

eRecruiting in der Schweiz:

Eine Bestandesaufnahme bei 639 Unternehmen

Resultate der Untersuchung vom April 2005

Cornel Müller, Institut für Management & Innovation IMI

Management Summary

- Von 639 (=N) grösseren und grossen CH Unternehmen wurden die Job-Sites untersucht.
- Nur eine sehr kleine Anzahl der untersuchten Unternehmen nutzen das gesamte Potential an eRecruiting-Möglichkeiten.
- 27% der untersuchten Unternehmen hatten keine Vakanzen. Von diesen 27% (172) hatten 59% einen eher abweisenden Text (z.B. „no Jobs“, „keine freien Stellen“).
- Bei gut 50% der 639 untersuchten Unternehmen sind keine Personalmarketingmassnahmen vorhanden.
- Über 28% der Unternehmen stellen den Bewerbenden ein Bewerbungsformular zur Verfügung, lediglich 9% Unternehmen haben eine Bewerberpool und gerade mal 3% bieten einen Jobmail-Service.

Untersuchte Faktoren

1. „Freundlicher Text“

Was wird angezeigt, wenn in einer Unternehmung keine Stellen zu besetzen sind?

2. Personalmarketing-Massnahmen

Stellt sich das Unternehmen kurz vor? Werden Bewerbungstipps angeboten? Wird der Rekrutierungsweg aufgezeigt? Fühlt man sich persönlich angesprochen oder werden nur harte Fakten in der Stellenbeschreibung dargestellt?

3. Bewerbungsformular

Ist für den User ein strukturiertes Bewerbungsformular auf der Website vorhanden?

4. Bewerbungspool

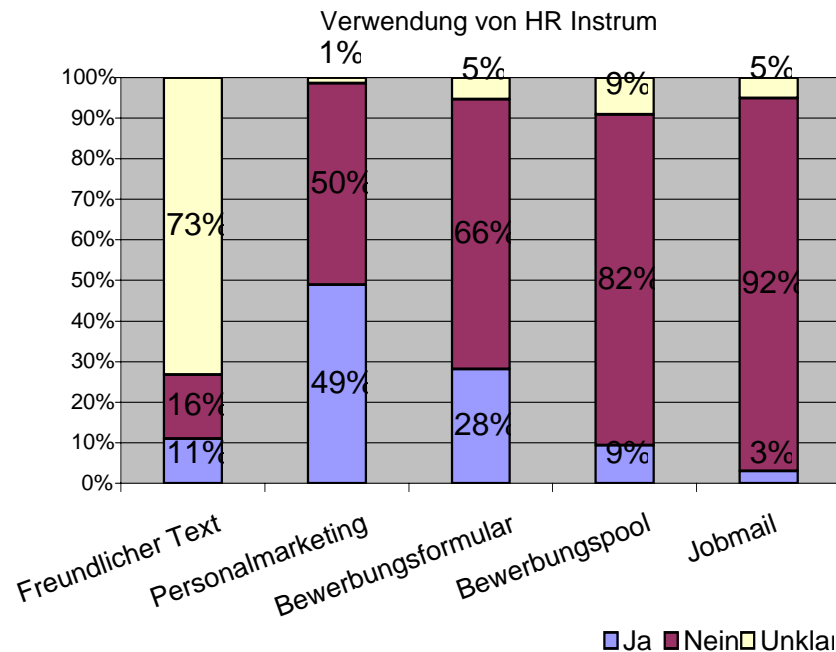
Verfügt das Unternehmen über einen sog. Bewerbungspool, welcher einerseits Stellensuchenden ermöglicht die Daten anzupassen und andererseits den Personalverantwortlichen potentielle Arbeitnehmer zu identifizieren?

5. Jobmail

Besitzt das Unternehmen eine Funktion (z.B. im Bewerberpool), um Stellensuchende mittels eMail oder SMS auf eine passende Stelle aufmerksam zu machen?

Ergebnisse...

Generell: Die untersuchten Faktoren werden zu wenig ausreichend angewendet, um von einem professionellen eRecruiting sprechen zu können.



Die hohe Unklarheit (73%) bezüglich freundlichem Text resultiert aus der Tatsache, dass sehr viele Unternehmen während des Untersuchungszeitraumes offene Stellen zu besetzen hatten.

Nur jedes zehnte Unternehmen ohne vakante Stellen setzte einen freundlichen Text ein.

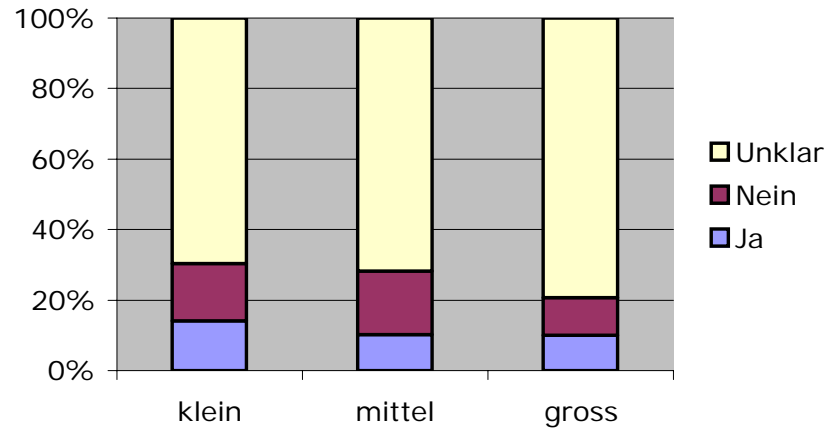
Zwei Drittel der Unternehmen haben keine strukturierten Bewerbungsformulare.

Kaum eingesetzt (82%) werden Bewerbungspools.

3% bieten einen Jobmail-Service an, der die Bewerbenden auf offene Stellen hinweist, die auf ihr Profil zutreffen.

...nach Unternehmensgrösse

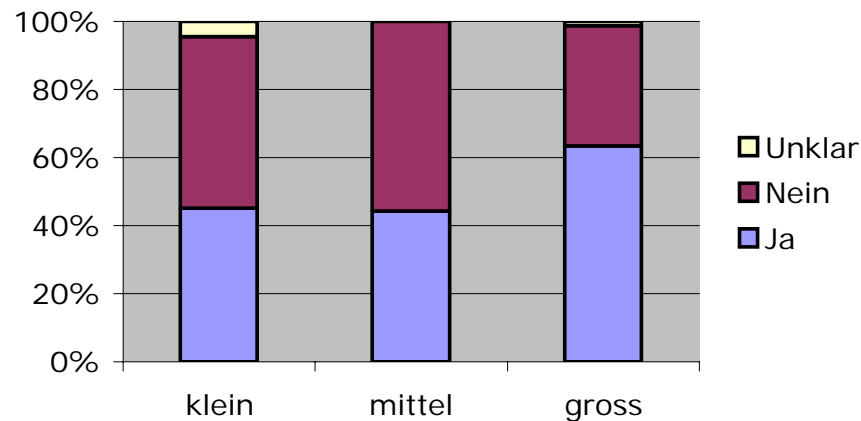
Freundlicher Text



Unternehmenskategorien: Klein = < 100 Mitarbeiter
Mittel = 100 - 1000 Mitarbeiter
Gross = > 1000 Mitarbeiter

Freundlichen Text findet man bei jeweils 10% der mittleren und grossen Unternehmen bzw. bei 14% der kleinen Unternehmen.

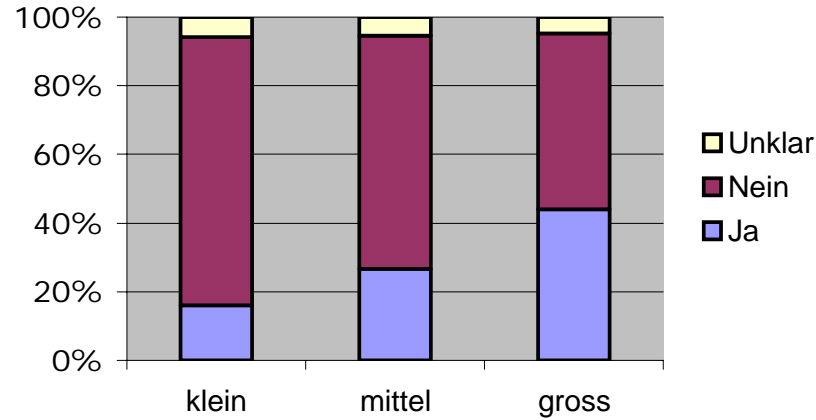
Personalmarketing



Zwei von drei grossen Unternehmen (66%) wenden *Personalmarketingmassnahmen* an.

Grosse Unternehmen betreiben im Vergleich zu den kleinen und mittleren mehr Aufwand in der Personalgewinnung.

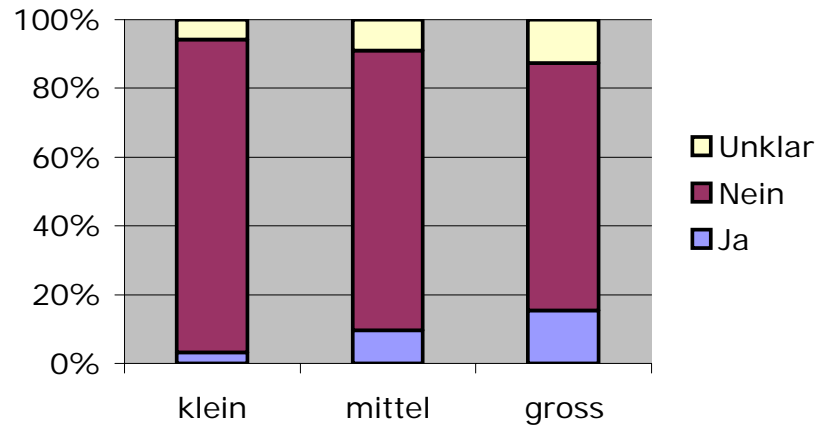
Bewerbungsformular



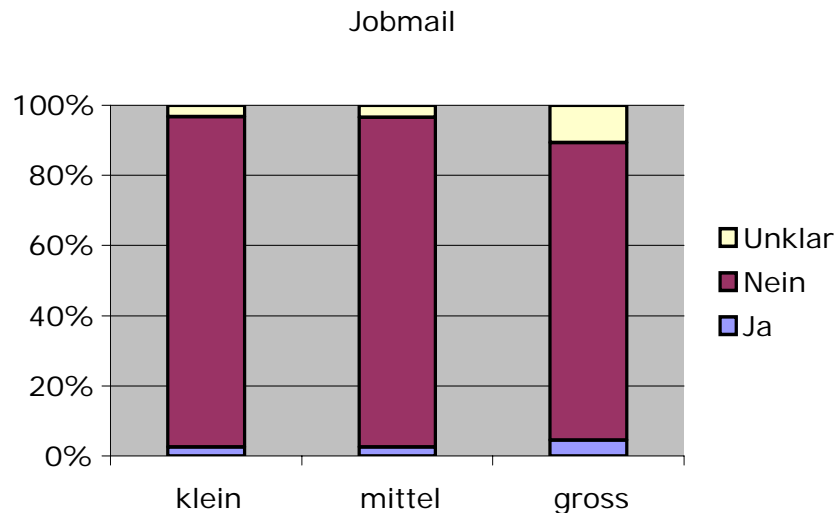
Fast die Hälfte (44%) der Grossunternehmen verwendet ein *standardisiertes Bewerbungsformular*.

KMU verfügen selten über ein standardisiertes Bewerbungsformular (27% bzw. 16%).

Bewerbungspool



Einen *Bewerbungspool* haben gerade mal 15% der Grossunternehmen und 10% bzw. 3% der kleinen und mittleren Unternehmen.



Jobmail oder eine ähnliche Funktion konnte bei jeweils 3% der kleinen und mittleren Unternehmen gefunden werden und bei 5% der grossen Unternehmen.

Schlussfolgerungen bezüglich dem Kriterium Unternehmensgrösse

Die Professionalität in der Personalgewinnung steigt mit der Grösse der Unternehmung.

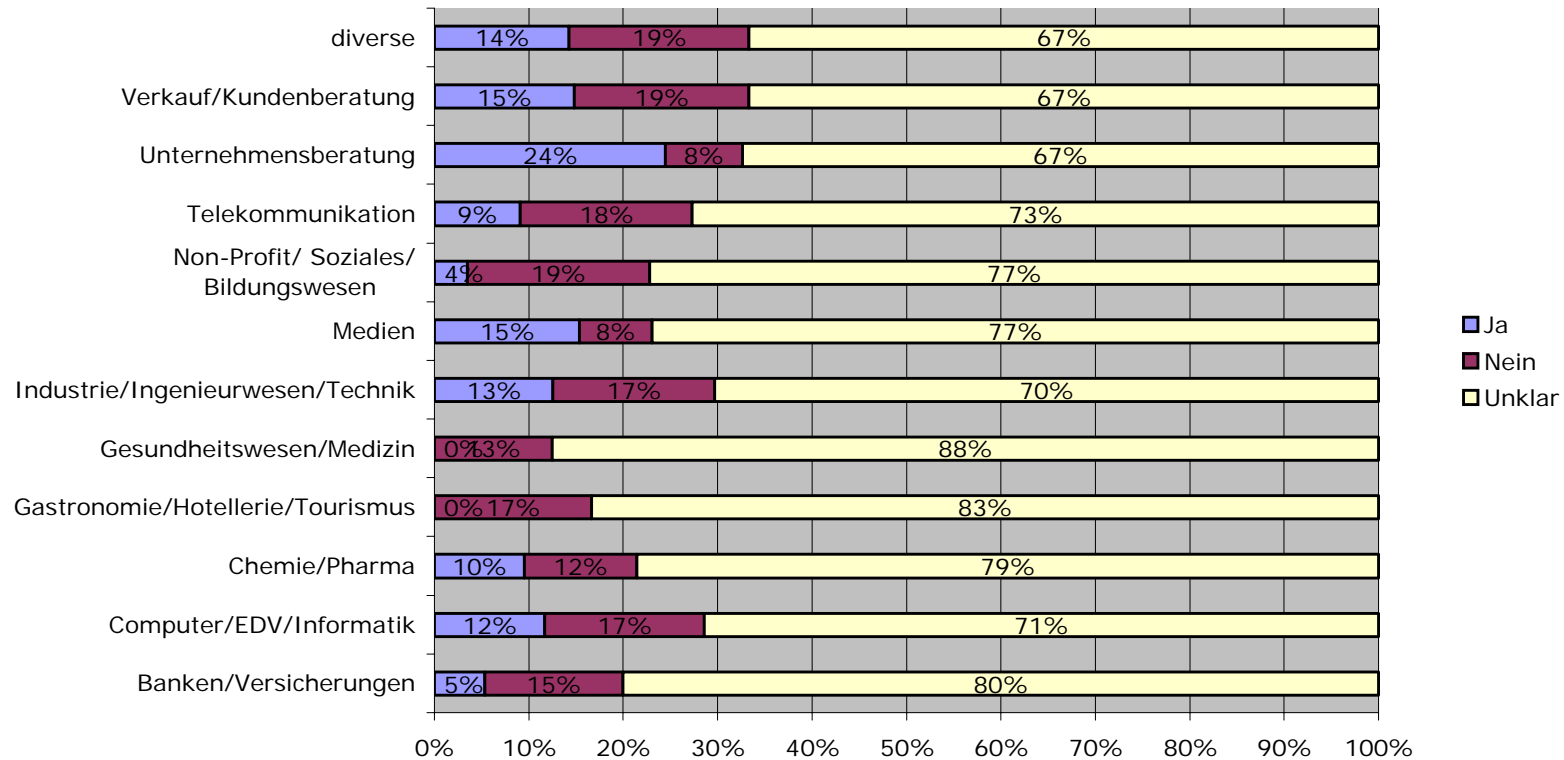
Da in der Untersuchung der Bewerbungsprozess nicht bis zur Dateneingabe durchgeführt wurde, war es teilweise schwierig festzustellen, ob die Daten des Bewerbungsformulars in ein Bewerbungspool kommen und ein Jobmail-Service angeboten wird. Die Werte dürften insbesondere bei grossen Unternehmen noch höher liegen.

Eine klarere Kommunikation zu Beginn des Rekrutierungsprozesses könnte diese Unklarheiten minimieren.

Vor allem bei KMUs ist der Handlungsbedarf für eine professionelle Personalgewinnung sehr hoch.

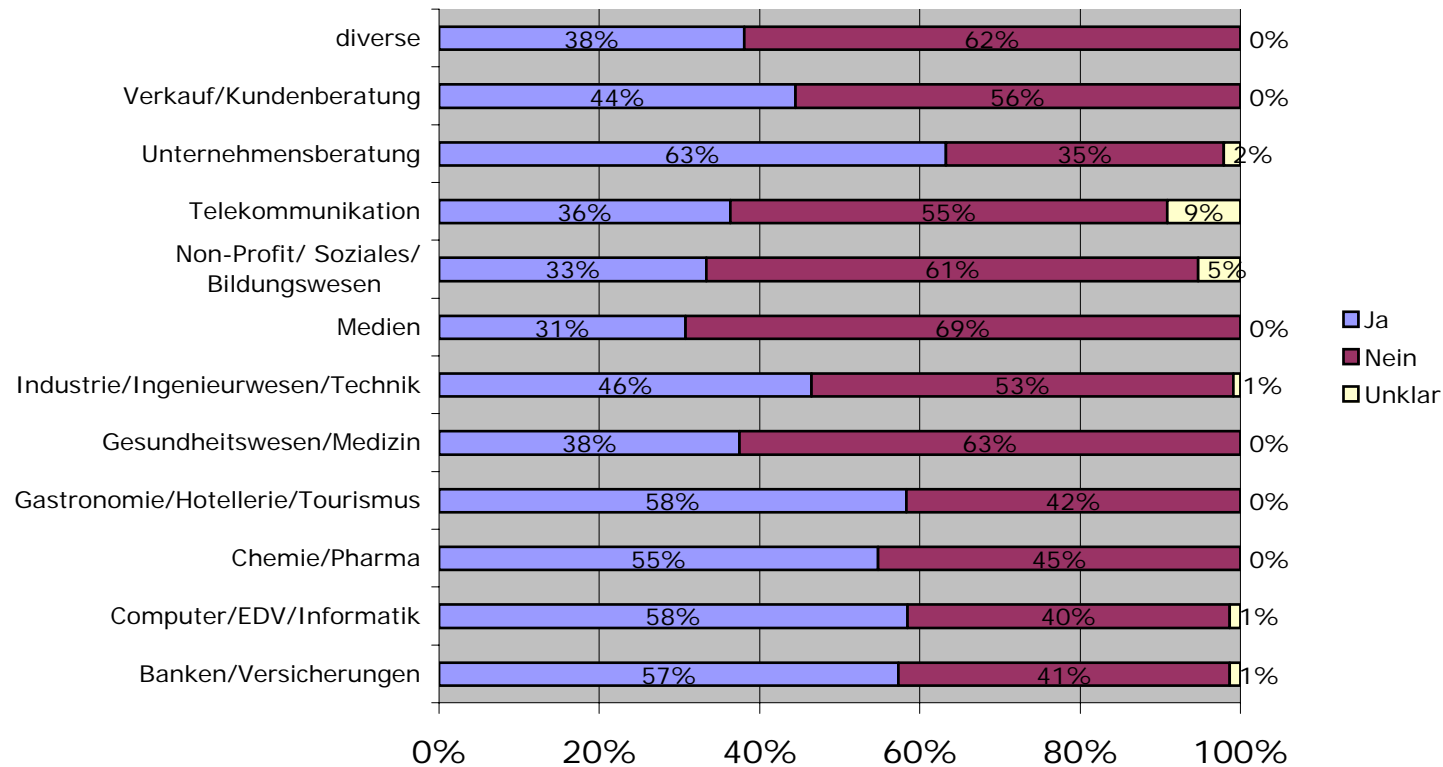
...nach Branche

Freundlicher Text



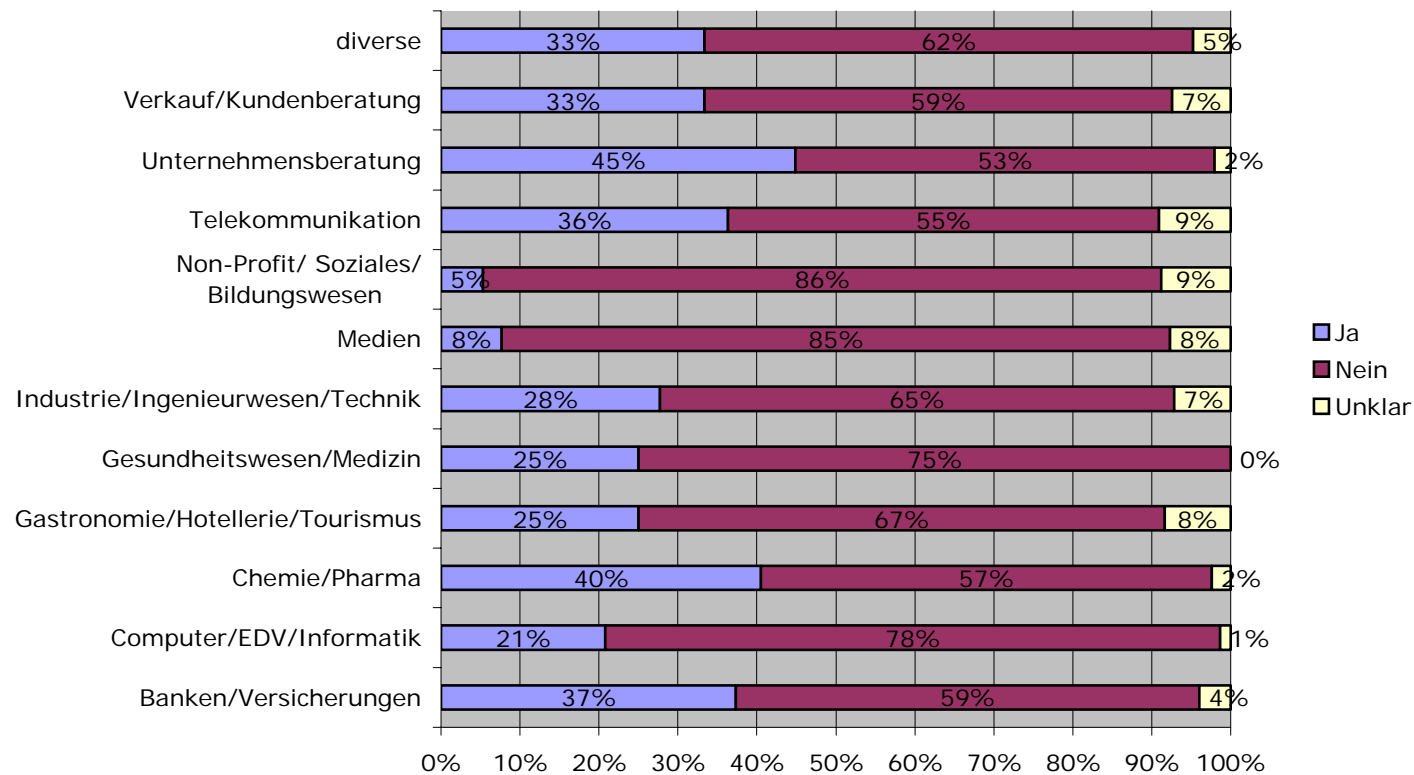
Freundlicher Text war schwierig zu evaluieren, da beim Grossteil der Unternehmen Stellen ausgeschrieben waren und so der Text nicht identifiziert werden konnte.

Personalmarketing



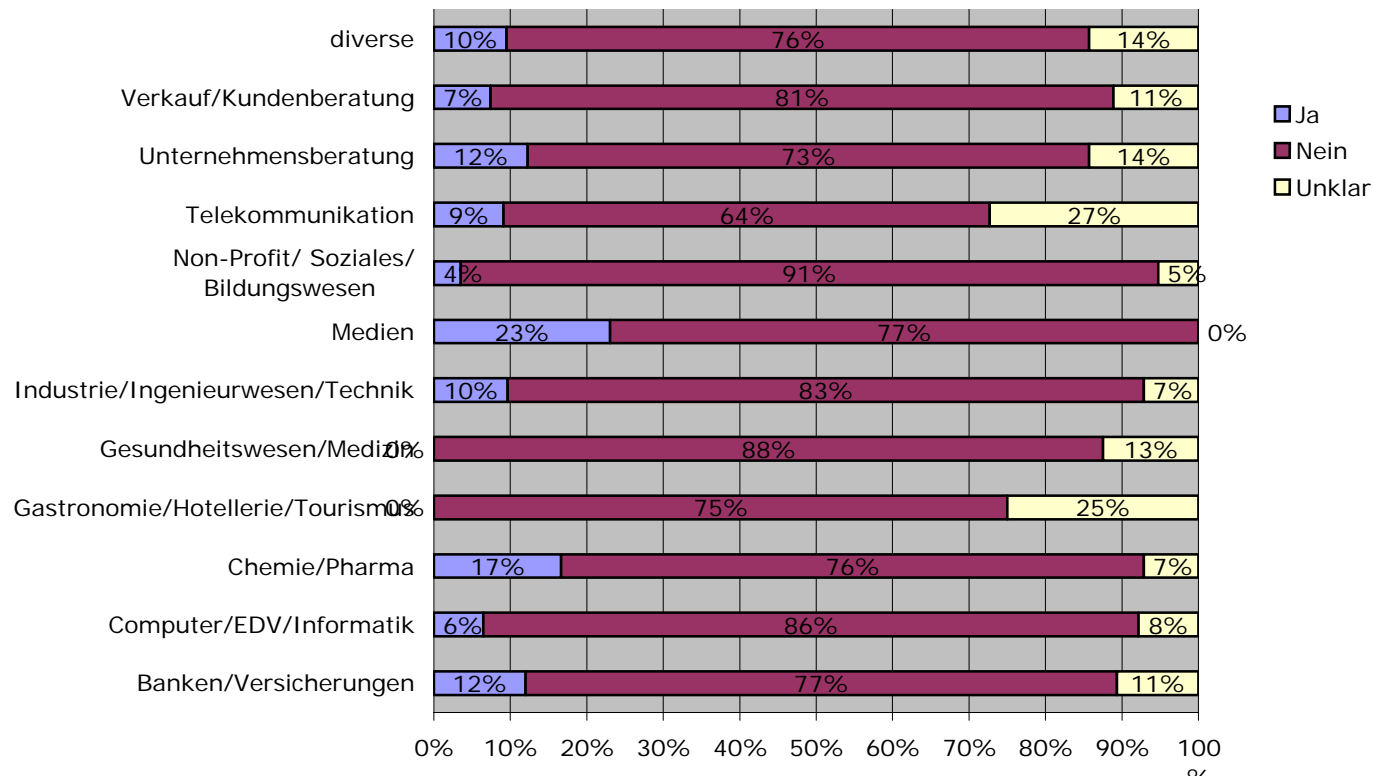
Personalmarketing ist vor allem bei Unternehmensberatungen gross geschrieben, aber Banken/Versicherungen Computer/EDV/Informatik, Chemie/Pharma und Gastronomie/Hotellerie/Tourismus diesem Level nahe.

Bewerbungsformular



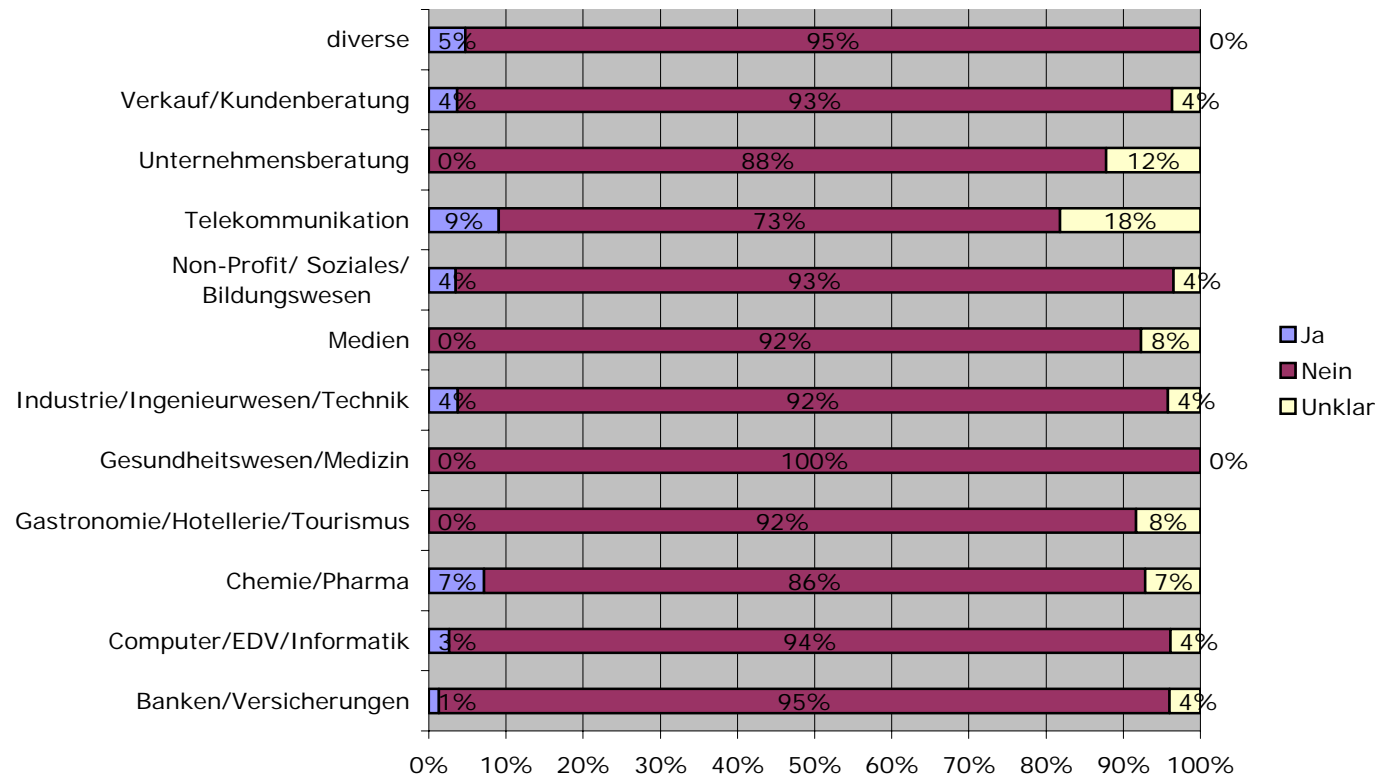
In Sachen *Bewerbungsformulare* auf der Website, weisen ebenfalls die Unternehmensberatungen die höchste Ausprägung auf, gefolgt von Chemie/Pharma und Banken/Versicherungen.

Bewerbungspool



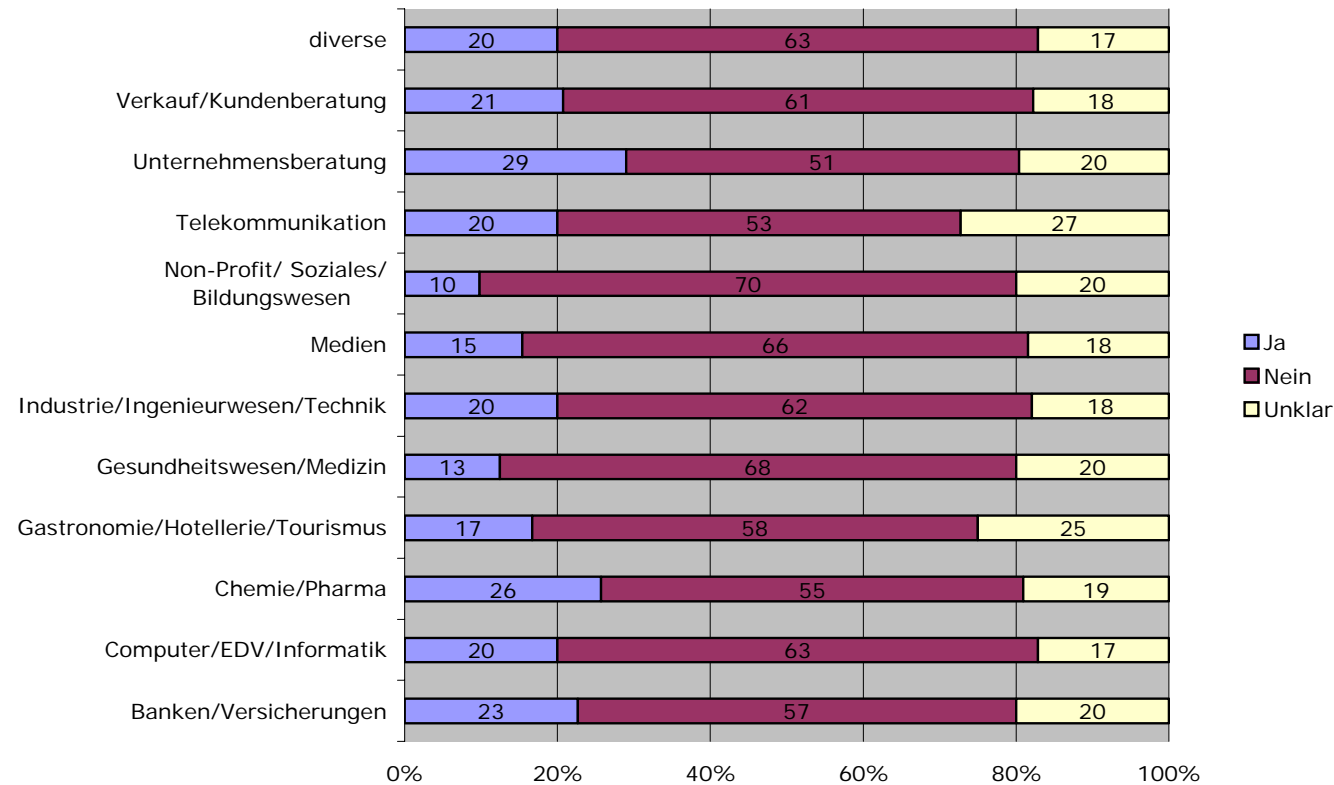
Einen *Bewerbungspool* können die wenigsten Unternehmen anbieten. Bezüglich diesem Faktor hat die Medienbranche die Nase vorn.

Jobmail



Jobmail bieten die allerwenigsten Unternehmen an. Die Telekommunikationsbranche kommt auf immerhin 9% der Unternehmen, die ein sinngemäßes Angebot haben.

Total der Antworten in Prozent



Addiert man alle „Ja“, „Nein“ und „Unklar“ auf, so ergibt sich ein Gesamtbild. Die Unternehmensberatungen zeigen hier die höchste Zustimmung (29%), gefolgt von Chemie/Pharma (26%) und Banken/Versicherungen (23%).

Schlussfolgerungen bezüglich dem Kriterium Branche

Spitzenreiter sind die Branchen Unternehmensberatung, Pharma und Banken. Unternehmen aus diesen Branchen zeichnen sich generell durch ein höheres Niveau bezüglich der verschiedenen Kriterien aus.

Andere Branchen wie Non-Profit-Organisationen (Verwaltung), Gesundheitswesen und Gastronomie/Hotellerie sind im Umgang mit Online-Personalbeschaffung noch sehr unprofessionell.

Gerade die zuletzt erwähnten Branchen könnten die Chancen des eRecruitings besser nutzen, um hochqualifiziertes Personal zu gewinnen und einen attraktiveren Eindruck bei potentiellen Arbeitskräften zu hinterlassen.

Fazit

Erstaunlich ist die Tatsache, dass das Niveau des eRecruitings, obschon das Internet ein Instrument des täglichen Gebrauchs geworden ist, noch sehr niedrig ist.

Selbst die ganz grossen Unternehmen nutzen (noch) nicht alle Möglichkeiten, um die richtigen Talente für die richtigen Stellen zu finden.

Am höchsten ist der Nachholbedarf bei den KMUs, die einen Anteil von 99.7% der Unternehmen und der eine Beschäftigungsrate von 67% in der Schweiz erreichen.

Um das ganze Potential des eRecruitings zu nutzen, sollten KMUs eine Professionalisierung ihrer Vorgehensweise anstreben. Schon mit einfachen kommunikativen Massnahmen, lässt sich ein Internetbesuch auf ihrer Homepage erheblich attraktiver gestalten.

In Kombination mit einfachen, effizienten und erschwinglichen E-Recruiting-Tools lässt sich die Rekrutierung optimieren und die Unternehmen erhöhen ihre Wettbewerbsfähigkeit bei der Gewinnung von Mitarbeitern.