

MoBerries REPORT 2020/21

Das Jahr 2020 stellte Unternehmen durch seine Unvorhersehbarkeit vor die Herausforderung, sich schneller an Veränderungen anzupassen, um in Folge einer globalen Pandemie ihre langfristige Überlebensfähigkeit sicherzustellen. Unser Interesse bestand darin, die aktuellen Entwicklungen in der Personaleinstellung zu verstehen sowie welche Themen relevant sind in Anbetracht der anhaltenden Verbreitung neuer Technologien und der Veränderung unserer Arbeitsweise im Zuge der, wie sie von Wirtschaftsexperten genannt wird, dritten industriellen Revolution.



MOBERRIES



Wenn es ein übergreifendes Motiv für 2020 gäbe, dann wäre es VUCA: Das U.S. Army War College schuf das Akronym VUCA (volatile, uncertain, complex and ambiguous; unbeständig, unsicher, komplex, mehrdeutig) nach dem Kalten Krieg, um die „neue“ Weltdynamik zu verstehen und sich darin zurechtzufinden. Das Ziel unserer Untersuchung war es, das Mehrdeutige zu entmystifizieren und die Unbeständigkeit der Personalbeschaffung im Jahr 2020 zu verstehen. Dafür fassten wir Erkenntnisse von Branchenexperten in aktuelle Tendenzen und Richtwerte zusammen.

Für ein Verständnis der aktuellen Rekrutierungsprozesse und der von Unternehmen vorgenommene Anpassungen befragten wir Fachkräfte von mehr als 250 Unternehmen. Die Auswahl reichte von kleineren Firmen (Startups) mit bis zu 10 zu besetzenden Stellen bis hin zu wachstumsstarken Unternehmen und Konzernen mit über 100 offenen Stellen. Etwa 52 % der Befragten waren Startups und mittelständische Unternehmen, während etwa 48 % auf wachstumsstarke Unternehmen und Konzerne entfielen. Von diesen gaben 44 % an, dass die Personalsuche für sie die größte Herausforderung im Einstellungsprozess sei.



Der Bewerber-Effekt

Das zweite Quartal 2020 zeigte einen Rückgang des veröffentlichten Stellenangebots. Fast 60 % der Arbeitgeber reduzierten ihre Stellenangebote, während ca. 27 % aufgrund der durch die Pandemie verursachten Marktunsicherheit alle Stellenausschreibungen vorübergehend aussetzten.

Die am stärksten betroffenen Branchen: Im Bereich Reise und Tourismus gab es einen Rückgang von fast 73 % in der Anzahl der Stellenausschreibungen, während der Rückgang in der Kunst- und Unterhaltungsindustrie bei 46 % lag, im Einzelhandel und Gastgewerbe bei ca. 24 %. Im Gegensatz dazu verzeichnete die Supermarkt Branche einen Anstieg von fast 9 % bei den veröffentlichten Stellen.

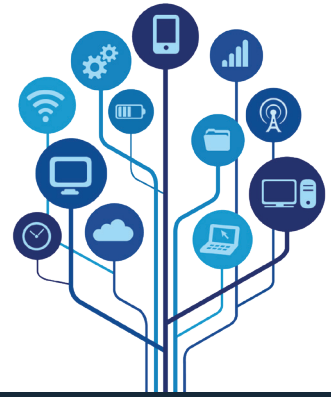
Aufgrund von Massenentlassungen stieg die Zahl der eingegangenen Bewerbungen. Im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Jahr 2019 konnten wir einen stetigen Anstieg der Zahl der Bewerber feststellen. Im gleichen Zeitraum verzeichneten wir einen Rückgang der Neueinstellungen, mit Ausnahme des Monats Juni, in dem die Zahl der eingehenden Bewerbungen um 49 % anstieg. Dies führte zu einem Anstieg der Neueinstellungen von fast 14 %, da die Unternehmen besser im Umgang mit der „neuen Normalität“ der Auswirkungen der Pandemie wurden.

Ein Nebeneffekt der „neuen Normalität“ war die stetig steigende Nachfrage nach Remote-Mitarbeitern, die im Vergleich zu den Vorjahren um fast 10 % zunahm.

Obwohl die Zahl der Neueinstellungen im Bereich Kundenservice und kundenbezogene Tätigkeiten anstieg, zeigten sich ca. 18 % der befragten Talent Acquisition Manager skeptisch in Bezug zur langfristigen Bindung dieser Mitarbeiter an das Unternehmen, sobald sich die Wirtschaft wieder erholt und potenziellen Kandidaten wettbewerbsfähigere Gehälter angeboten werden.

Technologie - Trends

Es ist unbestreitbar, dass die Technologie unsere Arbeitsweise weiterhin beeinflusst. Dieses Phänomen betrifft jedoch nicht nur die Personalbeschaffung, sondern jede Branche, in der Dienstleistungen erbracht werden. Dies wird als „Uberisierungs-Effekt“ bezeichnet.



UBERIZATION

Definition: Den Markt einer Dienstleistung durch eine neue Art des Kaufs oder der Nutzung verändert, insbesondere durch Fortschritte in der Technologie, wodurch eine bestehende Tätigkeit oder Dienstleistung einfacher und zugänglicher wird. Dies kann Auswirkungen auf die bestehende Branche haben, sodass sie sich dauerhaft verändert oder eine neue Branche und neue Märkte entstehen.

BEISPIELE:

Taxi: **Uber** | Bücherläden: **Amazon** | Hotels: **Airbnb** | Banking: **Revolut**

Die Notwendigkeit zur Anpassung an neue Trends und sich verändernde Gegebenheiten in der Personalbeschaffung treibt den Uberisierungs-Effekt an, wobei die Effizienz im Mittelpunkt steht. Dies steht in direktem Zusammenhang mit der Dynamik der On-Demand-Wirtschaft, in der die Erwartung ist, dass alles in Echtzeit geschieht, denn Zeit ist Geld. Die On-Demand-Wirtschaft ist definiert als die wirtschaftliche Aktivität von digitalen Marktplätzen und Technologieunternehmen, die die Nachfrage der Verbraucher durch sofortigen Zugang zu Waren und Dienstleistungen zu erfüllen sollen.

Bei einer Umfrage gaben 77 % der Befragten an, dass die technologischen Entwicklungen einen Einfluss auf die Art und Weise haben, wie sie ihre Arbeit erledigen. Etwa 61 % nannten die Möglichkeit eines effizienteren Screenings der Kandidaten als einen der größten Faktoren für Veränderungen. 39 % gaben an, dass sie eine weitere Automatisierung von Prozessen erwarten, die von der Planung von Vorstellungsgesprächen bis hin zur Kommunikation mit den Kandidaten reichen.

77%

Technologische Entwicklungen haben einen Einfluss darauf, wie sie ihre Arbeit erledigen.

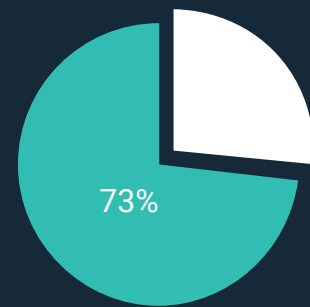
39%

Erwarten eine weitere Automatisierung von Prozessen, die von der Planung von Vorstellungsgesprächen bis hin zur Kommunikation mit den Kandidaten reicht.

Die Erwartung der Demand-Wirtschaft ist, dass Angebote in ihre bestehenden Systeme integrierbar sein müssen, um ein nahtloses, auf die individuellen Geschäftsbedürfnisse zugeschnittenes Off-Premise-Erlebnis zu bieten. 74 % der Befragten gaben an, dass die Integration in bereits vorhandene Legacy-Systeme ein entscheidender Faktor beim Kauf von externen Providern ist. Die Bedeutung von Off-Premise wurde auch durch den Trend zur Heimarbeit unterstrichen, der schnell zur Norm wurde, um die Ausbreitung der Pandemie einzudämmen.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Künstliche Intelligenz und ihre empfundenen Vorteile sind die zentralen Triebkräfte bei der Überisierung der Personalbeschaffung. Der empfundene Nutzen von KI in der Personalrekrutierung beginnt bei einfachen Dingen wie der automatisierten Terminvergabe und der Überprüfung von Kandidaten. Dies wurde von 81 % der Befragten genannt, zusammen mit niedrigeren Kosten und niedrigerer Mitarbeiterfluktuation als attraktive Gründe für eine Nutzung. Das Ziel ist es, in den Einstellungsprozess Anwendungen zu integrieren, die den Ablauf beschleunigen und somit die Zeit bis zur Einstellung verkürzen. Diese Technologien verstärken den Wunsch nach datengesteuertem Recruiting und Analysen. 73 % der Unternehmen gaben an, dass der Einsatz von Personalanalysen im Einstellungsprozess für sie Priorität hat.



Der Einsatz von Personalanalysen im Einstellungsprozess hat Priorität.

MARKT-TRENDS - EINFLUSS

Zusammen mit Unternehmen, die nach Lösungen suchen, die auch ihre Effizienz bei der Entscheidungsfindung steigern, hat das dazu geführt, dass der BDA-Markt (Big Data Analytics) bis zum Jahr 2026 auf einen Börsenwert von fast 69 Milliarden Dollar anwachsen wird, was einem 4,5-fachen Wachstum im Vergleich zu 2019 entspricht.

In einer immer stärker vernetzten digitalen Welt haben viele Unternehmen die Erwartung, dass sie in der Lage sind, Unbeständigkeit zu erkennen, Unsicherheit zu vermeiden, Komplexität zu vereinfachen und Mehrdeutigkeiten so schnell wie möglich zu verstehen, um einen Wettbewerbsvorteil zu gewinnen oder beizubehalten. Kein Jahr in der jüngeren Vergangenheit stellte eine solche Herausforderung dar wie 2020 - das VUCA-Jahr. Ungefähr 65 % der Befragten gaben an, dass politische und wirtschaftliche Unsicherheiten zu den Sorgen gehören, die sie ins Jahr 2021 mitnehmen. Mehr als 54 % der Befragten nannten eine drohende Rezession, den Zweifel an der Fähigkeit ihrer Arbeitgeber, steigende Gehälter bezahlen zu können und die wachsende Kluft in Bezug auf Chancen für hoch- und niedrigqualifizierte Arbeitskräfte als ihre größten Sorgen.

Um VUCA am effektivsten begegnen zu können, sollten sich Anbieter darauf konzentrieren, Folgendes anzubieten:

- Zeitersparnis
- Kostenreduktion
- Einfache Nutzung
- Unnötige Schritte vermeiden - die Lieferkette effizienter gestalten
- Erschließung von neuen Einnahmequellen für Anbieter

Die Überisierung der Personalgewinnung wird durch den Wunsch nach On-Demand-Lösungen beschleunigt, um mit den schnellen Veränderungen im Bereich der Personalbeschaffung Schritt halten zu können. Das führt dazu, dass der Prozess zunehmend datengesteuert wird, da auf diese Weise schneller fundierte Entscheidungen getroffen werden können.

Datenanalytik hat es Talentakquisiteuren ermöglicht, die Komplexität der Personalbeschaffung in nachverfolgbare Input-Aufgaben zu zerlegen. Da 2020 ein Jahr der Mehrdeutigkeit war, beschleunigte dies die Verschmelzung von Personalbeschaffung und Talentakquise zu einer Disziplin. Rekrutierung und Talentakquise gehen Hand in Hand, da das eine nicht ohne das andere funktioniert. 84 % der Talentakquisitionsmanager gaben an, dass sich die Einführung von digitalen Optionen und der digitale Wandel positiv auf ihr Unternehmen und die Art und Weise, wie sie Personal rekrutieren, auswirkten.

Wie bereits dargelegt wurde, hat sich unser Verhältnis zur Work-Life-Balance im Jahr 2020 weiter verändert, da das Privat- und Arbeitsleben aufgrund des weltweiten Aufrufs zur Arbeit im Home Office stärker miteinander verschmolzen. Das Konzept der Work-Life-Integration bezieht sich auf die flexible Beziehung, die ein Mitarbeiter zu seiner Arbeit hat, um mit den sich ändernden Anforderungen einer immer stärker vernetzten Welt Schritt zu halten. Zum Teil bezieht sich dies auf Sozialleistungen an Mitarbeiter und wie ein Arbeitgeber seinen Angestellten dabei helfen kann, Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren, indem zum Beispiel Leistungen wie Kinderbetreuung oder Flexibilität in verschiedenen Bereichen, von Mittagessen bis zu Gesundheitsleistungen, angeboten werden. 78 % der Arbeitgeber betonten, dass dies für die Gewinnung und Unternehmensbindung von diversen Talenten von entscheidender Bedeutung ist, und für 78 % der Arbeitgeber ist dies die durch 2020 entstandene „neue Realität“, da sieben von 10 Beschäftigten angaben, dass sie bereit wären, ihren Job zu kündigen, sollten sie diese Wahlmöglichkeit verlieren.

Die Technologie ermöglicht es Recruitern, mehr Aufgaben in geringerer Zeit zu erledigen. Durch den wirksamen Einsatz von Daten in Analysen können Recruiter die Theorie zur Praxis werden lassen. So sehen wir weiterhin eine steigende Flexibilität in der Art und Weise, wie Personaler ihre Arbeit erledigen.

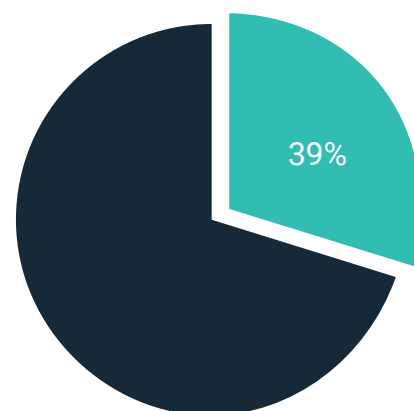
Beweggründe für Recruiter

- Sein eigener Chef sein, flexible Zeiteinteilung
- Die Freiheit, von zu Hause aus / aus der Distanz zu arbeiten
- Mehr Zeit für Freunde und Familie
- Zusätzliches Einkommen

Mehr als 73 % der befragten freiberuflichen Personalfachleute gaben einen flexiblen Lebensstil, einen vielfältigen Kundenstamm und die Möglichkeit, mehr zu verdienen, als Hauptgründe für ihre Tätigkeit als externe Berater an.

66 % der befragten Unternehmen nutzen externe Personalvermittler. Obwohl es eines der effektivsten Mittel ist, um an mehr qualifizierte Bewerber für ein Vorstellungsgespräch zu kommen, ist es gleichzeitig auch eine der teuersten Möglichkeiten, mit durchschnittlichen Kosten pro Neueinstellung von 15.000 bis 20.000 Euro. Im Durchschnitt finden externe Personalvermittler 5-10 qualifizierte Bewerber, die zu einem Vorstellungsgespräch erscheinen.

Das Verhältnis aus Resultaten und Kosten ist interessant, da fast 33 % der befragten Unternehmen angaben, dass sie auch dazu bereit wären, pro Neueinstellung mehr zu bezahlen, wenn sich so die Zeit bis zur Einstellung reduzieren ließe.



Der befragten Unternehmen gaben an, mit externen Recruitern zusammen zu arbeiten.

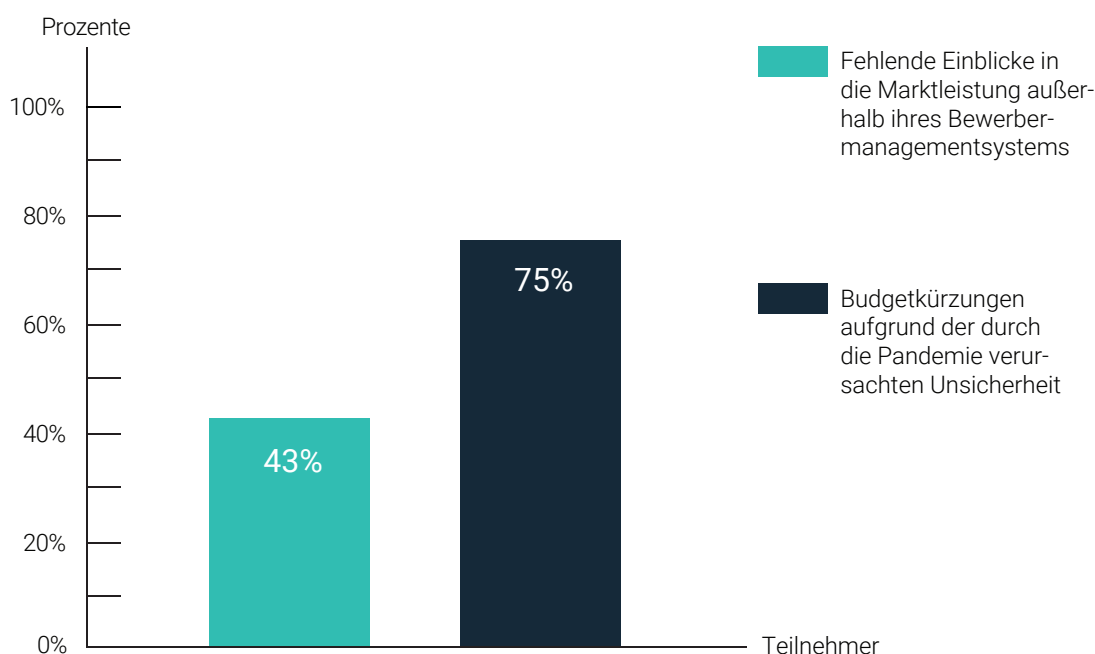
DIE AKTUELLE SITUATION IN DER PERSONALBESCHAFFUNG

- Unternehmen müssen im Jahr 2021 durchschnittlich zwischen 20 und 30 Positionen besetzen
- Das durchschnittliche Budget für die Talentakquisition liegt dabei zwischen 30.000 und 80.000 Euro
- Ein unternehmensinternes Recruiting-Team findet durchschnittlich 15-20 qualifizierte Bewerber pro Monat
- Durchschnittlich bewerben sich 20-25 qualifizierte Bewerber direkt
- Externe Anbieter vermitteln im Schnitt 20-25 Bewerber, die zu einem Vorstellungsgespräch erscheinen.

Unternehmen haben ein internes Rekrutierungsteam von durchschnittlich 4-5 Personen. Dieses Team verbringt wöchentlich zwischen 40-50 % der Arbeitszeit mit Active Sourcing, der gezielten Suche, um genügend qualifizierte Kandidaten für ein Vorstellungsgespräch zu finden.

Dies ist die erste Hürde, die Recruiter überwinden müssen, um Ineffizienzen während des Prozesses der Talentakquisition zu beseitigen. Mehr als 53 % der befragten Fachkräfte nannten die steigenden Kosten für Stellenanzeigen, um qualifizierte Kandidaten für ein Vorstellungsgespräch zu finden, als einen Problempunkt.

Diese Unwirtschaftlichkeit von Anzeigen entsteht dadurch, dass es zwar einen hohen Zulauf von Bewerbern gibt, aber von diesen im Durchschnitt nur 4 % relevant sind. Mehr als 43 % der Fachkräfte nannten einen mangelnden Einblick in die Marktentwicklung außerhalb ihres Applicant Tracking Systems als eine Schwierigkeit bei der Verwendung von neuen Möglichkeiten im Vergleich zu traditionellen Methoden bei der Arbeit mit anerkannten Marktführern.



2020 machte deutlich, dass Veränderungen anstanden, da mehr als 75 % der Befragten von Budgetkürzungen oder -einfrierungen aufgrund der von der Pandemie verursachten Unsicherheit betroffen waren und von den entsprechenden Folgen auf ihr Gesamtgeschäft.

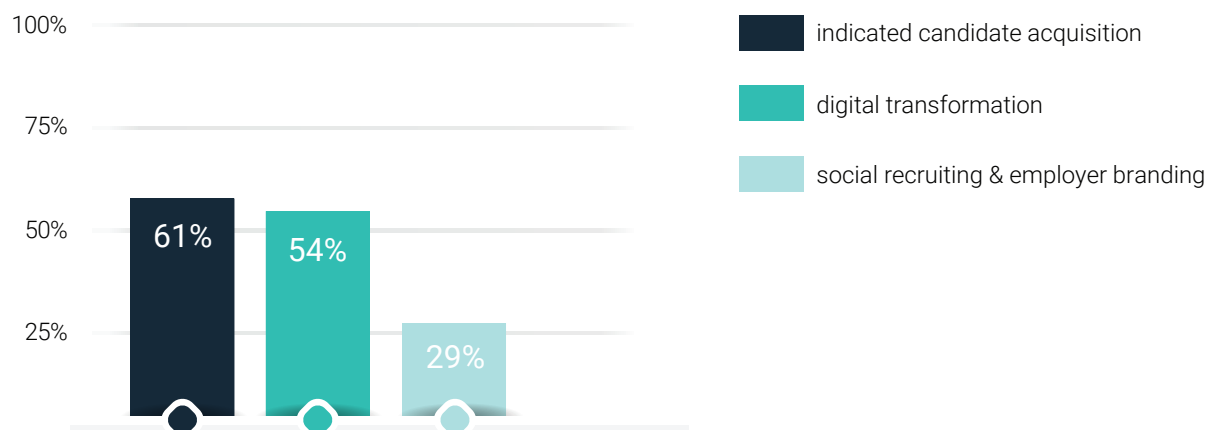
Rund 90 % der Fachkräfte für Talentakquise haben das Gefühl, dass sich der Fachkräftemangel in Europa in den letzten 5 Jahren verschärft hat. Dies ist ein Grund dafür, wieso immer mehr Bootcamps für berufliche Fähigkeiten wie Ironhack und Headstart auf den Markt kommen, um dem Talentmangel in den Bereichen Technik und Vertrieb entgegenzuwirken.

66 % der befragten Unternehmen sind der Meinung, dass ihr Recruiting-Prozess (intern und extern) weiter optimiert werden könnte, während sie beginnen, bei der Talentakquise langfristiger zu denken.

98 % der Unternehmen gaben an, dass sie externe Quellen für Bewerber nutzen. Dies zeigt, dass unabhängig von der Größe des unternehmensinternen Teams externe Quellen weiterhin relevante Bestandteile der Talentakquise sind.

Die Mehrheit der befragten Personaler gab die wichtigsten „traditionellen“ Partner Indeed, StepStone und LinkedIn als ihre am häufigsten genutzten Sourcing-Kanäle an. StepStone wurde als beste dieser externen Quellen bewertet. Auf einer Effizienzskala (von 1 bis 5) hatte StepStone eine durchschnittliche Punktzahl von 4,07, während das Portal zugleich einer der teuersten Kanäle für die Bewerberakquise war. Wir interpretieren dies als Indikator dafür, dass der Prozess optimiert werden könnte, allerdings wollten die Befragten nicht das Risiko einer verlängerten Zeit bis zur Einstellung eingehen, während sie andere Kanäle oder Methoden ausprobieren. Aus diesem Grund wird die Präsentation des Arbeitgebers als Marke immer relevanter, da dies als langfristige Alternative zur effizienten Gewinnung von Bewerbern gesehen wird.

Etwa 36 % der Fachleute gaben an, dass sie unzufrieden sind über mangelnde Transparenz bei den Änderungen der Preismodelle, insbesondere der Umstellung von LinkedIn auf ein Pay-Per-Click-Modell, um mit der sich ändernden Marktdynamik Schritt zu halten.



38 % der Befragten erwarten weitere Strategieveränderungen wie z. B. ein stärkerer Fokus auf der Umschulung von Mitarbeitern, während nur 2 % dies als vorrangig oder dringend bezeichneten. 58 % gaben an, dass weitere Investitionen in Technologie erforderlich sind, um sich an die veränderte Struktur ihrer Teams anzupassen (Vollzeit vs. Zeitarbeit/Freiberuflich sowie Heimarbeit).

Als Prioritäten gaben die Recruiter zu mehr als 61 % an, dass die Bewerberakquise ihre oberste Priorität im Jahr 2020 und bis 2021 ist. Die Digitalisierung lag mit 54 % knapp dahinter, während Social Recruiting & Employer Branding mit 29 % die Top 3 vervollständigten.

Personalvermittler agieren im Jetzt und besetzen offene Stellen, bei der Talentakquise hingegen geht es um die Identifizierung von Chancen und die Entwicklung einer Strategie für langfristiges Wachstum. Wie identifizieren wir Talente oder zukünftige Führungskräfte und setzen Maßstäbe, um zu erkennen, wie sich das Unternehmen entwickelt und was getan werden kann, damit es bei der strategischen Akquisition von Talenten in Schlüsselpositionen erfolgreich ist.

2020 hat uns gezeigt, wie wichtig Notfallpläne sind und wie effektive Talentakquise in Verbindung mit Personalbeschaffung zu einem Wettbewerbsvorteil führt. Diese Bereiche waren im Jahr 2020 noch stärker miteinander verbunden, da es durch die Uneindeutigkeiten der Pandemie noch zwingender wurde, mit neuen Mitteln Kosten zu senken, bessere Workflow-Prozesse zu etablieren und Wege zu finden, um Bewerbungen besser zu bearbeiten und zu überprüfen und gleichzeitig die Arbeitsweise der Teams zu verändern.

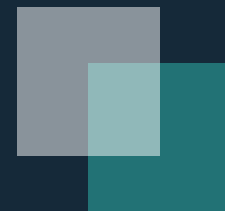
83 % der Befragten betonten, dass eines der Hauptprobleme, mit denen sie weiterhin zu kämpfen haben, der Fachkräftemangel ist, was auf einen weiteren Bedarf an der Entwicklung von Prozessen zur Gewinnung von „nicht traditionellen“ Kandidaten und deren Schulung hinweist. Fast 40 % der Personalvermittler nannten steigende Gehaltserhöhungen als eine Hürde, um bei der Einstellung wettbewerbsfähig zu bleiben.

Auf die Frage, ob die Förderung von Diversität Teil ihrer Strategien zur Talentakquise sei, antworteten mehr als 50 % der Befragten mit Ja, da sie sich bemühen, diversere Talentpools zu schaffen. Etwa 36 % der Befragten gaben an, dass Diversität eine größere Rolle in ihrem Rekrutierungsprozess spielt. Die Forschung hinter einer diverseren Personalbeschaffung zeigt klare Wettbewerbsvorteile in Verbindung mit höheren Umsätzen und der Fähigkeit von Teams, Ziele zu erreichen.

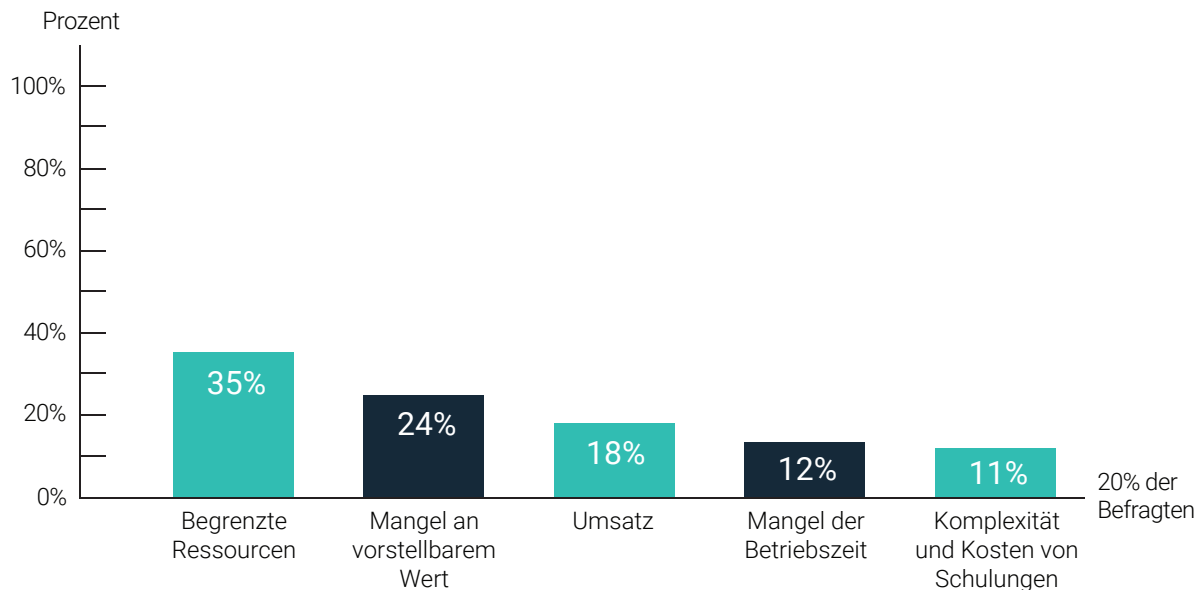


DER PROZESS DER TALENTAKQUISE KONZENTRIERT SICH AUF DIE OPTIMIERUNG DER 6 HAUPTSÄULEN DER PERSONALBESCHAFFUNG

- 1) Lead-Generierung
- 2) Rekrutierung und Gewinnung von Top-Kandidaten
- 3) Interview und Bewertung
- 4) Referenzen auswerten
- 5) Auswahl der besten Kandidaten
- 6) Einstellung und Onboarding



Alle Optimierungstechniken fallen unter diese Kategorien, da sie als Anhaltspunkte für die Funktionsfähigkeit der Rekrutierungsprozesse des Unternehmens dienen. Wenn es um die Implementierung neuer Technologien geht, gaben ca. 20 % der Befragten an, dass sie starke Maßnahmen zur Integration in ihre Talentakquisitionspraktiken ergreifen, wobei begrenzte Ressourcen (35 %), Mangel an vorstellbarem Wert (24 %), Umsatz (18 %), Mangel an Betriebszeit (12 %) sowie Komplexität und Kosten von Schulungen (11 %) die Haupthindernisse bei der Einführung sind.



Das Jahr 2020 zeigte, wie wichtig effektive Prognosen sind in Hinblick auf die Fähigkeit eines Unternehmens, sich flexibel an die sich ändernden Anforderungen des Marktes anzupassen. In einer unsicheren Welt verdeutlicht VUCA die Wichtigkeit, bei der Anpassung der Talentakquise-strategie datengesteuert vorzugehen. Die Fähigkeit, mit verschiedenen Stakeholdern zusammen-zuarbeiten und deren Feedback in den Talentakquisitions- und Rekrutierungsprozess zu integrieren, ist für die Trial-and-Error-Kultur, die bei der Entwicklung der idealen Strategie eines Unternehmens erforderlich ist, unerlässlich.

Die On-Demand-Kultur in der Personalbeschaffung macht Geschwindigkeit zu einem entscheidenden Faktor, ohne dass die Qualität darunter leiden soll. In einer immer stärker digitalisierten Welt können traditionelle Wege nicht im erforderlichen Umfang mithalten. Die effektivsten Kanäle, interne Recruiter und Neueinstellungen sind heute schwer zu skalieren. Nichts bleibt vom ersten Tag an hängen. In der Talentakquise ist es in Ordnung, Fehler zu machen, da dies ein natürlicher Teil des Innovationsprozesses ist. Der Schlüssel liegt darin, dass alle Stakeholder den Daten, die zur Ent-scheidungsfindung verwendet werden, Glauben schenken und darauf vertrauen.

Umsetzung der TA-Strategie

- Nutzen Sie Software zu Ihrem Vorteil.
- Finden Sie verschiedene Wege, um Daten während der gesamten Einstellungsphase zu sammeln.
- Setzen Sie Ihr Budget effektiv ein.
- Steigern Sie Produktivität und Effizienz.
- Erkennen Sie Probleme bei der Personalbeschaffung
- Erstellen Sie Benchmarks und Prognosen für die Personalbeschaffung.
- Setzen Sie sich für Verbesserungen im Recruiting-Prozess ein



In einer Welt des On-Demand sind sich die Fachleute für Talentakquise bewusst, dass sie nicht mehr nur lokal um Talente konkurrieren, obwohl die Mehrheit, etwa 70 %, die Globalisierung als Chance sieht, während 30 % sie als Herausforderung bezeichnen.



Nachfolgend finden Sie die drei häufigsten Fragen, wenn es darum geht, was bei der Talentakquise zu berücksichtigen ist.

- Welche Daten nutzen Sie/würden Sie gerne nutzen, um effizienter zu werden?
- Auf welche Probleme/Engpässe bei der Personalbeschaffung stoßen Sie?
- Welche Recruiting-Daten würden Ihnen helfen, Berichte für Ihre Manager zu erstellen?

Daten können ein zeitaufwendiger Prozess sein. Einer der Gründe, warum Software-Dienstleister eine große Nachfrage beobachten, ist der anhaltende Bedarf an Daten. Daten werden genutzt, um die Abhängigkeit von einigen der am weitesten verbreiteten Jobbörsen/Netzwerke wie LinkedIn oder Xing zu reduzieren, da die Unternehmen die Wichtigkeit erkennen, Wege zu finden, ihre Marke als Arbeitgeber zu stärken, um mehr Bewerber anzuziehen und zu versuchen, den Zeitaufwand für die Suche zu reduzieren. Da der Markt immer enger wird, sind die Unternehmen mit den stärksten Marken diejenigen, die sich durchsetzen werden.

Unternehmen erkennen, wie wichtig es ist, weniger abhängig von externen Beratern und Quellen zu werden. Bei der Umfrage gaben 27 % der Befragten an, dass sie der Meinung sind, dass Online-Talentplattformen ihr Leben einfacher machen, 25 % gaben das Gegenteil an, während 48 % zum Zeitpunkt der Befragung nicht sicher oder unentschieden waren.

2020 gab es eine weitere Verschiebung von generalisierten Plattformen, die alles können, hin zu spezialisierten Plattformen, die in cloudbasierte Bewerber-Tracking-Systeme integrierbar sind. Der verbindende Faktor dahinter war der Wunsch nach einem Provider, der sich ohne Vorabkosten integrieren lässt, aber dann Daten nutzt, um Kaufentscheidungen zu belegen. Die Preiskämpfe, die durch den Versuch entstehen, Kundenabwanderung zu vermeiden, sind die neue Realität.

DER ARBEITGEBER ALS MARKE



2020 hob die Bedeutung von Strategien zur Präsentation von Arbeitgebern als Marke hervor und weshalb dies in Zukunft immer relevanter werden dürfte.

Ein Teil der Uberisierung der Personalbeschaffung ist, wie Unternehmen sich selbst als Arbeitgeber-Marke sehen. Immer mehr Personaler treiben den Aufbau und die Stärkung ihrer Marke als Arbeitgeber weiter voran, um die netzwerkbasierende Personalbeschaffung zu verbessern.

Immer mehr Anbieter von Bewerber-Tracking-Systemen werden auf Funktionen rund um „Pooling“ und das sogenannte „Netzwerkmanagement“ setzen. Fast 57 % der Unternehmen, die Pooling nutzen oder kontinuierlich daran arbeiten, ihren Pool über das Jahr hinweg zu vergrößern und zu erweitern, gaben an, die Zeit bis zur Neueinstellung um fast 40 % reduziert zu haben. Die wahrgenommenen Vorteile des Talent-Pooling-Ansatzes schließen die Reduzierung von Akquisitionskosten, einen verkürzten Einstellungsprozess und Unterstützung bei der Identifikation von qualifizierten Kandidaten für zukünftige Stellen mit ein.

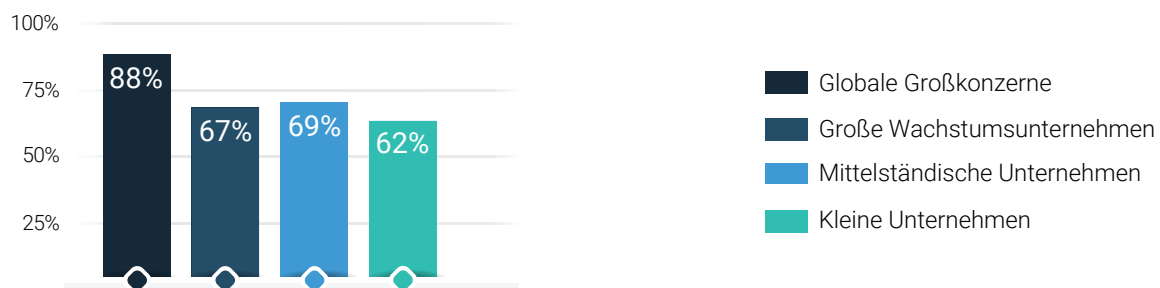
Der Schlüssel zu effektivem Pooling ist es, die Kandidaten in Ihrem Pool ständig einzubeziehen und zu betreuen. 28 % der Befragten gaben an, dass sie mit ihren Pooling-Bemühungen zufrieden sind. Dies hat zum Aufstieg von Candidate Relationship Management geführt, da fast 90 % der Talentaquisitionen angaben, dass ihre Arbeit kandidatenorientiert ist. Eine CRM-Strategie zur Einbeziehung Ihres Kandidatenpools ist unerlässlich für die Talentanwerbung. Dies geschieht unter anderem durch personalisierte Branding-Kampagnen, die darauf abzielen, verschiedene Arten von Talenten anzusprechen.

Mehr als 68 % der Befragten betonten, dass die Notwendigkeit der Digitalisierung als Maßnahme zur Steigerung der Effizienz 2020 gestiegen ist, um sich gegen die billigere Konkurrenz in ihrer Branche zu durchzusetzen, was eine Fortsetzung der Preiskämpfe ist, die durch die On-Demand-Wirtschaft verursacht werden. Sie betonten, dass Talent-Branding-Tools für Unternehmenswebseiten, Marketing in beruflichen Netzwerken und in sozialen Medien die wichtigsten Instrumente sind, um ihre Marke zu stärken, da 83 % der Bewerber berufliche Netzwerke oder soziale Medien nutzen, um Jobs zu finden. Ungefähr 50% teilen ihre Erfahrungen oder Unternehmensempfehlungen über soziale Medien.

Der Arbeitgeber als Marke ist im Umgang mit der neuen Generation von Mitarbeitern, deren Profil sich verändert, von entscheidender Bedeutung. Da Millennials mittlerweile ein Drittel der weltweiten Belegschaft ausmachen, stellen sie neue Erwartungen. 65 % geben an, dass sie offen für neue Stellen sind und „Loyalität“ zu ihrem Arbeitgeber nicht als Faktor für den Verbleib in einem Job ansehen, da sie zuversichtlich sind, einen gleichwertigen oder besseren Job zu finden. Fast 60 % wechseln den Job innerhalb von 24 Monaten, 35 % innerhalb der ersten 12 Monate. 74 % der Kandidaten gaben an, dass das Gehalt immer noch der wichtigste Anreiz für sie ist, gefolgt von den Sozialleistungen (einschließlich Gesundheit und Wellness) und dem Standort sowie dem Arbeitsumfeld. Nahezu 95 % der Kandidaten sehen Schulungen, die auf die Entwicklung von Fähigkeiten und Persönlichkeit abzielen, als wesentlich für die Förderung ihrer Karriereaussichten an.

Investitionen in die Marke als Arbeitgeber und in das Bewerbererlebnis haben eine fast 72%ige Verbesserung der Qualität von Neueinstellungen gezeigt. Ungefähr 60 % der Bewerber brechen den Einstellungsprozess aufgrund von technisch fehlerhaften Prozessen oder einer als schwach wahrgenommenen Marke ab. Die Geschwindigkeit, mit der der Prozess durchlaufen wird, ist der Schlüssel, um wettbewerbsfähig zu sein, da die Kandidaten ein Zeitfenster von 2 bis 3 Wochen vom ersten Gespräch bis zur Unterbreitung eines Angebots erwarten.

Eine starke Marke ist wichtig, um Empfehlungen zu erhalten, da fast 75 % der Bewerber für Schlüsselpositionen passiv suchen. Videos mit Unternehmensmarke erhöhten die Zahl der eingehenden Bewerbungen um bis zu 30 %. 80 % der Unternehmenspersonalbetonen einen positiven Einfluss auf Neueinstellungen durch Investitionen in die Arbeitgebermarke. Arbeitgeber aller Größenordnungen betonten, dass die Präsentation als Marke für Arbeitgeber weit über das Jahr 2021 hinaus von Bedeutung ist. 88 % der Befragten in globalen Großkonzernen, 67 % in großen Wachstumsunternehmen, 69 % in mittelständischen Unternehmen und schließlich 62 % in kleinen Unternehmen stimmen dieser Aussage zu.



Die von der Pandemie betroffenen Branchen erwarten nach der flächendeckenden Verteilung der Impfstoffe einen Anstieg der Neueinstellungen. Aus diesem Grund heben Personalbetonen die Arbeitgebermarke als ein Mittel hervor zur effektiven Differenzierung für einen ihrer Meinung nach zukünftig stark konkurrierenden Einstellungsmarkt, in dem Unternehmen darum kämpfen, Marktanteile zu halten oder zu gewinnen.

Einstellungsexperten wissen, dass die bessere Nutzung von „Pooling“- und „Nurturing“-Techniken essentiell ist, um qualifizierte oder wichtige Stakeholder einzustellen. Etwa 72 % der Personalbetonen, dass eine ihrer größten Herausforderungen die Suche nach qualifizierten, erfahrenen Mitarbeitern ist. In Bezug auf die Suche nach qualifizierten Berufseinsteigern gaben etwa 36 % der Personalverantwortlichen an, dass dies ein Problem darstellt, da ihr Haupthindernis darin besteht, Kandidaten zu finden, die zur Unternehmenskultur passen. Die steigenden Gehälter für qualifizierte Muttersprachler sowie die effektive Kommunikation der Arbeitgebermarke werden als die größten Herausforderungen bei der Personalbeschaffung angesehen.

Wir haben zu Beginn dieses Berichts den VUCA-Ansatz erwähnt, um die Situation der Personalbeschaffung und Talentakquise im Jahr 2020 und darüber hinaus zu verstehen. Der Fokus lag auf Themen, die als volatil, unsicher, komplex oder mehrdeutig wahrgenommen werden könnten. Unser Ziel war es, Personalern unabhängig von ihrem Unternehmensprofil mehr Transparenz zu bieten, damit sie sich bei der Navigation auf dem Gebiet der Talentakquise sicher fühlen, indem wir Erkenntnisse von Personalern aus verschiedenen Branchen zusammentragen.



MOBERRIES



Wenn Sie Fragen haben oder mehr über unser Technologieangebot erfahren möchten, können Sie uns jederzeit via E-Mail an partners@moberries.com kontaktieren.

Über den Autor:

Mo Moubarak hat über ein Jahrzehnt Erfahrung in der Geschäftsentwicklung. Er half bei der Skalierung von fünf bahnbrechenden Startups in den Bereichen Fintech, Marketing, E-Commerce, Mode und Personalbeschaffung. Er konzentriert sich dabei auf die Optimierung von Vertriebsinfrastrukturen, sowie den Aufbau und die Schulung von Teams.

Derzeit konzentriert er sich als Head of Business Development bei MoBerries auf das Wachstum und schafft gleichzeitig eine Chancengleichheit, die für alle funktioniert.