

TITELTHEMA: SOZIALE MEDIEN – NEUE AUFGABEN FÜR DIE INTERESSENVERTRETUNG

E-Recruiting 2.0 – Personalsuche in sozialen Netzen

Was ändert sich für Betriebs- und Personalräte?

Mattias Ruchhöft

Der Bewerbungsprozess kehrt sich um. Zumindest in einigen Bereichen suchen sich mittlerweile die Bewerber den Arbeitgeber selbst aus. Unternehmen und Behörden versuchen deshalb, sich in ihrer Außendarstellung möglichst positiv zu präsentieren und nutzen zunehmend das Internet zur Rekrutierung. Dieser Beitrag gibt eine Übersicht über unterschiedliche Ansätze der Personalsuche in sozialen Netzwerken und Anregungen für Betriebs- und Personalräte, wie sie selbst diese teilweise notwendigen Veränderungen begleiten können. Dabei geht es auch darum, welche Grenzen es bei der Suche nach geeigneten Kandidaten gibt und in welcher Form bzw. mit welchen Werten sich der Arbeitgeber präsentieren soll.

„Der Personalmarkt dreht sich um!“ Diese Aussage las man in den letzten Jahren immer wieder in Fach- und Tageszeitungen. Damit ist gemeint, dass sich die Firmen die Bewerber nicht mehr aussuchen können, sondern gerade im Bereich der Fachkräfte umgekehrt die Behörden und Unternehmen um gut ausgebildete junge Menschen werben müssen. Hinzu kommt, dass die klassische Papierbewerbung immer öfter durch komplett elektronische Bewerbungsprozesse abgelöst wird.

In einigen Publikationen wird daher bereits vom „Personalmarketing 2.0“ gesprochen, wobei das „2.0“ sowohl für den Einsatz von sozialen Medien als auch für eine ganz andere Art der Personalsuche steht. Dabei geht es darum, über soziale Netze und weitere begleitende Aktionen die Arbeitgeberattraktivität zu steigern, um frühzeitig für junge, gut ausgebildete Fachkräfte als Arbeitsplatz anziehend zu erscheinen.

Für Betriebs- und Personalräte ändert sich mit dem E-Recruiting genau wie für die Personaler die Basis der Informationen, die über einen Kandidaten vorliegen. Durch die elektronische Abbildung des Bewerbungsprozesses können auch Beteiligungs-

prozesse der Interessenvertretungen überprüft und optimiert werden.

Rekrutierung in sozialen Netzen

Nach einer Befragung des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) sucht annähernd die Hälfte der in Deutschland ansässigen Unternehmen im Internet nach persönlichen Informationen über Stellenbewerber. Dabei nutzen sie neben den globalen Suchmaschinen auch soziale Online-Netzwerke (z. B. Xing, Facebook usw.). Recherchen der Stellenbörse Stepstone ergaben, dass nur noch 13% aller Stellenbewerbungen per Post in den Personalabteilungen eingehen.¹

Die Recherche nach geeigneten Kandidaten hat sich mit der Nutzung sozialer Medien stark gewandelt. Die klassische Form des E-Recruiting besteht darin, ein Stellenprofil in entsprechende Stellenbörsen bzw. auf das eigene Karriereportal einzustellen und abzuwarten, wie viele Bewerber auf diese Anzeige reagieren. Häufig nutzen Behörden und Unternehmen dabei Online-Formulare, wo die Bewerber ihre Daten di-

rekt in die entsprechenden Datenbanken (z. B. SAP ERP HCM) eintragen sollen.

Die neue Form des E-Recruiting besteht darin, Karriereportale sowohl im Internet als auch in diversen sozialen Netzwerken zu unterhalten und aktiv die Kommunikation mit den Nutzern und damit mit potenziellen Kandidaten zu suchen.

Arbeitgeber bewerben sich

Man findet in den entsprechenden Fachzeitschriften und Publikationen wieder zunehmend nach der Krise in 2008 den Begriff „War for Talents“ (also die zugespitzte Suche nach geeigneten Kandidaten für die Besetzung von vakanten Stellen). Damit ist die Situation beschrieben, wonach sowohl die demographischen Entwicklungen als auch die Situation des deutschen Bildungswesens dazu führen, dass es in Zukunft nicht mehr genügend Fach- und Führungskräfte geben wird.

Das führt bereits heute dazu, dass in einigen Bereichen eine Umkehr der klassischen Rollenverteilung zwischen Arbeitgeber und potenziellen Mitarbeitern gibt. Dabei wird im Personalmanagement vom sogenannten Employer Branding (dem Aufbau einer Arbeitgebermarke) gespro-

GENERATION Y

Generation Y wird von Soziologen diejenige Generation in der Bevölkerung genannt, die 2010 zwischen 20 und 30 Jahre alt war. Diese Generation gilt als erste, die größtenteils mit Internet und mobilen Kommunikationstechnologien aufgewachsen ist.

Diese Nachfolger der sogenannten Baby-Boomer werden als gut ausgebildet, technologieaffin, optimistisch und selbstbewusst beschrieben. Sie erwarten als heutige Berufseinsteiger, dass es am Arbeitsplatz Zugang zu sozialen Medien gibt, sie pochen auf flexible Arbeitszeiten und ihr Recht auf Telearbeit.

Dadurch, dass die Generation Y gut vernetzt und informiert ist, werden die Arbeitgeber im Netz entsprechend bewertet und gewinnen bzw. verlieren an Attraktivität. Dies macht eine andere Art von Personalsuche, den Aufbau einer Arbeitgebermarke – das sogenannte Employer Branding – notwendig.

Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Millennials>

INTEGRATION DER WEB 2.0-SUCHE IN SAP ERP HCM

Die proaktivere Suche nach Personal über Internet und soziale Medien macht auch vor dem Anbieter des mit am weitesten verbreiteten Personalinformationssystem SAP nicht Halt. Im Zusammenhang mit dem Social Talentmanagement hat SAP zum Ende des Jahres 2011 die Firma SuccessFactors übernommen.

Dadurch sollen über sogenannte Cloud Computing-Lösungen (= die Software wird über Internet zur Verfügung gestellt) der Zugriff auf große Datenvolumen beschleunigt werden und maßgeschneiderte Informationen auch in Echtzeit verfügbar sein. Mit diesen zusätzlichen Programmen werden anpassbare Lösungen für das Talentmanagement und die Personalsuche in sozialen Netzen in vorhandene SAP ERP HCM-Lösungen zur Verfügung gestellt.

Quelle: www.searchcloudcomputing.de/applikationen/business-intelligence/articles/354909/

chen. Hierbei geht es darum, im Internet, der Werbung und sozialen Netzwerken sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Eine der wichtigsten Ansatzpunkte dafür sind die Äußerungen der eigenen Mitarbeiter über das Unternehmen.

In den sozialen Netzwerken gibt es Bewertungsportale für Arbeitgeber, wie beispielsweise kununu, jobvoting oder meinpraktikum.de, wo sowohl aktive wie ehemalige Mitarbeiter sowie Bewerber mit einem Punktesystem das jeweilige Unternehmen bewerten können. Gerade die Generation Y (siehe Infokasten oben) nutzt solche Portale und Informationen über den Arbeitgeber in den sozialen Netzwerken als ein wichtiges Kriterium bei der Auswahl des zukünftigen Arbeitgebers.

Web 2.0 in der Rekrutierung

Beziehungsportale

Nicht alle sozialen Netze bieten spezielle Suchmasken und entsprechende -kriterien

zur Selektion geeigneter Kandidaten an. Xing als berufliches soziales Netzwerk bietet einen individuellen kostenpflichtigen Zugang für Personaler, der zusätzliche Suchinformationen für die Profile der Xing-Nutzer beinhaltet. Zurzeit bieten viele Anbieter von Personalinformationssystemen zusätzliche Programme (Add-Ons) an, um diese Informationen in die Bewerberselektion zu integrieren (siehe Infokasten oben).

Podcasts

Viele Firmen und Behörden bieten mittlerweile Podcasts auf ihren Bewerberportalen an, die spezielle Rekrutierungsthemen aufgreifen. Hierbei geht es darum, Informationen über Bewerbungsprozess, die Form von Online-Bewerbungen sowie weitere Bereiche des Personalmarketings weiterzugeben.

Videos

Viele Bewerbungsportale von Behörden und Firmen integrieren auch Videos sowohl

für das Image des Arbeitgebers als auch für Informationen über den Bewerbungsprozess bzw. die Abteilung, in der die Stelle ausgeschrieben wird. Diese Videos können dann auch auf Video-Portalen wie YouTube verteilt und die Aufmerksamkeit dadurch erhöht werden.

Mobile Suche, mobile Rekrutierung

Durch die Weiterentwicklung des Internet und zunehmende Leistungsfähigkeit von Smartphones ist der mobile Zugriff auf soziale Netzwerke heutzutage eine Selbstverständlichkeit. Das macht die Verbreitung von Stellenangeboten über Internettechnologien, die für Tablet-PC oder Mobiltelefon zugeschnitten sind, notwendig. Dazu gibt es unterschiedliche Lösungen, die direkt in die Personalinformationssysteme integriert werden und die notwendigen Daten für den mobilen Bewerbungsprozess direkt aus den entsprechenden Datenbanken des Arbeitgebers zur Verfügung stellen. Zudem werden solche „mobilen Stellenangebote oder Karriereinformationen“ direkt als Link oder Empfehlung in soziale Netzwerke integriert.²

Zusammenfassung

Das E-Recruiting über soziale Netzwerke und das Internet stellt zunächst einmal Arbeitgeber und Bewerber durch die zunehmende Transparenz in sozialen Medien technisch auf eine Stufe. Durch die demographischen Entwicklungen wird in einigen Bereichen die Zahl geeigneter Kandidaten immer geringer und es kehrt sich die Position innerhalb des Bewerbungsprozesses um – die Bewerber suchen sich mittlerweile den Arbeitgeber aus. Dies wird auch in den zunehmenden Werbeaktivitäten der Unternehmen im Hinblick auf Auszubildende im Straßenbild bzw. auf öffentlichen Verkehrsmitteln deutlich.

Die breitere Datenbasis in den sozialen Netzen macht sowohl Arbeitnehmer als auch Unternehmen bzw. Behörden gläsern. Bei der Regelung des E-Recruiting durch die Belegschaftsvertretung gilt es, bei der Datenbeschaffung und den Auswahlkriterien einen goldenen Mittelweg zwischen verfügbaren Daten sowie den Anforderungen des Datenschutzes zu finden. Entgegen kommt den Betriebs- und Personalräten der

zunehmende Zwang der Arbeitgeber, sich als attraktiv in den sozialen Netzen durch entsprechende Äußerungen der eigenen Mitarbeiter zu präsentieren.

Konsequenzen für Beschäftigtenvertretungen

Wie oben beschrieben verändert die Virtualisierung weite Bereiche unseres Lebens wie auch das Personalmanagement von Behörden und Unternehmen. Neben den Konsequenzen für die Personalbeschaffungsprozesse, den Datenschutz und die Mitbestimmung bei Einstellungen, sind es insbesondere die kulturellen Veränderungen, die Veränderungen erforderlich machen. Darüber hinaus sollten die aktuellen Vereinbarungen über die Personalauswahl und Rekrutierungsprozesse hinsichtlich des Veränderungsbedarfs überprüft werden. Dabei gilt es, die folgenden Fragestellungen zu berücksichtigen:

- Gibt es Änderungen bei den Beurteilungsgrundsätzen in den Einstellungsfragebögen für Bewerber, die Auf-

schluss über die Person sowie Kenntnisse und Fertigkeiten geben sollen? Inhalt und auch Änderungen bei den Fragebögen sind mitbestimmungspflichtig. Somit sind auch die Online-Formulare zum Ausfüllen durch den Bewerber Fragebögen in diesem Sinne.

- Besteht Anpassungsbedarf an den aktuellen Auswahlrichtlinien, z.B. durch Einführung einer automatisierten Bewerber-Selektion oder eines Bewertungs- oder Punktesystems? Diese Änderungen bedürfen wiederum der Zustimmung der Interessenvertretung.
- Sind die Abläufe der Mitbestimmung bei personellen Einzelmaßnahmen durch die Integration der Suche in sozialen Medien bzw. die Einführung des E-Recruiting so noch von den Gremien der Betriebs- und Personalräte einzuhalten?

Datenstruktur für die Personalsuche

Je mehr die Personalsuche in soziale Netzwerke verlagert wird, umso mehr werden

Rahmenbedingungen für die Datennutzung erforderlich. Je umfassender der digitale Fußabdruck im Netz für den Einzelnen wird, desto mehr sollten Betriebs- und Personalräte gemeinsam mit der Personalabteilung darauf achten, dass nicht jede „Jugendsünde“ (unvorteilhafte Fotos, Blog-Beiträge usw.) gleich in den Berichten zu negativen Beurteilungen über den Kandidaten führt.

Gerade hier sind im jeweiligen Personalinformationssystem die Auswertungskriterien für die automatische Auswahl geeigneter Bewerber zu regeln bzw. bei bestehenden Systemen eventuell die vorhandenen Vereinbarungen anzupassen.

Mitbestimmungsprozesse optimieren

Da zunehmend Bewerbungsunterlagen in digitaler Form vorliegen bzw. die Kandidaten ihre Daten direkt per Online-Formular in das Personalinformationssystem eingeben, kann auch die Anhörung des Betriebs- oder Personalrats zu den jeweiligen Bewerbern optimiert werden.

QBT

FRISCH GELESEN ...

■ Eine wichtige aber wenig bekannte Entscheidung des Berliner Arbeitsgerichts vom 22. März 2012 stellt Rechtsanwalt Sebastian Baunack in der CuA-Schwesterzeitschrift **AiB Arbeitsrecht im Betrieb** (9/2012) vor, in der erstmals einem Arbeitgeber untersagt wurde, mittels **mobiler Arbeitsmittel außerhalb der Arbeitszeit** ohne Zustimmung des Betriebsrats getätigte Arbeitsleistungen seiner Mitarbeiter entgegenzunehmen. Im Anschluss zeigt Beate Eberhardt auf, dass **Hetze und Entgrenzung der Arbeit** nach dem „DGB-Index Gute Arbeit“ die Spitzenreiter der schlechten Arbeitsbedingungen sind. Außerdem erklärt der fachliche Berater dieser Zeitschrift Prof. Dr. Peter Wedde in dieser Ausgabe, warum **Informationen über die Gesundheit** von Bewerbern und Beschäftigten nicht in die Personalakte gehören.

■ In der September-Ausgabe der Fachzeitschrift **Der Personalrat** erläutert Dr. Jürgen Reusch den Entwurf einer **Anti-Stress-Verordnung**. Stress als Folge psychischer Belastungen am Arbeitsplatz ist längst eines der zentralen Probleme in der heutigen Arbeitswelt. Eine kritische Sichtung des Arbeitsschutz-Regelwerks zeigt aber, dass der Gesetzgeber die Bearbeitung dieses Problems nahezu unreguliert den Betriebsparteien überlässt. Die IG Metall hat nunmehr die Initiative ergriffen und einen Entwurf zu einer Anti-Stress-Verordnung vorgelegt.

■ Thema des Monats in der Fachzeitschrift für Gesundheitsschutz und Arbeitsgestaltung **gute Arbeit** sind im September die betrieblichen Spielräume für Beruf und Pflege. Unter anderem informiert der CuA-Autor Wolf-Dieter Rudolph über die derzeit bestehenden Rechtsgrundlagen, auf die sich Beschäftigte im Fall der Pflege von nahen Angehörigen berufen können.

Bestellhinweis

Einzel-exemplare der hier genannten Zeitschriften können bestellt werden bei:
Bund-Verlag – Leserservice, 60424 Frankfurt/M.,
fon 069 795010-96, abodienste@bund-verlag.de

Die Veränderungen in der Personalsuche und die entsprechenden Anpassungen der Personalinformationssysteme sollten von den Beschäftigtenvertretungen auch dazu genutzt werden, die Einbindung des Betriebs- und Personalrats in den Bewerber-Bearbeitungs-Workflow (z. B. § 99 BetrVG) zu überprüfen und gegebenenfalls anzupassen.

Dabei sollte überprüft werden, welche Informationen in welcher Dichte über die Kandidaten der Interessenvertretung präsentiert werden. Die entsprechenden Berichte können dann über einen so genannten Manager Self Service (MSS), also die individuelle Auswahl der Präsentation der zur Verfügung gestellten Informationen, an die Bedürfnisse des jeweiligen Gremiums angepasst werden.

Begleitung der Arbeitgebermarke

Vor allem bei der Ausgestaltung des Employer Branding, also der Bildung einer Arbeitgebermarke sollten sich Betriebs- und Personalräte aktiv einmischen. Nicht auf den ersten Blick ist die direkte Mitbestimmung bei diesem Thema abzulesen. Betrachtet man sich jedoch die Werte und Aussagen, die die Arbeitgeber in Anzeigen bzw. auf den Portalen in sozialen Netzwerken treffen, so stellen diese in gewisser Weise auch die Auswahlrichtlinien dar, die einer entsprechenden Regelung bedürfen. Auch die Arbeitgeber tun gut daran, die Betriebs- und Personalräte frühzeitig an der Ausgestaltung des Employer Branding zu beteiligen, da gerade die Aussagen der Beschäftigten in den sozialen Medien zur Attraktivität des Unternehmens oder der Behörde beitragen.

Schutz der Mitarbeiter in sozialen Netzwerken

Wird die Belegschaft dazu angehalten, sich möglichst positiv über das eigene Unternehmen in den sozialen Netzwerken zu äußern, so sollte auch dies entsprechend geregelt werden. Zunächst einmal erfolgt diese Bewertung in den privaten Profilen des Arbeitnehmers und sollte schon aus diesem Grund geregelt werden. Dabei geht es darum, die Nutzung der privaten Konten in sozialen Netzwerken während der Arbeitszeit zu regeln. Darüber hinaus bedarf

es entsprechender Richtlinien zu rechtlichen Rahmenbedingungen der Kommunikation in sozialen Netzwerken („Social Media Guidelines“).³

Besonders schutzbedürftig sind diejenigen Mitarbeitergruppen, die direkt für die Pflege der Portale des Arbeitgebers in sozialen Netzwerken zuständig sind. Hierbei sollte über die oben genannten Punkte hinaus auch auf eine entsprechende Schulung sowie die Zuteilung der notwendigen zeitlichen Ressourcen geachtet werden.

Fazit

E-Recruiting und die Personalsuche in sozialen Netzen umfasst neben der Betrachtung der Technik auch die Analyse von notwendigen kulturellen Veränderungen in Unternehmen und Behörden. Dies umfasst neben der Überprüfung von Werten auch die Notwendigkeit generell über neue Formen der Motivation von Arbeitnehmern und die Flexibilität im Hinblick auf Arbeitszeiten und -orte zu diskutieren.

Dabei sei auf die unterschiedlichen Artikel zum Thema „Enterprise 2.0“ und „Web 2.0“ im Online-Archiv dieser Zeitschrift auf www.cua-web.de verwiesen. Gerade der demografische Zusammenhalt sowie die Beachtung von Grenzen der Flexibilität ist im Hinblick auf das Thema dieses Artikels eine der Hauptaufgaben der Beschäftigtenvertretungen in den Behörden und Betrieben.

Autor

Mattias Ruchhöft ist Technologieberater |

Weiterführendes

Beck, C. (Hrsg.), Personalmarketing 2.0 – vom Employer Branding zum Recruiting, 2008
Haßmann, R. / Krämer, C. / Richter, J., Personalplanung und -Entwicklung mit SAP ERP HCM, 2009

Fußnoten

- 1 VersicherungsJournal 12.11.2010: Neugierige Arbeitgeber
- 2 Siehe dazu auf www.hrm.de: Mobile Recruiting für alle – Mobile Search
- 3 Ausführlich dazu: Ruchhöft, Wissen vernetzen – Wissensmanagement verknüpft mit Wiki, Blog & Co., in: CuA 9/2011, 14 ff. und Ruhland, Social Media Guidelines, in: CuA 4/2012, 12 f.