



„Geschwindigkeit ist ein zentraler Faktor“

Onlinebasierte Jobbörsen werden zunehmend genutzt und gelten bei Arbeitgebern als wirkungsvolles Medium in der Rekrutierung neuer Mitarbeiter. Im Kampf um die besten Fachkräfte spielen neue Technologien und Geschwindigkeit eine immer größere Rolle. Monster ist als Pionier im Bereich Online Recruiting tätig und weiß, worauf es heute ankommt, um die passenden Kandidaten für das jeweilige Unternehmen zu finden.

Prof. Dr. Jo Groebel: Mich freut besonders, mit Ihnen heute als Monster-Chef zu sprechen. Ich hatte bereits 1996 das Vergnügen, zum Start des Unternehmens in den Niederlanden eine Einführungsrede zu halten. Mit Monster wurde der Traum eines weltweiten Recruiting per Mouse-Click wahr. Ihr Motto lautet: All Jobs, All People. Sind die entsprechenden Prozesse der globalen Arbeitsplatzvermittlung inzwischen weitgehend automatisiert, wie wir das von Partnerbörsen kennen, auch wenn der Vergleich natürlich hinkt?

Marc Irmisch-Petit: Ja und nein. Tatsächlich haben wir beim Recruiting auf Social Media wie Facebook und Twitter zur Ansprache passiv Suchender die Abläufe automatisiert und erreichen so eine sehr große Anzahl potenzieller Jobkandidaten. Bei den Kernprozessen aber ist unsere Kompetenz nicht mit Automatisierung allein umzusetzen.

Um noch mal den Vergleich mit Partnerbörsen zu bemühen: Dort gelten ja online zustande gekommene Beziehungen inzwischen im Vergleich zu traditionellen als haltbarer. Gilt das auch für das Recruiting?

Nein, dazu spielen nach dem ersten, noch automatisierten Onlineprozedere zu viele Zusatzfaktoren eine Rolle. Für einen ersten, möglichst breit fundierten Selektionsablauf ist die digitale Welt hervorragend geeignet. Dann allerdings geht es um vertiefende Analysen, die bis zur Entscheidung nicht ausschließlich online verlaufen können, um die richtige Person mit dem richtigen Job zusammenzubringen. Auch wenn wir es nicht explizit analysiert haben: Generell ist in etlichen Branchen die durchschnittliche Verweildauer im Job von kürzlich noch drei Jahren auf unter zwei gesunken. Auch, weil im Entscheidungsprozess von Anbieter und Interessent sehr häufig nicht alle von uns angebotenen Qualitätskriterien genutzt werden. Zudem hat sich die Situation von einem Arbeitgeber- zu einem Arbeitnehmermarkt gewandelt. Qualifikation und Fachkräfte sind deutlich rarer geworden.

Heißt das, dass auch mit Monster nicht das Ende des Personalberaters gekommen ist?

Natürlich spielen Headhunter vor allem für höhere Positionen nach wie vor eine wichtige Rolle. In der Breite aber

bieten wir global die Möglichkeit, für die Kombination aus fünf Millionen Jobangeboten und potenziell fünfzig Millionen Kandidaten die zehn besten Bewerber herauszufiltern, und das automatisiert. Das Robot-Recruiting ist also eine exzellente Möglichkeit, optimal im Vorfeld zu filtern und Information zu nutzen. Vor der Endauswahl ist damit eine perfekte Kriterien-Basis geschaffen. Der Rekrutierungsprozess wird in diesem Fall elektronisch, also mit Algorithmen gesteuert.

Lässt sich Robot-Recruiting denn auch für die Berücksichtigung von Soft Skills, also von weichen Faktoren, einsetzen?

Im Sinne der Vorauswahl liegt der Akzent schon eher auf messbaren, objektivierbaren Kriterien. Gerade die Objektivierung des Auswahlprozesses ist eine herausragende Stärke. Subjektivität, Vorurteile, Ressentiments fallen bei Betonung der reinen Sachfaktoren zunächst ganz weg. Im Nachgang kann man sich dann im persönlichen Gespräch mit den in der Regel schon sehr gut geeigneten Kandidaten auf die notwendigen Soft Skills konzentrieren. Die Kombination von Online-Recruiting und unserer vertiefenden Expertise macht unser Profil aus.

Können Sie uns einen idealtypischen Verlauf des Monster-Recruiting beschreiben?

Ein zentraler Teil unserer Arbeit ist es, Arbeitgeber bereits bei der Stellenbeschreibung zu beraten. Wir helfen bei dem Herauskrystallisieren der gewünschten Kriterien oder bei den Formulierungen.

Die richtige Formulierung, ein häufig unterschätzter Faktor. Ich könnte mir denken, dass diese für die Bewerber eine große Rolle spielt ...

Absolut. Es ist zum Beispiel wichtig, in den meisten Fällen genderneutral auszuschreiben. Trotzdem mag es natürlich auch korrelierende Eigenschaften geben, die es durch entsprechende Formulierungen Männern oder Frauen jeweils mehr nahelegen, sich zu bewerben. Das gilt auch für viele andere Charakteristika. Das Wording legt bereits fest, wer sich angesprochen und aufgefordert fühlt. Das ist eine unserer Kernkompetenzen.



Wer zahlt für die Dienstleistung, ist es der Bietende oder der Suchende?

Es ist immer der Arbeitgeber. Wir vermitteln ihm passgenau die Interessenten für seine ausgeschriebenen Positionen.

Ich wüsste gerne mehr über die Geschichte des Unternehmens. Monster gilt als einer der großen Web-Pioniere ...

Ja, Monster gilt als Erfinder des Online-Recruiting. Ge-gründet wurde das Unternehmen bereits 1994 in den USA. International war Monster mit seiner Erfolgsformel sehr schnell präsent. 1996 kam es zur Niederlassung in den Niederlanden.

Wieso in Deutschland erst im Jahr 2000?

Ganz einfach, es gab in Deutschland das Unternehmen Job-Pilot, das dann aber von Monster übernommen wurde.

In wie vielen Ländern ist Monster in Europa vertreten? Und wie steht es um den Wettbewerb?

Auf unserem Kontinent gibt es Monster in vierzehn Ländern. Inzwischen tummeln sich dabei allein in meinem Einzugsbereich, den DACH-Staaten, 1.400 Anbieter, die irgendwie auch Online-Recruiting einsetzen.

... aber eben weder mit Ihrem globalen Einzugsbereich, noch mit Ihrem Kompetenzrepertoire, noch mit Ihrem

Erfahrungshintergrund. Über wie viele Jobs jährlich sprechen wir bei der Monster-Vermittlung?

Wir gehen in unserem Bereich von 250.000 publizierten Stellenangeboten jährlich aus, dabei 100.000 Unternehmen oder Organisationen und Millionen potenzieller Kandidaten.

Wie ist das Unternehmen in Europa aufgestellt?

Unsere Headquarters sind in London, wichtig ist aber auch unser European Center of Excellence in der Tschechischen Republik als zentrales Servicezentrum. Dort bieten wir unter anderem europaweit Unterstützung für strukturelle Veränderungen und Vertragsgestaltungen.

Sie beschäftigen sich viel mit dem, was eine Führungskraft heutzutage mitbringen muss. Was heißt das für die Führungsphilosophie bei Monster?

Unser sozialer Slogan sagt es bereits: Es geht um Dich. Das gilt für Kunden, Partner und eben auch für Kollegen und Mitarbeiter. Für mich persönlich spielt Klarheit eine zentrale Rolle. Jeder muss wissen, woran er ist, was von ihm oder von ihr erwartet wird. Auf dieser Basis kann dann jeder eine Arbeits- und Karriereentscheidung treffen. Auch die Konsequenzen des eigenen Handelns müssen dem Mitarbeiter immer deutlich sein. Mit diesem Prinzip bin ich in den zwanzig Jahren meines Berufs- und Führungslebens immer gut gefahren. Jeder muss für sich klar entscheiden können.

Sehen Sie generell bei Ihren Kunden eine Veränderung der Stellenbeschreibungen? Wie wichtig ist heute das Gehalt im Vergleich zur Work-Life-Balance?

Generell stellen sich heute junge Menschen darauf ein, länger und flexibler zu arbeiten und arbeiten zu müssen. Entsprechend wichtig ist, die eigenen Ressourcen auch langfristig einschätzen und einsetzen zu können. Daraus resultiert zum Beispiel, dass ein heute Dreißigjähriger durchaus eine Auszeit für Karriereveränderungen oder Orientierungsphasen nutzt. Lineare Lebensläufe sind nicht mehr selbstverständlich. Als Arbeitgeber

VITA

Marc Irmisch-Petit wurde 1968 in Stuttgart geboren. Seit 2015 leitet er als Vice President General Manager die Geschäftsaktivitäten der Monster Worldwide Deutschland GmbH, der Monster Worldwide Austria GmbH und der Monster Switzerland AG. Er kam 2013 als Director Sales Germany zu Monster. Nach seinem Abschluss als Bachelor of Business Administration 1995 begann seine Karriere bei Hewlett Packard und führte zu Microsoft Deutschland GmbH, wo er u.a. als Director Distribution Business zwölf Märkte verantwortete. 2010 folgte der Wechsel als VP Small & Medium Enterprise and SoHo zur Telefónica Germany. Seine Themen: Neuentwicklungen in der HR-Branche und die Verknüpfung von Technologie und HR.

bekommt man im Gegenzug großes Engagement, die Übernahme von Eigenverantwortung bei flachen Hierarchien. Ein Unternehmer, der offen für solche Optionen ist, profitiert dann auch davon. Home-Offices werden zunehmend wichtiger. Insgesamt führt Zufriedenheit zu einem hohen Einsatz und gesteigerter Effizienz. Das Gefühl, eine sinnvolle Tätigkeit auszuüben, zählt heute für junge Menschen heute so viel wie der materielle Vorteil.

**Stichwort Recruitment Controlling:
wo sehen Sie die Trends der Zukunft?**

Recruitment Controlling passt zur Technisierung des gesamten Job-Angebotsprozesses. Die entsprechende Automatisierung erlaubt viel mehr Zeit für Tiefen- und Qualitätsanalysen, mehr Zeit für die Berücksichtigung von Human Resources und die Innen- wie Außenkommunikation eines Unternehmens. Gute Bewerbungsabläufe und hohe Zufriedenheit tragen zur positiven Gesamtanmutung des Miteinanders innerhalb der Organisation entscheidend bei.

Der von Ihnen benutzte Begriff des Robot-Recruiting, klingt zwar mechanisch, scheint mir aber in Wirklichkeit sehr effektiv zu sein.

Ganz richtig. Schon jetzt sehe ich innerhalb dessen sogar Bewegtbild-Rekrutierungen in der Interaktion zwischen Job-Anbieter und Job-Interessenten, zum Beispiel über Snapchat. Warum nicht auch gar die mobile Live-Bewerbung mit Hilfe des Smartphones ...

Das passt zum 21. Jahrhundert und dem hochgradigen Einsatz mobiler, intelligenter Telefonie.

Wir bieten dazu schon längst die Monster-App. Nach links streichen heißt löschen, nach rechts Bewerbung.

Sie waren bereits vor Ihrer Tätigkeit bei Monster in der digitalen Welt aktiv, ich nenne HP oder Microsoft als frühere Arbeitgeber.

Ja, das stimmt. Meine Leidenschaft waren dabei immer Vertrieb und Marketing. Bei Monster kamen noch Produktentwicklung und Services hinzu. Allgemein suche ich neue Herausforderungen, mir macht es Spaß, Dinge voranzutreiben, Veränderungs- und Erneuerungsprozesse auf den Weg zu bringen.

Wie beurteilen Sie die Lage Deutschlands in Bezug auf die Digitalisierung?

Sicher, im Bereich der Digitalisierung gibt es gerade im Schulsystem viel Nachholbedarf und insgesamt viel zu verbessern. Aber wir können auch sehr stolz auf Deutschland sein. Auf das Niveau der Hochschulausbildung, auf unser gesellschaftspolitisches Fundament. Bildung und Ausbildung und die technischen Möglichkeiten schaffen eine Verbesserung von Effizienz und Zufriedenheit.

Zusammen mit Professor Dr. Tim Weitzel veröffentlichten Sie zusammen die Recruiting Trends ...

Ja, wir haben beispielsweise die jeweilige Besetzungsdauer analysiert. Zunächst geht es bei den Bewerbungs-

prozessen noch recht zügig, dann aber hören Interessenten oft wochenlang gar nichts mehr. Im schlimmsten Fall erhalten Sie gar keine Antwort. Das aber geht im Zeitalter des Fachkräftemangels nicht. Geschwindigkeit ist ein ganz zentraler Faktor. Mobiles Recruiting stärkt das Image eines Unternehmens als fortschrittlich, heutig und innovativ. Schnelligkeit und Interaktivität schon in der Bewerbungsphase signalisieren, dass man dynamisch und modern denkt und handelt. Wir von Monster stehen hier gerne zur Seite.

Wie wichtig sind für Sie der BVMW und der Bundeswirtschaftssenat?

Ich finde es toll, wie der Verband die Interessen des Mittelstandes an die Politik heranträgt. Eine solche Interessenvertretung ist enorm wichtig. Nur so können die Politiker mitbekommen, wo die Unternehmen der Schuh drückt.

Erlauben Sie mir noch eine persönliche Frage: Hatten Sie schon immer einen Doppelnamen?

Nein, bei 1,92 Metern Körpergröße fand ich aber als Zusatz den Namen meiner Frau Petit, französisch: klein, sehr passend ...

Vielen herzlichen Dank für das Gespräch.



DAS UNTERNEHMEN

Rechtsform:
GmbH

Gründung:
Dezember 1997

Sitz:
Eschborn

Geschäftsführer:
Marc Irmisch-Petit,
Andrea Bertone

Mitarbeiter:
circa 200

Branche:
Jobbörse,
Webportale

Produkte:
Recruitinglösungen

Webseite:
www.monster.de