

Herausforderungen im Personalwesen.

>> Personalsachbearbeiter / HR Administrator (Ismaning bei München)
>> Geschäftsführer Personal- und Sozialwesen (Schwerin)
>> Personalreferent (Mannheim)
>> Senior HR Business Partner (Nordrhein-Westfalen)
>> Unternehmensberater mit Schwerpunkt Personalmanagement (Stuttgart)

Weitere interessante Angebote finden Sie unter www.jobware.de

Aus stilistischen Gründen haben wir eine geschlechtsspezifische Formulierung gewählt. Die Stellenangebote richten sich aber gleichermaßen an Bewerberinnen und Bewerber.



DGFP // congress der Deutschen Gesellschaft für Personalführung am 13./14. Mai in Hamburg mit einer Positionsbestimmung „Wo steht der Mensch in der Globalisierung?“ eröffnen. Für den congress hat die DGFP ihr langjähriges Kongressformat neu konzipiert. Der DGFP // congress richtet sich exklusiv an HR-Entscheider und Führungskräfte. Im Fokus von sechs Themenpassagen stehen die Treiber einer möglichen weiteren Welle der Globalisierung, wirtschaftliche Rahmenbedingungen sowie politische, technische und gesellschaftliche Einflussfaktoren. Nähere Informationen finden Sie hier.

Neben dem DGFP // congress bietet die DGFP in diesem Jahr erstmals ein eigenes Event für Young Professionals und HR-Nachwuchskräfte an. **Am 26./27. September 2014 dreht sich beim DGFP // lab in Berlin** alles um das Thema „Participate! Mitreden, Mitdenken, Mitgestalten im Unternehmen von morgen“. Nähere Informationen finden Sie hier.

PERSONALFOKUS

HIDDEN CHAMPIONS – HIDDEN EMPLOYERS?
 Klein- und mittelständisch geprägte Technologieunternehmen, die im business-to-business-Geschäft aktiv sind, stehen vor zum Teil besonderen personalpolitischen Herausforderungen, insbesondere im Employer Branding. Insgesamt gesehen blicken sie aber optimistisch in die Zukunft. Dies ist das Ergebnis einer Studie der HR Personal Consulting GmbH, einer auf Technolo-

giebranchen spezialisierten Personalberatungsgesellschaft. Hier geht zum kostenlosen Download der Studie.

PERSONALLITERATUR

Das ESCAPE-MANIFEST

Steigen Sie aus – suchen Sie sich einen aufregenden Job, gründen Sie Ihr eigenes Unternehmen oder brechen Sie zu einem großen Abenteuer auf. Träumen Sie nicht länger, beginnen Sie mit der Planung und fangen Sie etwas Neues an! Das ESCAPE-MANIFEST beschreibt zahlreiche Wege, an deren Ende ein sinnerfüllter Job steht. ISBN 978-3-86936-554-1, Euro 24,90 (D).

PERSONALRECHT

KEINE ANSPRÜCHE GEGENÜBER PERSONALVERMITTLER

Ansprüche eines Bewerbers gegen einen Personalvermittler, der im Falle einer Einstellung selbst nicht Partei des Arbeitsvertrages werden sollte, können nicht für Entschädigungsansprüche nach dem AGG wegen Nichteinstellung aufgrund einer verbotenen Benachteiligung geltend gemacht werden. Dies kann nur gegenüber dem potentiellen Arbeitgeber selbst erfolgen, BAG vom 23.01.14, 8 AZR 118/13 (RA Dr. Ulrich Brötzmann, Mainz, www.kanzlei-broetzmann.de).

PERSONALTHEMA

MIT MOPS AUS DER MOBILEN SACKGASSE (Teil 1/2)
 Mobile-Recruiting gewinnt an Bedeutung / Mobile Zugriffe überholen stationäre Webseiten-Aufrufe



© Bildagentur: Fotolia.com
 MOPS muss mit Erfolgserwartungen Personal-Recruiting wird zukünftig noch stärker auf mobile Geräte setzen.

(MOPS) schleifen lassen und den Aufbau relevanter Mobile-Recruiting-Kanäle verpassen.

Das Thema „MOPS“ in die klassische Bewerberansprache einzubeziehen, wird mit dem Ziel einer nachhaltigen Personalstrategie bald obligatorisch sein. Der Grund liegt auf der Hand. Schon jetzt hat das Internet fast alle Lebens- und Arbeitsbereiche erfasst. Dazu haben zweifelsfrei Smartphones und Tablets beigetragen. Egal ob Messaging oder Online-Shopping: Der Anteil an mobilen Seitenaufrufen steigt rasant. Bald werden mehr Webseiten über mobile als über stationäre Endgeräte geöffnet. Mehr als 20 Millionen Deutsche bewegen sich mobil im Internet.

Kein Welpenschutz für MOPS-freie Karriereportale

Während sich die führenden Online-Shops auf diese Entwicklung eingestellt haben, steht die Personalbranche der neuen Herausforderung noch unbeholfen gegenüber. Wir verurteilen, was MOPS leisten kann und wieso stellende Unternehmen nicht darauf verzichten sollten.

Viele Unternehmen sind nicht darauf vorbereitet, mit einem mobil optimierten Stellenmarkt oder gar mobilen Apps geeignete Fach- und Führungskräfte anzusprechen. Dies zeigte sich im Rahmen einer „Studie zur Usability und Best Practices mobiler Stellenanzeigen“ der Jobbörse Jobware in Zusammenarbeit mit der Hochschule RheinMain (wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Wolfgang Jäger und Prof. Dr. Stephan Böhm). Dem Wunsch der Bewerber nach mehr als einem mal erreichbaren Stellenmarkt, nämlich Mobil Optimierten Stellenanzeigen, mobil lesbaren Karriereseiten und der Möglichkeit, sich schließlich mobil bewerben zu können, wird seitens der Unternehmen keine Rechnung gehalten.

Doch immer mehr Bewerber beklagen den Mangel an mobil optimierten Stellenanzeigen. Besonders die Anpassung von Jobsinseraten an die Bildschirmgröße wie auch der spezifischen Benutzerschnittstelle (Berührungsempfindlichkeit, spezielle Tastatursteuerung auf ihrer Wunschliste ganz oben. Schon jetzt existieren Smartphones, Phablets und Tablets mit völlig heterogenen Bildschirmabmessungen, -auflösungen und -technologien nebeneinander. Auch die Reduzierung der Textmengen und Verlinkungen auf das Wesentliche bieten Ansatzpunkte zur Erhöhung der „mobile fitness“ im Recruiting. Der Aufwand ist lohnenswert, denn das Verhalten mobiler

Nutzer unterscheidet sich drastisch vom Verhalten stationärer Nutzer. Online-Stellenanzeigen und Karriereportale ohne mobile Optimierung werden auf Smartphones und Tablets nur ungenügend dargestellt.

Geringere Absprungraten durch hohe „mobile fitness“

Wer potenzielle Kandidaten nicht begeistert, wird vergeblich auf Bewerbungen warten. Dass der Bewerber über sein Endgerät an alle entscheidungsrelevanten Informationen gelangt, ist entscheidend, um Absprungraten zu minimieren und die Zahl eingehender Bewerbungen zu maximieren.

MOPS müssen einer Reihe von Rezeptionsansprüchen genügen, die sich von den stationären Betrachtung (Desktop-PC, Notebook) massiv unterscheiden. Stellenanzeigen sollten auf allen Bildschirmen – trotz begrenzter Diagonale – ohne Zoom sofort lesbar sein. Schlüsselwörter sollten „above the fold“ liegen. Auf die Scroll-Funktion sollte zugunsten von Klappmenüs verzichtet werden. Hier besteht die Möglichkeit, ergänzende Inhalte einzubinden. Vor allem aber möchte der Leser einer MOPS nicht das Gefühl haben, in eine Sackgasse zu laufen. Personaler sollten bei der Entwicklung von mobilen Karriereseiten auf eine stimmige Candidate Experience über den gesamten Prozess hinweg achten.

Daneben ist die Ladezeit für den Erfolg der MOPS relevant. Bauen sich mobile Seiten aufgrund großer Datenvolumen oder durchsatzschwacher Server gefühlt langsam auf, springen unnötig viele Bewerber ab. Hierdurch erklärt sich unter anderem das Ergebnis, zu dem die Studie „Mobile Recruiting 2013 – Eine empirische Untersuchung zur Bewerberansprache über mobile Endgeräte“ (Hochschule RheinMain mit Unterstützung unter anderem von Jobware) kommt: Viele Unternehmen verzeichnen hohe Absprungraten bei mobilen Seitenaufrufen.

Die Zukunft gehört MOPS

Geeignete Fachkräfte mit den eigenen Karriereangeboten zu begeistern, ist und bleibt schwierig. Zu hart ist der Wettbewerb um talentierte Mitarbeiter, als dass man sich Lücken in der Bewerberansprache erlauben darf. Schon jetzt zeichnet sich ab, dass zukünftig noch mehr potenzielle Bewerber mit mobilen Endgeräten auf Jobsuche gehen.

„Schon jeder fünfte Leser einer bei Jobware publizierten Stellenanzeige kommt über ein mobiles Endgerät“, bestätigt Dr. Wolfgang Achilles, Jobware-Geschäftsführer, den Trend zum Smartphone oder Tablet. Wer diesen stellensuchenden oder wechselwilligen Kandidaten keine mobile Lösung bieten kann, wird Einbußen in der Bewerbungsquote und im Einstellungserfolg verzeichnen.

Weitere Informationen unter info@jobware.de

Fortsetzung in PI 15/14 (11.04.2014)

HR-Szene SPECIAL

MINENFELD SOCIAL MEDIA RECRUITING UND RECHT

WAS GIBT ES FÜR RECHTLICHE FALLEN UND WIE VERMEIDET MAN SIE?

Erstmal eine Facebook-Präsenz, dann ein Mitarbeiter in einem Video-Testimonial auf Youtube, dann noch ein Gewinnspiel zu Steigerung der Fan/Follower/Kontakt Zahlen. Ein Blog aufgesetzt und Mitarbeiter zum Mitmachen eingeladen. Und die Recruiter sind natürlich fleißig beim Active Sourcing dabei. Einfach mal machen war am Anfang die Devise, aber so manchem Personaler wird langsam ein bißchen mulmig bei den ganzen Aktivitäten im Social Media Recruiting. Dabei sein muß man ja heutzutage in der Arbeitsmarktsituation, die Konkurrenz schläft ja auch nicht.

Die Zeiten, in denen Bewerber bei den Unternehmen Schlange stehen, sind längst vorbei. Geringe Arbeitslosigkeitsquoten, der demographische Wandel und eine sich verändernde Arbeitswelt sorgen dafür, dass der Fachkräftemangel weiter anhält.

Unternehmen stehen heute in einem großen Wettbewerb, wenn es darum geht, High-Potentials oder auch ganz normale Fachkräfte zu finden, zu rekrutieren und zu halten und stehen vor ganz neuen Herausforderungen:

Die Notwendigkeit, dabei zu sein

Im Kampf gegen den Fachkräftemangel müssen die Arbeitgeber heute und in Zukunft kreativer und proaktiver in ihren Personalbeschaffungsmaßnahmen werden, auch um den schon erkennbaren demografischen Herausforderungen begegnen zu können. Das althergebrachte „Post & Pray“ – Recruiting, also Anzeigen zu schalten und auf Bewerber zu hoffen, reicht nicht mehr aus.



Wolfgang Brickwedde ist Leiter des Institute for Competitive Recruiting (ICR, www.competitiverecruiting.de). Das ICR unterstützt und berät Unternehmen bei der Verbesserung der Ergebnisse ihrer Recruitingprozesse. Bis Ende 2009 verantwortete Wolfgang Brickwedde bei SAP die Personalbeschaffung und das operative Personalmarketing in der Region EMEA. Vor seiner Zeit bei SAP war Wolfgang Brickwedde bei Royal Philips Electronics in unterschiedlichen Management Funktionen in den Bereichen Employer Branding, Recruitment und Management Development für verschiedene Länder verantwortlich.



PERSONALintern informiert an dieser Stelle regelmäßig über Social-Media-Themen.