Monster Worldwide Deutschland GmbH

21.03.2019 – 09:35 Uhr

# Recruiting Trends 2019: Digitalisierung der Human Ressources

*Eschborn (ots)* -

- Persönlichkeit vs. Digitalisierung: Schafft die HR-Branche den Spagat?
- Verdoppelung der Nutzung digitaler Auswahlsysteme durch Unternehmen
- Employer Branding stark verbessert - eine Schulnote besser seit letztem Jahr
- Diskrepanzen zwischen Trends und Realität in den Unternehmen

Human Resources ist die Branche, in der es auf Menschen und Persönlichkeit ankommt. Das sagt schon der Name. Doch wie passt das mit der zunehmenden Digitalisierung zusammen? Und welcher Punkt ist wichtiger: Menschlichkeit oder Digitalisierung?

Die 17. "Recruiting Trends" Studie* des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universitäten Bamberg und Erlangen-Nürnberg und des Karriereportals Monster belegt: Digitalisierung und Menschlichkeit gehen Hand in Hand und bringen die Branche weiter.

"Seit 17 Jahren erheben wir Daten zu den Recruiting Trends, was uns die einmalige Möglichkeit gibt, die Entwicklung über Jahre hinweg zu beobachten und echte Trends von kurzfristigen Moden zu unterscheiden", so Prof. Dr. Weitzel, Studienleiter und Professor am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik der Universität Bamberg. "Bereits seit mehreren Jahren stellen wir fest, dass die Digitalisierung mit Themen wie Mobile Recruiting, Apps, Job oder Talent Recommender aber auch professionelle Prozessgestaltung und Kennzahlen die Personalverantwortlichen zunehmend in ihrem Alltag beeinflusst. Um herauszufinden, was die zunehmende Digitalisierung für die HR-Branche konkret bedeutet, haben wir in diesem Jahr intensiv nachgefragt und glauben, dass wir mit den Ergebnissen erneut die Debatte bereichern können", so Prof. Dr. Weitzel weiter.

Sylvia Edmands, Geschäftsführerin von Monster Deutschland, Österreich und der Schweiz, ist überzeugt, dass es zukünftig um eine neue Balance geht: "In einer zunehmend digitalen Welt muss sich auch die HR-Branche digitalisieren, damit die Talentsuche noch einfacher, schneller und passender gestaltet werden kann. Dennoch ist ein Bewerbungsprozess etwas sehr Persönliches. Die

Kandidaten möchten nicht auf einen gut strukturierten Lebenslauf reduziert werden. Der Faktor Mensch soll und kann hier nicht ausgeschaltet werden. Bei der Digitalisierung der Branche ist es daher wichtig zu beobachten, welche Wünsche und Bedürfnisse die Kandidaten haben, um sich nicht im Digitalisierungsdschungel zu verirren. Die beidseitige Beleuchtung der Recruiting Trends Studie - von Seite der Unternehmen aber auch der Kandidaten - zeigt, dass es hier noch Diskrepanzen gibt."

DIGITALER FORTSCHRITT - GAP ZWISCHEN THEORIE UND PRAXIS

Eines der digitalen Themen, das sich seit Jahren positiv entwickelt, ist das mobile Recruiting per Smartphone. Dies ist sowohl für Kandidaten als auch Unternehmen von Bedeutung, wobei Unternehmen dem Thema einen deutlich höheren Stellenwert zuordnen als die Kandidaten: Während 84,6 Prozent der Top-1.000 Unternehmen sagen, dass Mobile Recruiting zukünftig immer wichtiger sind - und sogar 100 Prozent der IT-Unternehmen, bestätigen dies nur 60,9 Prozent der Kandidaten. Ein möglicher Grund dafür ist, dass mobile Bewerbungen bei den Kandidaten längst angekommen sind - schon heute gibt ein Viertel der Kandidaten an, sich häufig über das Smartphone zu bewerben. Der wichtigste Grund dafür: 50,8 Prozent finden, dass die mobile Bewerbung Zeit spart und dadurch effizienter ist. Damit einher geht auch, dass Unternehmen ihre Karriereinhalte mobil optimieren müssen. Darauf legen sieben von zehn Kandidaten Wert. Für 7,8 Prozent der Kandidaten stellt das Fehlen einer für mobile Endgeräte optimierten Bewerbungsalternative einen Grund dar, sich bei dem Unternehmen gar nicht zu bewerben. D.h. sie weichen auch nicht auf einen Desktop PC aus. 70,2 Prozent der Kandidaten schätzt außerdem Apps zur Stellensuche oder um sich über das Unternehmen zu informieren (67,0 Prozent). Auch erweiterte Funktionen wie direkte Kontaktmöglichkeit oder Statusberichte zum Bearbeitungsstand der Bewerbung werden von mehr als der Hälfte der Befragten begrüßt.

Als eines der wichtigsten digitalen Zukunftsthemen wird das Thema Maschinenlesbarkeit von Stellenanzeigen gehandelt. 90,9 Prozent der Unternehmen sehen darin die wichtigste Eigenschaft einer Stellenanzeige, um in fünf Jahren in Suchmasken wie Google Job Search zu erscheinen oder um von Job-Recommendern gefunden und verarbeitet werden zu können. Ein wichtiges Thema, denn sieben von zehn Unternehmen (Top-1.000 und IT) gehen davon aus, dass Job-Recommender zukünftig immer häufiger zum Einsatz kommen werden. Auch fünf von zehn Kandidaten finden diese Entwicklung gut. Wie bei anderen Themenbereichen gibt es allerdings auch hier eine deutliche Diskrepanz zwischen der Erwartung, was sich allgemein durchsetzen wird, und den eigenen Plänen. So plant nur eines von zehn der Top-1.000-Unternehmen und der IT-Unternehmen zukünftig selbst ein entsprechendes Angebot aufzubauen. Ebenfalls eine große Zunahme sagen Unternehmen den digitalen Karriereberatern voraus: Immerhin jedes Zehnte Top-1.000-Unternehmen gibt an, digitale Karriereberater anbieten zu wollen. Im Gegensatz dazu steht jedoch die aktuelle Entwicklung, die sich seit 2016 leicht rückläufig entwickelt hat und von 3,3 Prozent auf 2,4 Prozent gesunken ist.

"Obwohl die Wichtigkeit digitaler Themen von Unternehmen wie Kandidaten gleichermaßen erkannt wird, gibt es noch viel zu lernen und umzusetzen. Dies wird für die Unternehmen eine wichtige Aufgabe in den nächsten Jahren, und zwar sowohl innerhalb von HR als auch zwischen HR und den Fachabteilungen", kommentiert Prof. Dr. Weitzel.

BEI ALLER DIGITALISIERUNG: DAS "HUMAN" GEHÖRT ZU DEN "RESOURCES"!

Dass bei aller Digitalisierung die Menschlichkeit nicht auf der Strecke bleiben darf haben die Unternehmen verstanden und an ihrem Employer Branding gearbeitet. In den Recruiting Trends 2018 haben Mitarbeiter die Attraktivität ihrer Arbeitgeber noch mit der Schulnote 4+ bewertet, bei der aktuellen Studie ist diese Bewertung auf die Note 3 gestiegen. Das ist eine klare Verbesserung, die aber noch immer Luft nach oben hat. Dabei gibt es einige Stellschrauben, an denen relativ einfach gedreht werden kann: So gaben sieben von zehn Neueingestellten an, dass sie keine Einarbeitung erfahren hätten und man sich nicht genügend Zeit genommen hätte. Die Faktoren, die laut Kandidaten maßgeblich zu einem positiven Onboarding-Prozess führen sind Wertschätzung und eine gute Einarbeitung - zwei Punkte, die auch für den Arbeitgeber wichtig sind und entsprechend einfach umgesetzt werden können.

Um Mitarbeiter dann auch zu halten, ist es wichtig sie zu fördern und zu fordern: "Unterforderung ist mit 76,1 Prozent einer der häufigsten Gründe für Arbeitnehmer, sich nach einem neuen Job umzusehen - wohingegen nur 52,3 Prozent schon einmal wegen Überforderung wechseln wollten. Das zeigt: Langeweile ist ein Karrierekiller.", so Sylvia Edmands von Monster. "Wer seine Mitarbeiter halten möchte muss sie weiterentwickeln." Dies erklärt sich auch dadurch, dass rund die Hälfte aller Kandidaten optimistisch ist was die Entwicklung des Arbeitsmarktes für sie persönlich angeht. Ein Drittel hält es sogar für möglich, bei einem Arbeitgeberwechsel ihren Traumjob zu finden. Dieser Optimismus führt dazu, dass mehr Kandidaten höhere Anforderungen an einen Arbeitgeber stellen als früher (74,3 Prozent, im Vergleich zu 67,1 Prozent 2017). Weiterhin wichtig bleiben für die Kandidaten demensprechend auch eine gute Work-Life-Balance und eine flexible Arbeitszeitgestaltung. Rund die Hälfte der befragten Kandidaten wäre sogar bereit, finanzielle Einbußen in Kauf zu nehmen, wenn dies ihre Work-Life-Balance signifikant verbessert. Die große Mehrheit möchte zudem das Berufs- und Privatleben klar voneinander trennen (81,1 Prozent).

DIGITALISIERUNG UND HUMAN FIRST IST DIE DEVISE

Digitalisierung treibt die Branche voran, stärkt die Effektivität und führt zu verbesserten Ergebnissen der Recruiter, doch ohne Menschlichkeit geht es nicht. Gerade in der digital geprägten Zeit wird deutlich, dass Werte beständig und weiterhin extrem wichtig sind. Nicht umsonst ist eine gegenseitige Wertschätzung sowohl für Unternehmen als auch Kandidaten auf Platz Eins, wenn es um das wichtigste Element einer guten Unternehmenskultur geht. Die gute Nachricht: Beide Bereiche lassen sich hervorragend verbinden, wie Sylvia Edmands am Beispiel Monster erklärt: "Die Tatsache, dass Kandidaten seit 17 Jahren am Häufigsten in Internetstellenbörsen nach einem neuen Job suchen, zeigt, dass wir die Entwicklung nicht verschlafen haben - denn gerade ein digitales Unternehmen wie Monster muss die Digitalisierung vorantreiben. Weiterentwicklungen, wie die Bereitstellung der Bewerbungs-App für Kandidaten oder dem kinderleichten Einbinden von Videos in Stellenanzeigen, sind Schritte in die richtige Richtung. Denn wer den Menschen in den Mittelpunkt stellen möchte kann diese zukünftig nicht mehr ohne die Hilfe digitaler Tools tun."

Die Studie steht unter folgendem Link zum Download bereit: https://arbeitgeber.monster.de/recruiting/studien.aspx

Über Monster Deutschland:

Monster, www.monster.de, ist eines der bekanntesten privaten Online-Karriereportale in Deutschland mit einem umfassenden Service- und Informationsangebot rund um Beruf und Karriere. Seit über 20 Jahren unterstützt Monster weltweit Arbeitnehmer bei der Suche nach dem richtigen Job und Arbeitgeber bei der Suche nach den besten Talenten. Heute agiert Monster in über 40 Ländern und bietet umfassende, hochwertige Lösungen rund um Jobsuche, Karriereplanung, Rekrutierung und Talentmanagement. Als Pionier treibt Monster die Branchenentwicklung durch die Nutzung fortschrittlichster Technologien im Bereich Digital, Social und Mobile kontinuierlich voran. Firmensitz der Monster Worldwide Deutschland GmbH ist Eschborn. Die Monster Worldwide Deutschland GmbH ist ein Tochterunternehmen der Monster Worldwide Inc. mit Sitz in Weston, Massachusetts. Um mehr über monster.de zu erfahren, besuchen Sie die Website www.monster.de. Informationen über Monster Worldwide, Inc., finden Sie unter http://about-monster.com.

Deutsche Presseinformationen finden Sie unter http://info.monster.de.

*Für die aktuelle Ausgabe der Studienreihe Recruiting Trends 2019 wurden die Top-1.000 Unternehmen (Rücklaufquote 16%) und die 300 größten Unternehmen aus der IT-Branche (Rücklaufquote 11,6 Prozent) aus Deutschland befragt und die Ergebnisse mit den Resultaten des Nutzungsverhalten und den Einschätzungen von 3.300 Kandidaten verglichen. An der Unternehmensbefragung beteiligten sich 160 der 1.000 größten deutschen Unternehmen (Rücklaufquote 16,0 Prozent) und. Die Verteilung der Stichproben der jeweiligen Studienteilnehmer ist gemäß dem aktuellen Datenbankregister von Bisnode hinsichtlich der Merkmale Umsatz, Mitarbeiterzahl und Branchenzugehörigkeit in Bezug auf die entsprechende Grundgesamtheit repräsentativ. Details zur Durchführung der Studie sowie eine Beschreibung der Studienteilnehmer sind online (http://ots.de/S9t53d) verfügbar

Kontakt:

Monster Worldwide Deutschland GmbH
Dr. Katrin Luzar
Tel.: 06196.99 92 -688; Fax: 06196.99 92 -922; E-Mail:
katrin.luzar@monster.de

Medieninhalte

*Die wichtigsten Ergebnisse der Recruiting Trends 2019 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/31973 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Monster Deutschland"*

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100060640/100826144 abgerufen werden.