

Swissconsult

»Veränderte Arbeitswelt verlangt nach neuen Recruiting-Lösungen«

Die Personalberater von **Swissconsult** lösen auch schwierige Positionsbesetzungen. Geschäftsführer **Hans-Joachim Grunek** berichtet über neue Trends im Recruiting-Prozess und wie er Unternehmen bei der Kandidatensuche zielführend unterstützt.

Herr Grunek, Swissconsult hat sich für das Recruiting auf unsere Branche fokussiert. Wie fließt dieses Wissen in die Suche geeigneter Personalkräfte ein?

Branchenwissen ist ein wichtiges Gut, um die richtigen Kandidaten zu finden. Nur der Personalberater, der einerseits die Arbeitgebermarke seines Kunden verstanden hat und andererseits den Bewerber richtig analysiert hat, kann das Jobangebot des Kunden zielgerichtet und motivierend platzieren. Hinzu kommt noch ein über die Jahre gewachsenes Kandidaten-Netzwerk. Man kann das auch mit einer Boutique und einem Warenhaus vergleichen. Die Boutique hat ein schmales und tiefes Sortiment, während das Warenhaus ein breites, aber eher flaches Sortiment hat. Die Swissconsult versteht sich ganz klar als Boutique im Bereich Handel, technische Markenartikel und Telekommunikation.

Das Employer Branding wird immer wichtiger. Wie unterstützen Sie Unternehmen dabei, sich als attraktiver Arbeitgeber darstellen zu können?

Recruiting kombiniert mit Employer Branding generiert mehr Bewerber. Umso mehr ist jeder Arbeitgeber gefordert, praktische Beispiele für diese Wünsche im Rekrutierungsprozess glaubhaft zu vermitteln. Da wird der beauftragte Personalberater also schnell zum Markenbotschafter des Arbeitgebers. Gute und zielgerichtete Bewerbersuche und Direktansprache ist zielführendes Storytelling. Storytelling bedarf einer guten Grundlage für die Story. Kommunikation mit Bewerbern darf nicht flach sein, sondern muss tiefgründig und ehrlich Aspekte und Beispiele der Arbeitgebermarke transportieren.



Hans-Joachim Grunek

Braucht New Work auch New Recruiting?

New Work ist Realität – das bedeutet gleichermaßen, dass auch New Recruiting schnell Realität werden muss. Der Paradigmenwechsel und Wertewandel in der Arbeitswelt fordert die HR-Abteilungen, denn während auf der einen Seite Fachkräftemangel und Digitalisierung die Arbeitgeber in Atem halten, verändern sich auf der anderen Seite die Bedürfnisse der Kandidaten, die nicht nur nach Jobs, sondern nach Sinnerfüllung suchen. Dabei gilt die Time-to-Hire – jene Zeit, die benötigt wird, um Vakanzen im Unternehmen zu füllen – als Erfolgsfaktor und Kennzahl für Personaler und Unternehmen. Doch können Fachkräfte nicht mehr mit den klassischen Mitteln umworben werden, sie wählen sehr bewusst und sorgfältig, was mehr Zeit in Anspruch nimmt. Hier klaffen die Realitäten auseinander: Während Unternehmen die Time-to-Hire so kurz wie möglich halten wollen, nehmen sich Bewerber immer mehr Zeit für die Wahl des Arbeitgebers. Laut einer Befragung von Xing E-Recruiting verzeichnen 73 Prozent der Befragten einen Anstieg der Time-to-Hire in den vergan-

genen fünf Jahren. Zu oft noch verlassen sich Unternehmen darauf, dass Bewerber auf klassische Stellenanzeigen reagieren. Dabei kann eine ganzheitliche Recruiting-Strategie die Time-to-Hire verkürzen und gilt als Antwort auf die sich verändernden Rahmenbedingungen für Personaler.

Bei der Verkürzung der Time-to-Hire sowie bei der Festlegung einer ganzheitlichen Recruiting-Strategie sehen wir akuten Optimierungs- und Handlungsbedarf in vielen Unternehmen. Die raschen Veränderungen der Arbeitswelt verlangen nach neuen Recruiting-Lösungen. Die Digitalisierung bietet dabei die große Chance, zeitintensive Prozesse im Recruiting zu automatisieren. HR-Manager können sich dadurch wieder auf das konzentrieren, was ihre wirkliche Kernkompetenz ist: Gespräche mit geeigneten, vorselektierten Kandidaten zu führen und schlussendlich Entscheidungen zu treffen

»Recruiting kombiniert mit Employer Branding generiert mehr Bewerber«

Hans-Joachim Grunek, Swissconsult

Welche Rolle spielt im Recruiting-Prozess die Eignungsdiagnostik und wie wirkt sich das auf die Passgenauigkeit aus?

Eine sehr wichtige Rolle. Wir arbeiten seit Jahren mit wissenschaftlich fundierten Persönlichkeits-, kognitiven und Typologie-Tests. Die Softskill eines Kandidaten zu kennen ist elementar wichtig. Den Werdegang des Kandidaten kann ich objektiv beurteilen und ist nur ein Teil von ihm. Aber passt der Kandidat auch ins Unternehmen, bzw. hat er die nötigen Eigenschaften, um z.B. als Vertriebsleiter ein Team zum Erfolg zu führen? Das Online Assessment z.B. im Bereich Persönlichkeit dient dazu, eine weitere objektive Meinung zum Kandidaten einzuholen und erhöht so natürlich die Vorhersagekraft bezüglich der Passgenauigkeit. Die Kombination aus strukturiertem Interview und Persönlichkeits-Assessment bringt eine prognostische Validität von 0.98. Das ist mit einem Interview allein kaum erreichbar.

SIE WISSEN ...

Gut

40%

Aller Einstellungen enden mit dem Ausscheiden der Mitarbeiter/innen innerhalb 12 Monaten*

Mehr als

95%

aller Organisationen stellen jedes Jahr nicht passende Mitarbeiter ein**

Durchschnittlich

69%

der bestehenden Mitarbeiter/innen machen nur Dienst nach Vorschrift, d. h. sie leisten nur exakt so viel, dass sie nicht gekündigt werden***

Über

€53.000

sind die durchschnittlichen Kosten einer einzigen Fehlbesetzung****

Quelle:
* Bo Eriksen, researcher w/ SDAI, 2016
** Brandon Hall Group 2015
*** Gallup Studie 2019
**** hrpeople.dk

