

Social Recruiting – neue Chancen für die Personalgewinnung

Demografischer Wandel und Fachkräftemangel sind Themen, die heute viele Unternehmen beschäftigen. Doch kaum eine Branche ist so stark davon betroffen wie das Kreditwesen. So liegt der Altersdurchschnitt der Beschäftigten bei den Banken schon seit längerem über 40 Jahren. Gleichzeitig erhalten sie immer weniger qualifizierte Bewerbungen – das zeigen Forschungsergebnisse der Unternehmensberatung zeb.¹⁾

Neue Wege beim Recruiting

Im Rahmen der Digitalisierung sind jetzt aber verstärkt junge IT-affine Nachwuchskräfte gefragt, die Unternehmen der Finanzwirtschaft bei ihrem digitalen Wandel unterstützen. Im Wettbewerb mit Fintech-Start-ups müssen etablierte Player neue Geschäftsmodelle entwickeln, um sich weiterhin am Markt zu behaupten. Doch IT-Experten sind auf dem Arbeitsmarkt heiß begehrt. Banken konkurrieren hier mit schlagkräftigen Unternehmen aus zahlreichen anderen Branchen. Um die besten Fachkräfte für sich zu gewinnen, müssen sie beim Recruiting neue Wege gehen. Social-Media-Kanäle spielen dabei eine wichtige Rolle.

Social Media ist heute für die meisten Menschen fester Bestandteil des Alltags. Sie tauschen sich mit Freunden auf Facebook aus, informieren sich über Twitter und pflegen ihre Geschäftskontakte über Xing. Rund 28 Millionen Deutsche nutzen Facebook, die Businessportale Xing und LinkedIn können immerhin 9,5 beziehungsweise 7,5 Millionen deutschsprachige User vorweisen.²⁾ Auch im Recruiting und Bewerbermanagement spielen diese Plattformen daher eine zunehmende Rolle.

Laut der Studie „Active Sourcing und Social Recruiting“ der Online-Stellenbörse

Monster unter den Top-1000-Unternehmen in Deutschland sowie 450 Stellensuchenden und Karriereinteressierten bewerten sieben von zehn Unternehmen Social-Media-Anwendungen in der Rekrutierung als positiv, bei den Stellensuchenden sind es sechs von zehn. 73 Prozent der Unternehmen sind der Überzeugung, dass sie in einschlägigen Kanälen präsent sein müssen, um Kandidaten der Generation Y rekrutieren zu können.

Aber wo findet man die besten Bewerber? Entscheidend ist zunächst, den Kanal der Zielgruppe entsprechend auszuwählen. Wer einen Azubi sucht, für den ist Facebook sicher eine gute Möglichkeit. Professionals wird man dort jedoch kaum antreffen. Hier sind Business-Netzwerke die beste Wahl: Xing gilt derzeit mit als wichtigstes Medium, um deutsche Kandidaten anzusprechen, LinkedIn ist gut geeignet für den internationalen Markt. Die Wahl des Kanals sollte aber auch immer auf das strategische Ziel ausgerichtet sein. Denn Social Media kann im Recruiting und Be-

werbermanagement ganz unterschiedliche Aufgaben erfüllen.

Zum einen sind die verschiedenen Kanäle eine Möglichkeit, Stellenangebote zu platzieren. Zum anderen dienen sie dazu, aktiv mit potenziellen Kandidaten in Kontakt zu treten. So setzt die Mehrheit der deutschen Unternehmen laut der Monster.de-Studie vorwiegend Xing für die Platzierung von Stellenanzeigen, Active Sourcing und die Suche nach Informationen ein. Facebook hat dagegen beim Employer Branding und bei der Imagewerbung den obersten Stellenwert. Für Interessenten bietet vor allem Facebook einen komfortablen Weg, sich über ein Unternehmen zu informieren, Fragen zu stellen und zu kommunizieren. Arbeitgeber haben hier die Chance, sich von ihrer besten Seite zu präsentieren.

Das Arbeitgeberimage aufpolieren

Gerade für Banken und Versicherungen bieten Maßnahmen in Social-Media-Kanälen die Chance, sich von anderen Unternehmen abzuheben und ihre Vorzüge als Arbeitgeber hervorzuheben. Mit gezielten Aktionen auf Facebook & Co. zeigen sie sich modern und aufgeschlossen und stellen den persönlichen Kontakt zur jungen IT-begeisterten Zielgruppe her. Seit der Finanzkrise kämpfen viele Banken mit einem schlechten Image, das es aufzupolieren gilt. Hier können Social-Media-Kanäle helfen: Sie haben den Vorteil, dass man mit wenig Aufwand sehr viele Menschen erreicht und Informationen sehr breit streuen kann.

Ein erster Aufwärtstrend lässt sich bereits verzeichnen: Laut der Studie „Graduate Barometer 2016“³⁾ von Trendence haben Banken an Beliebtheit als Arbeitgeber bei den Informatikern gewonnen. Im aktuellen Arbeitgeberranking konnte sich zum Bei-

Steffen Michel, Geschäftsführer, MHM HR, MHM-Systemhaus GmbH, Stuttgart

Digitalisierung, Fintechs, Technologieunternehmen: Mit solchen Schlagworten wird die Zukunftsausrichtung der Kreditwirtschaft beschrieben. Der Personalbedarf für die notwendigen Transformationsprozesse ist stärker als früher auf IT-Experten ausgelegt, und diese haben meist eine Affinität zu Social-Media-Kanälen. Letztere stuft der Autor als besonders geeignetes Instrument für die Gewinnung von Fachkräften ein. Bei der Suche nach dem richtigen Personal will er aber je nach Zielgruppe den richtigen Kanal eingesetzt wissen. In den HR-Abteilungen plädiert er für ein Social-Media-Budget sowie Mitarbeiter, die die Aktivitäten in sozialen Netzen kompetent und kontinuierlich betreuen. (Red.)

spiel die Deutsche Bank von Platz 47 im Vorjahr auf Platz 44 verbessern, die Commerzbank kletterte von Platz 72 auf 49 und die Postbank von Platz 94 auf 70. Im Vergleich zu 2015 wollen sich bei der Commerzbank und der Postbank heuer doppelt so viele Informatiker bewerben. Jetzt gilt es, diese positive Entwicklung weiter voranzutreiben. Denn der Wettbewerb um IT-Fachkräfte bleibt unverändert hart.

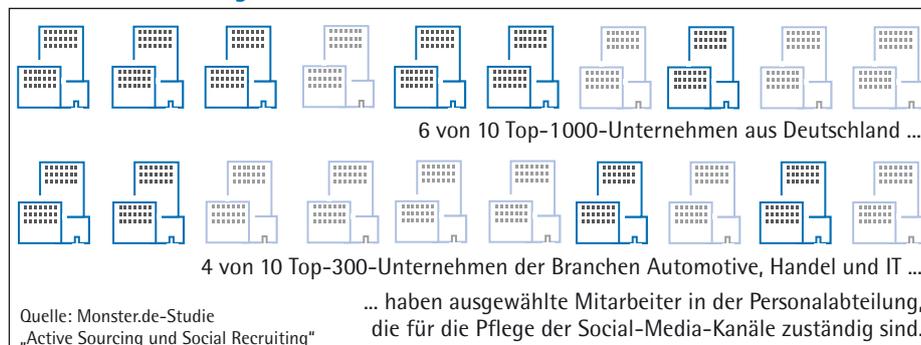
Wie der Fachkräfteatlas⁴⁾ des Stellenportals Stepstone zeigt, übersteigt die Nachfrage nach IT-Experten die Zahl der qualifizierten Bewerber deutlich. Die Stellenausschreibungen in diesem Bereich nehmen stark zu. Im Juli 2016 waren es 44 Prozent mehr als im selben Monat im Vorjahr. Viele der Stellen werden aber voraussichtlich unbesetzt bleiben.

Eine Social-Media-Strategie entwickeln

Wer sich entscheidet, Social-Media-Kanäle zu bedienen, muss das auch richtig und kontinuierlich tun. Gerade in sozialen Netzwerken verzeihen potenzielle Kandidaten keine Fehler. Sie erwarten auf das jeweilige Medium optimierte Inhalte, schnelle Reaktionszeiten und eine persönliche Ansprache. Wenn ein Interessent eine Frage stellt, möchte er möglichst umgehend eine Antwort – und nicht erst Tage später. Mitarbeiter brauchen daher Know-how in der Betreuung von sozialen Netzwerken und müssen sich dafür täglich Zeit einplanen. Viele Unternehmen setzen mittlerweile auch für das Recruiting und Bewerbermanagement Social-Media-Teams ein. In sechs von zehn Unternehmen sind laut der Studie von Monster.de ausgewählte Mitarbeiter in der Personalabteilung für die Pflege von relevanten Kanälen zuständig. In 33 Prozent der 1 000 größten deutschen Unternehmen existiert eine explizite Social-Media-Strategie für den Rekrutierungsbereich. Einen Redaktionsplan für entsprechende Aktivitäten haben aktuell 23,4 Prozent der Top-1 000-Unternehmen definiert.

HR-Software kann das Recruiting im Social-Media-Bereich auf verschiedene Arten unterstützen. Zum einen bieten viele Systeme heute Multiposting, das heißt Content kann automatisiert in verschiedene Kanäle gleichzeitig eingespielt werden. Eine passende Software schlägt für die jeweilige Zielgruppe geeignete Plattformen vor und kennt auch Nischen-Stellenbörsen, auf denen sich Professionals mit den gesuchten

Immer mehr Social-Media-Kanäle werden auch durch Mitarbeiter aus der Personalabteilung betreut



Qualifikationen tummeln. Hier erreicht man mit wenig Aufwand oft eine größere Trefferquote als auf großen Jobportalen. Außerdem verfügen einige HR-Systeme über Schnittstellen zu Businessnetzwerken wie Xing und LinkedIn. Diese Schnittstellen spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Bewerbungen von mobilen Endgeräten aus zu ermöglichen.

Da Smartphones und Tablets heute ständige Begleiter sind, wird dies immer wichtiger. Wer eine Stelle sucht, stöbert vielleicht auch auf der Fahrt im Zug durch diverse Jobportale und möchte sich direkt bewerben. Dafür muss das Verfahren so einfach wie möglich sein, schließlich will niemand aufwendige Formulare am Smartphone ausfüllen. Hier kommt die One-Klick-Bewerbung ins Spiel. In ihrem Xing- oder LinkedIn-Profil hinterlegen Karriereinteressierte ihren Lebenslauf und die wichtigsten Informationen. Wenn Recruiter in ihren Stellenangeboten einen entsprechenden Button einbauen – zum Beispiel „Mit meinem Xing-Profil bewerben“ –, können Interessenten ihr Kurzprofil mit einem einfachen Fingertipp absenden.

Laut der Monster-Studie „Bewerbung der Zukunft“ sehen derzeit bereits 58,8 Prozent der Stellensuchenden die One-Klick-Bewerbung als wichtig an, aber nur 17,3 Prozent der befragten Unternehmen teilen diese Auffassung. Jedoch gehen mehr als die Hälfte der Arbeitgeber davon aus, dass diese Form der Bewerbung in Zukunft an Bedeutung gewinnt. Ein Beispiel für HR-Software, die Unterstützung und geeignete Schnittstellen für eine One-Klick-Bewerbung bietet, ist die Lösung des Stuttgarter Software-Hauses MHM HR. Durch eine Kooperation mit der Bankmedia, einem unabhängigen Systemanbieter und IT-Dienstleis-

ter für die Banken, ermöglicht das Unternehmen digitales Bewerbermanagement, das sich speziell auf die Bedürfnisse der Finanzbranche zuschneiden lässt.

Social Recruiting – aber richtig

Die Digitalisierung sorgt im Finanzsektor für gravierende Veränderungen – auch, was den Personalbedarf anbelangt. Stärker denn je sind IT-Experten gefragt. Doch die Zahl der qualifizierten Bewerber hinkt deutlich hinter den ausgeschriebenen Stellen hinterher. Im harten Wettbewerb um die besten Fachkräfte muss das Recruiting moderner und digitaler werden. Social-Media-Kanäle bieten für die Finanzbranche die Möglichkeit, ihr Image aufzupolieren, direkt mit Bewerbern in Kontakt zu treten und Stellenanzeigen zielgerichtet zu platzieren. Wichtig dabei ist, die passenden Kanäle auszuwählen und sie richtig zu bespielen. Dafür brauchen HR-Abteilungen ein Social-Media-Budget und Mitarbeiter, die die Aktivitäten in sozialen Netzen kompetent und kontinuierlich betreuen. Künftig wird auch die One-Klick-Bewerbung eine zunehmende Rolle spielen. Um dafür gerüstet zu sein, müssen Recruiting-Systeme über Schnittstellen zu Business-Netzwerken wie Xing und LinkedIn verfügen. So machen HR-Manager die Personalsuche im Kreditwesen fit für die Zukunft.

Fußnoten

- 1) <https://bankinghub.de/banking/human-capital-change/personal-zukunft-herausforderung>
- 2) <https://buggisch.wordpress.com/2016/01/04/social-media-nutzerzahlen-in-deutschland-2016/>
- 3) <https://www.trendence.com/presse/pressemitteilungen/2016/die-beliebtesten-arbeitgeber-der-informatiker-fachkraeftemangel-in-der-it-branche-verschaerft-sich.html>
- 4) <http://www.fachkraefteatlas.de/berufsgruppe.cfm?bg=it>