



Recruiting im Internet „Es ist nicht alles Gold was glänzt“

Social Media, Blogs, Twitter, Facebook, Foren, Xing, LinkedIn und noch viele andere Begriffe geistern z.Z. durch die Lande und versprechen den oft händeringend nach qualifizierten Mitarbeitern suchenden Unternehmen effiziente Unterstützung. Sicher ist es heute notwendig, sich mit dieser Web 2.0-Welt zu befassen und sie u. U. natürlich auch zu nutzen. Allerdings mit reiflicher Überlegung, mit Maß und Ziel und ausführlicher Nutzen-Abwägung. Nachdem es mittlerweile eine breite Diskussion in der Öffentlichkeit gibt, wie und ob ein User seine Daten und vor allem, welche er ins Netz stellen soll, ist es sicher auch für Unternehmen sinnvoll, sich ausführlich Gedanken über den Umgang mit den angebotenen Möglichkeiten zu machen. Nachfolgend geben wir Ihnen gerne ein paar Hinweise, auf die Sie achten sollten, wenn Sie das Internet für Ihre Recruiting-Aktivitäten nutzen wollen:

Stellenanzeigen

Es gibt mittlerweile eine Vielzahl von Stellenbörsen im Netz: große, kleine (spezialisierte), regionale, internationale, usw. Welche für Ihre Zwecke die Richtige ist, lässt sich schwer definieren. Hier müssen Sie selbst ein Gefühl bekommen, ausprobieren bzw. auf Erfahrungswerte setzen. Die Aussage, dass eine billige Stellenbörse nichts wert ist, stimmt so nicht - aber mittlerweile trennt sich doch etwas die Spreu vom Weizen, vor allem, wenn es um den Service geht: wie schnell geht eine Anzeige ins Netz, wie lange ist die Schaltdauer, wie oft wird sie refreshed, welche Verschlagwortungsmöglichkeiten gibt es, wie problematisch und kostspielig sind Textänderungen während der Laufzeit, usw. Die Bewerbungsresonanz als Erfolgsmaßstab zu nehmen ist zu wenig, besonders bei Spezialistenpositionen - Bewerber, die es nicht gibt, können sich nicht bewerben!

Bewerberdatenbanken

Hier gilt ähnliches. Zudem sollte überprüft werden, wie aktuell die hier enthaltenen Daten sind. Eine „aufgeblähte“ Datenbank zur Verfügung zu stellen, die ungepflegte Daten enthält, verursacht nur sinnlose Arbeit. Wie sind die Such- und Auswahlkriterien, wie einfach oder schwierig ist die Kontaktaufnahme mit den Bewerbern? Wann entstehen der suchenden Firma Kosten und wie hoch sind sie? Generell muss man feststellen, dass die Suche in Bewerberdatenbanken mühsam und zeitaufwändig und der Erfolg relativ bescheiden ist. Bei den großen Stellenanzeigen- und Datenbankanbietern werden in der Regel die eingehenden Stellenanzeigen auch automatisch an die Interessenten in den Datenbanken weitergeleitet, die dem Suchprofil entsprechen, so dass diese sich dann direkt bewerben können.

Xing, LinkedIn und ähnliche Netzwerke

Ein gutes Reservoir, um Ansprechpartner zu finden. Ob diese aber auf eine „Ansprache“ reagieren,



hängt von vielen Faktoren ab: es kommt zum einen auf die individuelle, kreative Kontaktaufnahme an, aber auch darauf, ob der Angesprochene sich überhaupt um sein Profil kümmert, d.h. hat er es nur einmal reingestellt, weil es einfach "in" ist bzw. um zu sehen, was passiert. Der Suchende muss mit viel Zeit- und Arbeitsaufwand rechnen. Auch über Gruppen und Foren kommt man an Namen und interessante Kontakte. Je individueller und kreativer hier gesucht wird, desto höher ist der Erfolg. Das bedeutet aber wiederum einen hohen Arbeitsaufwand und die Bereitschaft, sich auch mit den Kontakten weiter zu befassen, die nicht direkt an der ausgeschriebenen Position interessiert sind. Mittlerweile können Sie z. B. Xing auch als Stellenanzeigenplattform nutzen - bisher allerdings mit einem schlechten Preis-Leistungsverhältnis.

Facebook

Hier gilt ähnliches. Sollten Sie nicht bereit sein, sich der regelmäßigen Diskussion mit Interessenten und „Freunden“ zu stellen, dann empfehlen wir, die Finger davon zu lassen. Negative Kommentare, schlechtes Image oder viel nutzloser Aktionismus können die Folgen sein. Bedenken Sie immer wie schwierig es ist, Geister, die man rief, wieder los zu werden.



Bewertungsplattformen wie Kununu

Vor allem kleineren oder mittelständischen Firmen, die nicht so sehr im öffentlichen Rampenlicht stehen, empfehlen wir, sich hier zurück zu halten. Versuchen Sie möglichst wenig Angriffsfläche zu bieten. Wer weiß schon, wie solche Bewertungen zustande kommen; sind sie wirklich echt oder bewusst lanciert bzw. will hier irgendjemand einfach seinen Frust loswerden usw. Wenn einmal ein negativer Kommentar über Ihr Unternehmen zu finden ist, negieren Sie ihn einfach. Je älter er ist, umso uninteressanter wird er auch.

Aber beobachten sollten Sie schon, was im Internet über Ihr Unternehmen zu finden ist und gegen üble Nachrede, Verleumdung, Beleidigungen, u.ä. vorgehen. Unter

www.mittelstandswiki.de/wissen/Üble_Nachrede_und_Rufschädigung_im_Web_2.0

finden Sie z. B. Informationen, wie Sie mit derartigen Problemstellungen umgehen können.

Aufwand/Kosten

Zwar sind viele Aktivitäten im Netz, die dem Recruiting und dem Employer Branding dienen, im Verhältnis zu anderen Vorgehensweisen (Printmedien, Messen) relativ kostengünstig. Bedenken Sie bitte aber die im ersten Moment nicht sichtbaren Folgekosten - vor allem den eigenen Bearbeitungsaufwand. Viele Aktionen im Web 2.0 sind nur sinnvoll, wenn sie auch professionell abgearbeitet bzw. dauerhaft gepflegt werden. Das Einkaufen in eine Bewerberdatenbank an sich mag ja gar nicht so teuer sein - aber das Durchforsten, die

Kontaktaufnahme, die Kontaktpflege, usw. kann viel Arbeitszeit kosten. Wie schnell sind Informationen über Ihr Unternehmen ins Netz gestellt - aber welchen Aufwand bedarf es, diese aktuell zu halten oder sich gegen Fehlinterpretationen, Anfeindungen, Kritik, usw. zu wehren? Also, wenn Sie sich in das "Neuland" unserer Bundeskanzlerin bewegen:

- Wägen Sie Aufwand und Nutzen ab, bedenken Sie vor allem den internen Zusatzaufwand.
- Stellen Sie keine Stellenanzeigen ins Netz, auch nicht auf Ihre Homepage, wenn Sie keine Position zu besetzen haben, denn das verursacht nur unnötigen Aufwand und negatives Image.

- Statistiken sind sowieso immer mit Vorsicht zu genießen - im Internet erst recht, da kann man fast alles finden und mit irgendwelchen Argumenten hinterlegen - und Klickzahlen bedeuten nichts - schon gar keine Bewerber.

- Lassen Sie sich nicht einfach zu irgendwelchen Aktionen hinreißen, nur weil sie "in" sind - bedenken Sie immer die Folgen. Hinterfragen Sie immer die Motivation, die hinter neuen Ideen und Angeboten steckt. In der Regel wollen die Anbieter erstmal nur Ihr Geld - ob direkt oder indirekt (z. B. über Werbeeinnahmen).

- Beobachten Sie das Netz, schauen Sie selbst regelmäßig z. B. bei Google nach, was über Ihr Unternehmen zu finden ist.

- Ihre Mitarbeiter sind leicht im Netz zu finden, dies bedeutet ein gefundenes Fressen für "Headhunter". Machen Sie diesen die Arbeit nicht noch leichter, indem Sie die Kontaktdaten z. B. über Ihre Firmen-Homepage veröffentlichen. Behandeln Sie Ihre Mitarbeiter "pfleglich"; ein Mitarbeiter, der zufrieden ist, ist nicht so leicht abzuwerben.

- Tun Sie nur so viel, dass Sie den Überblick über Ihre Netz-Aktivitäten behalten.

- Tauschen Sie sich mit anderen "Anwendern" über deren Erfahrungen aus.

Und natürlich:

- Fragen Sie uns; wir sind fast den ganzen Tag irgendwie im Netz unterwegs, wir bekommen viele Informationen von den Firmen und erfahren von den Bewerbern, wie sie mit dem Medium Internet umgehen und was sie von den verschiedenen Möglichkeiten, die sich hier anbieten, halten.

Udo Wirth
Geschäftsleitung

Wir - Inside

Heute stellen wir Ihnen

Dorothee Mayrhofer

vor.

Unser "Urgestein" ist inzwischen seit über 22 Jahren in unterschiedlichsten Aufgabenbereichen bei uns tätig. Angefangen hat sie als Beratungsassistentin, war zwischendurch fürs Marketing und das Anzeigengeschäft zuständig, bis sich der Weg vor über 15 Jahren dann klar in Richtung Account Management und Projektleitung abzeichnete. Im Laufe der Jahre kam neben dem breiten Markt-/Fachwissen in der Laser-/Optikindustrie die interne Verantwortung für die Kompetenzfelder Arbeitsrecht und Coaching hinzu.



Branchen-Dialog 2013

Unseren Messeservice schließen wir in diesem Jahr mit der MATERIALICA und eCarTec ab, die vom 15. - 17. Oktober 2013 auf dem Messegelände in München stattfinden.



Die MATERIALICA ist Europas Treffpunkt für materialgetriebene und zulieferorientierte Produktinnovation und die eCarTec eine Fachmesse für Elektromobilität.



In Kooperation mit der Messeleitung bieten wir am Career Center einerseits Young Professionals bzw. berufserfahrenen Naturwissenschaftlern ein kostenfreies Karriere-coaching an bzw. stehen mit Rat und Tat für alle Fragen rund um das Thema Recruiting zur Verfügung und geben andererseits allen Ausstellern die Möglichkeit, ihre Stellenangebote am Job Board zu präsentieren. Aufgrund der hohen Nachfrage ist es ratsam, sich bereits vorab per Mail oder Telefon einen Gesprächstermin zu reservieren.

Frau Mayrhofer wird am Mittwoch und Donnerstag jeweils einen Vortrag zum Thema "Jobsuche auf Fachmessen" halten.