

ePunkt Whitepaper

Sünden im Recruiting und ihre fatalen Folgen

Kurzfassung

Langfristig betrachtet müssen sich die Personalabteilungen und -experten vor allem mit den Auswirkungen des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels auseinandersetzen. Aktuell und in nächster Zukunft stehen andere Themen im Vordergrund, etwa das Employer Branding, die Mitarbeiterbindung und die Nutzung von Social Media im Recruiting. Kein Unternehmen, dem das eigene Image wichtig ist, kann Social Media ignorieren. Und auch, wer verantwortungsbewusstes Recruiting betreibt, kommt an den Social Media Kanälen nicht vorbei. Aber, es geht nicht darum, dabei zu sein, weil es unvermeidbar ist. Es geht darum, die Chancen, die Social Media für das Recruiting bietet, optimal zu nutzen und dabei die Risiken, die mit dieser Form des Recruiting einhergehen, zu minimieren. Oder kurz gesagt: Es geht um einen professionellen und nutzenbringenden Umgang mit Social Media im Recruiting.

Wie professionell bzw. unprofessionell dieser Umgang bei den österreichischen Unternehmen ist, hat ePunkt in einer österreichweiten Untersuchung unter rund 150 Unternehmen analysiert. Dieses Whitepaper zeigt die häufigsten Sünden im Recruiting und deren mögliche fatale Folgen im Zusammenhang mit Social Media auf. Knapp zusammengefasst: Unternehmen mit unsauberen Recruiting-Prozessen, wie z. B. umständliche und nicht funktionierende Bewerbungstools auf der Website, fehlende persönliche Kontaktdaten und das Nicht-Beantworten von Bewerbungen, verärgern ihre Bewerber. Verbreiten diese ihre negativen Erlebnisse in der Social Media Community, so führt das dazu, dass Tausende eine Negativ-Information über das Unternehmen erhalten. Im Endeffekt bewerben sich hunderte Kandidaten auf Basis dieses Wissens erst gar nicht mehr bei diesem Unternehmen.

Inhalt

Kurzfassung	2
Social Media – und Recruiting	4
Social Media im Recruiting – gar nicht oder nur halbherzig	4
Nicht einer redet, sondern alle reden	6
Was wollen Sie, was über Sie erzählt wird?	7
Beispiel: Arbeitgeberbewertungsplattform kununu – ePunkt	7
Gegenbeispiel 1: kununu – österreichischer Konzern	8
Gegenbeispiel 2: kununu – anderer Personalberater	8
Fazit: Gutes Social Media Image = Hohe Positiv-Aufmerksamkeit	8
Der Recruiting Prozess – und seine Knackpunkte	9
Knackpunkte für den Web 2.0 „Fußabdruck“	10
Studie zum Recruiting Verhalten der Top Unternehmen Österreichs	12
Häufige Sünden in der Recruiting-Phase vor Interview	12
Beispiel-Sünde 1: unlesbare Dateneingabe	13
Beispiel-Sünde 2: Anonymität versus Diskretion / Kontaktbedürfnis	13
Beispiel-Sünde 3: unklare Anforderungen	14
Schwerste Sünde im Recruiting: keine oder späte Antwort	14
Fatale Folgen?	15
Fazit	15
Weiterführende Informationen / Links	16
Über ePunkt Internet Recruiting GmbH	17
Fragen, Anmerkungen, Kritik	17

Social Media – und Recruiting

Fakt ist: Social Media gewinnen im Recruiting kontinuierlich an Bedeutung. Denn auf den diversen Social Media Plattformen sind die potentiellen Bewerber zu finden, hier sind sie aktiv. So nutzen etwa 2,4 Millionen Österreicher im Alter zwischen 14 und 49 Jahren (Quelle: Social Media Radar, 04.04.2012) Facebook. Mit rund 77.000 Twitteraccounts, davon 28.000 schreibend, hinkt Österreich zwar im internationalen Vergleich etwas hinterher, aber dennoch bedeuten 77.000 User für das Recruiting eine interessante Anzahl an potentiellen Job-Kandidaten. Auch wenn viele Social Media User oft nicht bedenken, welche Wirkung ihr Social Media Profil haben kann. Denn, wie die jährliche Technologie-Umfrage von Schwartz PR zusammen mit dem weltweiten PR-Netzwerk Eurocom Worldwide (an der über 300 europäische Führungskräfte von Technologieunternehmen im Januar und Februar 2012 teilgenommen haben) zeigt, nutzen die Unternehmen die Social Media Plattformen dafür, um sich über ihre Bewerber zu informieren. 40 Prozent der Befragten gaben an, die Social Media Profile der Bewerber zu überprüfen. Bereits jedes fünfte Unternehmen sagt Bewerbern aufgrund ihres Social Media Profils ab.

Die Unbedachtheit und Unprofessionalität in der Nutzung und im Umgang mit Social Media liegt aber bei weitem nicht nur auf Seiten der User.

Social Media im Recruiting – gar nicht oder nur halbherzig

Die Bewerber sind also in der Social Media Welt – wenn auch in Hinblick auf Bewerbungen nicht immer ideal - präsent. Aber wie sieht es mit der Präsenz und der Nutzung von Social Media bei den Unternehmen aus? Die Social Media Studie 2011 über den Einsatz von Social Media für Personalmarketing und Recruiting von Prof. Dr. Christoph Beck von der Fachhochschule Koblenz und Gero Hesse von embrace (bei der DAX-, MDAX- und TecDAX-Unternehmen, sowie jeweils dreißig Unternehmen

der Größenklassen „bis 250 Mitarbeiter“, „251 bis 1000 Mitarbeiter“, „1001 bis 2500 Mitarbeiter“ und „mehr als 2500 Mitarbeiter“, die nicht im DAX, MDAX und TecDAX vertreten waren, untersucht wurden) zeigt:

- 86,5 Prozent aller analysierten Unternehmen sind zwar auf Facebook präsent, jedoch haben „nur“ 8,3 Prozent der Unternehmen eine Karriere-Fanpage. Die meisten Unternehmensprofile auf Facebook besitzen oft nur den Firmennamen, ohne Unternehmensbeschreibung oder nur mit einer Beschreibung aus Wikipedia.
- 6,5 Prozent der Unternehmen sind mit einem Karriere-Account auf Twitter aktiv.
- Die Einbindung von Social Media auf den Karriere-Websites in Form von Entrypoints, User Generated Content oder „Tell a Friend“-Funktionen durch die Unternehmen erfolgt „nur“ durch 27,4 Prozent aller untersuchten Unternehmen.
- Xing ist die Plattform, auf der die meisten Unternehmen vertreten sind. 93,5 Prozent aller untersuchten Unternehmen haben eine Präsenz bei Xing.
- LinkedIn nutzen 66,5 Prozent aller untersuchten Unternehmen und auch auf Kununu haben 65,2 Prozent der Unternehmen ein Profil.
- 74,3 Prozent aller analysierten Unternehmen besitzen Videos auf Youtube, allerdings haben „nur“ 21,7 Prozent spezielle Karrierevideos.

Die Studienautoren fassen die Ergebnisse so zusammen: „Social Media im Personalmarketing und Recruiting ist den Kinderschuhen noch nicht entwachsen. Die Schuhe mögen heute eine Nummer größer sein, aber das Laufen mit ihnen fällt den Unternehmen nach wie vor schwer. Wenn DAX, MDAX und TecDAX noch in den Kinderschuhen stecken, so könnte man sagen, dass die Unternehmen mit weniger als 2.500 Mitarbeitern gerade erst krabbeln gelernt haben.“

Die Studie bezieht sich zwar auf deutsche Unternehmen, es ist aber davon auszugehen, dass sich der Status Quo in Sachen Social Media und Recruiting in Österreich nicht wesentlich anders darstellt.

Nicht einer redet, sondern alle reden

Ganz abgesehen von der reinen Präsenz im Social Media Bereich, machen viele Unternehmen einen gravierenden Denkfehler, wenn es darum geht, diese Plattformen für die Personalbeschaffung einzusetzen: Es geht nicht darum, Facebook, LinkedIn, Xing und Twitter zu nutzen, um über das eigene Unternehmen und dessen Personalbedarf zu erzählen! Social Media ist Kommunikation oder wie Wikipedia es beschreibt: „Soziale Medien sind digitale Medien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen.“ Jeder, der möchte, kann sich informieren, kann mitreden und mitdiskutieren. Und das bedeutet, dass nicht nur die Unternehmen in einer One-to-Many-Kommunikation über sich erzählen, sondern vor allem, dass die Social Media Nutzer über ein Unternehmen und dessen Recruiting reden können. Die Arbeitgeber-Bewertungsplattformen sind hierbei genauso zu beachten, wie die Meinungen, die die eigenen Mitarbeiter auf anderen sozialen Plattformen, in Foren und Blogs veröffentlichen oder was abgelehnte Bewerber über das Unternehmen verbreiten. In Social Media Plattformen entsteht also Image oder, und das passiert sehr häufig, Imageschaden. Denn durch die schnelle Verbreitung der Information und die hohe Reichweite der sozialen Kanäle kann eine negative Meinungsäußerung sehr schnell zum unerwünschten Lauffeuer werden.

Was wollen Sie, was über Sie erzählt wird?

Social Media erfordern also ein Umdenken. Es geht nicht darum, selbst von sich zu erzählen, sondern darum, das zu tun, was man will, das andere über das Unternehmen erzählen sollen. Und es geht darum, die Anforderungen der Social Media Kommunikation zu erfüllen. Denn Social Media bieten große Chancen für Unternehmen, die als attraktive Arbeitgeber agieren wollen. Ein authentischer und personalisierter Firmenauftritt verschafft Sympathiewerte. Und wer es versteht, aktiv, direkt und auf Augenhöhe mit der Community zu kommunizieren und vor allem, wer auch auf negative Meldungen rasch reagiert, dem eröffnen sich ausgezeichnete Recruiting-Möglichkeiten.

Beispiel: Arbeitgeberbewertungsplattform kununu – ePunkt

Übersicht | **Kommentare** | Bewertungen | Arbeitgeberprofil | Fotos | Jobs

ePunkt
Erfolg braucht Methode.

ePunkt Internet Recruiting GmbH
Österreich
www.epunkt.net
Branche: Personalwesen / Personalvermittlung

kununu OPEN COMPANY
kununu TOP COMPANY

Vor dem Vorstellungsgespräch

Die Reaktion auf meine Bewerbung war zufriedenstellend (4,4)

Ich bekam eine schnelle Antwort auf meine Bewerbung (4,6)

Ich wußte was auf mich zukommt (4,1)

Nach dem Vorstellungsgespräch

Ich bekam zeitgerecht eine endgültige Ab-/Zusage (4,7)

Ich konnte Feedback über den Grund der Absage einholen (4,1)

Gegenbeispiel 1: kununu – österreichischer Konzern

Vor dem Vorstellungsgespräch

Die Reaktion auf meine Bewerbung war zufriedenstellend		(2,5)
Ich bekam eine schnelle Antwort auf meine Bewerbung		(2,5)
Ich wußte was auf mich zukommt		(2,3)

Nach dem Vorstellungsgespräch

Ich bekam zeitgerecht eine endgültige Ab-/Zusage		(3,3)
Ich konnte Feedback über den Grund der Absage einholen		(1,3)

Gegenbeispiel 2: kununu – anderer Personalberater

Vor dem Vorstellungsgespräch

Die Reaktion auf meine Bewerbung war zufriedenstellend		(2,5)		(4,4)
Ich bekam eine schnelle Antwort auf meine Bewerbung		(2,0)		(4,6)
Ich wußte was auf mich zukommt		(2,8)		(4,1)

Nach dem Vorstellungsgespräch

Ich bekam zeitgerecht eine endgültige Ab-/Zusage		(2,0)		(4,7)
Ich konnte Feedback über den Grund der Absage einholen		(2,0)		(4,1)

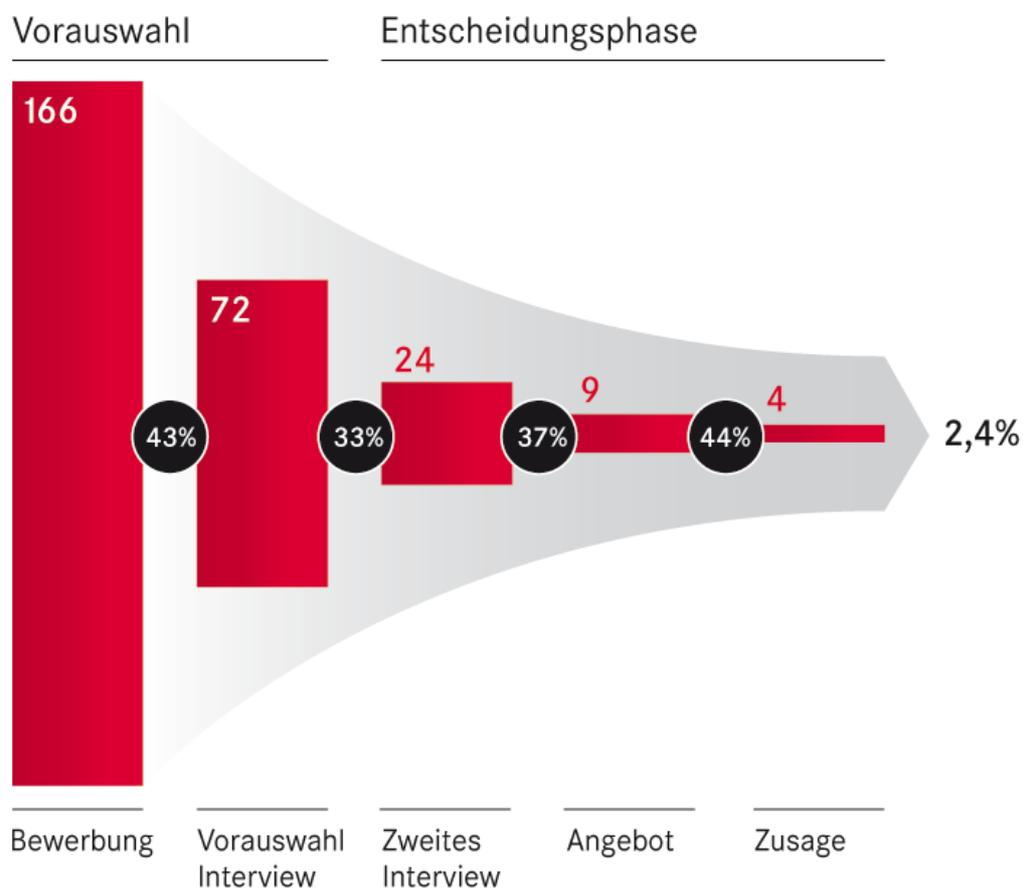
Fazit: Gutes Social Media Image = Hohe Positiv-Aufmerksamkeit

Was bedeutet, abgesehen vom Imagegewinn, die gute Bewertung auf kununu für ePunkt? Ganz einfach: ePunkt (70 Mitarbeiter) hat bei Bewerbern in etwa die gleiche Aufmerksamkeit wie die Konzerne OMV AG und trenkwald AG. Der Rückschluss für andere Unternehmen liegt auf der Hand, oder?

Der Recruiting Prozess – und seine Knackpunkte

Wählen wir ein fiktives, aber realistisches Beispiel für einen klassischen Recruiting-Prozess und schauen wir uns an, wie Social Media darauf einwirken können.

Angenommen, einem Unternehmen ist es im letzten Halbjahr bei fünf offenen Positionen gelungen, vier Besetzungen zu erreichen.



Das Unternehmen konnte vier von fünf offenen Stellen besetzen – immerhin. Es erhielt 166 Bewerbungen. Macht es einem Kandidaten ein Angebot, sagt dieser mit 44-prozentiger Wahrscheinlichkeit zu. So weit, so gut. Aber, was ist in Hinblick auf Social Media zu bedenken? Nun,

1. 166 Personen haben durch die Teilnahme an dem Recruiting-Prozess eine Meinung zu diesem Unternehmen bzw. zum Recruiting-Prozess des Unternehmens.
2. Bekannt ist: Menschen erzählen einen positiven Eindruck an drei Freunde oder Bekannte weiter.
3. Negative Erfahrungen aber werden zehnmal weitererzählt. Der amerikanische Buzz-Experte und Buchautor Jerry R. Wilson spricht in einer branchenübergreifenden Untersuchung sogar von bis zu 33mal. Bewerber mit negativen Erlebnissen sind also die wesentlich stärkeren Multiplikatoren als jene mit positiven.
4. Social Media kann diesen Verteilungseffekt um den Faktor 10 verstärken.

Damit ist es möglich, dass unser fiktives Unternehmen aufgrund seines Recruiting-Verhaltens bei der Besetzung von fünf Positionen

$$166 \times 3 \times 10 = \mathbf{4.980mal}$$

weiterempfohlen wird.

Es ist aber auch möglich, dass es in seiner Zielgruppe

$$166 \times 10 \times 10 = \mathbf{16.600mal}$$

einen schlechten Eindruck vermittelt.

Knackpunkte für den Web 2.0 „Fußabdruck“

Social Media erfolgreich im Recruiting zu nutzen, heißt in erster Linie, gute Beziehungen zu den Usern dieser Plattformen aufzubauen – unabhängig davon, ob gerade eine Stelle zu besetzen ist oder nicht – und in einen persönlichen und authentischen Dialog mit diesen Communities zu treten. Dazu muss zunächst der Gesamtauftritt des Unternehmens im Social Media Bereich stimmig sein. Im Speziellen muss dann der Bewerbungsprozess auf die Anforderungen und

Erwartungen der Social Media User ausgerichtet sein. Die wichtigsten Fragen, die man sich in Hinblick darauf stellen sollte, sind:

- Wie leicht machen Sie es Ihren Kandidaten, sich zu bewerben?
- Erfüllen Sie den Bedarf nach Diskretion und weiterer Information?
- Teilen Sie Ihren Kandidaten konsistent mit, wen Sie suchen?
- Kommunizieren Sie klar, was Sie erwarten (und bieten)?
- Halten Sie sich an gesetzliche Vorgaben?
- Geben Sie rasch und wertschätzend Feedback?
- Sind Sie schnell genug, um Ihre Wunschkandidaten an Bord zu bringen?

Bewerber erwarten beste persönliche Betreuung. Anonyme Online-Bewerbungsprozesse, womöglich noch mit automatisiert generierten Absagen sind ein absolutes Don't im Recruiting. Social Media User nutzen die Social Media Kanäle, um sich über das Unternehmen, bei dem sie sich bewerben, ausführlich zu informieren und sich einen persönlichen Eindruck zu verschaffen. Und sie nutzen sie auch, um Feedback zu geben und zu verbreiten. Darin liegen die Stärken des Social Media Recruitings, aber genauso die Risiken.

Studie zum Recruiting Verhalten der Top Unternehmen Österreichs

ePunkt hat in einer großen Stichprobe österreichischer Unternehmen die Recruiting-Prozesse „vor Interview“ analysiert. Folgende Thesen wurden untersucht.

- These 1: Recruiting Prozesse sind häufig schlecht organisiert. Selbst bei zahlreichen Vorzeigeunternehmen kommen Reaktionen auf Bewerbungen spät oder gar nicht.
- These 2: Vielen dieser Unternehmen ist das nicht bewusst und sie bedenken auch nicht die fatalen Folgen, die das haben kann.

Häufige Sünden in der Recruiting-Phase vor Interview

Die Ergebnisse der Studie beweisen die oben genannten Thesen:

- Top Unternehmen vertreiben Kandidaten von ihrer Website durch umständliche und nicht funktionierende Bewerbungstools.
- Fehlende persönliche Kontaktdaten ignorieren das Bedürfnis nach Diskretion und Information.
- Unklare Inserate und Verzeichnisstrukturen verschleiern, wer gesucht wird.
- Gesetzliche Vorgaben und Kandidatenbedürfnisse werden ignoriert.
- Bewerbungen bleiben unbeantwortet.

Mehrere Sünden kombiniert erhöhen die Wahrscheinlichkeit negativer Referenzen!

Hier einige reale Beispiele, die die Erkenntnisse der ePunkt Studie veranschaulichen:

Beispiel-Sünde 1: unlesbare Dateneingabe

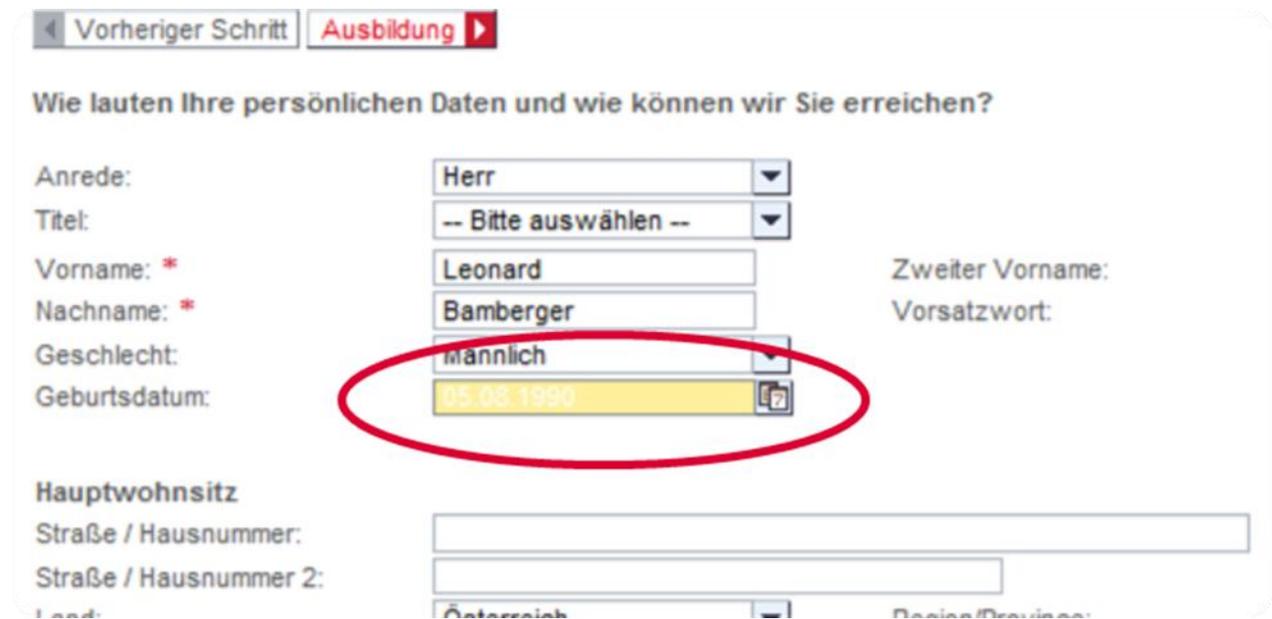
◀ Vorheriger Schritt **Ausbildung** ▶

Wie lauten Ihre persönlichen Daten und wie können wir Sie erreichen?

Anrede: Herr
Titel: -- Bitte auswählen --
Vorname: * Leonard
Nachname: * Bamberger
Geschlecht: männlich
Geburtsdatum: 05.08.1990

Zweiter Vorname:
Vorsatzwort:

Hauptwohnsitz
Straße / Hausnummer:
Straße / Hausnummer 2:
Land: Österreich

A screenshot of a recruitment form titled 'Ausbildung'. The form asks for personal data and contact information. The birth date field, containing '05.08.1990', is highlighted with a red oval. Other fields include name, gender, and address.

Beispiel-Sünde 2: Anonymität versus Diskretion / Kontaktbedürfnis

Personal
Bewerbung Karriere
personal@
Tel:
Fax:

A screenshot of contact information for a recruitment application. The text 'Personal', 'Bewerbung Karriere', 'personal@', 'Tel:', and 'Fax:' is enclosed in a red oval. The email address is partially obscured by an '@' symbol.

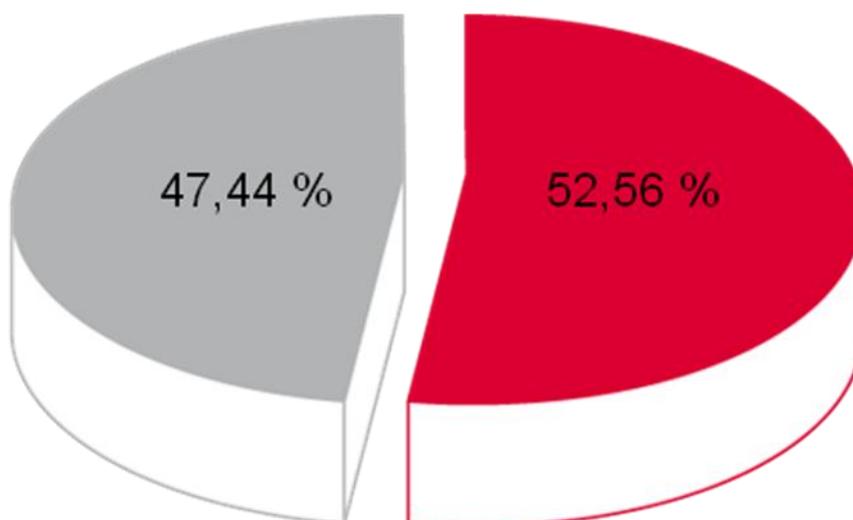
Beispiel-Sünde 3: unklare Anforderungen

Anforderungen:

- Abgeschlossenes BWL-Studium (WU/FH), ideal mit Schwerpunkt Controlling
- Erste Berufserfahrung - bevorzugt im Reporting, Berichtswesen, Handling umfangreicher Datenmengen, etc. - ist unbedingt von Vorteil

Schwerste Sünde im Recruiting: keine oder späte Antwort

Fast die Hälfte (47,44 Prozent) aller Unternehmen beantwortet Bewerbungen gar nicht. Nur 31 Prozent aller Unternehmen reagierten innerhalb von einer Woche. Die Unternehmen hatten im Durchschnitt 28 offene Jobs auf ihrer Karrierewebsite veröffentlicht.



Fatale Folgen?

Für 69 Prozent der betrachteten Unternehmen trifft folgendes Szenario zu:

Bei durchschnittlich 28 offenen Stellen, angenommenen 40 Bewerbungen pro Stelle und einer durchschnittlichen Besetzungsdauer von vier Monaten verärgert man

$$28 \times 40 \times 3 = \mathbf{3.360}$$

Bewerber im Jahr.

Wenn 2/3 der Bewerber auf Facebook, LinkedIn oder Twitter aktiv sind, über die nicht entgegengebrachte Wertschätzung / Aufmerksamkeit enttäuscht sind und diese Enttäuschung weitergeben, so erfahren

$$3.360 \times \frac{2}{3} \times 10 \times 10 = \mathbf{224.000}$$

Personen, dass der Recruiting-Prozess dieses Unternehmens nicht funktioniert.

Fazit

Social Media führt dazu, dass ein unsauberer Recruiting-Prozess tausenden Menschen, also tausenden potentiellen Bewerbern, bekannt wird. Das hat zur Folge, dass sich hunderte Kandidaten – womöglich gerade jene, die sich am besten eignen würden - auf Stellenausschreibungen eines solchen Unternehmens erst gar nicht mehr bewerben. Bei durchschnittlich 28 zu besetzenden Positionen kann sich kein Unternehmen diesen Bewerberverlust leisten.

Das ist Social Media im Recruiting. Man kann nicht NICHT dabei sein!

Weiterführende Informationen / Links

Social Media Radar Österreich: <http://socialmediaradar.at>

Saatkorn-Studie: <http://saatkorn.wordpress.com/2012/04/01/aktuelle-employer-branding-und-social-media-studien-sowie-infografiken/>

Eurocom World Studie:

<http://www.presseportal.de/pm/100887/2216854/eurocom-worldwide-studie-jedes-fuenfte-unternehmen-sagt-bewerbern-aufgrund-ihres-social-media>

Wikipedia über Social Media: http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Media

Über ePunkt Internet Recruiting GmbH

ePunkt zählt zu den Top 3 Personalberatern in Österreich und ist spezialisiert auf die Suche und Auswahl von Fach- und Führungskräften, vor allem im kaufmännischen, technischen und im IT-Bereich. Das Unternehmen wurde im Jahr 2000 gegründet und gehört heute zu 68,6 Prozent Daniel Marwan sowie drei weiteren Gesellschaftern. 2011 erwirtschaftete ePunkt 7,8 Mio. Euro Umsatz. Aktuell (November 2012) beschäftigt der Recruiting-Spezialist 70 Mitarbeiter an fünf Standorten in Österreich (Wien, Linz, Graz, Salzburg, Klagenfurt) sowie einem in Deutschland (Hannover) und einem in der Schweiz (Zürich).

Fragen, Anmerkungen, Kritik

Sie haben Fragen, Anmerkungen oder Kritik zum vorliegenden Dokument? Dann schreiben Sie uns an: sabine.steiner@epunkt.net

Kontaktadresse

Linz
OK Platz 1a / Dametzstraße 38
4020 Linz
T: +43 (0)732 611 221F: +43 (0)732 611 221 -20
office@ePunkt.net