



© barano/Shutterstock

Früher war alles anders. Bewerbungen wurden per Post verschickt, Bewerbungsgespräche ausschließlich persönlich durchgeführt und manch einer erinnert sich sogar noch an Handschriftproben, die den Bewerbungsunterlagen beigelegt wurden. „Wenn wir jetzt eine Bewerbung per Post geschickt bekommen - das kommt eher selten vor -, dann schmunzeln wir oder wundern uns“, schildert Charlotte Eblinger-Mitterlechner, Geschäftsführerin des Wiener Personal- und Managementberatungsunternehmens Eblinger & Partner. Digitale Errungenschaften wie Jobplattformen, Social Media, aber auch eigens entwickelte Bewerbungstools haben den Bewerbungsprozess in den letzten Jahren maßgeblich verändert, weiß die Unternehmerin, die das mehr als 30 Jahre alte Familienunternehmen gemeinsam mit ihrem Bruder Florens Eblinger führt. „Es kommt immer darauf an, wen man erreichen möchte, aber was früher in der Zeitung inseriert wurde, spielt sich

heutzutage fast ausschließlich im Online-Bereich ab“, erklärt sie und betont, dass der Arbeitsprozess rund um Ausschreibungen und die Auswahl von Personal ohne technische Hilfen nicht bewältigbar wäre. Denn: „Wo früher vereinzelt Bewerbungen für eine Stelle hereingetröpfelt sind, bewerben sich heutzutage mehrere Hundert Personen.“

Faktencheck in sozialen Netzwerken

Besonders hilfreich sind die technischen Helfer rund um Facebook, LinkedIn und Co. auch im Bereich der Verifizierung von Angaben, weiß Alexander Granat, Headhunter und Gründer von Granat Executive Search. „Sei es über Homepages oder Social Media: Heutzutage kann man schnell und unkompliziert überprüfen, ob Angaben, die Bewerber über sich selbst machen, auch so stimmen. Man glaubt es kaum, aber gerade wenn es um hochkarätige Positionen geht, verwechselt ganz gerne einmal die eine oder andere Kommastelle“, so der erfahrene Personalberater.

Die Kehrseite der Medaille ist jedoch, dass diese Transparenz aber auch umgekehrt funktioniert und genutzt wird. „Über Bewertungsplattformen wie ‚Kununu‘ können Arbeitnehmer ihren Arbeitgeber bewerten. Bewerber nutzen diese Plattform natürlich, um sich im Vorfeld über einen Betrieb zu informieren - schlechte Bewertungen sind dabei fatal“, sagt Eblinger-Mitterlechner und erläutert: „Viele Unternehmen stecken Unsummen in Employer Branding. Das Ganze nutzt aber nichts, wenn die Mitarbeiter unzufrieden sind und negative Bewertungen auf solchen Plattformen abgeben. Da sollte man als Unternehmen ansetzen.“

Covid-19 als Feuerprobe

Noch einmal mehr befeuert wurde der technische Hype durch die aktuelle Corona-Pandemie. Bewerbungsgespräche wurden ins Home-Office verlegt und werden seither fast ausschließlich über Video-Calls durchgeführt. „Die aktuelle Situation erfordert es, neue Lösungen zu finden,

aber es ist schwieriger, Bewerbungsgespräche via Video zu führen. Selbst die hochauflösendste Kamera kann nicht das liefern, was bei einem echten Face-to-Face-Gespräch zustande kommt - nämlich das Zwischenmenschliche - das Gefühl, ob jemand zum Unternehmen und zur Firmenkultur meines Auftraggebers passt oder nicht“, ist sich Granat sicher. „Andererseits bekommt man Einblicke, die einem sonst verborgen bleiben würden“, erklärt er. Von Gesprächen mit Bewerbern im Haiwähiemd über das Bügelbrett im Hintergrund bis hin zu technischen Fauxpas: Seit Video-Calls im Bewerbungsprozess Einzug gefunden haben, gewähren manche Kandidaten den Unternehmen und Personalern unfreiwillige Einsichten in ihr Privatleben. Dieser Eindruck schwingt dann auch bei der endgültigen Entscheidung mit, sind sich die Experten einig.

Zwischen Christkind und Osterhase

Geändert hat sich im Laufe der Zeit auch die Rollenverteilung von Suchenden und Gesuchten, weiß Charlotte Eblinger-Mitterlechner. „Wir sind mitten in einem Generationenwechsel. Früher lag die Macht bei den Unternehmen, die Bewerber mussten sich beweisen. Heute können sie sich den Arbeitgeber aussuchen, sie haben es nicht mehr notwendig, sich reinzuknien“, schildert sie den aktuellen Machtkampf. Gleichzeitig haben sich - so die Eblinger-Mitterlechner - aber auch die Ansprüche an die Bewerber geändert: „Betriebe suchen die sogenannte eierlegende Wollmilchsau - der Bewerber soll alles können und am besten kein Geld dafür verlangen - eine Mischung aus Christkind, Weihnachtsmann und Osterhase.“

Quoten werden Thema

Auf der Suche nach solchen eierlegenden Wollmilchschweinen stolpern Headhunter und Personalentwicklungsunternehmen auch immer

VOICE OF DIVERSITY

Das Projekt Voice of Diversity wurde 2020 vom Career Center der TU Wien gestartet, um Unternehmen im Bereich „unconscious bias“ (unbewusste Diskriminierungsvorgänge) zu sensibilisieren. Über das Projekt bekommen Betriebe die Möglichkeit, mit hochqualifizierten Talenten aus

Technik und Naturwissenschaften in Kontakt zu treten und sich selber als innovativer Arbeitgeber zu präsentieren. Ziel ist es auch, Erkenntnisse und Erfahrungen zur Optimierung von Rekrutierungsprozessen zusammenzutragen. arbeitsgeber.tucareer.com

wieder über die Themen Quoten und Diversity. „Quoten sind gut. Und es ist toll, dass sich immer mehr Unternehmen auch in der Privatwirtschaft damit auseinandersetzen. Aus meiner persönlichen Erfahrung weiß ich aber, dass sie nur wenige tatsächlich umsetzen“, zieht Eblinger-Mitterlechner aus ihrer langjährigen Erfahrung Bilanz und betont, dass gerade Personalmanager gefragt sind, hier neue Wege einzuschlagen. „Personaler sind die Ersten, die diskriminieren, das beginnt schon bei der Ausschreibung einer Stelle. Man muss sich selber bei der Nase nehmen und überlegen, wen ich damit anspreche und wen ich vielleicht unbewusst ausgrenze.“

Dass Quoten wirken, weiß Anna Steiger, TU-Vizektorin für Personal und Gender. „Bereits im Universitätsgesetz 2002 wurde eine Frauenquote verankert und schon in den 1990ern gab es Frauenförderungsprogramme“, blickt sie zurück. In der Privatwirtschaft sei man auf einem guten Weg, so Steiger. „Solche Veränderungen passieren aber nicht von heute auf morgen, so etwas braucht Zeit“, erklärt sie. Dass Interesse bei den Unternehmen besteht, zeigt etwa das Projekt Voice of Diversity, das im Vorjahr vom TU Career Center gestartet wurde und sich mit dem Thema

Diskriminierung im Recruitingprozess auseinandersetzt (siehe oben). „Niemand diskriminiert absichtlich, wichtig ist aber, sich selbst und die eigenen Mitarbeiter zu sensibilisieren, damit hochqualifizierte Arbeitskräfte künftig nicht mehr übersehen werden.“

Was bleibt und wohin es geht

Wie es nach Covid-19 weitergeht und ob man wieder zu gewohnten Prozessen zurückkehren kann, können die drei Experten vorerst nicht beantworten. Fest steht jedoch, dass die Pandemie zwar technologische Fortschritte vorangetrieben hat, andere Errungenschaften im Bewerbungs- und Personalbereich jedoch wieder ins Abseits gedrängt hat. „Quoten, aber auch Fortbildungen und Zuckerl, um Mitarbeiter an sich zu binden, sind seit der Krise zum Luxusthema geworden. Wir werden sehen, wann wir wieder dort anschließen können, wo wir aufgehört haben“, so Eblinger-Mitterlechner. Sicher ist man sich jedenfalls, dass man von der digitalen wieder in die reale Welt zurückkehren wird. „Denn der direkte Kontakt ist für die erfolgreiche Positionsbesezung unersetzbar“, hebt Alexander Granat hervor.



Charlotte Eblinger-Mitterlechner, Geschäftsführerin Eblinger & Partner

„Wenige setzen Quoten auch um.“



Alexander Granat, Personalberater und Gründer von Granat Executive Search

„Direkter Kontakt ist unersetzbar.“



Anna Steiger, TU-Vizektorin für Personal und Gender

„Änderungen brauchen Zeit.“