

Bewerberportale – Vereinfachung oder Selbsttäuschung?

In den letzten Jahren haben viele Firmen Bewerberportale eingerichtet. Die Begründung nach außen war oft der leichtere Zugang für Bewerber, die bessere Zuordnung von Profilen und offenen Stellen und gelegentlich noch das Signal der Gerechtigkeit – jeder Bewerber sollte gleich behandelt werden.

Die interne Begründung war i.d.R. eine andere: Angesichts der Flut von Mail-Bewerbungen waren Personal- und Fachabteilungen kaum mehr in der Lage, einen Überblick über die Zusendungen zu behalten, gezielte Bewerbungen auf offene Positionen von Initiativ-Bewerbungen zu unterscheiden und Irrläufer an die richtige Stelle zu bringen.

Online-Portale schienen die Lösung aller Probleme zu sein. Die Bewerber erlebten nun eine Beschäftigungstherapie der besonderen 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 Internet-Verbindung 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 Online-Bewerbung 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-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.“

Indes hat sich seit Einführung der Portale in Deutschland etwas Wesentliches verändert: Während HR- und Linienmanager namhafter Unternehmen noch vor einigen Jahren behaupten konnten, dass die Bewerber Schlange stehen und ihnen deshalb jeden Zugangsweg zumuten konnten, 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 im 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% möchten sich am liebsten schriftlich per Post bewerben, 30% per E-Mail, 16% schriftlich mit persönlicher Abgabe und gerade mal 5% per Online-Bewerberportal! Knapp die Hälfte derer, die das Portal dennoch nutzen, geben Daten nicht vollständig

an, wohl auch geprägt von einem anderen Ergebnis: Die Vertrauenswürdigkeit der Online-Portale bezeichnen 46% als mangelhaft und 19% als noch ausreichend.

Ganz anders reagierten die rund 60 befragten Unternehmen aller Branchen: 68% favorisierten die Online-Bewerberportale als primären Zugangsweg. Untersuchungen zur Behandlung von Bewerbungen in Online-Portalen gab es schon an mehreren Hochschulen – i.d.R. mit desaströsem Ergebnis hinsichtlich der Kommunikation zu den Bewerbern. Unter der Hand geben Personalchefs auch zu, dass das „Matching“ der Profile mit den offenen Positionen per Computer in aller Regel nicht funktioniert, weil die Komplexität der Kriterien einerseits und die Qualifikationen der Bewerber andererseits entweder auf ein Minimum an Übereinstimmung reduziert werden müssten 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 einem Mangel an Alternativen bzw. aufgrund der Dominanz der Kostenrechner, die den langfristigen Schaden für die Firma nicht sehen wollen.

„Wir bekommen noch genügend Bewerbungen, um alle Stellen besetzen zu können.“ Diese beinahe trotzige Reaktion auf die Kritik an Bewerber-Portalen blendet einen ganz zentralen Aspekt aus: Selbst wenn die Bekanntheit des Unternehmens noch eine Weile die Bewerbermenge sichert – die Bewerberqualität geht an andere. Als selbstbewusster Kandidat will ich nicht mehr hören, „dass sich alle über das Portal bewerben müssen“. Ich muss mich hier nicht bewerben, wenn ich an anderer Stelle persönlich, wertschätzend, individuell und aufmerksam behandelt werde.

Es ist an der Zeit, die Portal-Strategie infrage zu stellen. Es ist das Instrument eines Arbeitgebermarktes, der im (hoch-)qualifizierten Bereich zumindest bei uns nicht mehr existiert.

Und die Alternative? Unternehmen und Führungskräfte sollten sich endlich mit professioneller Unterstützung der Frage stellen, warum Bewerber zu ihnen kommen und Arbeitnehmer bei ihnen bleiben möchten, die sich nicht mehr alleine von Geld und Karriereversprechen locken lassen, sondern als Individuum mit einer persönlichen Erwartung an Wertschätzung und einer eigenen Vorstellung von Maß und Qualität der Arbeit abgeholt werden wollen.

Entsprechend reicht in einem transparenten Markt für das Employer-Branding nicht mehr das Erzeugen einer Hochglanz-Fassade, die von www.kununu.com und anderen sozialen Netzen gnadenlos entlarvt wird. Es ist an der Zeit, im Bewerber und Mitarbeiter die ganze Persönlichkeit zu sehen und zu würdigen. Wir gehen immer noch zu Menschen zur Arbeit – ein Bewerberportal ist das Gegenteil einer persönlichen Einladung in mein Unternehmen!

In der praktischen Umsetzung sollten wir diese Maschinen wieder durch Menschen ersetzen – wie das wirtschaftlich und effektiv gehen kann, zeigen einige Unternehmen z.B. durch qualifiziert besetzte Bewerber-Center, die freundliches Eingangstor und lebendige Brücke in das gesamte Unternehmen sind.