |
| | | | - | Job muss «Sinn» machen |

*Abbildung 1: Wie rekrutieren wir aufstrebende IT-Cracks?*

In einem zweiten Schritt wurden Anwendungsfälle erstellt, welche unterschiedliche Rekrutierungsszenarien abbildeten. Dies ging von der relativ einfachen Ausschreibung, die zielführend ist, wenn mit vielen

Bewerbungen gerechnet werden kann, über eine anspruchsvolle Gewinnung für besonders gesuchte Profile, bis hin zu Gewinnungsprojekten, um die Organisation bei einer spezifischen Personengruppe vorerst bekannter zu machen. Die vorgängig erstellten Personas konnten nun den verschiedenen Anwendungsfällen zugeordnet werden.

Als dritten und letzten Baustein des Konzepts dienten User Stories als Beschreibung der verschiedenen Rollenbilder, die an der Personalrekrutierung beteiligt sein können. Dies beinhaltete von Vorgesetzten bis zu Campagner*innen alle Rollen, die in den formulierten Anwendungsfällen zum Zuge kommen könnten.

**Workshop: Praktisches Üben im Vordergrund**

Das didaktische Konzept wurde für die Kurse mit einer theoretischen Einleitung und einem nachfolgenden Workshopteil ergänzt, in welchem mögliche Lösungen zu einer konkreten Problemstellung besprochen wurden. In zwei separaten Arbeitssequenzen wurde anhand eines realen Inserats und der gesetzten Rahmenbedingungen diskutiert, wie die entsprechenden Personas zukünftig am besten rekrutiert werden können. Dabei brachten vorbereitete Leitfragen die Diskussion ins Rollen. Der Fokus war darauf gerichtet, Herausforderungen bei einer solchen Stellenbesetzung und die rollenübergreifende Zusammenarbeit besser zu verstehen und die benötigten Fähigkeiten von morgen herauszuarbeiten. Dies führte zu lebhaften Diskussionen, die sich weiter in den Arbeitsalltag der HR- und Marketingspezialist*innen hineinziehen.

**Die APP als kompetente Partnerin im «eRecruiting»**

Die APP war an der Erarbeitung der konzeptionellen Grundlagen des Workshops massgeblich beteiligt und übernahm ebenfalls die Co-Moderation für die beiden Workshops. Für die APP war es eine optimale Gelegenheit, ihre Erfahrung aus der digitalen Transformation im Personalbereich einbringen zu können. Die Arbeit wurde vom Kunden sehr geschätzt. Seine langjährige Partnerschaft mit der APP im Bereich eRecruiting wurde durch diese Workshops um ein Kapitel reicher.

Möchten Sie mehr über dieses spannende Thema erfahren oder wissen, wie die APP auch Sie bei einem herausfordernden Vorhaben unterstützen kann? Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.