

Online-Recruiting

von Lars Satow (SAP SE)

Inhalt

1	BLITZLICHT: Das Wichtigste auf einen Blick	1
1.1	Zielsetzung des Beitrags	1
1.2	Definition	1
1.3	Einstieg ins Thema	1
1.4	Schaubild: Die fünf wichtigsten Kanäle des Online-Recruitings	3
2	FAKTEN: Das sollten Sie wissen!	3
2.1	Ziele	3
2.2	Kanäle	5
2.3	Instrumente	6
3	HANDELN: So gehen Sie vor!	8
3.1	Fünf Schritte zur Festlegung Ihrer Online-Recruiting-Strategie	8
4	BERATUNG: Infos für Unternehmen	9
4.1	Einsatz externer Online-Recruiter	9
4.2	Einsatz von Online-Assessments	10
5	Literaturhinweise	11
6	UMSETZUNG: Arbeitshilfen für die Praxis	11
6.1	Webseiten zum Thema Online-Recruiting	11

1 BLITZLICHT: Das Wichtigste auf einen Blick

1.1 Zielsetzung des Beitrags

Dieser Beitrag beschreibt die Ziele, Kanäle und Instrumente des Online-Recruitings. Anhand von fünf Schritten wird anschließend erläutert, wie eine Online-Recruiting-Strategie im eigenen Unternehmen festgelegt werden kann. Außerdem wird der Einsatz von externen Online-Recruiter und Online-Assessments diskutiert. Der Beitrag schließt mit einer Übersicht zu den wichtigsten Webseiten zur Thematik.

1.2 Definition

Unter Online-Recruiting (auch E-Recruiting genannt) werden Personalsuche, -beschaffung und -marketing in Online-Medien oder allgemeiner dem Internet verstanden. Der Schwerpunkt beim Online-Recruiting liegt heute auf Jobportalen, Online-Anzeigen und sozialen Netzwerken (Social Recruiting).

1.3 Einstieg ins Thema

Mit Verbreitung der Internetnutzung begannen Unternehmen zunehmend damit, ihre Stellenausschreibungen online zu veröffentlichen und Bewerbungen über Webformulare zu ermöglichen. Bewerbungsunterlagen

wurden elektronisch an das Unternehmen übermittelt, dort in einem Personalmanagement-System erfasst und weiterverarbeitet.

**Strategie-
änderung bei der
Mitarbeitersuche**

Die fortschreitende Digitalisierung, veränderte Kommunikationsgewohnheiten der Digital Natives sowie der wachsende Bedarf an Fachkräften und IT-Experten seit den 2010er Jahren haben zu einer Strategieänderung bei vielen Unternehmen geführt: Statt allein auf Stellenanzeigen und Karrierewebsites zu setzen, sind die meisten Unternehmen dazu übergegangen, gezielt nach geeigneten Bewerbern in sozialen Netzwerken zu suchen und sie dort auch direkt anzusprechen (Active Sourcing). So setzen nach einer Analyse von STAUFENBIEL INSTITUT und KIENBAUM CONSULTANTS INTERNATIONAL (2017) derzeit bereits mehr als 70 Prozent der Unternehmen auf Active Sourcing.

Soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke wie Xing, LinkedIn, Twitter oder Facebook sind damit zu bedeutenden Kanälen für das Personalmarketing geworden. Aber auch weniger bekannte Netzwerke wie Stack Overflow, auf dem Programmierer und Softwareentwickler Fragen von Anwendern beantworten, stellen Unternehmen mittlerweile Informationen und Zugänge zu gesuchten Experten zur Verfügung. Mit diesen Informationen, z. B. wie viele Fragen und zu welchen Themen ein Softwareprogrammierer beantwortet hat und wie gut sie bewertet wurden, wird es Unternehmen ermöglicht, gezielt Talente zu identifizieren und anzusprechen.

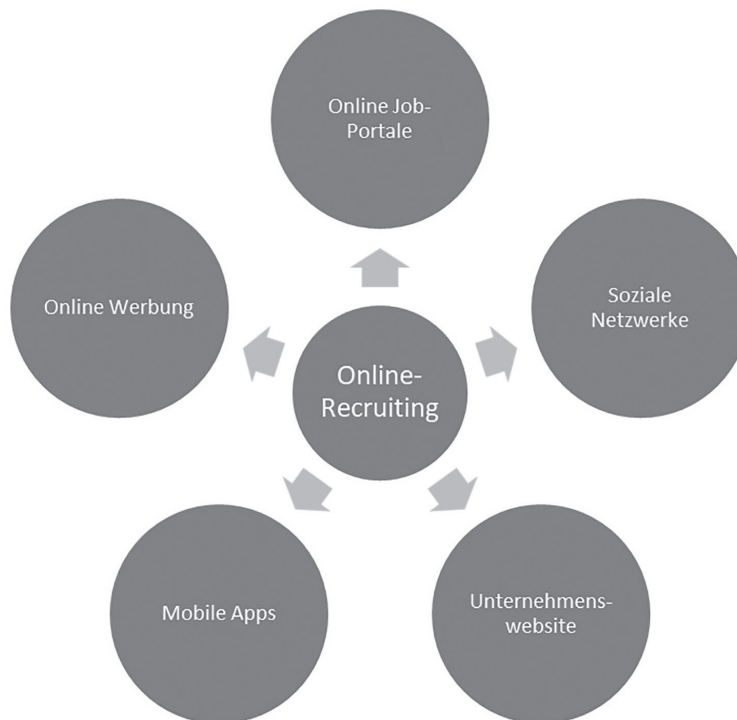
Mehr und mehr werden auch mobile Geräte und Apps als weitere Kanäle genutzt, um Fachkräfte und Absolventen zu erreichen. Unternehmen bedienen sich dabei den Kommunikationsmustern der Digital Natives. Das Mobile-Recruiting läuft über Messenger-Apps wie WhatsApp, Spiele-Apps, Lern-Apps oder andere Apps, die auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten werden, um das Interesse von Absolventen und Talenten zu gewinnen.

**Auswertung von
Daten**

In zunehmendem Maße werden die aus unterschiedlichen Kanälen gewonnenen Daten von intelligenten, selbstlernenden Algorithmen ausgewertet, um geeignete Bewerber zu identifizieren, Talente-Pools zu verwalten und personalisierte Jobangebote zu erstellen. Softwareanbieter wie Google, IBM, SAP und andere stellen Unternehmen selbstlernende Systeme und Cloud-Software zur Verfügung, die es ermöglichen, große Datensätze in Echtzeit zu durchforsten, die Persönlichkeit und Fähigkeiten von Bewerbern zu analysieren und mit offenen Stellen abzugleichen.

Nicht zuletzt hat sich der Online-Recruiter zu einem eigenständigen Jobprofil entwickelt. Er ist Experte für Jobportale und soziale Netzwerke, verfügt über zahlreiche Online-Kontakte, und weiß die Möglichkeiten und Informationen sozialer Netzwerke für Personalmarketing und -beschaffung zu nutzen.

1.4 Schaubild: Die fünf wichtigsten Kanäle des Online-Recruitings



2 FAKTEN: Das sollten Sie wissen!

Gefragt nach den erfolgreichsten Kanälen nennen 89 Prozent der Unternehmen Online-Anzeigen an erster Stelle. Die eigene Karrierewebseite wird von 72 Prozent der Unternehmen genannt, dicht gefolgt vom Active Sourcing (71 Prozent). Erst an vierter Stelle folgen Karriere-Events und Messen. Print-Stellenanzeigen landen auf dem 8. und letzten Platz, werden aber immer noch von rund 40 Prozent der Unternehmen genutzt (STAUFENBIEL INSTITUT/KIENBAUM CONSULTANTS INTERNATIONAL 2017). Online-Recruiting ist damit bereits heute deutlich erfolgreicher als traditionelle Maßnahmen des Personalmarketings. Die folgende Aufstellung gibt einen Überblick über die wichtigsten Ziele und Kanäle des Online-Recruitings.

2.1 Ziele

Die wichtigsten Ziele, die Unternehmen mit Online-Recruiting im Kampf um die besten Nachwuchskräfte verfolgen, reichen von der gezielten Suche nach Talenten bis hin zum Employer Branding.

- ZIEL 1: Gezielte Suche nach Talenten
- ZIEL 2: Schnellere Besetzung von Stellen
- ZIEL 3: Höhere Qualität der Bewerbungen
- ZIEL 4: Übersichtliche und einfache Verwaltung der Bewerber
- ZIEL 5: Employer Branding

Gezielte Suche nach Talenten

- Ziel 1** Online-Recruiting ermöglicht es Unternehmen, gezielt nach Talenten zu suchen und diese auch direkt anzusprechen (Active Sourcing). So werden die Digital Natives quasi in ihrer natürlichen Umgebung erreicht. Dazu können heute zahlreiche Informationsquellen verknüpft und genutzt werden, wie z. B. Informationen aus sozialen Netzen über Fähigkeiten, Interessen und bisherige Karriereschritte.

Schnellere Besetzung von Stellen

- Ziel 2** Mit Hilfe von Online-Recruiting lassen sich offene Stellen schneller besetzen, da zum einen Stellenanzeigen schneller veröffentlicht werden können und eine größere Zielgruppen erreichen, z. B. durch Verteilen in sozialen Netzwerken. Zum anderen lassen sich heutzutage viele Prozesse mit Cloud-Lösungen für das Online-Recruiting und Personalmanagement optimieren, z. B. Screening, Matching oder das Erstellen von Angeboten und Verträgen.

Höhere Qualität der Bewerbungen

- Ziel 3** Höhere Reichweiten, das Nutzen aller Informationen und eine bessere Bewerbervorauswahl (Screening) führen beim Online-Recruiting zu einer höheren Qualität der Bewerbungen. So können Anzeigen nicht nur interessenbasiert geschaltet werden, sondern auch die bisherigen Qualifikationen und Karrierestationen berücksichtigen. Für die Bewerbervorauswahl können Informationen aus den sozialen Netzwerken genutzt werden, wie z. B. Interessen- und Persönlichkeitsprofile, aber auch die Ergebnisse von Online-Assessments und Tests.

Übersichtliche und einfache Verwaltung der Bewerber

- Ziel 4** Viele Cloud-Lösungen für das Online-Recruiting bieten heute nicht nur eine einfache Verwaltung der Bewerber und Stellenprofile an, sondern auch Schnittstellen zu den großen Jobportalen und sozialen Netzwerken. So lassen sich nicht nur Prozesse optimieren, auch die Effizienz der Kanäle und Maßnahmen können miteinander verglichen werden.

Employer Branding

- Ziel 5** Online-Recruiting und Employer Branding gehen Hand in Hand. Jede Online-Anzeige, jeder Tweet, jedes Profil in einem Karrierenetzwerk ist zugleich auch Selbstdarstellung und Marketing. Employer Branding versucht das Unternehmen als attraktive Marke für Bewerber zu etablieren. Es muss sich dazu gezielt an Jobsuchende wenden, weil für diese Zielgruppe andere Fragen im Vordergrund stehen als für Kunden, an die sich Markenwerbung sonst richtet. Bewerbern geht es nicht so sehr um Produktqualitäten oder Preise, sondern vielmehr um die Vision eines Unternehmens, das

Image, die Entwicklungsmöglichkeiten, das Arbeitsklima, die Nachhaltigkeit und die Jobsicherheit.

2.2 Kanäle

Für das Online-Recruiting können verschiedene Kanäle verwendet werden, die nachfolgend kurz vorgestellt werden.

- KANAL 1: Online-Jobportale
- KANAL 2: Soziale Netzwerke
- KANAL 3: Unternehmenswebsite/Karrierewebsite
- KANAL 4: Mobile Recruiting
- KANAL 5: Online-Werbung und Employer Branding

Online-Jobportale

Online-Jobportale und -börsen ermöglichen es Unternehmen gegen Zahlung entsprechender Gebühren, Stellenanzeigen online aufzugeben und eingehende Bewerbungen zu verwalten. Zu den bekanntesten Jobportalen zählen Stepstone (Axel Springer), Stellenanzeigen.de, JobScout24, Jobware (Medien Union) und monster.de.

Kanal 1

Soziale Netzwerke

Soziale Netzwerke bieten gegenüber Jobportalen zwei entscheidende Vorteile: Sie liefern selbst zahlreiche Informationen über den Bewerber, z. B. über seine Aktivitäten, sein Netzwerk, seine Interessen, Qualifikationen und Fähigkeiten, die für das Active Sourcing genutzt werden können. Zudem ermöglichen sie eine weite Verbreitung über das Teilen der Stellenanzeigen. Zu den beliebtesten sozialen Netzwerken für das Social-Recruiting zählen Facebook, Xing, LinkedIn und Twitter. So können z. B. Facebook-Gruppen genutzt werden, um gezielt Absolventen anzusprechen und auf ein Unternehmen aufmerksam zu machen. Über Twitter lassen sich sehr einfach Stellenanzeigen verteilen und Experten finden. Auf Xing und LinkedIn können sich Unternehmen (Employer Branding) mit einem eigenen Profil präsentieren. Die Entwickler-Community Stack Overflow gibt Unternehmen Zugriff auf mehr als sechs Millionen IT-Experten.

Kanal 2

Unternehmenswebsite/Karrierewebsite

Fast 80 Prozent der Unternehmen nutzen eigene Karrierewebsites, um offene Stellen zu veröffentlichen, auf Events hinzuweisen und sich als Arbeitgeber zu präsentieren (STAUFENBIEL INSTITUT/KIENBAUM CONSULTANTS INTERNATIONAL 2017). Der Vorteil eigener Karrierewebsites ist die oft kostengünstige Erstellung und hohe Flexibilität. Der Nachteil ist die mangelnde Reichweite. Gerade für mittlere und kleinere Unternehmen ist es daher wichtig, die eigene Karrierewebsite aktiv zu bewerben, z. B. durch das Teilen in sozialen Netzwerken oder durch Online-Werbung.

Kanal 3

Mobile Recruiting

Kanal 4 Im Kampf um die klügsten Köpfe setzen mehr und mehr Unternehmen auch auf das Mobile Recruiting. Mehr als 72 Prozent der Top-1000 Unternehmen messen dem Mobile Recruiting eine zunehmende Bedeutung bei und mehr als 46 Prozent der Unternehmen setzen es auch bereits ein (WEITZEL et al. 2017). Ein Ansatz besteht darin, eigene informative, lustige oder spannende Apps zu entwickeln, um Zielgruppen (Schüler, Studenten) interessenbasiert anzusprechen. Ein anderer Ansatz nutzt weitverbreitete und beliebte Apps, wie z. B. WhatsApp, um Bewerber gezielt zu kontaktieren.

Online-Werbung und Employer Branding

Kanal 5 Online-Anzeigen lassen sich nicht nur auf Jobportalen buchen, sondern können auch über Plattformen wie Google AdWords oder andere Werbenetzwerke geschaltet werden und in Suchergebnissen, auf Webseiten und in Apps erscheinen. Immer mehr im Focus: die zielgenaue und interessenbasierte Ausrichtung solcher Anzeigen. Eine Anzeige kann auf eine Online-Stellenanzeige verweisen, auf die eigene Karrierewebsite oder auf das Unternehmensprofil. Die Herausforderung besteht darin, ein attraktives und unverwechselbares Unternehmensprofil für Bewerber aufzubauen und wie eine Marke zu positionieren. Ein Unternehmen, das Digital Natives ansprechen will, muss heute auf allen wichtigen Kanälen und sozialen Plattformen vertreten sein, wie z. B. auf Twitter, Facebook und Xing – aber auch auf Plattformen wie kununu.com, auf dem Mitarbeiter, Azubis und Bewerber Unternehmen in Kategorien wie Arbeitsatmosphäre, Work-Live-Balance und Gleichberechtigung bewerten können.

2.3 Instrumente

Um das Online-Recruiting möglichst effizient zu gestalten, werden mittlerweile zahlreiche Tools und Software-Lösungen angeboten. Vier wichtige Instrumente von Online-Recruiting-Lösungen von der Cloud bis hin zu Video-Interviews sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

- INSTRUMENT 1: Personalmanagement aus der Cloud
- INSTRUMENT 2: Virtuelle Events und Webinare
- INSTRUMENT 3: Online-Assessments
- INSTRUMENT 4: Video-Interviews

Personalmanagement aus der Cloud

Instrument 1 Inzwischen gibt es zahlreiche attraktive Cloud-Lösungen für das Online-Recruiting und Personalmanagement – auch für kleine und mittlere Unternehmen. Einige Cloud-Lösungen, wie SAP SuccessFactors Recruiting, lassen sich dabei mit im Unternehmen installierter ERP-Unternehmenssoftware (On-Premise-Lösungen) kombinieren (Hybrid-Ansatz) und decken den gesamten Recruiting-Prozess ab. Mit SAP SuccessFactors Onboarding und SAP SuccessFactors Learning können die Recruiting-Prozesse zudem um das Onboarding, also der Einstellung und Einarbeitung neuer Mitarbeiter, und

die weitere gezielte Personalentwicklung ergänzt und in bestehende SAP-Systeme integriert werden.

Virtuelle Events und Webinare

Als weiteres effizientes Instrument haben sich virtuelle Events und Webinare erwiesen. Zum einen dienen sie dazu, Bewerber auf ein Unternehmen aufmerksam zu machen. Zum anderen ermöglichen sie es den Unternehmen, mit besonders qualifizierten Teilnehmern in direkten Kontakt zu treten. Solche virtuellen Events können z. B. auch in Form von MOOCs (Massive Open Online Courses) angeboten werden. Bei diesem Format bietet das Unternehmen eine Serie von Videovorträgen über einen Zeitraum von vier bis acht Wochen zu einem bestimmten Thema an, bspw. einen Programmierkurs. Die Teilnehmer registrieren sich, um während der Laufzeit auf die Videovorträge zugreifen zu können. Neben den Videovorträgen bearbeiten die Teilnehmer wöchentliche oder monatliche Aufgaben und Multiple-Choice-Tests. Aufgaben und Lösungen können in begleitenden Foren diskutiert werden. Teilnehmer, die alle Aufgaben und Tests erfolgreich bearbeiten, erhalten am Ende ein Zertifikat. Die Teilnehmer sind oftmals auch an einem Job im Unternehmen interessiert.

Instrument 2

Online-Assessments

Mit Hilfe von Online-Assessments lässt sich die Qualität der Bewerbungen oftmals deutlich erhöhen. Zudem lassen sie sich ohne viel Aufwand in den Online-Recruiting-Prozess integrieren, um Bewerber anhand relevanter Kriterien wie Interessen, Persönlichkeit, Kompetenzen, Wissen oder Intelligenz vorzuselektieren. Allgemeine Kriterien, wie Persönlichkeit und Intelligenz, haben dabei gegenüber einer Messung von Fachkompetenzen den Vorteil, dass sie über relativ kurze Online-Tests so objektiv wie möglich erfasst werden können.

Instrument 3

Insbesondere bei der Beurteilung der Persönlichkeit hat sich der Big-Five-Ansatz bewährt, bei dem ein Bewerber auf die fünf wichtigsten Persönlichkeitseigenschaften hin bewertet wird: emotionale Stabilität (Belastbarkeit), Extraversion (Geselligkeit, Risikofreude, Abenteuerlust), Gewissenhaftigkeit, Offenheit (für neue Herausforderungen und Erfahrungen) und Teamfähigkeit. Durch die internationale Verbreitung des Big-Five-Ansatzes sind die Bewertungskriterien zu einer Art Standard bei der Persönlichkeitsbeurteilung geworden. Online-Big-Five-Tests umfassen oft nur 50 bis 60 Fragen und können von den Bewerbern innerhalb weniger Minuten beantwortet werden. Die Ergebnisse sind oft erstaunlich zuverlässig und sagen – da sie frei von Beurteilungsfehlern sind – die zukünftige Leistung häufig besser vorher als traditionelle Assessment Center.

Video-Interviews

Ein weiteres Instrument zur Auswahl von Bewerbern sind Video-Interviews, die z. B. nach einem Online-Assessment durchgeführt werden können. Für

Instrument 4

Video-Konferenzen stehen mittlerweile zahlreiche Tools zur Verfügung, wie z. B. Skype, Adobe Connect, Google Hangout. Solche Video-Interviews werden wie traditionelle Interviews durchgeführt, z. B. als strukturiertes Interview, können aber zusätzlich aufgezeichnet werden, ohne dass es die Interview-Teilnehmer zu sehr beeinträchtigt. Die Aufzeichnungen können später genutzt werden, um die Interviews von einem zweiten oder dritten Beurteiler bewerten zu lassen. Im Gegensatz zu Telefoninterviews vermitteln Video-Interviews einen ganzheitlichen Eindruck vom Bewerber, z. B. auch von der Umgebung, die er für das Interview gewählt hat.

3 HANDELN: So gehen Sie vor!

3.1 Fünf Schritte zur Festlegung Ihrer Online-Recruiting-Strategie

Auch beim Online-Recruiting lohnt es sich, vorab ein paar prinzipielle Überlegungen zu machen und Entscheidungen zu treffen.

- SCHRITT 1: Strategische Ziele formulieren
- SCHRITT 2: Ein Konzept mit klaren Schwerpunkten erstellen
- SCHRITT 3: Beschaffung von Tools und Software
- SCHRITT 4: Zusammenarbeit mit Agenturen und externen Dienstleistern
- SCHRITT 5: Evaluieren und optimieren

Strategische Ziele formulieren

- Schritt 1** Im ersten Schritt sollten Sie sich überlegen, welche strategischen Ziele Sie mit dem Online-Recruiting erreichen wollen und in welcher Beziehung diese Ziele zur Unternehmensstrategie stehen. Als Hilfe können dabei die im Abschnitt 2.1 formulierten Ziele dienen.

Ein Konzept mit klaren Schwerpunkten erstellen

- Schritt 2** Ausgehend von den strategischen Zielen kann im zweiten Schritt ein Konzept zur Umsetzung entwickelt werden. Dazu müssen Fragen beantwortet werden, wie:
- Welche konkreten Ziele und Kennwerte sollen in ein, zwei und drei Jahren erreicht werden?
 - Welche Kanäle sollen für welche Zielgruppen genutzt werden?
 - Wie soll das Unternehmen gegenüber Bewerbern positioniert werden?
 - Welches Budget steht zur Verfügung?
 - Welche Expertise ist im Unternehmen vorhanden, welche muss eingekauft werden?
 - Welche organisatorischen Maßnahmen sind erforderlich, um die Ziele zu erreichen?
 - Wie sollen Qualität und Erfolg gemessen werden?
 - Mit wem im Unternehmen muss das Konzept besprochen, von wem muss es genehmigt werden?

Beschaffung von Tools und Software

Eventuell müssen neue Software und Tools beschafft werden, um das Online-Recruiting zu ermöglichen oder zu optimieren. In diesem Zusammenhang stellen sich die folgenden Fragen: **Schritt 3**

- Welche Software und Tools werden am Markt angeboten, um das Konzept umzusetzen und Prozesse zu optimieren?
- Können bestehende Software-Lösungen um Funktionen oder Tools für das Online-Recruiting erweitert werden?
- Gibt es günstige Cloud-Lösungen, die in Frage kommen?
- Welche Einsparungen oder Qualitätsverbesserungen lassen sich durch eine Optimierung erreichen?
- Welches Wissen und Training werden für die Lösungen und Tools benötigt?

Zusammenarbeit mit Agenturen und externen Dienstleistern

In vielen Fällen lohnt es sich, beim Online-Recruiting mit externen Agenturen und Dienstleistern zusammenzuarbeiten (siehe auch Abschnitt 4.1). Neben der Auswahl geeigneter Agenturen und Dienstleister müssen weitere wichtige Fragen geklärt werden: **Schritt 4**

- Wie kann der externe Dienstleister effektiv in die eigenen Prozesse integriert werden?
- Was muss der externe Dienstleister wissen, um erfolgreich agieren zu können?
- Wie und nach welchen Erfolgskriterien soll die Bezahlung erfolgen?
- Welche Vorgaben sind dem Dienstleister in Bezug auf sein Vorgehen im Internet zu machen?
- Wie sollen Qualität und Erfolg kontrolliert werden?

Evaluieren und optimieren

Schließlich muss festgelegt werden, wie die Umsetzung des Konzepts evaluiert und optimiert werden kann: **Schritt 5**

- Welche quantitativen und qualitativen Methoden sollen zur Qualitätssicherung und Erfolgsmessung herangezogen werden?
- Gibt es geeignete Benchmarking-Daten?
- Welche Kennzahlen sollen wann und wie häufig erfasst werden?
- Welche Reporting-Tools und Ressourcen werden dafür benötigt?
- Welche Maßnahmen sollen bei Abweichungen ergriffen werden?

4 BERATUNG: Infos für Unternehmen

4.1 Einsatz externer Online-Recruiter

Die Zusammenarbeit mit externen Online-Recruitern und Personalagenturen lohnt sich vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen, wenn entspre- **Mehrwert für KMU**

chende Expertise intern nicht verfügbar ist oder aufgebaut werden soll. Zudem bieten Online-Recruiter als externe Dienstleister einen von der internen Unternehmenspolitik unabhängigen Blick auf die Möglichkeiten und Grenzen des Online-Recruitings. Mittlerweile gibt es mehrere Lehrgänge von Hochschulen und der Industrie- und Handelskammer (IHK) für die Ausbildung zum geprüften Online-Recruiter. So bietet etwa die IHK einen Zertifikatslehrgang an, bei dem die Teilnehmer eine fundierte Ausbildung erhalten zu Themen wie Online-Stellenausschreibungen, Online-Jobportale, Recruiting-Kanäle, Active Sourcing, Social Recruiting, rechtliche Rahmenbedingungen und Employer Branding. Unternehmen finden geprüfte Online-Recruiter entweder bei namhaften Personaldienstleistern, über soziale Netzwerke wie Xing oder LinkedIn, über Portale für Freiberufler, wie twago oder freelance.de, oder auch über die IHK.

4.2 Einsatz von Online-Assessments

Zuverlässige und objektive Beurteilung

Online-Assessments sind im Gegensatz zu traditionellen Assessment-Centern deutlich weniger aufwendig und kostenintensiv. Zudem können sie problemlos in den Online-Recruiting-Prozess integriert werden. Zum Einsatz kommen meist psychologisch-fundierte Testverfahren, die eine weitgehend zuverlässige und objektive Beurteilung von Merkmalen ermöglichen:

Big-Five-Modell

Persönlichkeitstests: Hier hat sich das bereits erwähnte Big-Five-Modell als Quasi-Standard durchgesetzt. Bei diesem Modell werden Bewerber nach fünf Merkmalen bewertet (emotionale Stabilität, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Offenheit, Teamfähigkeit). Bekannte Big-Five-Tests sind u.a. der B5T®, der zusätzlich auch die Grundmotive (Leistungsmotiv, Machtmotiv, Sicherheitsmotiv) eines Bewerbers erfasst und insgesamt 72 Fragen umfasst, einschließlich Kontrollfragen. Untersuchungen zeigen, dass die Big-Five-Persönlichkeitsmerkmale gute Prädiktoren für die spätere Leistung (Gewissenhaftigkeit, emotionale Stabilität, Extraversion) und Anpassungsfähigkeit (Offenheit, Teamfähigkeit) darstellen.

Intelligenzfaktoren

Intelligenztest (IQ): Intelligenztests werden häufig bei Berufen mit besonderen Anforderungsprofilen eingesetzt oder wenn keine Abschlussnoten (Schule, Studium) vorliegen. Grob unterscheiden lassen sich die vier Intelligenzfaktoren sprachliche Fähigkeiten, räumlich-visuelle Fähigkeiten, logisch-analytisches Denken und numerische Fähigkeiten. Ein bekannter und auch international eingesetzter Intelligenztest ist der WAIS (Wechsler Adult Intelligence Scale).

Untersuchungen zeigen, dass die Ergebnisse von Online-Assessments teilweise die Aussagekraft von traditionellen Assessment-Centern übertreffen, da sie nicht durch menschliche Beurteilungsfehler verzerrt werden. Ein Nachteil der Online-Assessments besteht allerdings darin, dass die Identifikation der Bewerber nicht ohne weitere technische Hilfsmittel möglich ist und dass die Bewerber während des Tests nicht vollständig beaufsichtigt werden können. Online-Assessments sollten daher nur im Rahmen der Vorselektion eingesetzt werden.

5 Literaturhinweise

STAUFENBIEL INSTITUT/KIENBAUM CONSULTANTS INTERNATIONAL (Hrsg.) (2017): RecruitingTrends 2017: Was HR-Verantwortliche wissen müssen, Köln. URL: https://www.staufenbiel.de/fileadmin/fm-dam/PDF/Studien/RecruitingTrends_2017.pdf

WEITZEL, T./LAUMER, S./MAIER, C./OEHLHORN, C./WIRTH, J./WEINERT, C. (2017): Mobile Recruiting: Ausgewählte Ergebnisse der Recruiting Trends 2017. Forschungsbericht, Otto-Friedrich-Universität Bamberg.

6 UMSETZUNG: Arbeitshilfen für die Praxis

6.1 Webseiten zum Thema Online-Recruiting

Online-Jobbörsen	
Stepstone	Tochterunternehmen der Axel Springer SE
Stellenanzeigen.de	eine der ersten Online-Jobbörsen
JobScout24	gehört seit 2011 zu CareerBuilder
Jobware	auf Fach- und Führungskräfte spezialisiert
monster.de	Tochter der Monster Worldwide
Jobportale für Freiberufler	
gulp.de	Jobportal für Freiberufler und IT-Experten
twago.de	Portal zur Suche nach Freiberuflern und Agenturen
freelance.de	Projekte und Freiberufler suchen
Soziale Netzwerke/Karriere Netzwerke	
xing.de	bekanntes Karriere-Netzwerk im deutschsprachigen Raum
linkedin.com	internationales Karriere-Netzwerk
stackoverflow.com	Kombination aus Q&A-Plattform und Karriere-Netzwerk für IT-Experten und Software-Entwickler
Employer-Branding-Portale	
kununu.com	Bewerber bewerten Unternehmen
Online-Assessments	
career-test.de	kostenlose Online-Assessments für Bewerber