Interview

„HR-PROZESSE ZUKÜNFTIG EFFIZIENTER“

Fabian Kienbaum, Geschäftsführender Gesellschafter Kienbaum-Gruppe, zu Big Data im Recruiting

Zurzeit sprießt eine erkleckliche Anzahl an Startups, die sich an moderneren Recruiting-Ansätzen versuchen. Findet ein Umdenken bei klassischen Recruitern statt?
Wir sondieren den Markt fortlaufend nach Lösungen, die das Potenzial besitzen, unser Geschäftsmodell zu ergänzen – oder zu kannibalisieren. In vielen Unternehmen läuft es allerdings trotz unverkennbarer Trends wie Active Sourcing oder neuen digitalen Formen des „Bewerbungsschreibens“, zum Beispiel strukturierte Videovorstellungen, nach wie vor klassisch ab.

Welches Startup halten Sie für besonders spannend?
Wir blicken aufmerksam auf Startups wie Truffls oder Jobspotting, die sich dem Recruiting eher auf spielerische Art und Weise nähern. Hier wird bewerberseitig versucht, den aufwendigen Bewerbungsprozess durch „Entdeckungsreisen“ zu simplifizieren und attraktiver zu gestalten. Außerdem erachten wir Matching-Lösungen à la Datingbörsen als spannend. Wir sind überzeugt, dass sie mindestens für ein Pre-matching im Rahmen der Identifizierung von geeigneten Kandidaten einen Mehrwert liefern können. Diesbezüglich stehen wir im Austausch mit Startups wie Talents Connect oder Prescreen.

Sind Algorithmen die besseren Personaler?
Eine digitale, unter anderem algorithmengestützte Technologie erweitert den Werkzeugkasten der Diagnostik enorm. Man kann heute im Vorhinein fundiertere Aussagen über die Eignung eines Menschen für eine bestimmte Position sowie das entsprechende Unternehmen treffen. Dies ist nicht zuletzt aus Prozesseffizienzgründen eine positive Entwicklung. Grundsätzlich dienen Algorithmen heutzutage als sinnvolle Ergänzung, aber nicht als Substitut für eine wertige Personalarbeit. Der Faktor Mensch bleibt im Recruiting unverzichtbar.

Wie bewerten Sie die Rolle von Big Data im Recruiting?
Es zeichnen sich spannende Entwicklungen ab, die aber in Deutschland, nicht zuletzt aus Datenschutzgründen, noch in den Kinderschuhen stecken. Unter dem Stichwort HR oder People Analytics können neue personalwirtschaftliche Erkenntnisse nicht nur in Bezug auf Recruiting, sondern auch darüber hinaus gewonnen werden. Durch die intelligente Verknüpfung verschiedener Datenpunkte können HR-Prozesse effizienter, transparenter und grundsätzlich faktenbasierter gestaltet werden. Kurzum: KPIs werden im Recruiting an Bedeutung gewinnen.

Wie steht es um Mobile aus Sicht klassischer Recruiter?
Mobile Lösungen erachten wir als essenziell. Jobsuchen laufen immer häufiger über Apps. Unternehmen, die Bewerbern die Möglichkeit bieten, sich mit zwei Klicks unkompliziert zu bewerben, haben auf jeden Fall das aktuelle Userverhalten und das entsprechende Potenzial erkannt. Es bleibt allerdings abzuwarten, ob die Vereinfachung des Bewerbungsprozesses auch zu einer Verbesserung der Bewerbungsqualität führt.

Was sagt Ihr Blick in die Zukunft?
Recruiting wird digitaler. Das erfordert Digitalkompetenz bei den Personalern, denn anspruchsvolle Bewerber erwarten State-of-the-art-Lösungen. Das ist eine fundamentale Veränderung in HR-Rollenprofilen, die aber positiv ist, weil HR so zu einem Treiber der digitalen Transformation wird. **mat**

nen Jobwechsel oder für einen Umzug errechnet. Über 700 angemeldete Kunden zählt Dittes inzwischen. Nach einer Testphase beträgt der Jahresbeitrag 3900 Euro. Die Unternehmen stoßen über eine Suchmaschine mit circa 30 Filtermöglichkeiten auf potenzielle Kandidaten, können diese in einer Liste ablegen, die von Zeit zu Zeit bezüglich der Daten und Wahrscheinlichkeiten aktualisiert wird, und diese anschreiben.

SCHNELLER UND EINFACHER

Auch Startups brauchen Mitarbeiter. Darauf hat sich Melikshah Ünver mit seinem Unternehmen **StartupCVs** spezialisiert. Der Personalexperte will Leute, die für ein Startup arbeiten wollen, auf einfache Weise mit Startups zusammenbringen. Sie laden dazu ihre Lebensläufe – „CVs“ – hoch, geben ihre Präferenzen ein und lassen sich matchen. Damit will Ünver auch die „Time-to-Hire“ verkürzen. Ist diese zu lang, kostet das das Unternehmen Geld – und Startup-Gründer gelten dem Klischee nach als notorisch klamm. „Das Pricing“ sei „fair“, sagt der gebürtige Reutlinger. „Bei Stepstone kostet ein Jobposting 800 bis 1000 Euro, bei uns kostet es in der Regel unter 100 Euro, und zwar pro Monat.“ Über 500 Startups versammelt er schon auf der Plattform.

DER MENSCH STELLT EIN

Insgesamt wird in der „Personalbeschaffung“ mehr und mehr gemessen: Big Data und Automatisierung stehen in der Recruiting-Branche erst am Anfang – sollen aber den Prozess in Zukunft erheblich entschlacken. Dass Technologie irgendwann die Personaler überflüssig macht, diese Zuspitzung weisen sowohl Startup-Gründer als auch ein klassischer Recruiter wie Fabian Kienbaum zurück (s. Interview links). Geßner bekommt beim Gedanken daran sogar Bauchschmerzen. „Ein **Initialmatch** kann man mit Algorithmen gut hinbekommen. Aber dann müssen Menschen miteinander sprechen. Ein Algorithmus wird keine Entscheidung treffen, wer den Vertrag letztlich bekommt“, sagt er. Und Talentwunder-Gründer Dittes sagt: „Die Personaler haben dank Algorithmen **mehr Zeit**, sich mit den Bewerbern zu beschäftigen.“ ■

Lead_10_2015_42-48_WORK.indd 51 15.10.2015 09:58:17