

Personalbeschaffung in Schweizer Grossunternehmen: Aktuelle Trends und Innovationen

Wie gestalten Schweizer Grossunternehmen ihre Personalbeschaffung? Welche Trends lassen sich erkennen? Welche innovativen Massnahmen werden von den Unternehmen ergriffen? Diese und weitere Fragen rund um die Personalbeschaffung der Top-500-Unternehmen aus der Schweiz stehen im Mittelpunkt der jährlichen Studienreihe «Recruiting Trends Schweiz», die seit dem Jahr 2007 durchgeführt wird. Der vorliegende Artikel fasst die wichtigsten Ergebnisse der diesjährigen Studie «Recruiting Trends 2010 Schweiz» zusammen.

Bereits im 4. Jahr in Folge untersucht die jährliche Studienreihe *Recruiting Trends Schweiz* Trends und Innovationen in der Personalbeschaffung in Schweizer Grossunternehmen. Die aktuelle Studie *Recruiting Trends 2010 Schweiz* wurde wie schon ihre Vorgänger vom *Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS)*, einem Forschungsprojekt der Universitäten Bamberg und Frankfurt am Main, in Zusammenarbeit mit *Monster Worldwide Switzerland* durchgeführt.

Dabei wurden die 500 grössten Schweizer Unternehmen (Auswahlkriterium: Anzahl der Mitarbeitenden in der Schweiz) zwischen Oktober und Dezember 2009 im Rahmen einer Fragebogenaktion kontaktiert. Insgesamt betrug die Rücklaufquote 14,6 %. Repräsentativitätstests zeigen, dass die Ergebnisse der Studie als repräsentativ für die Grundgesamtheit der Schweizer Top-500-Unternehmen angesehen werden können. Die folgenden Abschnitte geben einen kurzen Überblick über einige interessante Erkenntnisse aus der diesjährigen Studie.

Stellenanzeigen bald nur noch im Internet?

Die 500 grössten Unternehmen aus der Schweiz veröffentlichen 82,1 % ihrer freien Stellen auf der *eigenen Unternehmenswebseite* und 67,6 % in *Internetstellenbörsen*.

Damit können diese beiden Internetkanäle ihr Niveau aus dem Jahr 2008 – im Gegensatz zu den Printmedien – in etwa halten. In *Printmedien* werden dagegen nur noch 33,1 % aller Vakanzen veröffentlicht, was einem Verlust um 7,6 Prozentpunkte seit dem Jahr 2008 und um 16,8 Prozentpunkte seit dem Jahr 2007 entspricht.

Auch bei der Frage, über welche Kanäle die *tatsächlichen Einstellungen* generiert werden, geht der Trend in Richtung Internet. 61,0 % aller im Jahr 2009 realisierten Neueinstellungen gingen auf eine Stellenanzeige im Internet (Summe aus Unternehmenswebseite und Internetstellenbörse) zurück, was ein Plus von 3,1 Prozentpunkten binnen eines Jahres bedeutet. Printmedien verlieren im gleichen Zeitraum 2,4 Prozentpunkte. Somit wurden im Jahr 2009 nur noch 20,5 % aller Einstellungen über dieses Medium generiert.

Wie die Ergebnisse zeigen, geht die *Tendenz eindeutig in Richtung der Internetkanäle, wohingegen die Bedeutung von Zeitungen und Zeitschriften für die Schaltung von Stellenanzeigen deutlich abnimmt*.

Zukünftige Studien werden zeigen, ob dieser Trend anhält und in wenigen Jahren bei der Veröffentlichung freier Stellen möglicherweise komplett auf Printmedien verzichtet wird.

E-Mail-Bewerbungen überwiegen beim Bewerbungseingang

Erstmals seit Durchführung der Studienreihe *Recruiting Trends Schweiz* bilden *Bewerbungen per E-Mail* mit 45,0 % den grössten Anteil im Bewerbungseingang der Unternehmen. Es folgen die *papierbasierte Bewerbungsmappe* mit 44,5 % und die *Bewerbung über ein standardisiertes Webformular* mit 9,5 %.

E-Mail-Bewerbungen stehen auch in der *Gunst der Unternehmen* an erster Stelle. 42,2 % der Studienteilnehmenden äussern eine Präferenz für die Bewerbung per E-Mail. Exakt ein Viertel der Befragten bevorzugt die papierbasierte Bewerbungsmappe, und 17,2 % präferieren die Formularbewerbung. 15,6 % besitzen keine eindeutige Präferenz für ein bestimmtes Bewerbungsverfahren. Betrachtet man die Entwicklung im Bewerbungseingang der Schweizer Top-500-Unternehmen über die Jahre hinweg, so zeigt sich ein *deutlicher Trend hin zur elektronischen Bewerbung* (Summe aus E-Mail- und Formularbewerbung).

Waren im Jahr 2007 noch 57,8 % aller eingehenden Bewerbungen papierbasierte Mappen, sind es heute nur noch 44,5 %. Im gleichen Zeitraum stieg der Anteil elektronischer Bewerbungen von 40,2 % auf 54,5 %.

Weiterhin Probleme bei der Besetzung freier Stellen ...

Die 500 grössten Unternehmen aus der Schweiz gehen davon aus, dass sich die Besetzung von 29,0 % der von ihnen für das Jahr 2010 erwarteten Vakanzen *schwierig* gestalten wird, weil es auf dem Arbeitsmarkt an geeigneten Kandidaten mangelt (vgl. Grafik). Bei 3,7 % aller freien Stellen erwartet man zudem, dass eine Besetzung *überhaupt nicht möglich* sein

wird. Diese Probleme bei der Stellenbesetzung treten unabhängig von der aktuellen Wirtschaftslage auf, bewegen sie sich doch seit dem Jahr 2008 auf *nahezu unverändertem* Niveau.

Um im Kampf um qualifizierte Arbeitskräfte dennoch bestehen und möglichst alle freien Stellen problemlos besetzen zu können, bedarf es daher *innovativer und kreativer Massnahmen* in der Rekrutierung. Die rein passive Suche nach geeigneten Kandidaten über die Schaltung von Stellenanzeigen auf der eigenen Unternehmenswebseite oder in Internetstellenbörsen ist in diesem Zusammenhang zwar unerlässlich, jedoch als alleiniges Mittel häufig nicht mehr ausreichend.

... Social Media als Lösungsansatz?

Zusätzliche Potenziale ergeben sich z.B. durch die Nutzung von Web-2.0-Anwendungen und der Suchmaschine Google. Allerdings besitzen derartige Applikationen unter den Top-500-Unternehmen aus der Schweiz bislang noch einen vergleichsweise geringen Stellenwert, wenn es um die aktive Suche nach Kandidaten durch die Unternehmen geht.

Lediglich 18,6% der Studienteilnehmenden denken, dass über Google gefundene Informationen für die Auswahlentscheidung im Rahmen einer Stellenbesetzung wichtig sein könnten. Für das Karrierenetzwerk Xing vertreten noch 10,3% diese Meinung.

Noch weniger Unternehmen sind der Ansicht, dass Informationen aus dem berufsorientierten Onlinenetzwerk *LinkedIn* (3,4%) und aus der sozialen Netzwerkplattform *Facebook* (1,7%) für die Besetzung einer freien Stelle von Bedeutung sein könnten.

Neben der Frage nach dem geschätzten Stellenwert von Informationen aus

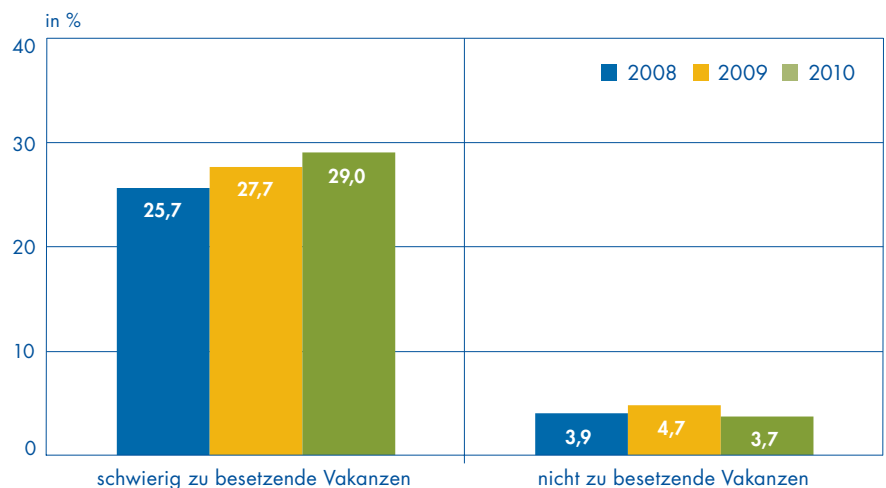
den genannten Quellen ist insbesondere von Interesse, welche dieser Anwendungen bereits heute in welchem Umfang von Schweizer Grossunternehmen genutzt werden. In diesem Zusammenhang zeigen die Ergebnisse der aktuellen Studie, dass lediglich 17,5% der Studienteilnehmenden häufig auf Google und 14,5% häufig auf Xing zurückgreifen, um nach Informationen über interessante Kandidaten zu suchen. LinkedIn (6,5%) und Facebook (1,6%) werden in diesem Kontext von noch weniger Studienteilnehmenden genutzt.

Trotz geringer Nutzung ergeben sich im Web 2.0 vor allem bei der passiven Suche nach Kandidaten umfangreiche und interessante Potenziale für Unternehmen. Schon heute sind Firmen z.B. in sozialen Netzwerkplattformen wie Xing oder LinkedIn vertreten und schalten dort Stellenanzeigen. Auch bieten innovative Internetstellenbörsen bereits so genannte *Rundum-Sorglos-Pakete* für Unternehmen an, im Rahmen derer sie die Präsenz ihrer Kun-

den in den verschiedensten Web-2.0-Anwendungen managen. Gerade auch die passive Suche im Web 2.0 (z.B. in Form von Stellenanzeigen und Bannern in sozialen Netzwerkplattformen) wird im Mittelpunkt der nächstjährigen Ausgabe der Studienreihe Recruiting Trends Schweiz stehen. ■

Alexander von Stetten/
Dr. Falk von Westarp^(*)

Schwierigkeiten bei der Besetzung offener Stellen (2008 bis 2010)



Quelle: Recruiting Trends 2010 Schweiz

^(*) Alexander von Stetten befindet sich im Promotionsstudium am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. Dr. Falk von Westarp ist Country Manager Schweiz von Monster Worldwide.