

Job sucht Kandidat

Rekrutierung Bei der Personalsuche setzen viele Unternehmen auf Businessportale im Internet. Der zeitliche Aufwand ist allerdings gross.

STEFAN MÜLLER

Der Personalchef einer mittelgrossen Softwarefirma sucht einen hochqualifizierten Software-Entwickler. Die Ausschreibung auf der eigenen Firmenwebsite, persönliche Kontakte und die gängigen Jobbörsen im Internet haben bisher nichts gebracht. Darauf wendet sich der Personalchef an die Businessplattform Xing, durchforstet Hunderte Profile und findet schliesslich einen Fachmann, der die Stelle annimmt.

Zahlreiche Unternehmen gehen in digitalen Berufsplattformen auf Personalsuche. Die Kandidatensuche kann sich dort allerdings aufwendig gestalten, wie etwa Michel Kaufmann, Marketingchef beim Stellenvermittler jobs.ch, sagt. Im

Gegensatz zu Jobbörsen, wo es 80 Prozent Aktivsuchende gibt, handelt es sich in den Berufsplattformen laut Kaufmann mehrheitlich um Menschen, die lediglich latent einen neuen Job suchen. Zudem müsse jede in Frage kommende Person persönlich über eine interne Mitteilung des Netzwerks direkt kontaktiert werden. Daher sollten sich Unternehmen überlegen, für welchen Job sich dieser Aufwand lohne.

Die digitalen Berufsplattformen kommen zum Einsatz, wenn die gängigen Online-Kanäle wie Firmenwebsites oder Jobbörsen nicht fruchten, welche für die meisten Rekrutierungen noch immer zu den wichtigsten Kanälen zählen. Denn auf den Businessplattformen wie Xing und LinkedIn tummeln sich weltweit Hunderttausende von hochqualifizierten Fachleu-

ten, die dort ihre Lebensläufe veröffentlichen und Kontakte untereinander pflegen. Daher sind diese Businessnetzwerke auf jeden Fall vielversprechend, wie Personalers in Firmen bestätigen.

Die Businessplattformen eignen sich in erster Linie für die Suche von hochqualifizierten Fach- oder Führungskräften. «Aufgrund der wachsenden Popularität der Sozialen Medien wird auch in Zukunft dieser Bereich ein wichtiger Bestandteil der Kandidatensuche sein», sagt Esther Keller, Sprecherin von Novartis. Eine Ausschreibung auf LinkedIn werde vor allem für spezialisierte Positionen genutzt, welche besondere Berufserfahrungen erfordern würden. Der Auftritt an solchen Orten sei zudem ein wichtiges Instrument für die Pflege der Arbeitgebermarke und die Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen.

Auch der ABB-Konzern greift vorzugsweise auf diese Businessportale zurück, wie Sprecher Lukas Inderfurth erklärt. «Wenn wir Spezialisten suchen, etwa für die Forschung und Entwicklung, oder Ingenieure mit langjähriger Erfahrung im Abwickeln komplexer Projekte, benutzen wir Plattformen wie Xing und LinkedIn.» Mit diesem Ziel würde man sich auch auf Nischen-Plattformen und Netzwerken im Internet umschauen, die von diesem Personenkreis genutzt würden.

Der Anteil der Mitarbeiterrekrutierung mithilfe solcher Plattformen gewinnt an Bedeutung, bezeugt auch SBB-Sprecher Christian Ginsig, und zwar durch das Platzen der Anzeigen wie auch durch die Weiterempfehlung der Führungskraft oder der Personalberatung im eigenen sozialen Netzwerk. Bei der UBS werden frei gewor-



Internetplattform Xing: Suche nach qualifizierten Führungskräften.

dene Stellen zuerst intern ausgeschrieben, sagt Sprecherin Dominique Scheiwiller. Externe Publikationen erfolgten mehrheitlich über digitale Jobportale, vereinzelt aber auch über LinkedIn und Xing. Der Vorzüge von solchen Netzwerken ist sich das Finanzinstitut aber sehr bewusst: «Die grosse Reichweite von potenziellen Kandidaten, schnelle Verbreitung und die Vernetzung der Kandidaten untereinander.»

Bei aller Begeisterung für die Businessportale argumentiert Michel Kaufmann von jobs.ch, dass es erst relativ wenige Firmen gebe, die Direktansprachen in Berufsnetzwerken praktizierten. Zum Zuge kämen meistens Personalvermittler oder Headhunter. Eine andere Herausforderung sieht SBB-Sprecher Christian Ginsig auf die Personalverantwortlichen zukommen, nämlich den Rollenwechsel, den der Einsatz von Plattformen wie Xing oder LinkedIn mit sich bringe. Das heisst, weg von «post and pray», hin zum Active Sourcing. Dies bedeutet bei hochqualifizierten Stellen: Der Kandidat sucht nicht den Job, sondern der Job sucht ihn.

REKRUTIERUNG AUF ONLINE-PORTALEN

Erste Wahl für internationale Firmen

Business-Plattformen LinkedIn und Xing sind die grössten und bekanntesten Business-Netzwerke im deutschsprachigen Raum, mit je rund 400000 Profilen. LinkedIn, 2003 gegründet, hat nach eigenen Angaben weltweit über 200 Millionen Mitglieder. Xing entstand drei Jahre später und zählt rund 13 Millionen Mitglieder weltweit, 6 Millionen im deutschsprachigen Raum. Der grösste Unterschied der Portale liegt in der Ausrichtung auf internationale Nutzer. So geben Xing vorab KMU und vorwiegend im deutschsprachigen Raum operierende Firmen den Vorzug.

Die US-amerikanische Plattform LinkedIn ist für international tätige Unternehmen erste Wahl.

Facebook Zwar schalten zahlreiche Unternehmen Anzeigen auch auf Facebook und Twitter, doch es zeigt sich laut Michel Kaufmann von jobs.ch, dass die meisten Jobs nicht direkt über soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter gefunden würden – sondern primär über das Beziehungsnetz des Suchenden. Auf dem Stellenmarkt seien diese Plattformen bisher noch weniger relevant.

ANZEIGE

FASZINATION
SCHREIBGERÄTE
www.scriptura.cc

scriptura Hommage an die Kultur und Tradition der Handschrift.