



# Mit Online-Recruiting qualifizierte Nachwuchskräfte gewinnen

Für ein erfolgreiches Recruiting reichen interessante Stellenausschreibungen heute nicht mehr aus. Die Gestaltung des gesamten Recruitingprozesses prägt den sehr wichtigen ersten Eindruck, den ein Unternehmen bei potentiellen neuen Mitarbeitern hinterlässt. Gerade die gut ausgebildete und technisch versierte Generation Y ist in der digitalen Welt zuhause. Sie erwartet von zukünftigen Arbeitgebern eine Kommunikation, die auf ihre Nutzung der Medien zugeschnitten ist. Mit einem Bewerbermanagement, das diese Wünsche berücksichtigt, punkten Sie im Wettbewerb um junge Fachkräfte.

## DIE GENERATIONEN-KONZEPTE

<b>Boomers</b>
Von 1955 bis 1965 Geborene
Geburtenstarke Jahrgänge der Nachkriegszeit bis zum „Pillenknick“
Erleben sich als Teil einer Masse, was einerseits Konkurrenzdenken schürt, andererseits zur Vereinigung der Friedensbewegung führte
<b>Generation X</b>
Von 1965 bis 1980 Geborene
Titel des Romans von Douglas Coupland, USA
Erste Generation, die mit den ökonomischen und ökologischen Sünden der Wirtschaftsbooms kämpft
<b>Generation Golf*</b>
Späte 1970er und 1980er Geborene
Titel des Romans von Florian Illies, BRD
Möchten den von ihren Eltern erarbeiteten Wohlstand einfach genießen, leben Konsum und Markenbewusstsein (daher der VW-Golf als namensgebendes Symbol)
<b>Generation Y</b>
Von 1980 bis 1999 Geborene
„Digital Natives“, die mit Internet und mobiler Kommunikation aufgewachsen sind
Suchen nach Sinn, Selbstverwirklichung und Flexibilität
Aussprache: Generation Why (= Warum), was auf das charakteristische Hinterfragen der Generation Y verweisen soll

\*Die „Generation Golf“ ist ausschließlich ein deutsches Phänomen

## ATTRAKTIVE KARRIERE-WEBSITE

Die unternehmenseigene Karriereseite ist nach wie vor der erste Anlaufpunkt für Bewerber, um sich über den Arbeitgeber zu informieren. Die digitale Generation schätzt dabei relevante Inhalte, schnelle Ergebnisse und einfache Dialogmöglichkeiten. Besonders Mittelständler können mit ihrer Unternehmenskultur die Werte der jungen Zielgruppe wie Integrität, sinnvolle Arbeit und individuelle Entwicklungschancen ansprechen. Stellen Sie Ihr Unternehmen transparent und authentisch dar. Kommunizieren Sie klar, welche Stellen frei sind und nennen Sie den zuständigen Ansprechpartner mit allen Kontaktdaten. Ihr Webauftreten muss unbedingt für mobile Endgeräte optimiert sein, denn rund 60 Prozent der Jobsuchenden recherchieren über Smartphone und Tablet.

## SCHNELLE ONLINEBEWERBUNG

Die häufigste Bewerbungsform ist eine E-Mail mit Dateianhängen. 90 Prozent der Jobsuchenden würden gern eine Bewerbungsmaske mit individuellen Fragen nutzen. Allerdings möchten sie dabei nicht mehr als 15 Fragen beantworten und insgesamt maximal 15 Minuten aufwenden. Ist die Prozedur zu mühselig, kann es sein, dass die Bewerbung abgebrochen und auch später nicht wieder aufgenommen wird. Mit einem kandidatenfreundlichen Bewerberportal verhindern Sie, dass sich anstelle der Besten letztendlich die Geduldigsten bewerben. Einige wenige Unternehmen ermöglichen sogar eine Bewerbung per Smartphone. Ideal für die mobile Generation.

## DER PERFEKTE ZEITABLAUF

Aus Kandidatensicht ist nur eine schnelle Behandlung ihrer Bewerbung auch eine wertschätzende. Sie erwarten eine Eingangsbestätigung am selben Tag, eine Einladung zum Vorstellungsgespräch oder eine Absage nach zwei Wochen und die Rückmeldung zum Gespräch nach einer Woche. Die Kommunikation muss persönlich und nicht standardisiert wirken. Dazu tragen auch regelmäßige Updates zum Stand der Bewerbung bei. Im Falle einer Absage sind ambitionierte Kandidaten interessiert an einer Registrierung im Talent Pool, sofern Unternehmen diese Kontakte bei neuen Vakanzen auch aktiv nutzen.

Modernes Recruiting funktioniert digital, schnell und wertschätzend. Eine Tabellenkalkulationssoftware wie Excel kann das nicht leisten. Sie ist ein No-Go für modernes Recruiting. Mit einer aktuellen Bewerbermanagement-Software-Lösung können Sie als Arbeitgeber glänzen und die besten Talente erreichen.

## WER LANGSAM IST, VERLIERT BEWERBER

### 15 Minuten

Lediglich 10,8 % der Bewerber nehmen sich mehr als 15 Minuten Zeit für eine Bewerbungsmaske



### 2 Wochen

Nur 6,1 % möchten länger als 2 Wochen auf eine Rückmeldung zur Bewerbung warten



### Jeder Dritte

Jeder Dritte hat sich auf Grund des Bewerbungsprozesses gegen ein Unternehmen entschieden



**Quellen:** 360°-Studie Recruiting 2014, CareerBuilder Germany und Personalwirtschaft | Candidate Experience Studie 2014, CareerBuilder Germany | Online-Talent-Communication-Studie (OTaC) 2016, Potentialpark