

BEWERBERMANAGEMENT

Tür auf für den richtigen Mitarbeiter

Qualifizierte Bewerber haben die Wahl. Warum sollen sie Ihr Unternehmen wählen? Ein strategisches Bewerbermanagement öffnet Ihnen den Zugang zu Ihrem Wunschkandidaten. Softwaregestütztes Bewerbermanagement professionalisiert die aktive Personalbeschaffung und bildet das Fundament für die strategischen Ziele der Personalpolitik. VON ANDREA GOFFART

AUF DEM ARBEITSMARKT zeichnet sich eine Trendwende ab, beeinflusst nicht nur durch demografische Faktoren, sondern auch durch ein verändertes Anspruchsdenken der neuen Arbeitnehmergenerationen. Als gut ausgebildete Fachkräfte oder begehrte Auszubildende haben sie die Wahl und treffen diese gut überlegt. Unternehmen müssen an ihrem Image arbeiten, damit sie sich von der Konkurrenz abheben. Während die Flaggschiffe der deutschen Wirtschaft noch relativ entspannt agieren und vom Bekanntheitsgrad als attraktive Arbeitgeber profitieren, kämpft der Mittelstand. Mit weniger Ressourcen und kleinerem Budget müssen Mittelständler es schaffen, Bewerber zu interessieren und ihnen attraktive Karriereaussichten zu bieten. Ihr Handlungs-

bedarf ist hoch. Schlüsselanforderungen sind eine aktive Bewerberansprache und Employer Branding, also der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke, die Bewerber anzieht, Mitarbeiter hält und diese zu Botschaftern für das eigene Unternehmen macht.

Mehr Erfolg für Bewerbermanagement

Maßgeblich für den Erfolg der Recruiting-Maßnahmen ist nicht die Quantität der Bewerbungen, sondern die Qualität im Prozess. Wer Bewerber im Recruiting-Prozess verliert oder sogar das Gefühl hat, dass er die richtigen Kandidaten gar nicht erreicht, muss handeln. Bewerbermanagement-Software (BMS) professionalisiert und fokussiert die Personalbeschaffung. Sie kann in Zeiten schmaler Personaleinsatzs den entscheidenden Vorsprung auf dem enger werdenden Markt für die wirklich guten Fachkräfte bieten. Durch die Begleitung des gesamten Prozesses von der Ausschreibung über die Auswahl bis zur Einstellung strafft sie die Recruiting-Prozesse – gerade im administrativen Bereich. Hier existieren nach wie vor die größten „Bauchschmerzen“, aber auch die schnellsten Erfolgspotenziale für BMS.

Im Gegensatz zu den vielfach genutzten MS-Office-Arbeitshilfen kann BMS alle Bewerberdaten an einer Stelle zentrieren. Durch die elektronische und strukturierte Verwaltung von Daten und Dokumenten sind alle Informationen jederzeit verfügbar, können aufbereitet und ausgewertet werden. Die Dokumentation des Bearbeitungsstatus und automatisierte Wiedervorlagen sorgen für

„Der Auswahlprozess ist nicht nur der erste direkte und damit wichtigste Kontakt zum Bewerber, sondern er ist Dreh- und Angelpunkt des gesamten Prozesses.“

Transparenz und Schnelligkeit im Prozess. Für den Einsatz einer Softwarelösung spricht auch die steigende Bedeutung von Datenschutzbestimmungen im Bewerbungsprozess. Von der Kontrolle der Weiterleitung von Unterlagen über die Einhaltung von Schutzfristen bis zur Anonymisierung der Daten nach Beendigung des Auswahlverfahrens: Der Umgang mit allen Daten und Dokumenten wird nachvollziehbar und damit rechtlich sicher.

Wir passen zusammen – die richtige Außerdarstellung

Employer Branding schafft eine starke Arbeitgebermarke, die Bewerber anzieht, Mitarbeiter hält und diese zu Botschaftern für das eigene Unternehmen macht. Der Einsatz von BMS unterstützt durch ein zielgerichtetes Vorgehen in der Bewerberansprache. Damit signalisiert der Arbeitgeber sein großes Interesse am Kandidaten „Ich halte den Kontakt zu Dir, ich reagiere schnell – ich will Dich haben!“ Da der Recruiting-Prozess oft der Erstkontakt mit einem potenziellen Mitarbeiter ist, muss es gelingen, dieses Zusammentreffen authentisch und professionell zu gestalten. Der erste Eindruck zählt und weckt die dauerhafte Kraft von Employer Branding. Ziel ist,



Reibungsloser Prozesslauf durch softwaregestütztes Bewerbermanagement. Bilder: VEDA GmbH

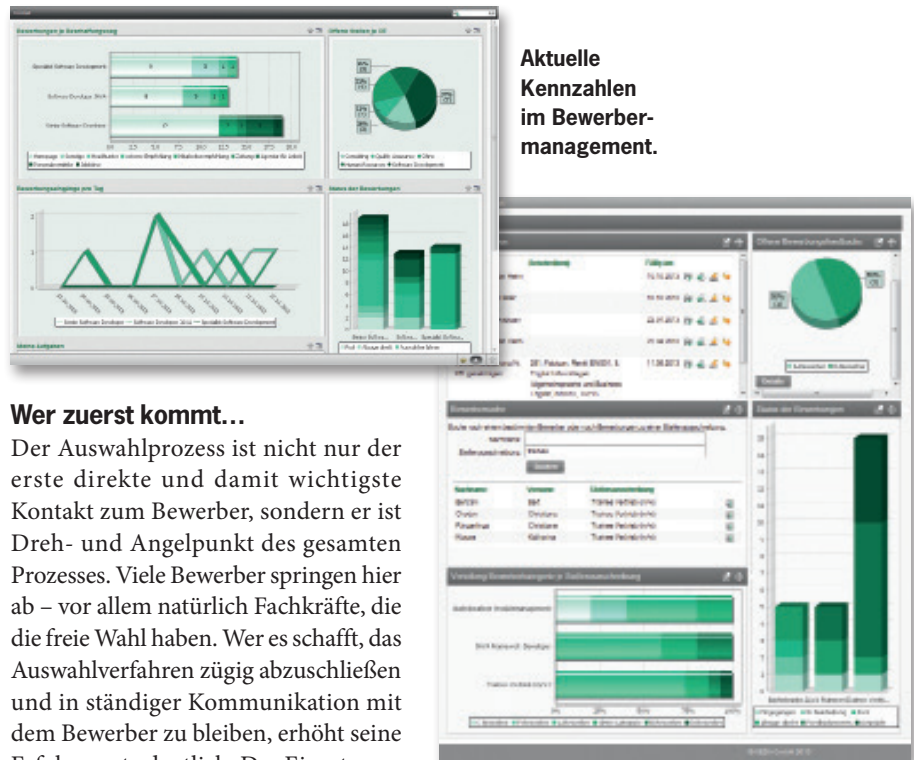
die öffentliche Wahrnehmung in einem unverwechselbaren und griffigen Bild zu bündeln und sich so positiv auf dem Arbeitsmarkt abzuheben. Gleichzeitig können positive Effekte auf Mitarbeiterbindung und Leistungsmotivation entwickelt werden, wenn die Mitarbeiter sich mit der Marke ihres Arbeitgebers identifizieren und mehr Stolz und Verbundenheit mit ihrem Arbeitsplatz entwickeln.

Den richtigen Kandidaten erreichen

Als Bindeglied zum Wunschkandidaten empfiehlt sich ein Karriereportal, das neben der Darstellung der Arbeitgebermarke allgemeine Information, Überblick und leichten Einstieg in den Bewerbungsprozess bietet. Dieses nutzt die systemische Unterstützung der BMS. Ausgeschriebene Stellen werden im System angelegt und die eingehenden Bewerbungen gelangen sofort zum zuständigen Mitarbeiter. Wenn es darum geht, sich im Bewerbermarkt abzuheben, können Unternehmen (noch) mit einem einfachen, modernen Bewerbungsprozederer punkten. Ob Bewerbungen per Knopfdruck aus dem Portal oder Online-Stellenbörsen, mobile Kontaktaufnahme, Bewerbung mit Social-Media-Profilen – die Nutzung dieser Möglichkeiten macht es Kandidaten leicht und zeigt Ihre Wertschätzung.

Wesentlich für den Erfolg ist die permanente Überprüfung des Ausschreibungsprozesses. Eine gute Software unterstützt in diesem Umfeld passgenau. Ob bei der Evaluierung der Publizierungsplattform, bei der Prüfung des Bearbeitungsstatus aller Bewerbungen oder hinsichtlich der Besetzungsdauer über alle offenen Stellen hinweg: Kennzahlen bieten kontinuierlichen Einblick in die Prozesse und nachvollziehbare Entscheidungsgrundlagen.

„Eine professionelle und intuitive Software macht die Interaktion zwischen Personaler und Führungskraft leicht und bindet die Entscheider ein.“



Aktuelle Kennzahlen im Bewerbermanagement.

Wer zuerst kommt...

Der Auswahlprozess ist nicht nur der erste direkte und damit wichtigste Kontakt zum Bewerber, sondern er ist Dreh- und Angelpunkt des gesamten Prozesses. Viele Bewerber springen hier ab – vor allem natürlich Fachkräfte, die die freie Wahl haben. Wer es schafft, das Auswahlverfahren zügig abzuschließen und in ständiger Kommunikation mit dem Bewerber zu bleiben, erhöht seine Erfolgsquote deutlich. Der Einsatz von HR-Software beschleunigt interne Prozesse und flankiert sie mit der automatisierten Generierung von Eingangsbestätigungen, Zwischenbescheiden oder auch Newslettern. Das signalisiert Kandidaten permanente Kontaktbereitschaft und ehrliches Interesse.

Die Führungskräfte in den Fachabteilungen müssen in allen Phasen des Recruitings integriert werden, denn sie wissen genau, wie der ideale Kandidat aussieht. Eine professionelle und intuitive Software macht die Interaktion zwischen Personaler und Führungskraft leicht und bindet die Entscheider ein.

Alle Beteiligten erhalten die notwendige Transparenz über den Status quo, um die Entscheidungsfindung zu beschleunigen, die Qualität im Auswahlprozess zu erhöhen, den Abstimmungsaufwand zu verringern und im Ergebnis den Besetzungsprozess zu straffen. Damit steigen Akzeptanz und Bereitschaft der Fachabteilungen, sich neben dem operativen Tagesgeschäft im Recruiting zu engagieren.

Technologie als Katalysator

Recruiting ist nachhaltig erfolgreich, wenn es in das Personalkonzept eingebettet wird. Die unkomplizierte Suche innerhalb der eigenen Mitarbeiter nach passenden Kandidaten gehört ebenso zu den unschlagbaren Vorteilen einer integ-

Überblick über das Bewerbermanagement.

rierten Personalmanagementlösung wie die direkte Übernahme der Bewerberdaten mit der Einstellung. Sowohl in der Entgeltabrechnung als auch im Personalstamm ist der neue Mitarbeiter samt Bewerbungshistorie ad hoc „verfügbar“. Der richtige Einsatz und die integrierte Nutzung von HR-Software schaffen noch einen durchaus beabsichtigten Nebeneffekt: Weniger Zeitaufwand für Verwaltungstätigkeiten, mehr Zeit für das Wichtigste, nämlich die Menschen, die sich bei „ihren Personalern“ gut aufgehoben fühlen sollen. Denn nur wenn es Ihnen als Arbeitgeber gelingt, den Weg von der passiven Personalverwaltung hin zu einer aktiven Betreuung der Resource Personal zu beschreiten, können Sie am Wettbewerb um die wirklich guten Mitarbeiter teilnehmen. Wenn Sie es zudem schaffen, vorhandene Ressourcen und erprobte Technologien mit einem neuen Selbstverständnis als attraktiver Arbeitgeber zu verbinden, dann können sie ihn auch gewinnen.

ak ■



Autor: Andrea Goffart, freie Mitarbeiterin bei der VEDA GmbH.