

7 Tipps für Ihre digitalen

Automatisiertes Texten von Stellenanzeigen, Stimmanalyse auf Basis künstlicher Intelligenz, Prognosen über optimale Werbekanäle und Bewerberquellen: Die IT-Branche bietet immer ausgefeiltere Möglichkeiten rund um die Personalbeschaffung. Doch worauf kommt es bei der Einführung digitaler Recruiting-Prozesse eigentlich an? Und welche Herausforderungen sind dabei zu beachten – gerade für kleine und mittelständische Unternehmen? Der nachfolgende Leitfaden benennt die sieben wichtigsten Punkte, die hier wesentlich sind.

1. Von Budget bis Mentalität: Möglichkeiten abklären

Zu Beginn gilt es, sich die nötige Klarheit über die Ist-Situation und die individuellen Möglichkeiten im Unternehmen zu verschaffen, technisch und finanziell sowie kulturell. Sprich:

Wie sieht unsere generelle Strategie im HR-Bereich aus?

Wie lautet unsere Digital- und IT-Strategie?

Auf welchem Stand befindet sich unsere IT-Landschaft?

Wie stehen die Beteiligten – Geschäftsleitung, HR-Verantwortliche, Recruiter, potenzielle Bewerber – zur Digitalisierung und zum Arbeiten mit digitalen Lösungen?

Haben wir die notwendigen Skills im Team, um den Erfolg einer Digitalisierungsmaßnahme zu gewährleisten – von der Konzeption und Einführung bis zur laufenden Betreuung und Erfolgskontrolle?

Und natürlich: Welche Budgets stehen zur Verfügung?

Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sind hier meist verstärkt herausgefordert. Sie müssen daher besonders sorgfältig planen und vorbereiten, und das in der Regel sowohl hinsichtlich der finanziellen Möglichkeiten als auch der personellen Ausstattung.

2. Wer muss mit im Boot sein?

Ein weiterer wichtiger Stellhebel für den Erfolg jedes Digitalisierungsprojekts ist das saubere Abklären, wer wann mit im Boot sein muss. Nichts ist schlimmer, als wenn sich am Ende eines aufwändigen Software-Rollouts zeigt, dass wichtige Funktionen im Tool fehlen, weil bestimmte Anwender mit ihren Anforderungen nicht ein-

bezogen wurden. Machen Sie sich also von Anfang an klar, wer zu welchem Zeitpunkt und zu welchem Thema eingebunden sein muss. Ziel ist es, dass sowohl sämtliche personalfachlichen und strategischen als auch alle IT-technischen Aspekte bestmöglich abgedeckt sind – vertreten zum Beispiel durch den jeweiligen Fachbereich, der die Mitarbeiter einstellt, die Personalentwicklung, den HR-Business-Partner sowie durch die entsprechenden internen oder externen IT-Kompetenzen. Ebenso wichtig ist ein kontinuierlicher und gegenseitiger Austausch aller Akteure, der professionell moderiert und gesteuert wird.

3. Grundsatzfragen stellen: Was wollen wir digitalisieren – und warum?

Erst jetzt geht es an das eigentliche Digitalisierungsprojekt, beginnend mit den grundsätzlichen Fragen: Was wollen wir digitalisieren? Warum wollen wir das? Es macht schon einen Unterschied, ob einfach nur Kosten gespart und die HR-Abteilung schneller werden soll oder ob das Unternehmen in einem schwierigen Arbeitsmarkt deutlich mehr Bewerbungen generieren möchte. Ebenfalls wichtig: Macht die angedachte Digitalisierungsmaßnahme im konkreten Fall auch wirklich Sinn? Überwiegen klar die Vorteile und der Nutzen gegenüber dem Aufwand? Nur mit Antworten auf diese Fragen steht der Rahmen, der einem Projekt das nötige Maß an Orientierung, Ziel und Sinn verleiht. Denn manchmal ist eine bestimmte Digitalisierung in der Tat eine enorme Erleichterung. Andererseits kann die Einführung eines modernen Recruiting-Tools auch im Widerspruch zu einem ansonsten eher konservativen und bodenständigen Auftritt stehen. Betrachten Sie daher nicht nur die Lösung und ihren technisch-rationalen Nutzen, sondern auch, wie sie im Gesamtkontext wirkt.

4. Bestehende Prozesse und Arbeitskultur in die Hand nehmen

Im vierten Schritt gilt es, nochmals alle Prozesse im Recruiting sowohl online als auch offline in die Hand zu nehmen, weiter zu ordnen und zu optimieren. Das verhindert z.B., dass manuelle Abläufe zwar digitalisiert werden, im

Recruiting-Prozesse



(C) Gerd Altmann auf Pixabay

Nachgang jedoch genauso negativ wirken wie zuvor. Zudem ist erst jetzt die nötige Grundlage geschaffen, um analoge oder gemischte Prozesse sauber zu digitalisieren.

5. Tools entscheiden

Nun geht es an das Bestimmen, welche konkreten Tools und Technologien in Frage kommen. Vorab steht die Entscheidung an, ob man auf eine Gesamtlösung (Best in Suite) setzt, die alle Funktionen bereits in einem Produkt vereint. Die Alternative bildet der Best-of-Breed-Ansatz: dem bewussten Auswählen von Einzellösungen unterschiedlicher Anbieter, die für sich jeweils am meisten überzeugen. Diese werden dann in Eigenregie zu einer individuellen Gesamtlösung kombiniert. Hier müssen gerade KMU Acht geben, dass sie z.B. die nötige IT-Kompetenz und -Manpower besitzen oder auf verlässliche externe Unterstützung zurückgreifen können, die auch langfristig gesichert ist. Ebenso ist zu entscheiden, ob die Anwendung cloud-basiert sein soll oder eine klassische Installation vor Ort die bessere Wahl ist.

6. Kommunikation sicherstellen

Ein Punkt, der besonders häufig unterschätzt und vernachlässigt wird, gerade in kleineren oder techniklastigen Unternehmen, ist die Kommunikation rund um ein Digitalisierungsprojekt. Hier geht es nicht nur

darum, vor, während und nach einer entsprechenden Maßnahme sowohl die jeweiligen Ziele und Vorteile als auch Hürden und Herausforderungen professionell und zielführend zu kommunizieren. Wichtig ist darüber hinaus sicherzustellen, dass die jeweils andere Seite gehört und gesehen wird. Hierzu sollte sowohl genügend Zeit eingeplant als auch geeignete Mitarbeiter bestimmt werden, die entsprechende Kommunikations- und Moderationskills besitzen. Erfahrungsgemäß kann so mancher Widerstand gegen eine Neuerung bereits dadurch deutlich gemindert werden, dass betroffene Personen empathisch gehört werden. Ebenso können in einem solchen Kontext unterschwellige Missverständnisse und Unklarheiten, die ansonsten immer wieder hemmen würden, aufgelöst werden. Auch die Entwicklung und Kultivierung des nötigen digitalen Mindsets bei Mitarbeitern erfordert einen regelmäßigen gegenseitigen Austausch – mit Ansprechpartnern, die diese Qualität auf motivierende Weise vorleben.

7. Weitere Entwicklung monitoren und Erfolgskontrolle betreiben

Auch nach der Einführung der jeweiligen Tools sollten Sie dran bleiben. Kontrollieren Sie, inwieweit die angestrebten Ziele und Verbesserungen auch erfüllt sind und wo noch Hürden bestehen. Damit das große Ziel bestmöglich erreicht wird: eine Digital-Recruiting-Lösung, die ihr volles Potenzial ausspielt.



Der Autor:

Marc-Stefan Brodbeck ist Partner der Rochus Mummert Digital.

✉ brodbeck@wissensmanagement.net

