

Human Resources

Rekrutierung im Jahr 2016

Die Digitalisierung des Alltags schreitet rasant voran. Stellensuchende, Arbeitgeber und Beratungsinstitutionen sind durch die Neuen Medien gefordert. Aber in vielen RAV fehlen die nötigen Kompetenzen.

Von Angelo Ciaramella, Leiter Talent Management und Active Sourcing bei Tamedia, Karriere- und HR-Kommunikationsberater

Im Schweizer Medienhaus Tamedia, für das ich tätig bin, ist die digitale Transformation überall hautnah spürbar. Diese spiegelt sich nicht nur stark im Medienkonsum, der sich auf elektronische Medien verlagert. Sie zeigt sich ebenso bei der Suche und Findung geeigneter Fachkräfte. Zeitgemässe Rekrutierungsmethoden spielen sich zunehmend online in Netzwerken und auf Plattformen ab.

Unter der digitalen Identität versteht man die Abbildung der eigenen Person im World Wide Web. Die digitale Identität geht über die bekannten Social-Media-Plattformen hinaus und umfasst die folgenden Elemente:

- Selbstdarstellungen
- Produktionen und Beiträge

- Kommunikation und Kooperation
- Vernetzung und Bekenntnisse
- Informationen zur Person durch Dritte
- Durch Generatoren automatisch erzeugte Profile

Der Selektionsprozess und die Priorisierung durch die HR-Abteilungen finden zwar noch mehrheitlich traditionell statt, doch Arbeitszeugnisse verlieren an Gewicht. Zudem zählen Kompetenzen mehr als der reine Werdegang. Die Personalabteilungen gehen zunehmend aktiv auf Personen zu, streuen Vakanzen in den sozialen Medien, nutzen zielgruppenorientierte Plattformen und betreiben Mitarbeiter-Empfehlungsprogramme.

Stark an Boden gewinnt zudem die aktive Talentsuche mittels keywordge-

steuerter Suche auf Onlineplattformen. Dabei werden Stellenausschreibungen gezielt in Portale oder Plattformen gestreut, wo sie sich direkt an die für die Vakanz infrage kommenden Nutzer richten. So reduziert man den Streuverlust

Arbeitszeugnisse verlieren an Gewicht und Kompetenzen zählen mehr als der reine Werdegang.

und erreicht Personen, die nicht auf Stellensuche sind – aber an der Ausschreibung Interesse finden könnten. Immer häufiger bauen Firmen auch Talentpools auf; hier werden Personenprofile gesammelt, die in Zukunft für die Besetzung von Vakanzen interessant werden könnten. Schliesslich wird Mobile Recruiting von zentraler Bedeutung. Google rechnet damit, dass wir bereits im Jahr 2017 über 50 Prozent unserer Online-Aktivitäten via Smartphone abwickeln.

Digitaler Auftritt ist ein Muss

Man kann überspitzt sagen, dass bereits heute ein Restaurant oder eine kleine Firma, die online nicht gefunden werden können, nicht existieren. Diese hohe Wichtigkeit eines digitalen Auftritts gilt nicht nur für Dienstleister, sondern auch für Menschen. Und sie betrifft bei Weitem nicht mehr nur Fachkräfte aus Branchen wie der Informationstechnologie oder Dienstleistungen; auch der Maurer oder die Floristin tun gut daran, sich online zu präsentieren. Dieser Markt mit immenser Erreichbarkeit will sinnvoll genutzt werden.

Als stellensuchende Person tut man erst recht gut daran, seinen digitalen Auftritt aktiv zu bewirtschaften und at-

traktiv zu halten. Das eigene Können und Wissen so darzustellen, dass man auf dem beruflichen Markt gekauft werden will, ist der Kern der beruflichen digitalen Identität. In der Produktsprache spricht man von «USPs», unique selling propositions, sogenannten Alleinstellungsmerkmalen. Die Selbstdarstellung muss dabei ausgewogen zwischen Markt- und Personenzentriertheit erfolgen.

Viele Leute sind überzeugt, dass sie ihren Bewerbungsauftritt und den Lebenslauf selber erstellen können – ein weit verbreiteter Irrtum. Viele Stellensuchende mögen fachlich hochqualifiziert sein, aber die Erfahrung der letzten Stellensuche liegt zu lange zurück, um noch Bestand zu haben. Oft sind die Bewerbungsschreiben oder der Lebenslauf zu wenig akkurat auf die gesuchten Kompetenzprofile ausgerichtet. Und meist sind

es Kleinigkeiten, die entscheiden: Mit einer Mailadresse wie kuschelkatze72@hotmail.com sollte man nicht auf Stellensuche gehen.

RAV: Weiterbildung tut not

Wer seinen digitalen Marktauftritt gestalten möchte und dafür seine Dokumente überarbeitet, tut gut daran, professionelle Unterstützung in Anspruch zu nehmen. Qualifizierte Beratungen findet man etwa bei spezialisierten Karriereagenturen oder Outplacement-Firmen, die man kritisch auf ihre digitalen Kompetenzen prüfen sollte. Für einen Rundumservice ist mit Kosten von 500 bis 1000 Franken zu rechnen.

Auch die RAV sollten entsprechende Dienstleistungen anbieten. Ihnen fehlen jedoch mehrheitlich die marktnahe Kompetenz und Erfahrung zu digitalen

Fragen oder Social Media, wie ich während meiner RAV-Tätigkeit als Berater sowie interne Ansprechperson für digitale Themen feststellen musste. Das Gleiche stellte ich bei den staatlich subventionierten Institutionen fest, die mit den RAV zusammenarbeiten. Aus meiner Sicht müssen zum komplexen Thema der digitalen Identität Weiterbildungen der Beratungspersonen stattfinden. Die RAV-Berater und Anbieter von arbeitsmarktlichen Massnahmen müssten den Umgang mit den Anforderungen der digitalen Welt unbedingt beherrschen. Ansonsten sind ihre Dienstleistungen veraltet und für Stellensuchende vieler Berufsgruppen nicht marktgerecht. Das steht dem Auftrag der raschen, nachhaltigen Wiedereingliederung entgegen.

So schärfen Sie Ihr digitales Profil

Für Ihre digitale Identität sind Sie selber verantwortlich. Bei der Stellensuche in vielen Branchen ist die Auseinandersetzung damit unabdingbar. Dabei gibt es kein Richtig oder Falsch, schon gar nicht die perfekte Mustervorlage. Das Wichtigste ist, dass Sie sich in Ihren Bewerbungen und Selbstdarstellungen so zeigen, dass Ihr digitales Abbild mit Ihrer realen Person im Einklang ist. Seien Sie individuell und authentisch.

Sie haben einen marktgerechten Lebenslauf mit Ihrem Kompetenzprofil und Ihren Anlagen komplett? Das ist ein guter Anfang. Jetzt geht es um Ihr digitales Profil. Es muss folgenden Anforderungen genügen:

- Ihr Xing- oder LinkedIn-Profil ist übersichtlich, aktuell und zeigt auf, was Sie können, was Sie bieten und wo Sie heute stehen (Kompetenzprofil).
- Heben Sie individuelle Erfolge konkret und realitätsnah hervor.
- Spiegeln Sie keine falschen Tatsachen vor, seien Sie ehrlich und authentisch.
- Präsentieren Sie sich nicht vage,

unkonkret, zurückhaltend oder zu überschwänglich.

- Ergänzen Sie Ihre Profile mit Verlinkungen und Beiträgen, die Ihren Auftritt vervollständigen (eigene Fachbeiträge, ehrenamtliche Engagements, Auszeichnungen, Vereinstätigkeiten, Messen, Blogs oder was Sie berufsbezogen Relevantes machen).
- Verlinken Sie sich mit branchenspezifischen Fachpersonen und Berufskollegen; verfassen Sie Kommentare und Äusserungen zu beruflichen Themen, wirken Sie in Foren und Gruppen mit.
- Seien Sie vorsichtig mit öffentlichen Äusserungen unter eigenem Namen in Social Media.
- Das berühmte «Bierfoto» auf Facebook hat seinen Schrecken verloren: Es wird nicht mehr per se als negativ betrachtet. Ausschlaggebend ist das Gesamtbild: Finden sich neben diesem Foto weitere fragwürdige Anhaltspunkte zu Ihrer Person – zum Beispiel ein abgebrochenes Studium, ein Zeugnis mit Fragen, eine Lücke, die zur gleichen Zeit auf einen Spitalaufent-

halt hinweist, Verlinkungen zu fragwürdigen Personen? Solche Hinweise machen aus Ihrem Bierfoto dann doch ein Problem. Ein vollständiges, aktuell gehaltenes Profil auf Xing oder LinkedIn, ein guter Kommentar oder Blogbeitrag, ein konkreter kongruenter Lebenslauf mit individuell verfasstem Motivationsschreiben hingegen lassen ein unrühmlicheres Privatfoto auf Facebook geradezu menschlich erscheinen.

- Lassen Sie Kompetenzen und Referenzen durch Ihr Netzwerk bestätigen oder sogar formulieren.
- Durch Algorithmen gesteuerte Suchmaschinen zeigen sämtliche Aktivitäten im Netz auf. Seien Sie sich bewusst, dass Ihre Kommentare, Bilder oder Beiträge auf Twitter, Facebook oder Instagram digitale Spuren hinterlassen, die von den HR-Abteilungen gesucht werden. Namentlich wird auch ein Handelsregistereintrag, die Mitwirkung im Chor oder ein persönliches Interesse durch Profilplattformen abgebildet.



Mobile Recruiting: Jobangebote gelangen über die sozialen Medien direkt auf das Smartphone.