

# Diskrepanz bei Trends und Realität

**Unternehmen** Human Resources ist die Branche, in der es auf Menschen und Persönlichkeit ankommt. Das sagt schon der Name. Doch wie passt das mit der zunehmenden Digitalisierung zusammen? Und welcher Punkt ist wichtiger: Menschlichkeit oder Digitalisierung?

Die 17. «Recruiting Trends» Studie\* des Centre of Human Resources Information Systems (Chris) der Universitäten Bamberg und Erlangen-Nürnberg und des Karriereportals Monster belegt: Digitalisierung und Menschlichkeit gehen Hand in Hand und bringen die Branche weiter.

«Seit 17 Jahren erheben wir Daten zu den Recruiting Trends, was uns die einmalige Möglichkeit gibt, die Entwicklung über Jahre hinweg zu beobachten und echte Trends von kurzfristigen Moden zu unterscheiden», so Tim Weitzel, Studienleiter und Professor am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Universität Bamberg. «Bereits seit mehreren Jahren stellen wir fest, dass die Digitalisierung mit Themen wie Mobile Recruiting, Apps, Job oder Talent Recommender aber auch professionelle Prozessgestaltung und Kennzahlen die Personalverantwortlichen zunehmend in ihrem Alltag beeinflusst. Um herauszufinden, was die zunehmende Digitalisierung für die HR-Branche konkret bedeutet, haben wir in diesem Jahr intensiv nachgefragt und glauben, dass wir mit den Ergebnissen erneut die Debatte bereichern können», so Weitzel weiter.

Sylvia Edmands, Geschäftsführerin von Monster Deutschland, Österreich und der Schweiz, ist überzeugt, dass es zukünftig um eine neue Balance geht: «In einer zunehmend digitalen Welt muss sich auch die HR-Branche digitalisieren, damit die Talentsuche noch einfacher, schneller und passender gestaltet werden kann. Dennoch ist ein Bewerbungsprozess etwas sehr Persönliches. Die Kandidaten möchten nicht auf einen gut strukturierten Lebenslauf reduziert werden. Der Faktor Mensch soll und kann hier nicht ausgeschaltet werden. Bei der Digitalisierung der Branche ist es daher wichtig zu beobachten, welche Wünsche und Bedürfnisse die Kandidaten haben, um sich nicht im Digitalisierungsdschungel zu verirren. Die beidseitige Beleuchtung der Recruiting Trends Studie – von Seite der Unternehmen aber auch der Kandidaten – zeigt, dass es hier noch Diskrepanzen gibt.»

## Digitaler Fortschritt

Eines der digitalen Themen, das sich seit Jahren positiv entwickelt, ist das mobile Recruiting per Smartphone. Dies ist sowohl für Kandidaten als auch Unternehmen von Bedeutung, wobei Unternehmen dem Thema einen deutlich höheren Stellenwert zuordnen als die Kandidaten: Während 84,6 Prozent der Top-1000 Unternehmen sagen, dass Mobile Recruiting zukünftig immer wichtiger ist – und sogar 100 Prozent der IT-Unternehmen, bestätigen dies nur 60,9 Prozent der Kandidaten. Ein möglicher Grund dafür ist, dass mobile Bewerbungen bei den Kandidaten längst angekommen sind – schon heute gibt ein Viertel der Kandidaten an, sich häufig über das Smartphone zu bewerben. Der wichtigste Grund dafür: 50,8 Prozent finden, dass die mobile Bewerbung Zeit spart und dadurch effizienter ist. Damit einher geht auch, dass Unternehmen ihre Karriereinhalte mobil optimieren müssen. Darauf legen sieben von zehn Kandidaten Wert. Für 7,8 Prozent der Kandidaten stellt das Fehlen einer für mobile Endgeräte optimierten Bewerbungsalternative einen Grund dar, sich bei dem Unternehmen gar nicht zu bewerben. Das heisst sie weichen auch nicht auf einen Desktop PC aus. 70,2 Prozent der Kandidaten schätzen ausserdem Apps zur Stellensuche oder um sich über das Unternehmen zu informieren (67,0 Prozent). Auch erweiterte Funktionen wie direkte Kontaktmöglichkeit oder Statusberichte zum Bearbeitungsstand der Bewerbung werden von mehr als der Hälfte der Befragten begrüsst.

Als eines der wichtigsten digitalen Zukunftsthemen wird das Thema Ma-



Bewerber haben neue Ansprüche an Unternehmen. Darauf müssen sich diese vorbereiten.

Bild: iStock

schinenlesbarkeit von Stellenanzeigen gehandelt. 90,9 Prozent der Unternehmen sehen darin die wichtigste Eigenschaft einer Stellenanzeige, um in fünf Jahren in Suchmaschinen wie Google Job Search zu erscheinen oder um von Job-Recommendern gefunden und verarbeitet werden zu können. Ein wichtiges Thema, denn sieben von zehn Unternehmen (Top-1000 und IT) gehen davon aus, dass Job-Recommendern zukünftig immer häufiger zum Einsatz kommen werden. Auch fünf von zehn Kandidaten finden diese Entwicklung gut. Wie bei anderen Themenbereichen gibt es allerdings auch hier eine deutliche Diskrepanz zwischen der Erwartung, was sich allgemein durchsetzen wird, und den eigenen Plänen. So plant nur eines von zehn der Top-1000-Unternehmen und der IT-Unternehmen zukünftig selbst ein entsprechendes Angebot aufzubauen. Ebenfalls eine grosse Zunahme sagen Unternehmen des digitalen Karriereberaters voraus: Immerhin jedes Zehnte Top-1000-Unternehmen gibt an, digitale Karriereberater anbieten zu wollen. Im Gegensatz dazu steht jedoch die aktuelle Entwicklung, die sich seit 2016 leicht rückläufig entwickelt hat und von 3,3 Prozent auf 2,4 Prozent gesunken ist.

«Obwohl die Wichtigkeit digitaler Themen von Unternehmen wie Kandidaten gleichermaßen erkannt wird, gibt

es noch viel zu lernen und umzusetzen. Dies wird für die Unternehmen eine wichtige Aufgabe in den nächsten Jahren, und zwar sowohl innerhalb von HR als auch zwischen HR und den Fachabteilungen», kommentiert Weitzel.

«Human gehört zu den Resources»

Dass bei aller Digitalisierung die Menschlichkeit nicht auf der Strecke bleiben darf, haben die Unternehmen verstanden und an ihrem Employer Branding gearbeitet. In den Recruiting Trends 2018 haben Mitarbeiter die Attraktivität ihrer Arbeitgeber noch mit der Schulnote 4+ bewertet, bei der aktuellen Studie ist diese Bewertung auf die Note 3 gestiegen. Das ist eine klare Verbesserung, die aber noch immer Luft nach oben hat. Dabei gibt es einige Stellschrauben, an denen relativ einfach gedreht werden kann: So gaben sieben von zehn Neueingestellten an, dass sie keine Einarbeitung erfahren hätten und man sich nicht genügend Zeit genommen hätte. Die Faktoren, die laut Kandidaten massgeblich zu einem positiven Onboarding-Prozess führen, sind Wertschätzung und eine gute Einarbeitung – zwei Punkte, die auch für den Arbeitgeber wichtig sind und entsprechend einfach umgesetzt werden können.

Um Mitarbeiter dann auch zu halten, ist es wichtig sie zu fördern und zu fordern: «Unterforderung ist mit 76,1 Pro-

zent einer der häufigsten Gründe für Arbeitnehmer, sich nach einem neuen Job umzusehen – wohingegen nur 52,3 Prozent schon einmal wegen Überforderung wechseln wollten. Das zeigt: Langeweile ist ein Karrierekiller», so Sylvia Edmands von Monster. «Wer seine Mitarbeiter halten möchte muss sie weiterentwickeln.» Dies erklärt sich auch dadurch, dass rund die Hälfte aller Kandidaten optimistisch ist, was die Entwicklung des Arbeitsmarktes für sie persönlich angeht. Ein Drittel hält es sogar für möglich, bei einem Arbeitgeberwechsel ihren Traumjob zu finden. Dieser Optimismus führt dazu, dass mehr Kandidaten höhere Anforderungen an einen Arbeitgeber stellen als früher (74,3 Prozent, im Vergleich zu 67,1 Prozent 2017). Weiterhin wichtig bleiben für die Kandidaten demensprechend auch eine gute Work-Life-Balance und eine flexible Arbeitszeitgestaltung. Rund die Hälfte der befragten Kandidaten wäre sogar bereit, finanzielle Einbussen in Kauf zu nehmen, wenn dies ihre Work-Life-Balance signifikant verbessert. Die grosse Mehrheit möchte zudem das Berufs- und Privatleben klar voneinander trennen (81,1 Prozent).

## «Human First» ist die Devise

Digitalisierung treibt die Branche voran, stärkt die Effektivität und führt zu verbesserten Ergebnissen der Recruiter, doch ohne Menschlichkeit geht es nicht. Gerade in der digital geprägten Zeit wird deutlich, dass Werte beständig und weiterhin extrem wichtig sind. Nicht umsonst ist eine gegenseitige Wertschätzung sowohl für Unternehmen als auch Kandidaten auf Platz Eins, wenn es um das wichtigste Element einer guten Unternehmenskultur geht. Die gute Nachricht: Beide Bereiche lassen sich hervorragend verbinden, wie Sylvia Edmands am Beispiel Monster erklärt: «Die Tatsache, dass Kandidaten seit 17 Jahren am Häufigsten in Internetstellenbörsen nach einem neuen Job suchen, zeigt, dass wir die Entwicklung nicht verschlafen haben – denn gerade ein digitales Unternehmen wie Monster muss die Digitalisierung vorantreiben. Weiterentwicklungen, wie die Bereitstellung der Bewerbungs-App für Kandidaten oder dem kinderleichten Einbinden von Videos in Stellenanzeigen, sind Schritte in die richtige Richtung. Denn wer den Menschen in den Mittelpunkt stellen möchte, kann diese zukünftig nicht mehr ohne die Hilfe digitaler Tools tun.» (sda)

## ANZEIGE

### Wechsel in der Geschäftsführung der Wilhelm Büchel AG



René Ritter, der neue operative Geschäftsführer.

Bild: pd

**GRABS.** Der Verwaltungsrat der Wilhelm Büchel AG hat das bisherige Geschäftsleitungsmitglied René Ritter neu zum operativen Geschäftsführer gewählt. Er tritt damit die Nachfolge von Andy Minder an, dessen geleisteten Verdienste von Seiten der Wilhelm Büchel Gruppe verdankt werden. René Ritter ist seit vielen Jahren in verschiedenen verant-

wortungsvollen Funktionen in der Bauunternehmung tätig. «Er ist eine sehr kompetente Führungspersönlichkeit mit grossem Know-how und wir freuen uns, ihn für diese operative Geschäftsleitungs-Funktion gewinnen zu können», teilt der Verwaltungsrat in seiner Pressemitteilung zum personellen Wechsel mit. (pd)

## ANZEIGE

### Risikomanagement im Personalbereich

**E**in fundiertes betriebliches Risikomanagement bildet die Grundlage, um Unternehmensrisiken zu erkennen und zu quantifizieren. Dies gilt insbesondere auch für das Personal-Management. Krankheits- oder unfallbedingter Ausfall von Schlüsselpersonen kann beispielsweise ein Personalrisiko darstellen.

Funk befasst sich im Bereich der Personenversicherung mit den freiwilligen Sozialleistungen und Versicherungen, welche bei Unfall oder Krankheit zu entscheidenden Faktoren werden können. Mit auf das Unternehmen massgeschneiderten Versicherungs- und Vorsorgeleistungen werden die Beiträge für Arbeitnehmende und Arbeitgeber optimiert. Im Weiteren werden Leistungen punktuell verbessert, damit die Unternehmensziele bestmöglich unterstützt werden.

So kann zum Beispiel der Arbeitgeber zu attraktiven Bedingungen eine Unfallzusatzversicherung für seine Mitarbeitenden abschliessen, welche bedeutende Zusatzleistungen wie beispielsweise Privatdeckung im Spital bietet. Zudem



Professionell mit Personalrisiken umgehen.

Bild: pd

wird die beste medizinische Versorgung gewährleistet, um eine schnelle Rückkehr an den Arbeitsplatz zu gewährleisten. Auch Pensionskassenlösungen sind zu prüfen, da aufgrund der Erfahrung von Funk die Leistungs- und Prämienunterschiede der Anbieter noch immer markant sein können.

## Pensionskassen-Check lohnt sich

Gut ausgebaute Versicherungs- und Vorsorgeleistungen werden im hart umkämpften Markt um gut ausgebildete Mitarbeitende vermehrt zum Erfolgsfaktor. Eine unabhängige Analyse der

wichtigsten Kennzahlen einer Pensionskasse unterstützt Unternehmen auf dem Weg zu wettbewerbsfähigen Arbeitsbedingungen. Funk schafft in diesem Prozess Transparenz und wird für Unternehmen zum wichtigen Sparpartner.



**Andy Bircher,** Partner und Geschäftsführer Funk Insurance Brokers AG Liechtenstein