

Online-Bewerbung auf dem Prüfstand

Die strukturierte Online-Bewerbung ist in die Jahre gekommen. Die enthusiastische Erwartung an ihre viel versprechenden Effizienzwirkungen hat sich mittlerweile deutlich abgekühlt. Die Bewerbung per Web-Formular ist auch bei attraktiven Kandidaten vergleichsweise unbeliebt geblieben. Zeit für eine kritische Überprüfung.



Vor einigen Jahren galt die strukturierte Online-Bewerbung als alleinseligmachender Weg zu mehr Effizienz in den Recruitingprozessen – und als Ausweis der Modernität für Arbeitgeber. Doch nicht alle mit den Online-Formularen verbundenen Erwartungen haben sich erfüllt. Viele der stark formularbasierten Systeme machen aufgrund ihrer mangelhaften Lesbarkeit Recruitern das Leben schwer. Ein weiterer Grund dafür, die bestehende Formularpraxis einmal genauer unter die Lupe zu nehmen: Denn sie verursacht Aufwand bei den Bewerbern. Kandidaten müssen ihre Daten für verschiedene Arbeitgeber immer wieder neu eingeben. Es gibt keine Standardbewerbung, die sich von Fall zu Fall an das Zielunternehmen anpassen lässt – zum Beispiel in den Anschreiben oder Lebensläufen. Das ist für Kandidaten bei der Bewerbung per Post oder E-Mail hingegen kein Problem. Die Folge: Aus Kandidatensicht fällt die strukturierte Online-Bewerbung im Vergleich zu anderen Bewerbungskanälen stark ab. In bewerberorientierten Märkten aber müssen sich die Recruitingprozesse nicht nur nach den Bedürfnissen der Unternehmen ausrichten, sondern vor allem an den Wünschen der Kandidatenzielgruppen.

Derzeit existiert im Hinblick auf Fach- und Führungskräfte in vielen Branchen und Funktionen ein Käufermarkt. Die Unternehmen bewerben sich bei den Kandidaten mindestens so stark wie umgekehrt. Arbeitgeber müssen händierend gesuchten Kandidaten die Bewerbung so leicht wie möglich machen. Was bedeutet dieser Grundsatz für

die Gestaltung von Online-Bewerbungsformularen? Dazu einige grundsätzliche Überlegungen.

Schlagzeilen machten einige große deutsche Arbeitgeber, als sie vor einigen Jahren ankündigten, nur noch Online-Bewerbungen zu akzeptieren. Dieses rigorose Abschalten von Alternativen zur strukturierten Bewerbung per Formular ist durchaus überdenkenswert.

Die eigene Rigorosität überprüfen

Kann das Unternehmen tatsächlich für alle Kandidatengruppen verlangen, dass Bewerbungen ausschließlich per Online-Formular möglich sind? Derzeit muss jedes Unternehmen selbst beurteilen, wie schwer es an die passenden Kandidaten herankommt. Dementsprechend sollte ein Unternehmen entscheiden, wie offen es für die Ansprache durch Bewerber außerhalb der strukturierten Online-Bewerbung ist.

Angesichts begrenzter Personalressourcen in den Recruitingabteilungen bleibt natürlich trotz dieser Überlegung der Druck, mit wenig Manpower eine hohe Zahl von Bewerbungen bearbeiten zu müssen. Vor diesem Hintergrund bieten einheitliche, strukturierte und leicht vergleichbare Bewerberdaten, wie sie gute E-Recruitingsysteme liefern, nach wie vor einen großen Vorteil. Die intelligenten unter diesen Systemen können allerdings mit verschiedenen stark strukturierten Bewerbungsformularen für verschiedene Zielgruppen arbeiten. Wenn sie in bestimmten Zielgruppen zu viele Bewerbungen bekommen, kön-

nen Unternehmen das als Filter einsetzen (also mehr Struktur und Standardabfrage – mit sehr detaillierten Fragebögen). Bei Positionen, für die es nur wenige Kandidaten auf den externen Märkten gibt, können sie weniger Pflichtfelder und mehr Uploadmöglichkeiten anbieten. Es ist zwar illusorisch, für jede Position ein maßgeschneidertes Bewerbungsformular zu schaffen, aber eine gewisse Anpassung nach Marktlage bei bestimmten Zielgruppen sollte ein gutes System möglich machen.

Sich an Bewerberwünschen orientieren

Wie frei darf eine Online-Bewerbung sein? Die Antwort auf diese Frage sollte sich nicht am technisch Machbaren orientieren, sondern daran, wozu die Daten überhaupt benötigt werden, die dieses Verfahren liefert. Arbeitgeber sollten nicht alles abfragen, was das System hergibt. Sind Hochschule, Schwerpunkte und Abschluss bei einem Kandidaten mit über zehn Jahren Berufserfahrung in einem ersten Schritt wirklich interessant? Brauchen Recruiter diese Informationen als Grundlage für die Einstellungsentscheidung, oder geht es hier wirklich nur um die erste Vorauswahl? Entsprechend sollten sich Recruiter selbst beschränken und sich fragen, ob sie tatsächlich alle abgefragten Daten für genau diese Entscheidung brauchen. Derzeit sind viele E-Recruitingssysteme aus dieser Perspektive mit überflüssigen Abfragen überladen. Eine individuellere Vorgehensweise wäre wünschenswert. Wenn es zum Beispiel bei einer Position sehr harte Kriterien wie Abschlussnoten gibt, die darüber entscheiden, ob ein Kandidat berücksichtigt wird oder nicht, dann müssen Recruiter in einem ersten Schritt nicht viel mehr abfragen. Im Detail, zum Beispiel in der Anordnung der abgefragten Felder, folgen Unternehmen am besten den gängigen Usability-Kriterien. Auch hier gilt das Prinzip: Wie möchten es die Bewerber am liebsten haben? Hinweise geben Studien, die Präferenzen von Internetnutzern in den Blick nehmen, zum Bei-

Online-Formularbewerbung	Checkliste
<ol style="list-style-type: none">1. Ausrichtung am Ziel der Vorauswahl: Fragt das Unternehmen tatsächlich nur Daten und Fakten ab, die es für die Vorauswahl von Kandidaten braucht?2. Öffnung für Alternativen der Bewerbung (E-Mail, Post): Besteht für Bewerber eine Pflicht zur Formularbewerbung? Gibt es für den Geschäftserfolg des Unternehmens kritische und auf dem externen Markt gesuchte Zielgruppen, für die derzeit nicht genug Bewerbungen eintreffen?3. Zielgruppenspezifische Anpassungspotenziale: Ist es sinnvoll, zwischen kritischen und weniger kritischen Bewerberzielgruppen bei der Formularbewerbung zu differenzieren? Erlaubt das benutzte System eine solche Differenzierung?4. Überprüfung der Usability: Entspricht die Gestaltung der Online-Formularbewerbung im Detail den in Studien dokumentierten Bewerberpräferenzen?5. Möglichkeiten der individuellen Selbstdarstellung: Bietet der Prozess Bewerbern genug Raum für die individuelle Darstellung?6. Zielgruppen-Check: Wann ist das E-Recruitingssystem kandidatenseitig zum letzten Mal einem Check durch eine Testgruppe unterzogen worden?	

spiel die im Juli 2008 veröffentlichte Umfrage des Marktforschers E-Result zur Abfrage von persönlichen Daten im Internet. Die Studie förderte zum Beispiel zutage, dass die meisten Internetnutzer lieber zuerst den Vornamen und dann den Nachnamen in ein Online-Formular eingeben (46,3 Prozent), nicht umgekehrt (15,2 Prozent).

In jedem Fall aber wünschen qualifizierte Kandidaten auch in der strukturiertesten Online-Abfrage Möglichkeiten, sich individuell zu präsentieren. Entsprechende Freitextfelder und Uploadmöglichkeiten für die Darstellung von besonderen Projekten, Erfahrungen oder gesellschaftlichem Engagement stehen bei Kandidaten hoch im Kurs. Diesen Wunsch sollten die Prozessverantwortlichen auf jeden Fall im Blick behalten. Für die Akzeptanz der Online-Bewerbung bei begehrten Bewerberzielgruppen ist dieser Punkt oft entscheidend. Wer sich den Arbeitgeber aussuchen kann, hat es nicht nötig, sich bei der Bewerbung in ein allzu enges Prozesskorsett pressen zu lassen. Bewerber müssen zumindest punktuell das Gefühl haben, sich auch frei darstellen zu können.

Einheitliches Format

Lösung im Dilemma zwischen den Effizienzwünschen der Recruiter und den Präferenzen der Kandidaten verspricht auf Dauer ein einheitliches Format für

die Online-Bewerbung, damit Kandidaten darauf zugreifen können, unabhängig bei wem sie sich bewerben – und entsprechende Schnittstellen auf den Karriereseiten der Unternehmen. Hierfür bedarf es eines einheitlichen elektronischen Standards, der sowohl von Jobbörsen als auch von Bewerbermanagementsystemen gelesen werden kann. Obwohl HR-XML als Standard zur Beschreibung und zum Austausch von Daten im Personalwesen bereits seit einigen Jahren existiert und vielerorts Anwendung findet, hat es sich als Alternative zum unternehmensindividuell gestalteten Bewerbungsformular noch nicht durchgesetzt. Es fehlt an marktdurchdringenden Lösungen zur Erstellung des HR-XML-Lebenslaufs und an den Möglichkeiten, diesen dann in das Bewerbermanagementsystem hochzuladen. Es ist an den Unternehmen, die Möglichkeiten zu schaffen, um diesen Weg bei den Kandidaten durchzusetzen. Solange das noch nicht der Fall ist, kann es sich für Arbeitgeber lohnen, ihre Bewerbungsangebote an die Mitarbeiter von morgen noch einmal kritisch zu überdenken.



Autor
Udo A. Völke,
Geschäftsführer, TMP Communication & Services GmbH,
udo.voelke@tmp.de