

PRESSEINFORMATION

Trends in der HR-Branche

HRocks-Expertenbefragung:

Recruiting vor dem Neustart: Bewerbende und Recruiter tauschen die Rollen

Kreativer, empathischer und technisch aufgeschlossener. So müssen sich Personaler künftig präsentieren. Die gesamte Branche steht vor einem Restart: Wenn Unternehmen aktiv um die Gunst der Bewerbenden kämpfen müssen, steht ein spannender Rollentausch an. Da sind sich die Top-Speaker des Fachkongresses HRocks einig.

Hamburg, 29.09.2021 – Recruiting steht in Deutschland vor einer grundsätzlichen Neuausrichtung. Aus Jobsuche wird Personalsuche und diese muss sich künftig viel stärker an der individuellen Lebenswirklichkeit der Menschen orientieren. Das betrifft sowohl die Art der Ansprache als auch die Wahl der Kanäle. Das ist das Fazit einer Expertenbefragung des Fachkongresses HRocks Human Resources Congress & Expo. HRocks wird von Fleet Education Events als Erweiterung des DALK (Deutscher Ausbildungsleitungskongress) mit einem neuen Konzept vom 22. bis 24. November in Düsseldorf als Premiere veranstaltet.

TikTok statt Jobbörse

Das klassische Recruiting-Instrument Stellenanzeige verliert dabei massiv an Bedeutung. „Die intensive Ausrichtung auf die gesuchte Zielgruppe ist der entscheidende Hebel für Erfolg im Recruiting. Anstelle der üblichen Jobbörsen sind Kanäle erforderlich, in denen sich die Zielgruppen wirklich bewegen - vom digitalen TikTok bis zum LKW als Anzeigesäule auf der Straße. Statt Standardfloskeln in Anzeigen sind individualisierte Texte gefragt. Passives Abwarten muss durch aktives Ansprechen und Handeln erweitert werden“, resümiert etwa die renommierte Beraterin und Autorin Ulrike Winzer. Insbesondere innovative Social Media-Auftritte substituieren zunehmend die herkömmlichen Stellenanzeigen – vor allem bei jungen Zielgruppen geht nichts mehr ohne sie. „Mobile Recruiting und Social Media Recruiting sind kein Trend mehr, sondern sind nun bei den meisten Firmen bekannt oder werden schon eingesetzt. Hierbei ist jedoch die Plattform TikTok noch neu und ich denke, dass diese in 2022 und 2023 für das Azubimarketing an Bedeutsamkeit gewinnen wird“, so Viet Pham Tuan, Geschäftsführer der Social Natives GmbH.

Flirten und Performen - nur Abwarten reicht nicht

Insgesamt, das zeigt die Befragung bei den Speakern von HRocks deutlich, verändert sich die Mechanik in der Ansprache: Statt herkömmlichem Headhunting geht es um einen proaktiven

und langfristigen Dialog mit den High Potentials. In den Fokus geraten dabei insbesondere auch solche, die augenblicklich noch gar keine neue berufliche Herausforderung suchen. Für Persoblogger-Gründer Stefan Scheller ist klar: „Recruiting muss sich von der passiven Suche nach Talenten über Stellenanzeigen in Richtung eines aktiven Recruiting entwickeln.“ Auch für Susanne Risch, Mitglied des Vorstands der brand eins Medien AG, müssen High Potentials gezielt und aktiv angesprochen werden: „Posts und Stellenanzeigen werden künftig noch mehr ignoriert werden als heute. Schon jetzt empfinden viele sie als hohles Geschwätz, um nicht zu sagen, als Beleidigung ihrer Intelligenz. Die besten Köpfe verschwenden keine Zeit mit der Lektüre. Sie sind nicht aktiv am Markt, aber durchaus offen für anregende Gedanken – wenn Sie kultiviert und authentisch vorgetragen werden. Vertrauen und Glaubwürdigkeit sind der Schlüssel zu ihrer Aufmerksamkeit. Und entstehen durch langfristig angelegtes, absichtsloses Networking mit relevanten Communities am Markt.“

Empathie (und Individualisierung) statt Technokratie (und Rundumschlag)

Doch das setzt bei Personalern ein hohes Maß an Empathie voraus, um viel stärker auf die individuellen Bedürfnisse eingehen zu können. „Angebote für aktuell und zukünftige Mitarbeitende wie Job-Ticket, E-Bike und mehr müssen bei der Zielgruppe wirklich Interesse und Begeisterung auslösen und sich im Idealfall von den Angeboten der Wettbewerber unterscheiden. Dazu kommen Schnelligkeit und Verbindlichkeit. Es klingt so unspektakulär. Aber weil Individualisierung viel Arbeit bedeutet, haben viele Unternehmen hier hohen Nachholbedarf“, so Winzer. „Jeder weiß, dass berufliche (Fehl-) Entscheidungen eine größere Tragweite haben als der Fehlkauf eines Anzugs. Wenn es zu den wichtigen Entscheidungen im Leben kommt – und die Wahl des richtigen Unternehmens gehört dazu –, sollten Jobsuchende integrale Gesprächspartner erwarten dürfen, mit denen sie auf Augenhöhe die gemeinsamen Optionen diskutieren können. Menschen, die immer auch die Interessen des anderen mitdenken, anstatt Jobs zu verkaufen“, sagt Susanne Risch dazu. Oder wie Stefan Scheller es kurz und prägnant zusammenfasst: „Das Mindset im Recruiting muss sich von einem restriktiven „Gatekeeper“ in Richtung Growth, also offen und wachstumsorientiert, entwickeln.“

Ein Event am Puls der Branche

„Der War for Talents tobt und das Recruiting steht vor massiven Umbrüchen. Viele Personalern benötigen neue Strategien oder frische Impulse, um mit diesen Veränderungen zurechtzukommen. Ihnen bieten wir mit HRocks eine Veranstaltung, die sie bei der Bewältigung der aktuellen Herausforderungen unterstützt und sie auf zukünftige Entwicklungen in der

Branche vorbereitet. Unsere Speaker, Aussteller und Partner kennen die Trends , sie gestalten sie selbst mit und sie gehen mit frischen Ansätzen voran. Auf HRocks haben die Teilnehmenden die Chance, direkt von den Branchengrößen zu lernen, ins Gespräch zu kommen und HR in die Zukunft zu katapultieren“, so Axel Korda, Geschäftsführer von Fleet Education Events.

Top-Speaker geben bei HRocks neue Impulse und zeigen u. a. auf, wie sich das Recruiting verändern muss, um Unternehmen auch langfristig für High Potentials interessant zu machen.

Pressekontakt Fleet Events:

Nele Bruns

M: nele.bruns@fleet-events.de

T: + 49 (0) 40 66 906-959

Über HRocks

Deutschlands führender Ausbildungsleiterkongress, DALK, wird zu HRocks - Human Resources Congress & Expo: Das HR-Erlebnis mit überarbeitetem Konzept, neuen Programmpunkten und Feelgood-Charakter. Im Fokus von HRocks stehen vier wesentliche HR-Disziplinen: Der thematische Schwerpunkt des DALK, Ausbildung, wird erweitert um Recruiting, Administration und Betriebliches Gesundheitsmanagement. Das Ziel ist es, den Entscheidern und Insidern der HR-Branche eine Plattform für Bildung und Networking in entspannter Lounge-Atmosphäre zu bieten. Hinter dem Kongress steht Fleet Education Events, eine Tochter des Hamburger Kongress- und Messeveranstalters Fleet Events. Exklusiver Gesundheitspartner von HRocks ist die Techniker Krankenkasse.

Über Fleet Events

Die Fleet Events GmbH mit Sitz in Hamburg gehört zu Deutschlands führenden privaten Messe- und Kongressveranstaltern. Mit ihren Tochterfirmen Fleet Education Events und CE Chefs Events konzipiert und realisiert das 2006 gegründete Unternehmen Consumer- und Business-Events wie Babini (ehemals Babywelt), Eat&Style und Man’s World, Fachveranstaltungen wie Chef-Sache, W3+ Fair und Photonics+ sowie die Bildungskongresse DSLK, ÖSLK, DKLK, ÖKLK, HRocks und DILK. Über die Tochter Fleet X wird mit Xircus eine eigene Online-Eventplattform entwickelt, mit der Fleet Events nun zusätzlich digitale bzw. hybride Veranstaltungen anbietet. Insgesamt organisiert Fleet Events damit heute über 50 Großveranstaltungen im Jahr sowohl live als auch digital. Die Geschäftsführung des mehr als 60 Mitarbeitende starken Unternehmens liegt bei den Gesellschaftern Dr. Thomas Köhl und Christoph Rénevier.