



©New Africa - stock.adobe.com

Neue Wege im Recruiting

Mehr Bewerber durch Sprachbewerbungen

Von Karoline Bierlich

Anfang 2023 führte der University Hospital Southampton NHS Foundation Trust ein neues Konzept zur Ansprache und Generierung neuer Kandidaten in der Pflege ein. Ziel war eine alternative Bewerbungsform, um bestehende Nutzerbarrieren zu senken und einen weiterhin ausreichenden Bewerbungseingang sicherzustellen. Seitdem wurden 63 Prozent aller Bewerber über die neu eingeführten Sprachbewerbungen generiert.

Keywords: Recruiting, Strategie, Innovation

Das Universitätskrankenhaus Southampton (UHS) ist eines der 350 Trusts des National Health Service (NHS) in Großbritannien. Das UHS beschäftigt etwa 1.200 Pflegekräfte und wies landesweit eine der höchsten Anteile an unbesetzten Stellen für Pflegehilfskräfte im Gesundheitswesen auf. Vor der Pandemie gab es gar keine freien Stellen für diese Positionen, aber die Vakanzen stiegen schnell auf etwa 27 Prozent an.

Dabei stand das UHS schon immer vor der Herausforderung, dass in Southampton und Umgebung ein starker Wettbewerb um Arbeitsplätze, verbunden mit hohen Lebenshaltungskosten, herrscht. Doch im Laufe der COVID-Pandemie wurde es auch

für den Trust immer schwieriger, Stellen in der Pflege zu besetzen, so dass sich die Verantwortlichen dazu entschlossen, nach neuen Wegen zur Verbesserung des Bewerbungsverfahrens zu suchen. Dies führte zur Einführung eines neuen und innovativen Bewerbungskanal, der mobilen Sprachbewerbung über Smartphone, um die Rekrutierung zu verbessern.

Unnötig komplizierter Bewerbungsprozess

Analysen des Bewerbungsprozesses haben gezeigt, dass viele Bewerber schon früh aussteigen. Das war auch auf das langwierige Bewerbungsverfahren zurückzuführen, insbesondere auf die vielen Online-Formulare. Der Prozess über das Bewerbermanagementsystem dauert etwa 30 Minuten und ist darüber hinaus nicht für mobile Geräte optimiert.

Aber auch die Menge an Bewerbungen über Drittanbieter stellte die Organisation vor Probleme, da die schiere Anzahl eine effiziente und zeitnahe Vorqualifikation erschwerte und den Prozess bis zur Erstansprache erheblich verlängerte. Das führte dazu, dass zahlreiche Bewerber gar nicht mehr antworteten oder sich nicht an ihre Bewerbung erinnern konnten.

Sprachbewerbung als technische Lösung zur Prozessbeschleunigung

Das Unternehmen benötigte eine schnellere Bearbeitung sowie eine Möglichkeit, die erste Bewerbungsphase zu vereinfachen. Um die Kandidaten zu erreichen, die sich nicht mehr über die klassischen Kanäle bewerben, fiel die Entscheidung auf eine mobile Form der Bewerbung, die Sprachbewerbung.

Die Voice-App-Technologie ermöglicht es den Bewerbern, eine kurze Reihe von Auswahlfragen zu beantworten (die über einen Link oder QR-Code abgerufen werden können), indem sie ihre Antworten entweder einsprechen oder klassisch eintippen. Als intuitive Art und Weise, sich zu bewerben, ermöglicht sie den Kandidaten mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Nutzerverhalten, am Prozess teilzunehmen. Gleichzeitig werden auch einige grundsätzliche Barrieren aus dem Weg geräumt.

Standardisierung und Anpassung an das heutige Nutzerverhalten

Der Bewerber gelangt über einen Onlinelink oder einen QR-Code direkt in das virtuelle Interview. Dieser Link lässt sich leicht in bestehende Kommunikationskanäle integrieren. Online-Medien können sofort mit einem

Link ergänzt werden. Offline-Anzeigen, wie beispielsweise Plakate, können durch einen direkten Call-to-Action (QR-Code) angereichert werden.

Die ersten Fragen, die über einen für den NHS individualisierten Avatar gestellt werden, dienen dazu, die Eignung des Bewerbers für die Stelle zu ermitteln. Dazu gehören beispielsweise Fragen, wie sich die Person bei der Ausübung von Aufgaben in der persönlichen Pflege fühlt und ob sie über einschlägige Erfahrungen verfügt. Die Antworten und Kontaktdaten werden von der App automatisch als Transkript und nicht als Audiodatei an die Personalabteilung weitergeleitet.

Durch die dadurch erreichte Standardisierung sind die Verantwortlichen in der Lage, strukturiert und schnell eine Vorqualifikation durchzuführen und dadurch schon viel Zeit einzusparen. Die Kandidaten auf der anderen Seite werden einfach, spielerisch und vollautomatisch durch das Interview geführt. Bei den nach der Vorauswahl verbleibenden Bewerbern (über die Hälfte) wird dann in einem persönlichen Telefonat weiter geprüft, ob die wesentlichen Kriterien erfüllt sind.

Ein Termin für ein Vorstellungsgespräch/Beurteilungsgespräch ist bereits festgelegt und wird dem Bewerber angeboten, falls er weiterkommen möchte. Wenn das Vorstellungsgespräch erfolgreich verläuft, dauert es im Durchschnitt etwa vier Wochen, bis die Vorstellungsgespräche abgeschlossen sind und der künftige Mitarbeiter seine Tätigkeit aufnehmen kann.

Schnelle und unkomplizierte Umsetzung für erste Ergebnisse

Da die Lösung im ersten Schritt nicht in das Bewerbermanagementsystem angebunden wurde, um Zeit zu sparen und an schnelle Ergebnisse zu kommen, wurden die Links zu den Bewerbungschats einfach in die beiden wichtigsten Bewerbungskanäle integriert: Social-Media und eine der größten Jobplattformen.

In den sozialen Medien musste der Link lediglich in den Beitrag eingefügt werden. Der Link führte die Kandidaten dann direkt zum virtuellen Chat-Interview. Im Post selbst wurde explizit auf die neue Bewerbungsform verwiesen. Auf der Jobplattform wurde einfach der Link, hinter dem „Jetzt bewer-

ben“ Button geändert; so dass dieser nicht mehr zum aktuellen Bewerbermanagementsystem, sondern ebenfalls direkt in den Chat führte. In diesem Fall erfuhren die Kandidaten erst von der neuen Bewerbungsform, nachdem sie sich bereits entschieden hatten, einen Schritt weiterzugehen. Diese Tatsache bot die Möglichkeit, die Nutzung bzw. die Conversion auf einer Kosten-pro-Einstellung-Basis zu untersuchen. Auf eben dieser Basis konnten die Kosten um über 80 Prozent gesenkt werden.

Dieser Add-on Ansatz der Sprachbewerbung machte es möglich, dass die Lösung schnell und pragmatisch umgesetzt werden konnte, ohne dass der gesamte Prozess geändert werden musste.

Positive Ergebnisse schnell sichtbar

Schnell hat der UHS festgestellt, dass in Großteil der Bewerber mit dieser neuen Bewerbungsmethode besser zurechtkommen. Derzeit erhält der Trust 67 Prozent aller Bewerbungen über diese Methode. Die Conversion-Rate (Vorstellungsgespräch zum Stellenangebot) ist mit 74 Prozent der Be-

RESILIENZ IM KRANKENHAUS

Neue Perspektiven und Weiterentwicklungen des Krankenhaus Alarm- und Einsatzplans

Das Fachbuch beschreibt auf der Grundlage klassischer Elemente eines Krankenhaus Alarm- und Einsatzplans weiterführende Entwicklungen und darüber hinaus neue Perspektiven und bietet verantwortlichen Personen das nötige Werkzeug und Methoden für eine zukünftige Bewältigung von speziellen Lagen an. Dazu gehören u. a.:

- Einbettung des Krisen-/Katastrophenmanagements in die Organisation Krankenhaus
- Vorsorge durch Risikoanalysen nach dem Allgefahrenansatz
- Ableitung von Szenarien auf Grundlage der Risikoanalysen
- Entwicklung von speziellen Kompetenzen für die Krisenbewältigung

Johannes Palm
Resilienz im Krankenhaus – Der Krankenhaus Alarm- und Einsatzplan
 Neue Perspektiven und Ansätze
 Softcover, 2023, 116 Seiten
 ISBN 978-3-96474-698-6
 49,95 Euro

Auch als E-Book erhältlich!



Weitere Informationen und Bestellung unter
shop.mgo-fachverlage.de



werber, die die Sprach-App nutzen, ebenfalls höher als erwartet, und das bei einer Zielgruppe, die sich zuvor wahrscheinlich nicht mit der Stiftung auseinandergesetzt hätte.

Aber auch die Kosten konnten signifikant gesenkt werden. Allein die Kosten pro Einstellung über die größte Jobplattform konnte von 220 auf 31 britische Pfund gesenkt werden. Auch national konnte das Projekt bereits Aufmerksamkeit erregen. Bei den diesjährigen „The Firm Awards“ gewann die UHS mit der

Verbesserungen entlang des gesamten Bewerbungsprozesses

Eines hat der NHS klar belegt: Das Nutzerverhalten der Kandidaten hat sich an die technischen Möglichkeiten angepasst und es lohnt sich auf allen Ebenen, dieses zu respektieren und vor allem zu antizipieren.

1. Akzeptanz des neuen Bewerbungskanals: 63 Prozent aller Bewerber über Sprachbewerbungen

Bereits kurz nach Projektstart konnten bis zu dreiviertel aller Bewerbungen

Als Konsequenz der hohen Akzeptanz der Kandidaten und der dadurch verbesserten Effizienz der Kommunikationsmedien, in Verbindung mit der höheren Abschlussrate im Bewerbungsprozess, konnten die Kosten pro Einstellung über die größte Jobplattform von 220 auf 31 britische Pfund gesenkt werden. Unberücksichtigt davon bleiben die Einsparungen durch Prozessverbesserungen wie z.B. die beschleunigte Erstqualifikation.

Zusammenfassend hat der NHS die wichtigsten Vorteile für sich auf drei Punkte heruntergebrochen:

- Das Bewerbungsverfahren ist einfacher und bietet den Bewerbern eine Alternative zu den herkömmlichen Wegen.
- Die Technologie trägt dazu bei, den Auswahl-/Screening-Prozess für Arbeitgeber zu optimieren.
- Nach der Einführung des Tools hat sich die Conversion von der Bewerbung zum Angebot deutlich verbessert.

„Fakt ist, dass sich der Anteil der Bewerber, der über Sprachbewerbungen kommt, über den Bewerbungsprozess erhöht. Es fallen also weniger Kandidaten heraus als bei andere Kanälen. Die Vermutung liegt nahe, dass es sich bei dieser Gruppe zum einen um Bewerber handelt, die bislang nicht erreicht wurden.“

Einführung der Sprachbewerbungen die Kategorie „Innovation of the Year“ und ist bereits bei zwei weiteren Awards in UK und den USA nominiert.

Herausforderungen nach den ersten Erfahrungen

Das interne Bewerbermanagementsystem des Trusts war nicht in der Lage, eine Anbindung für das neue Tool bereitzustellen, wie dies bei moderneren Systemen üblich ist. Daher werden die Daten im ersten Schritt als einfache, aber ausreichende CSV-Datei übermittelt. Daraufhin werden die Screening-Anrufe getätigt. Sobald ein Interviewtermin zugewiesen wurde, erhalten die Bewerber einen Link in das Bewerbersystem, über den sie erst dann die grundlegenden Informationen für die notwendige Überprüfung hinterlegen können. Nach Angaben des Trust wirkt sich dieser zusätzliche Schritt nicht auf den Gesamtprozess aus, da dem Bewerber kommuniziert wird, diese Angaben erst dann auszufüllen, sobald sie ein Angebot in Händen halten. Erwartungsgemäß wurden die Screening-Fragen auch nicht immer ehrlich oder genau beantwortet. Infolgedessen wurden Anpassungen an den Fragen vorgenommen. Vor allem sollte sichergestellt werden, dass die Bewerber die Anforderungen der Stelle auch vollständig verstehen.

über diesen Kanal generiert werden. Dabei kann man durchaus differenzieren zwischen dem reinen Interesse an der Sprachbewerbung an sich, die sich in deutlich höheren Aufrufzahlen des Links zeigt, und den tatsächlichen Bewerbungsabschlüssen durch die vollständige Durchführung des Chats. Diese liegt über den Projektzeitraum bei 28 Prozent.

Beides weist auf das hohe Interesse und vor allem auf die sehr hohe Nutzerfreundlichkeit hin. Wobei Ersteres sehr gut für eventuelle Employer Branding Maßnahmen genutzt werden kann.

2. Qualität und Verbindlichkeit der Bewerber: 74 Prozent der Bewerber erreichen die 2. Runde

Fakt ist, dass sich der Anteil der Bewerber, der über Sprachbewerbungen kommt, über den Bewerbungsprozess erhöht. Es fallen also weniger Kandidaten heraus als bei andere Kanälen. Die Vermutung liegt nahe, dass es sich bei dieser Gruppe zum einen um Bewerber handelt, die bislang nicht erreicht wurden. Zum anderen wird vermutet, dass dies auch die Ergebnisse des beschleunigten Bewerbungsprozesses sind.

3. Kosten: über 80 Prozent gesunkene Kosten pro Einstellung über Jobplattformen



Karoline Bierlich
Talk'n'Job, ApplyZ GmbH
Head of Communication
Bergheimer Str. 147
69115 Heidelberg
kb@talkandjob.de