

## BEWERBERPORTALE IM WEB

# Vereinfachung oder Selbsttäuschung?

**In den letzten Jahren haben viele Firmen Onlineportale für Bewerber eingerichtet. Personalprofi Stefan Müller erläutert, warum es an der Zeit ist, diese Portalstrategie infrage zu stellen. Denn es handelt sich dabei um das Instrument eines Arbeitgebermarktes, der im hochqualifizierten Bereich zumindest in Deutschland so nicht mehr existiert.**

Oft lauten die Argumente für Onlineportale nach außen: leichter Zugang für Bewerber sowie bessere Zuordnung von Profilen und offenen Stellen. Gelegentlich kommt noch das Signal der Gerechtigkeit hinzu, wonach jeder Bewerber gleich behandelt werden soll. Intern ist die Begründung in der Regel eine andere: Angesichts der Flut von E-Mail-Bewerbungen sind Personal- und Fachabteilungen kaum mehr in der Lage, den Überblick über die Zusendungen zu behalten, gezielte Bewerbungen auf offene Positionen von Initiativbewerbungen zu unterscheiden und Irrläufer an die richtige Stelle zu bringen.

Onlineportale schienen die Lösung aller Probleme zu bieten. Bewerber erlebten jedoch eine Beschäftigungstherapie der be-

sonderen Art: Nicht selten saßen sie drei Stunden vor dem Laptop, um ein einziges Firmenportal adäquat auszufüllen. Masken und Untermasken riefen nach immer neuen Eingaben, bei Unklarheiten gab es keinen Ansprechpartner, manche „Pflichtfelder“ lösten Magendrücken aus und kurz vor Vollendung des großen Werkes stürzte dann noch das Portal oder die Internetverbindung ab. Kurzum: Der Frust wuchs schon bei der Eingabe und der Bewerber begann sich zu fragen, ob es nicht andere Wege zu einer neuen Stelle geben könnte.

Wer aber glücklich alle Windungen der Onlinebewerbung bewältigt hatte und gespannt war, wer ihm mit welcher Botschaft antworten würde, erlebte häufig – nichts! Viele Unternehmen hielten es nicht

einmal für nötig, eine Empfangsbestätigung abzugeben, geschweige denn einen Ansprechpartner zu nennen oder über den Fortgang zu informieren. Andere schalteten eine automatische Rück-E-Mail, der man ihre Anonymität auf den ersten Blick ansah. Und es gab Texte mit dem Wortlaut: „Wenn Sie in den nächsten drei Wochen keine weitere Nachricht erhalten, können wir Sie leider nicht berücksichtigen.“

## Absolventen haben die Wahl

Indes hat sich seit Einführung der Portale etwas Wesentliches verändert: Während HR- und Linienmanager namhafter Unternehmen noch vor einigen Jahren behaupten konnten, dass die Bewerber Schlange ständen und sie ihnen deshalb jeden Zugangsweg zumuten könnten, haben qualifizierte Absolventen und wechselbereite Profis inzwischen gelernt, dass sie begehrt sind und dass die Firmen um sie kämpfen müssen. Wer heute schon im dritten Semester angesprochen wird auf eine spätere Karriere, wird sich wohl überlegen, welche Wege an den Markt seinen Vorstellungen entsprechen oder welche er nötig hat!

Im Rahmen einer Untersuchung aus dem Jahr 2012 über die Akzeptanz und Sicherheit von Online-Bewerberportalen stellte Alexandra Palandrani von der IBS Schreiber GmbH die Frage: „Welche Verfahren bevorzugen Sie, um Bewerbungen an ein Unternehmen zu senden?“ Die Antwort muss für alle „Portal-Befürworter“ alarmierend sein: 48 Prozent möchten sich am liebsten schriftlich per Post bewerben, 30 Prozent per E-Mail, 16 Prozent schrift-



Laut einer IBS-Studie aus dem Jahr 2012 bevorzugt nach wie vor knapp die Hälfte aller Bewerber die klassische Bewerbung auf dem Postweg. Foto: derateru – pixello



Foto: smpp

Stefan  
Müller

ist als Personal- und Karriereberater ein Partner des VAA. Er informiert und berät VAA-Mitglieder zu allen Themenfeldern der beruflichen Entwicklung.

Kontakt:  
stefan müller personalperspektiven  
Tel. 0711 67400-195  
beratung@smpp.de  
www.smpp.de

Grafik: JISIGN – Fotolia

lich mit persönlicher Abgabe und nur 5 Prozent über das Onlineportal! Knapp die Hälfte derer, die das Portal dennoch nutzen, geben Daten nicht vollständig an – wohl auch, weil 46 Prozent die Vertrauenswürdigkeit der Bewerberportale als mangelhaft bezeichnen. Ganz anders reagierten die rund 60 befragten Unternehmen aller Branchen: 68 Prozent favorisierten Onlinebewerberportale als primären Zugangsweg.

Untersuchungen zur Behandlung von Bewerbungen in Onlineportalen gab es schon an mehreren Hochschulen – häufig mit desaströsen Ergebnissen hinsichtlich der Kommunikation. Unter der Hand geben Personalchefs auch zu, dass ein „Matching“ der Profile mit den offenen Positionen per Computer größtenteils nicht funktioniert. Der Grund: Die Komplexität der Kriterien einerseits und die Qualifikationen der Bewerber andererseits müssten entweder auf ein Minimum an Übereinstimmung reduziert werden oder sich gegenseitig nicht treffen. Endgültig überfordert ist die Maschine dann, wenn sie praktische Erfahrungen würdigen soll, die theoretische Kenntnisse oder Zertifikate ersetzen können.

Ein Umdenken hat bisher selten eingesetzt, offenkundig auch aus Mangel an Alternativen beziehungsweise aufgrund der Dominanz der Kostenrechner, die den langfristigen Schaden für die Firma nicht sehen wollen.

### Quantität statt Qualität

„Wir bekommen noch genügend Bewerbungen, um alle Stellen besetzen zu können“, so eine beinahe trotzig Reaktion auf die Kritik an Bewerberportalen. Diese blendet aber einen zentralen Aspekt aus: Selbst wenn die Bekanntheit des Unternehmens noch eine Weile die Bewerbermenge sichert – die Bewerberqualität geht an andere. Ein selbstbewusster Kandidat will nicht mehr hören, dass sich alle über das Portal bewerben müssen. Er muss sich dort nicht bewerben, wenn er an anderer Stelle persönlich, wertschätzend, individuell und aufmerksam behandelt wird.

Doch was ist die Alternative zu Portalen? Unternehmen und Führungskräfte sollten sich endlich mit professioneller Un-

terstützung der Frage stellen, warum Bewerber zu ihnen kommen und Arbeitnehmer bei ihnen bleiben möchten. Mitarbeiter lassen sich nicht mehr allein von Geld und Karriereversprechen locken. Sie wollen als Individuen mit der Erwartung einer persönlichen Wahrnehmung und einer spezifischen Vorstellung von Arbeitsatmosphäre abgeholt werden.

In einem transparenten Markt reicht das Erzeugen einer Hochglanzfassade für das „Employer Branding“ nicht mehr: Gnadenlos wird sie von sozialen Netzen wie **www.kununu.com** entlarvt. Es ist an der Zeit, in Bewerbern und Mitarbeitern die ganze Persönlichkeit zu sehen und zu würdigen. Ein Bewerberportal ist das Gegenteil einer persönlichen Einladung in ein Unternehmen!

In der praktischen Umsetzung sollten diese Maschinen wieder durch Menschen ersetzt werden. Wie dies effizient gehen kann, zeigen einige Unternehmen zum Beispiel durch qualifiziert besetzte Bewerbercenter als freundliches Eingangstor und lebendige Brücke in das gesamte Unternehmen.