

## **Nachbericht: Medien gut genutzt**

### **Nutzen Sie die Möglichkeiten unterschiedlicher Medien im Recruiting!**

Am 10. Februar 2009 lud das Netzwerk Humanressourcen zum ersten Expertenforum des Jahres ins neue Arc Electronica Center. Über 80 PersonalistInnen und Interessierte folgten der Einladung, um sich über verschiedene Perspektiven und Möglichkeiten von Medien im Recruiting zu informieren. Hochkarätige ReferentInnen präsentierten im Laufe des Abends, worauf es bei Print- und Online-Medien ankommt und was diese bieten.

#### **Wie Medien ticken und wie Sie in die Medien kommen**

„Wenn man etwas Neues, Interessantes und Aktuelles zu berichten hat, hat man beste Chancen in die OÖ Nachrichten zu kommen“, erklärte Mag.<sup>a</sup> Sigrid Brandstätter in ihrem Vortrag. Da RedakteurInnen am Tag zwischen 150 und 200 Mails erhalten sollte darauf geachtet werden richtig bei der Kontaktaufnahme vorzugehen. Als erstes sollten sich Gedanken gemacht werden, wo und bei wem man seine Neuigkeiten platzieren möchte. Der nächste Schritt ist ein Telefonat, in dem angekündigt wird, um was es geht und anschließend ein Mail mit aussagekräftigem Betreff, dem Text im Fließtext, sowie Fotos in Druckqualität. Wichtig ist es, eine/n AnsprechpartnerIn anzuführen der/die für Rückfragen auch tatsächlich erreichbar ist.

#### **Der erfolgreiche Einsatz der Firmenwebsite als Recruitinginstrument**

Dass die Firmenwebsite unter einer einfachen Adresse erreichbar ist und dass der Gesamteindruck des Designs, die Benutzerfreundlichkeit und die Inhalt stimmen, sind wichtige Punkte auf die bei einer Firmenwebsite geachtet werden soll. Wurden früher die Websites nur für KundInnen ausgerichtet, werden sie heute ebenso zum Recruiting genutzt. „Der Bereich Karriere soll von der Startseite aus ersichtlich sein und einen Überblick über das Unternehmens, Daten & Fakten, sowie zum Leitbild und den Werten des Unternehmens beinhalten. So können sich die BewerberInnen bereits im Vorfeld ein Bild machen, ob sie sich mit dem Unternehmen identifizieren können.“ Wichtig ist, dass der/die BenutzerIn sieht, dass Stellenanzeigen auch aktuell sind, wo der Einsatzort sein wird und wer die Ansprechperson ist.

#### **Vorteile eines prozessorientierten BewerberInnenmanagements**

„Beim BewerberInnenmanagement geht es um die Kommunikation mit einer/m BewerberIn und einer/m KundenIn und einen Job, der besetzt werden soll“, erklärt Gregor Minichberger von ePunkt Internet Recruiting GmbH. Die BewerberInnendatenbank bietet einen Überblick über die Bewerber, sowie deren Status. Sobald ein/e BewerberIn angelegt wird, werden alle Informationen - von Lebenslauf über E-Mail-Verkehr bis hin zum Status ob er/sie bereits für einen Job vorgeschlagen wurde – gespeichert. Das System bietet die Möglichkeit, Stellenanzeigen direkt auf die Firmenhomepage sowie auf Jobbörsen zu verlinken.

#### **Internet als Recherchequelle im Recruiting**

„Es liegt in der Verantwortung jedes/r Einzelnen seine Identity zu managen“, meint Helge Fahrnberger, Web 2.0 Berater und Spezialist für neue Medien. Jeder sollte wissen, was über sich im Internet gefunden werden kann. Tipps, zur Suche im Internet um Informationen über BewerberInnen und potenzielle MitarbeiterInnen zu bekommen gab es in diesem Vortrag. „Wenn man zum Beispiel nach Handynummern sucht, ist es möglich Informationen zum/r BewerberIn zu finden, die durch die Suche nach dem Namen nicht gefunden werden, weil sich der User bei einer Seite nur mit der Nummer angemeldet hat.“

Für viele TeilnehmerInnen waren diese Informationen ein Aha-Erlebnis, das zum Nachdenken anregt. So wissen beispielsweise viele nicht, dass über die Wunschliste bei Amazon Informationen über bevorzugte Bücher von BewerberInnen abgefragt werden können.

Fazit des Inputs war, dass es durchaus spannend ist, welche Möglichkeiten das Internet im Recruiting bietet. Es ist jedoch in gewissen Punkten auch eine ethische Frage, ob die Verwendung dieser Methoden noch vertretbar ist oder bereits zu sehr in das Privatleben der BewerberInnen eingreift. Zumindest wurden die TeilnehmerInnen angeregt, sich Gedanken zu machen, welche Spuren man selbst bereits im Internet hinterlassen hat.