



Mit KI und persönlicher Kommunikation

Die Personalsituation im Handel ist angespannt, die Herausforderungen sind aufgrund der Bewerbersituation und der digitalen Veränderung groß. Wo liegen die Probleme, und wohin gehen die Trends im Recruiting?

Regina Kruck

Allein bei den Top-Einzelhändlern in Deutschland sind derzeit rd. 50.000 Stellen nicht besetzt. Vor allem in den Filialen herrscht Mitarbeitermangel, und das dauerhaft – viele Stellen bleiben lange Zeit unbesetzt. Einer aktuellen Studie des EHI Retail Institute zufolge, die jetzt Anlass zum Thementag Recruiting4Retail in Köln gab, liegt dies offenbar hauptsächlich daran, dass die meisten Bewerber nicht ausreichend qualifiziert sind. „70 Prozent der Bewerbungen hätte man sich in der Vergangenheit gar nicht erst angeschaut“, so ein Teilnehmer der EHI-Befragung.

Nach Ansicht von Rudi Bauer vom Karrierenetzwerk Step Stone Österreich ist der Hauptgrund für

diese schlechte Bewerbersituation auch demographisch bedingt. „Vor allem in der jungen und mittleren Generation fehlen schlicht und ergreifend Menschen. Dafür haben wir aber erstmals vier Generationen auf dem Arbeitsmarkt, die sehr unterschiedlich sind.“ Passende und qualifizierte Kandidaten seien meist nur drei bis fünf Tage „auf dem Markt“.

In dieser Situation muss sowohl ein Großkonzern als auch ein Kleinunternehmen die wenigen Kandidaten möglichst schnell und effektiv von der eigenen Attraktivität als Arbeitgeber überzeugen, sowohl technisch als auch inhaltlich. Im Bereich Human Resources geht der Trend deshalb von einer Käufer-



Foto: Julien Eichinger/stock.adobe.com

zu einer Verkäuferhaltung: Was biete ich als Firma meinem Wunsch-Mitarbeiter, wie erreiche ich, dass er sich bei mir bewirbt?

MOBILES BEWERBUNGSVERFAHREN Hier gibt es viele neue Ansätze, trotz der Schwierigkeiten auf dem Bewerbermarkt die richtigen Menschen zu erreichen. Die Personalverantwortlichen wissen mittlerweile, dass sie sich zum Beispiel auf die veränderten Lebensgewohnheiten vor allem der jüngeren Generation einstellen müssen. Diese sucht nicht abends in Ruhe am Desktop-Rechner auf den klassischen Karrierewebsites nach einem neuen Job, sondern oft unterwegs am mobilen Endgerät per App. Daher muss heute der Bewerbungsprozess für die Arbeitsuchenden möglichst unkompliziert und schnell gestaltet werden. Hier kommen Themen zum Tragen wie das sogenannte One-Click-Bewerbungsverfahren, bei dem man per Smartphone mit nur einem Klick sein Profil aus einem Business-Netzwerk wie Xing oder LinkedIn bzw. einer Lebenslauf-Datenbank direkt zum möglichen Arbeitgeber hochladen kann.

Key Facts

- Der Personalmangel im Handel ist mit 50.000 unbesetzten Stellen vor allem in den Filialen aufgrund des kleinen qualifizierten Bewerberpools gravierend.
- Unternehmen müssen passende Bewerber zunehmend eher von sich überzeugen als umgekehrt.
- Die Personalverantwortlichen im Handel gehen davon aus, dass sie zukünftig mehr KI für das Recruiting nutzen werden.
- Persönliche Kommunikation und menschliche Authentizität bei Bewerbern und Arbeitgebern ist weiterhin unverzichtbar für eine erfolgreiche und dauerhafte Stellenbesetzung.
- Eine neue Generation von Stellenanzeigen und Bewerbungsprozessen entsteht durch digitale Lösungen wie Videointerviews, Out-of-Home-Kampagnen und mobile Recruiting-Plattformen.

Von diesem Angebot sind die meisten Firmen derzeit noch weit entfernt. Von 100.000 angebotenen Jobs auf der Plattform Step Stone bieten gerade mal 2 Prozent der Firmen das One-Click-Bewerbungsverfahren an. Step Stone bietet mittlerweile ein „Quick Apply“-Verfahren an, indem es die auf der Plattform erfassten Bewerberdaten samt Lebenslauf direkt in das Bewerber-Managementsystem des Unternehmens überträgt. So soll der Prozess für beide Seiten vereinfacht und beschleunigt werden. Viel diskutiert ist in diesem Zusammenhang auch die Frage, ob es überhaupt noch zeitgemäß und notwendig ist, der Bewerbung ein persönliches Anschreiben hinzuzufügen. Das halten offenbar nur noch 17 Prozent der Recruiter im Handel für unbedingt erforderlich.

PASSIVER ARBEITSMARKT Auch der sogenannte passive Arbeitsmarkt, bestehend aus den Leuten, die gerade nicht aktiv eine neue Stelle suchen, jedoch aufgeschlossen für einen Jobwechsel wären, wenn ihnen eine reizvolle Stelle angeboten würde, ist interessant für die Personaler – denn dieser Markt wird von Ex-

perten wie Rudi Bauer von Step Stone vom Umfang her auf das Zweieinhalbfache des aktiven Arbeitsmarktes geschätzt.

Die HR-Abteilungen der Handelsunternehmen greifen seit einigen Jahren zunehmend auf digitale Technologien zurück, um Recruiting-Prozesse zu straffen, zu optimieren und schneller zu machen, das ist nichts Neues mehr. Aber ist Künstliche Intelligenz nun ein neues Mittel für die Branche, effizient den perfekten Mitarbeiter zu finden?

Es steht nicht zu erwarten, dass menschliche Recruiter in naher Zukunft durch KI komplett ersetzt werden können. Viel wichtiger sind die menschlichen Kontakte bei den sogenannten Touchpoints mit den

Kandidaten, als da wären Telefoninterviews, Vorstellungsgespräche oder Assessment-Durchläufe. Laut Rudi Bauer lehnen zwei Drittel der am Verfahren Beteiligten die Analyse von Emotionen durch KI (ist der Bewerber gut drauf, ist er stressresistent, ist er sicher oder unsicher im Interview) ab. Der sogenannte „Social and cultural Fit“ eines Bewerbers sowie moralisch-ethische und rechtliche Fragestellungen bei der Einstellung eines Kandidaten können auch nach Meinung von Bauer ebenfalls nicht durch Algorithmen bestimmt werden.

DER MENSCH BLEIBT Ein vollautomatisierter Bewerbungsprozess, wie er laut Bauer durchaus denkbar und technisch machbar wäre von der softwaregenerierten Stellenanzeige, die bereits ihre eigene Performance voraussagt über die Bewerber-Filterung per Algorithmus bis hin zum softwaregestützten Interview, bei dem die Spracherkennung ein Persönlichkeits- und Kompetenzprofil des Kandidaten erstellt und das System den passenden Bewerber anschließend elektronisch einstellt, ist nicht wünschenswert, da er die menschliche Kommunikation nicht ersetzen kann.

Allerdings wird KI die Recruiter nach Ansicht der in der EHI-Studie Befragten zukünftig noch mehr dabei unterstützen können, geeignete Kandidaten in ausreichender Anzahl für eine ausgeschriebene Stelle zu finden und diesen Prozess auch zeitlich zu beschleunigen. Vor allem in der Vorauswahl wird KI ein wichtiger Faktor werden, zum Beispiel der Einsatz von Chatbots, die wie ein Personal Fragen stellen und Auskunft geben hinsichtlich des zu besetzenden Postens oder der Karrieremöglichkeiten im Unternehmen und die Kandidatenprofile erstellen und herausfiltern. Die Vorteile: Chatbots sind rund um die Uhr ansprechbar, sie können Gesprächstermine koordinieren und allgemeine und organisatorische Fragen beantworten, die sich beim Erstkontakt tendenziell gleichen. Auch die Generierung von Fragen durch KI im Vorstellungsgespräch halten die meisten der Befragten für sinnvoll.

Insgesamt wird laut der Studie des EHI der Grad der Unterstützung, den KI leisten kann, vor allem abhängig sein von den jeweils zu besetzenden Positionen sowie von den dafür benötigten Qualifikationen. Rudi Bauer bemerkt dazu: „Wenn wir die Technologie reinlassen in unser Leben, brauchen wir ein starkes Gegengewicht, um die menschliche Seite nicht zu verlieren. Die Automatisierung muss immer durch menschliche Intelligenz steuerbar bleiben.“

redaktion@ehi.org

Am Nachmittag konnten die Teilnehmer in Kleingruppen ihrer Wahl mit den Referenten spezielle Themen intensiv bearbeiten



Foto: EHI/Frank Rümmele



Referenten des Thementags „Recruiting4Retail“ v.l.n.r.:
Dimitri Knysch (Cammio),
Rudi Bauer (Step Stone Österreich),
Amira Harrami (Cammio),
Hubert Ketterer (Bite),
René Tillmann (Hijob),
Matthias Wolf (Firstbird),
Henning Dieker (tts),
Malte Werner (tts)

Foto: EHI/Frank Rümmele

Recruiting heute:

Von Video-Interview bis Dating-Plattform

Innovative Lösungen für technologisch und kommunikativ modernes Recruiting stellten Anbieter auf dem EHI-Thementag „Recruiting4Retail – Erfolgsfaktor Technologie“ vor.

tts Viele Handelsunternehmen nutzen bereits seit Jahren Technologie für den Einstellungsprozess. Ein Beispiel ist das SAP-System „Success Factors“, das der Beratungs- und Implementierungspartner tts aus Heidelberg vorstellte. U.a. Aldi Süd arbeitet damit. Das Hauptaugenmerk der cloudbasierten Software-Lösung liegt auf der Verknüpfung der Mitarbeiterentwicklung (im Performance- wie im Talentmanagement) mit den aktuellen Unternehmenszielen. Das System ermöglicht Führungskräften im HR, Stellenanforderungen in ein Organigramm einzugeben, die dann automatisiert auf verschiedenen Kanälen ausgeschrieben wer-

den. Wenn man einen Button im „Employee-Central-Planstellenmanagement“ klickt, erhält man eine vorausgefüllte Stellenausschreibung. Sobald ein Kandidat über die Karrierewebsite oder andere Plattformen, auf der die Ausschreibung platziert wurde, gefunden ist, können die mit dem Bewerbungsprozess erhaltenen Personaldaten direkt in das Stammdatensystem übernommen werden.

Die Mitarbeiterdaten werden in einem zentralen System hinterlegt, sodass ein präziser Zugriff möglich ist, Weiterbildungsprozesse transparenter sind und ein Reporting für Analysen möglich ist. Das System



Ulrike Witt (oben) und
Vanessa Tuncer (links) vom
EHI führten kompetent
und humorvoll durch den
Thementag

ist laut Henning Dieker, HR Sales Consultant bei tts, modular aufgebaut. Je mehr Module eine Firma implementiert – vom Recruiting-Management über das Onboarding des neuen Mitarbeiters und die Verwaltung seiner Daten bis hin zur Planung seiner Vergütung und Weiterbildung –, desto mehr kann sie laut Dieker den administrativen Aufwand minimieren.

BITE Eine weitere Lösung, die auch für die Handelsbranche interessant ist und die bereits von rd. 650 Unternehmen wie zum Beispiel Steiff und Erima genutzt wird, ist der „Recruitingmanager“ von Bite aus Ulm. Sowohl Softwareentwicklung als auch Serververwaltung und System-Management finden am schwäbischen Hauptsitz statt. Bite ist nach der internationalen Norm für Informationssicherheits-Managementsysteme ISO/IEC 27001:2013 zertifiziert und erfüllt, so das Unternehmen, die höchsten datenschutzbezogenen Sicherheitsstandards.

Der „Bewerbermanager“ ermöglicht das Erstellen von Stellenausschreibungen, die zentral verwaltet und über Multiposting auf den verschiedenen Stellenportalen veröffentlicht werden können. Die HR-Abteilung kann nachvollziehen, welcher Bewerber über welches Jobangebot auf welchem Kanal (Print, Social Media, Jobplattform) auf das Unternehmen aufmerksam wurde und dadurch den Recruiting-Prozess gegebenenfalls anpassen.

Ein neuer Ansatz von Bite ist die Kooperation mit den Out-of-Home-Medienkanälen von Ströer. Hierbei können Handelsunternehmen im öffentlichen Raum auf digitalen Außenwerbungsflächen räumlich und zeitlich gezielt Stellenanzeigen veröffentlichen, beispielsweise Azubi-Stellen entlang eines Schulwegs.

Mithilfe der automatischen Analyse von Lebenslauf (CV-Parsing) und Arbeitszeugnissen werden aus Text-, PDF- und Bilddateien digitale Bewerberakten



„Wir wollen den administrativen Aufwand minimieren, damit man sich auf strategische Themen fokussieren kann.“

Malte Werner
Senior Account Manager
tts



„Unser Umgang mit dem Thema Datenschutz ist auf dem deutschen Markt ein Wettbewerbsvorteil.“

Hubert Ketterer
Geschäftsführer
Bite





erstellt mit Informationen wie etwa Lücken im CV oder besonders relevanten Daten im Vergleich zu anderen Kandidaten. Über eine integrierte Terminverwaltung können Termine für Bewerbungsgespräche gebucht werden. Das System bietet verschiedene Optionen für Zugriffsrechte an, wodurch auch Abteilungsleiter und Mitarbeiter an dem Auswahlprozess teilhaben können. Dieses System bietet eine Sanktionslisten-Überprüfung der Bewerber auf Kontakte zu terroristischen Vereinigungen an.

HIJOB Um Einsatz von KI im E-Recruiting geht es beim 2015 gegründete Kölner Start-up-Unternehmen Hijob mit seinem Jobportal, zu dessen Kunden u.a. Tchibo und Metro zählen. Auf der Suchseite sind zu drei Vierteln Akademiker aus den Bereichen Sales, IT, Technik, Finanzen und Marketing registriert, aber auch Quereinsteiger. Ausgangspunkt der Überlegungen von Hijob war eine beobachtete „Intransparenz des Stellenmarktes“, die für Mitinhaber René Tillmann schon mit den vielen Jobbezeichnungen beginnt, deren Bedeutung und Arbeitsplatzbeschreibung nach seinen Worten keiner kennt, der sich nicht unmittelbar in derselben Laufbahn befindet. Auch die beruflichen Lebensläufe sind heutzutage weniger geradlinig als früher. Viele Kandidaten können daher nicht genau einschätzen, welcher Job zu ihnen passt. Dadurch investieren sie Zeit in irrelevante Bewerbungen, und 90 Prozent der Unternehmen bekommen laut Tillmann so Zuschriften, die nicht mit ihnen und der ausgeschriebenen Stelle zusammenpassen.

Mit einer neu entwickelten „Jobmatching-Technologie“, die „die DNA von Kandidaten-Skills und Company-Skills“ analysiert und für beide Seiten optimal abzugleichen verspricht, sollen Bewerber mit den Stellen verbunden werden, die genau ihren Fähigkeiten entsprechen. Statt eine hohe Bewerbungs-Quantität zu erreichen, will das Portal durch die KI-gestützte Matching-Technologie qualitativ hochwertige Kandidaten finden bzw. Kandidaten aktivieren, die vielleicht sonst nicht erreicht werden. Auch passiv suchende Talente sollen zur Bewerbung motiviert werden.

Abschreckend findet Tillmann komplizierte Bewerbungsprozesse, die manche Unternehmen auf ihren Karriere-Websites und auf herkömmlichen Stellenportalen fordern. Hijob will den Bewerbungsvorgang maximal verkürzen, hierbei setzt man auf Jobsuche und Recruiting per Smartphone-App und im One-Click-Verfahren. In Zukunft will Hijob seinen Nutzern – Kandidaten wie Unternehmen – schon im Vorfeld einer Bewerbung Vorschläge zum Beispiel für die Verbes-

„Wir arbeiten an einer Welt, in der jeder Mensch zu jedem Zeitpunkt des Berufslebens weiß, wo ihre oder seine Fähigkeiten willkommen sind.“

René Tillmann
Mitinhaber
Hijob



„Der schlimmste Feind einer Employer Brand ist die Beliebigkeit.“

Dimitri Knysch
Managing Director DACH
Cammio



„Wir haben das Schwarze Brett ins digitale Zeitalter gebracht.“

Matthias Wolf
COO
Firstbird



serungen von Arbeitsbedingungen (Home-Office-Möglichkeiten o.Ä.) oder Weiterbildungen machen, um die „Matching-Chancen“ zu erhöhen. Geplant ist ferner, mithilfe von KI eine Prognose potenzieller Fähigkeiten und Entwicklungsmöglichkeiten von Personen anzubieten, zum Beispiel anhand der CV-Daten von Kandidaten ähnlicher Studienrichtungen.

CAMMIO Andere Anbieter setzen für die Rekrutierung passender Mitarbeiter weniger auf künstliche, sondern auf emotionale Intelligenz wie der niederländische Softwarehersteller Cammio, zu dessen Kunden u.a. Esprit zählt. Hier dreht sich alles um das Thema Einsatz von Video im Recruiting. „Ein guter Recruiting-Prozess ist wie ein gutes Verkaufsgespräch“, meint Dimitri Knysch von Cammio. Unternehmen müssten sich bei der Suche nach dem richtigen Bewerber authentisch und im realistischen Arbeitsalltag präsentieren, also ein Employer-Branding demonstrieren, das die „wahre Persönlichkeit“ der Firma zeigt – und gleichzeitig die Kandidaten ohne Umwege zur direk-



Ein Thementag – viele neue IT-Lösungen zum Thema Recruiting

ten Kommunikation mit dem potenziellen Arbeitgeber animieren. Dies gehe am besten mit videobasierten Stellenanzeigen und Videorecruiting, ist Knysch überzeugt.

Da die Erstellung von Videoinhalten zeitaufwändig und kompliziert sein kann und Personal häufig nicht über die Zeit oder die Ressourcen dafür verfügen, bietet Cammio mit seinem Tool „Stories“ eine cloudbasierte Softwarelösung an, mit der Unternehmen laut Cammio ohne Bearbeitungskenntnisse Clips über die Position, den Joballtag, das Arbeitsumfeld, das Team und die Unternehmenskultur aufzeichnen können. Das Video wird in die Karriereseite oder direkt in die Stellenausschreibung eingefügt. Anschließend kann

der Kandidat sich direkt per Video bewerben und sogar Video-Interviews mit den potenziellen neuen Kollegen durchführen. Im kommenden Jahr will Cammio eine Software für videobasiertes Preboarding, die Einführung eines neuen Mitarbeiters zur künftigen Stelle, auf den Markt bringen.

FIRSTBIRD Die eigenen Mitarbeiter als „Headhunter“ einzusetzen ist nach Ansicht des Start-up Firstbird aus Wien eine effiziente Art des Recruiting. Das HR-Unternehmen, das u.a. Obi, McDonald's und die Telekom als Kunden hat, entwickelte 2016 ein digitales Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm. „Gerade im Handel ist der passive Arbeitsmarkt zweieinhalbmal so groß wie der aktive“, sagt COO Matthias Wolf. Diese Leute erreiche man durch private Ansprache.

Das digitale Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm von Firstbird läuft sowohl am Desktoprechner als auch mobil. Das Konzept der Software: Über Firstbird können HR-Abteilungen Ausschreibungen an ausgewählte Mitarbeiter schicken. Diese streuen das Angebot in ihren sozialen Netzwerken und können gezielt Personen für den Job vorschlagen. Erfolgreiche Empfehlungen werden dann über die Plattform mit Prämien belohnt – das kann Geld sein, aber auch Sachwerte oder freie Tage.

Erweitert wird das Prinzip durch die Möglichkeit des Punktesammelns: Hier gibt es nicht nur für das tatsächliche Anwerben eines neuen Kollegen Credits, sondern auch für die Streuung von aktuellen Job-Angeboten. Prämien können im unternehmenseigenen Prämienshop eingelöst werden.

SPOTS

Recruiting mit den Experten

In Zeiten des zunehmenden Fach- und Führungskräftemangels zählt es mehr denn je den Wettbewerbern eine Nasenlänge im Recruiting voraus zu sein. Es gilt die richtigen Bewerber direkt anzusprechen, eine positive Candidate Experience zu kreieren und somit aus selbigen zufriedene Mitarbeiter zu machen. Der webbasierte BITE Bewerbermanager unterstützt Organisationen entlang der kompletten Recruiting-Prozesskette.

www.b-ite.de



BITE
E-RECRUITING

BITE GmbH
Magirus-Deutz-Str. 16
89077 Ulm
info@b-ite.de

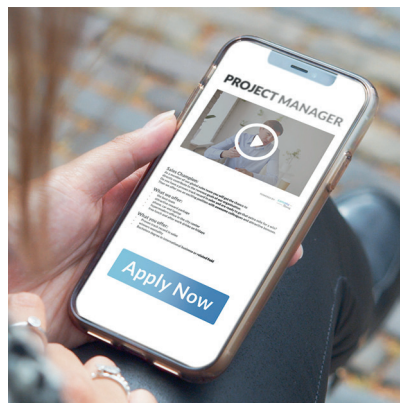
T +49 (0)7311411500
F +49 (0)73114115010
Kontakt:
Hubert Ketterer

ANZEIGEN

Talent Acquisition mit Video

Cammio ermöglicht eine interaktive, video-zentrierte Candidate Experience. Dank unserer Technologie können Arbeitgeber ihre Stellenanzeigen mit authentischen, selbsterstellten Videos anzureichern, um das Interesse an Ihren Vakanzen zu steigern. Bei Interesse werden Kandidaten Video-Fragen ausgespielt, die von ihnen per Video beantwortet werden können. So geht modernes Employer Branding & Recruiting!

www.cammio.de



cammio

Cammio GmbH
Rather Str 25
40476 Düsseldorf
dimitri@cammio.com

T +49 (0)1775404653
Kontakt:
Dimitri Knysch

Mitarbeiter als Talent Scouts

Firstbird, das digitale Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter Programm, verbindet Menschen mit ihrer Berufung und Unternehmen weltweit mit passenden Kandidaten. Mit Firstbird werden Mitarbeiter zu Markenbotschaftern und Empfehlungen zum erfolgreichsten Recruitingkanal. Das Ergebnis ist ein Pool an persönlich empfohlenen Talenten, die kulturell und fachlich zum eigenen Unternehmen passen. Neugierig? Jetzt kostenlose Demo vereinbaren.

www.firstbird.com



firstbird

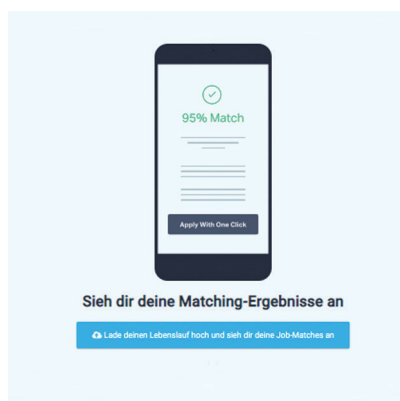
Firstbird GmbH
Hietzinger Hauptstraße 34
1130 Wien
hello@firstbird.com

T +43 (0)720 883 025
Kontakt:
Sabrina Jenecek

hijob – der Job findet dich!

hijob analysiert deine Fähigkeiten aus dem Lebenslauf und erkennt automatisch, welche Jobs wie gut zu deinen Fähigkeiten passen. Damit du alle wirklich passenden Jobs findest. Egal wie sie heißen. So finden wir Jobs mit Jobtiteln, an die du möglicherweise nicht gedacht hast. Und Unternehmen helfen wir umgekehrt wirklich alle passenden Talente zu entdecken. Automatisch. Und wir verbinden beide mit 1 Klick. Einfacher geht es nicht.

www.hijob.me



hijob

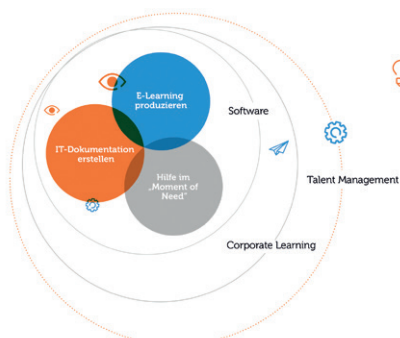
hijob GmbH
Anna-Schneider-Steig 2
50678 Köln
rene.tillmann@hijob.me

T +49 (0)221-64304470
F +49 (0)8752 864 100
Kontakt:
Bianca Berlaue,
René Tillmann

Corporate Learning Dienstleister

Als führendes Unternehmen im Bereich Blended Learning unterstützt tts seine Kunden beim Aufbau ganzheitlicher Lernkonzepte – von der strategischen Beratung über die Entwicklung hin zur Realisation unternehmensweiter Qualifizierungsmaßnahmen. Mit der tt performance suite vertreibt tts außerdem ein leistungsstarkes Autorentool zur Produktion hochwertiger E-Learnings, IT-Dokumentationen und elektronischer Performance Support Hilfen.

www.tt-s.com



tts
knowledge
matters.

tts GmbH
Schneidmühlstr. 19
69115 Heidelberg
sergio.willim@tt-s.com

T +49 (0)175 507 5094
Kontakt:
Sergio Willim