



WARNING

Dieser Vortrag wurde nicht geprobt. Die wilden Theorien basieren auf einer dünnen Faktenlage und die Konklusionen sind daher als hochspekulativ einzustufen. Alles Gezeigte funktioniert (für uns).

**Triggerwarnung:
Es werden eventuell Recruitergefühle verletzt**



Wie man einen 140 Jahre alten Recruitingbären digitalisiert“ oder „Alles neu macht C-19?“

(Community Management Covid-Edition)

Wer bin ich?

Sebastian Dörner



- Ausbildung
- SS 2005 bis SS 2010 FH / HS Pforzheim (Human Resources Management)
- Spirit21 / Venitec GmbH (IT-Recruiting)
- 6 Jahre Dexina AG („Für euch kann ich alles sein“ - Rekrutierender Referent, Ausbilder, Filmher und Vertreibender Community Manager)
- 3 Jahre „Software Engineering Community Advocate“ bei Breuninger

Was habe ich mit Euch vor?

Sebastian Dörner



- Für das große Bild möchte euch einen kleinen Einblick über die Historie des IT-Recruiting bei Breuninger geben und wie wir aufgestellt sind
- Dabei werde ich euch ein paar Best Practices und Stolperfallen der letzten drei Jahre vorstellen. Was hat funktioniert, was hat nicht so gut funktioniert.
- Final stelle ich euch vor, wie wir bisher auf die Krise reagiert haben und wie wir mit dem „Digitalzwang“ umgegangen sind.

Wer sind wir?

Breuninger?



Das sind wir!

Breuninger!



Und das Recruiting?

Handel ist Wandel, auch im HR



- Hohe Dienstleisterkosten
- Unbekannt in der Peer Group und keine Community
- Neuaufbau des internen Recruitings, neue Mitarbeiter
- „Standard“-Recruiting und Prozess „Fits all“



- Dienstleisterkosten auf ein Minimum reduziert
- Prozesse und Recruiting auf die Zielgruppe angepasst
- Community Management und Klassisches Recruiting
- Etablierte Arbeitgebermarke in der Entwicklercommunity

First Steps für ein erfolgreiches Community Management

Wie wir dort hingekommen sind:



**Zielgruppenanalyse, Standortanalyse, Marktanalyse,
Konkurrenzanalyse, Markenanalyse, Budgetanalyse,
Strukturanalyse, Prozessanalyse, Analyse Analyse!**

Ausgangssituation:

Boromir please state the obvious

- Breuninger ist im IT-Bereich unbekannt und muss sich gegen Big-Player behaupten
- Fachkräftemangel *duh*
- Geringe Rückmeldequote im Direkt Search (Durchschnittlich unter 20%, in der IT noch einiges geringer)
- Prozesse sind nicht auf die Zielgruppe angepasst und es bestehen Bewerber-Hürden



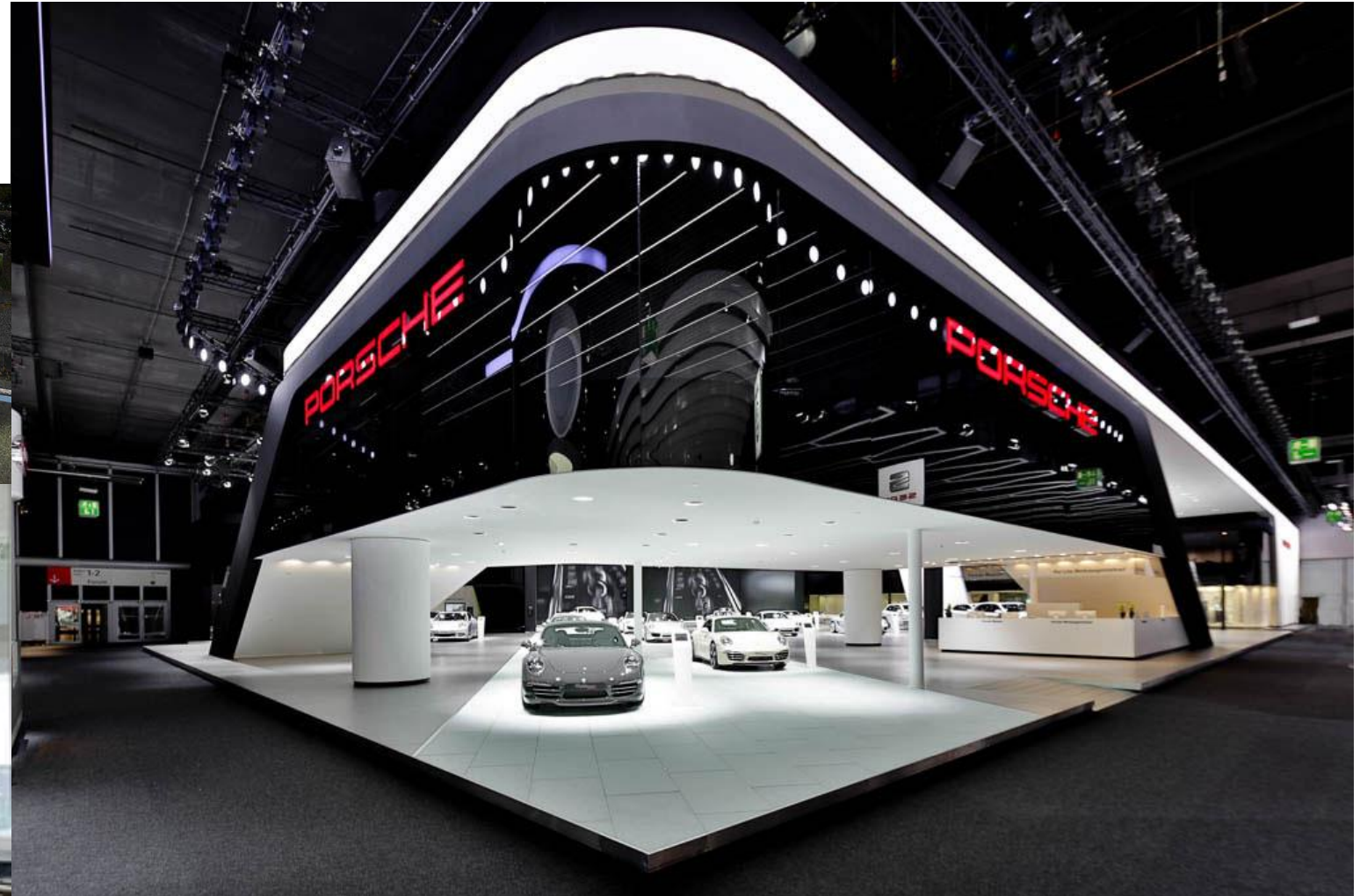
Konkurrenzanalyse

Boromir, du schon wieder? Alle gegen alle!



Just wow...

I can't compete with that!



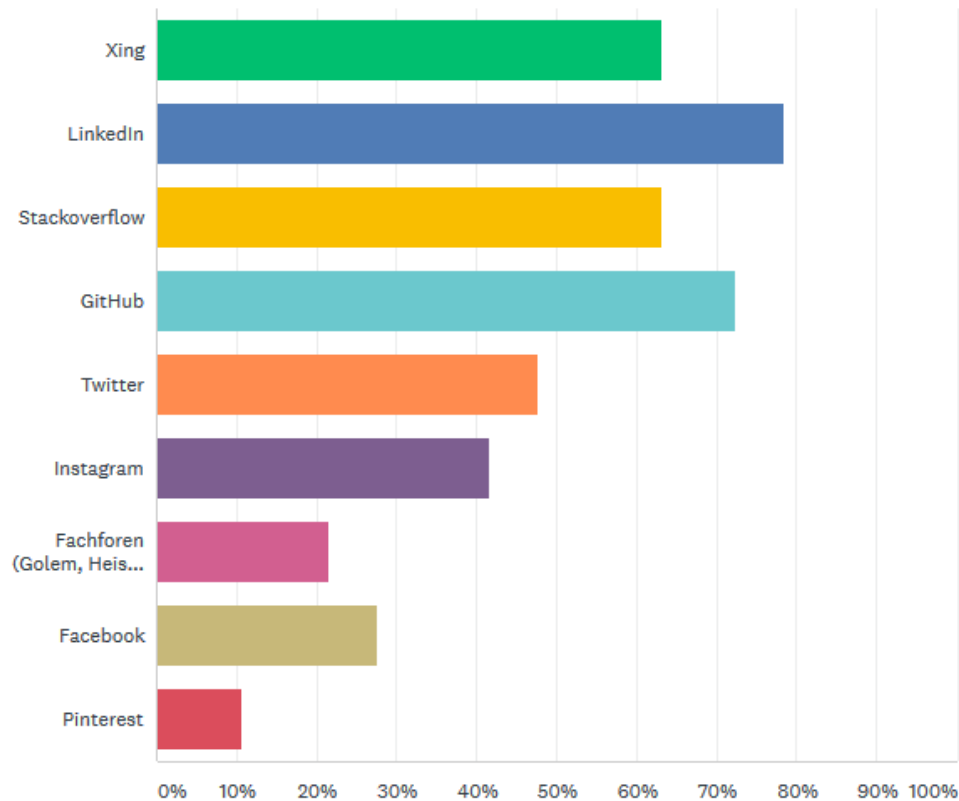
Budgetanalyse

„Was kostet die Welt?“



Zielgruppenanalyse

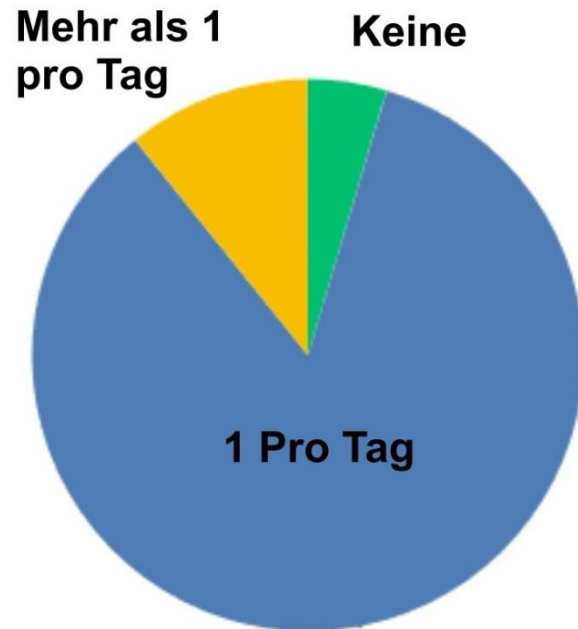
Wo ist die Zielgruppe? (Wir haben 100 Entwickler gefragt)



- **Gute Nachricht: LinkedIn und Xing immer noch stark**
- **Nischen holen auf (Stack/Git)**
- **Klassische Breuningerkanäle wie Instagram und FB sind zu vernachlässigen**
- **Fachforen weit unter Erwartung**

Zielgruppenanalyse

Wie sehr steht die Zielgruppe unter „Beschuss?“

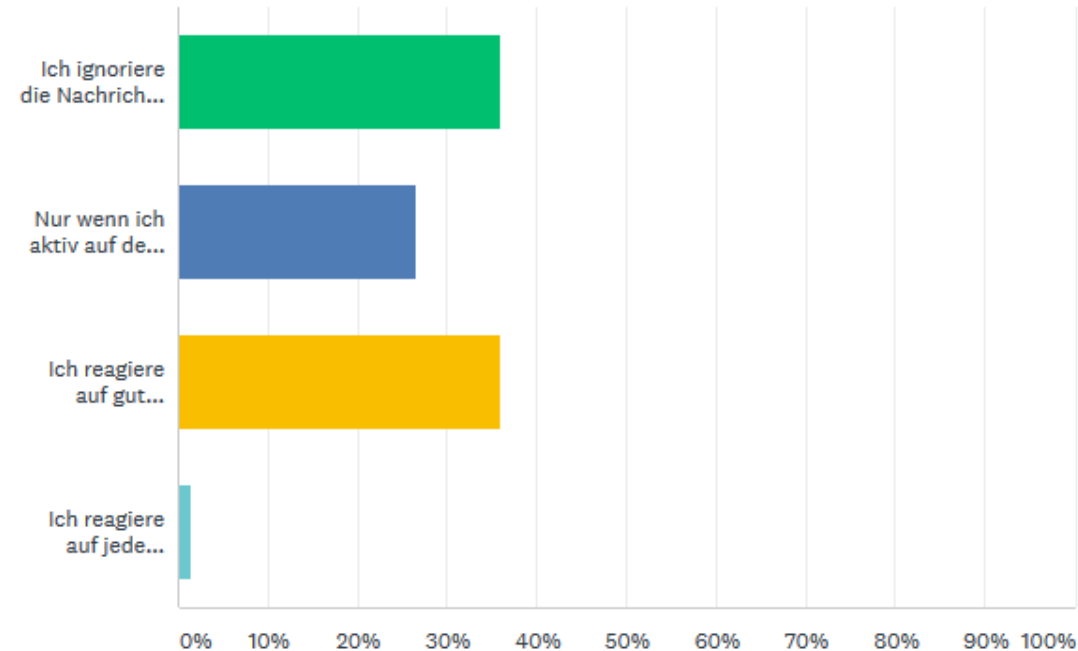


Wie viele Coldmails von Dienstleistern bekommst du ?

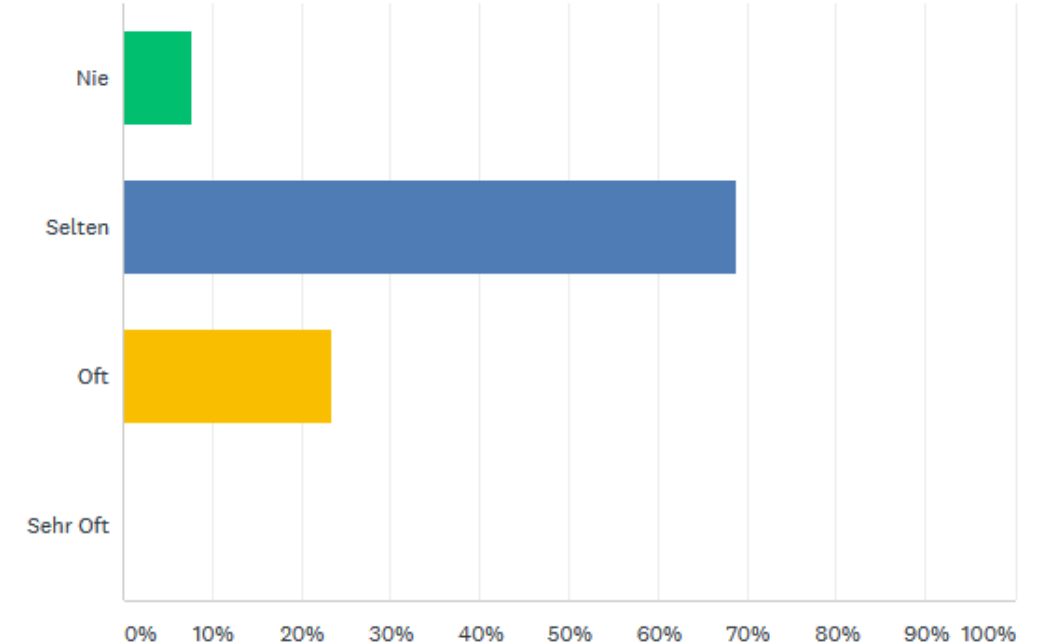
- Selbst Junioren bekommen inzwischen mindestens eine Cold-Mail am Tag
- Senioren dementsprechend häufiger
- Ich habe LinkedIn Profile von Testpersonen gesehen die 4-5 Anfragen pro Tag hatten.

Zielgruppenanalyse

Schlechte Nachricht:



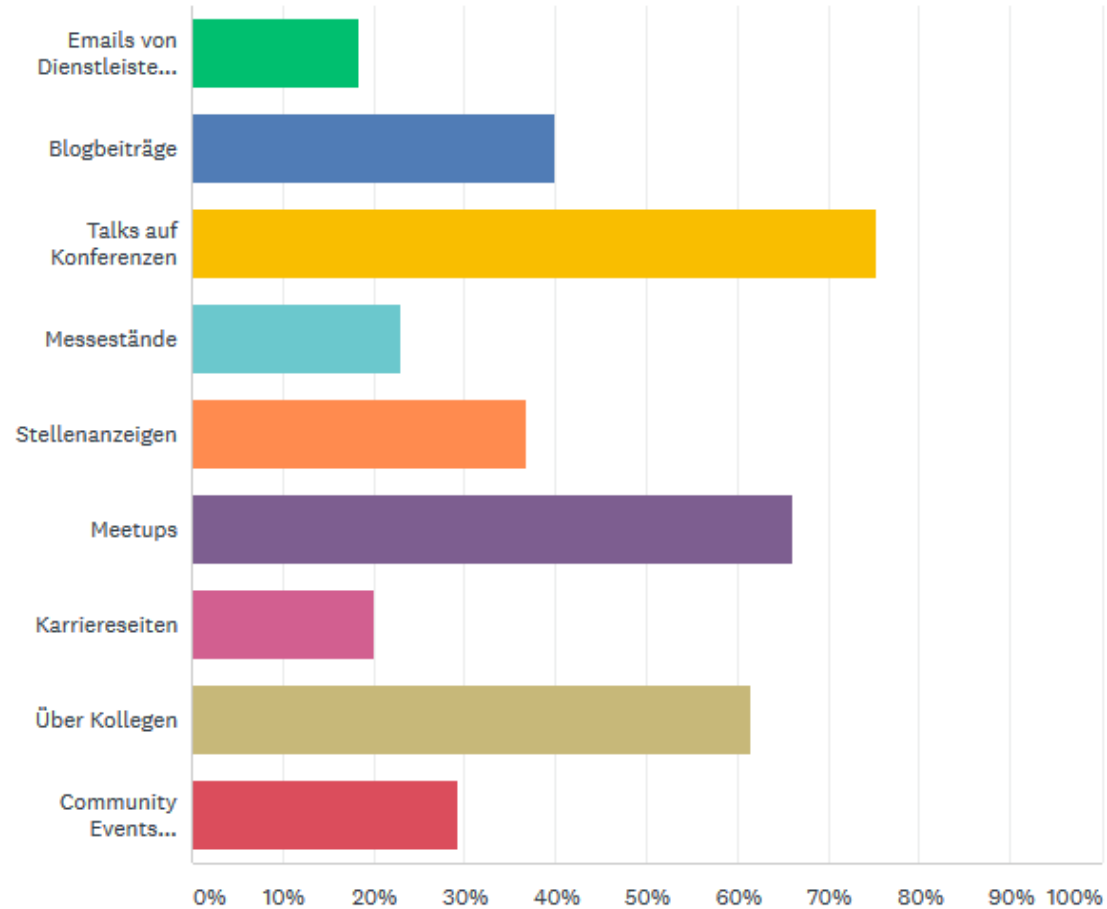
Reagierst du auf Coldmails?



Passen die Stellenausschreibungen zu deinem Profil?

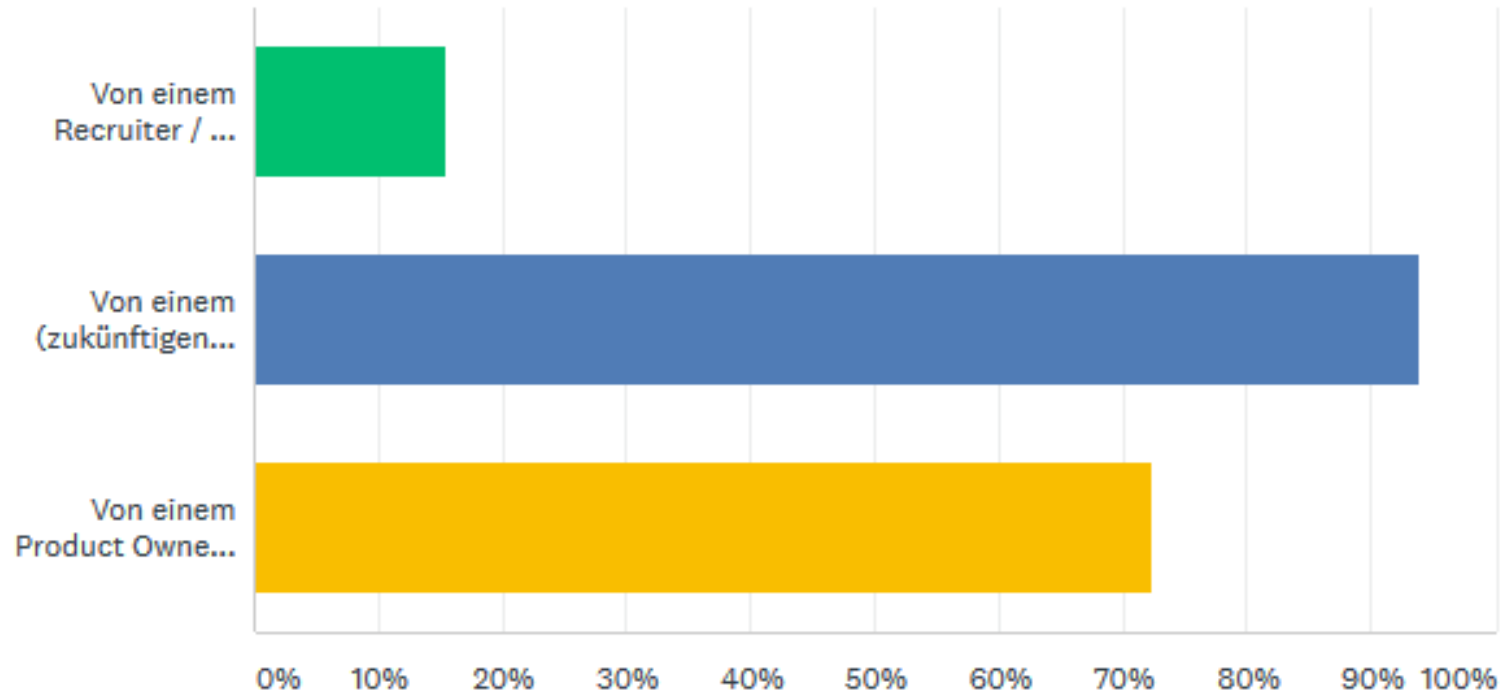
Zielgruppenanalyse

Wie wirst du Aufmerksam?



Zielgruppenanalyse

Schlechte Nachricht:



Von wem willst du im Bewerbungsprozess Informationen über die Stelle?

Zwischenfazit

Diese Zielgruppe...

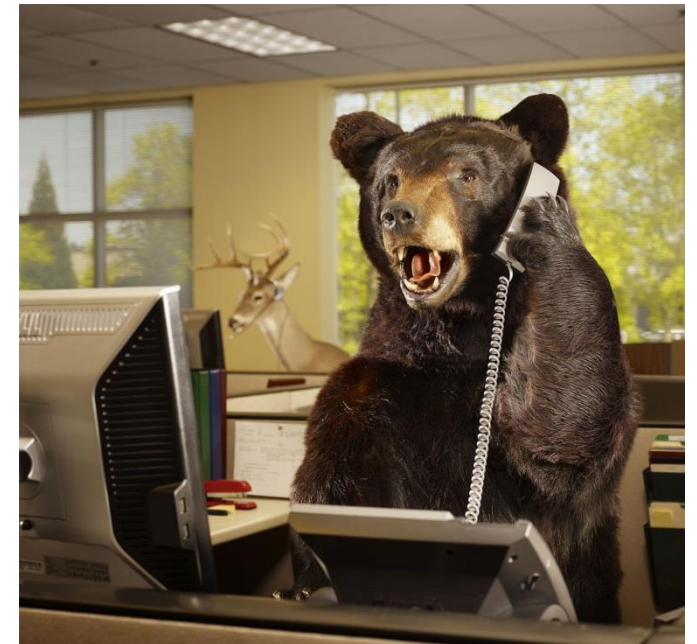


- Selten und stark Umworben
- Produktgetrieben
- Gehalts- und Incentives-verwöhnt
- Nicht auf klassischen Plattformen
(aber gut vernetzt)
- Wollen NICHT mit Recruitern oder
Dienstleistern sprechen
- Unsere Marke ist leider zum Gähnen

Nichts Neues also...

Adressiert den Bären im Office!

- Die alten Maßnahmen funktionieren nicht mehr
- Die Dienstleister mit denen wir immer zusammengearbeitet haben, fischen auf einem leeren Markt
- Die Prozesse sind schlecht und am Bewerber vorbei
- Die Zielgruppe geht auf keine (teuren) Jobmessen
- Die Zielgruppe wurde komplett verbrannt und versucht sich zu ghosten



Aber was tun?

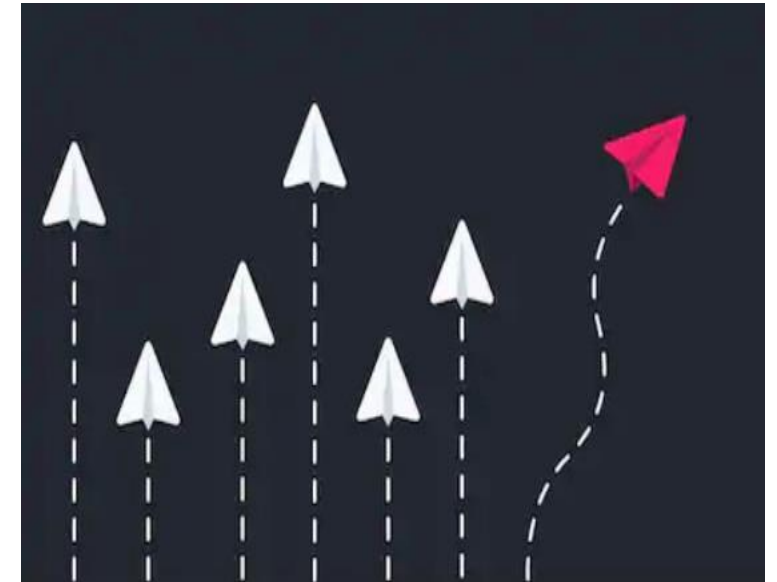
Änderung des Rollenbilds – Das Recruiting ist tot! (Zumindest im IT-Bereich)

- **Der Recruiter muss dem Fachbereich das Feld überlassen und neue Rollen übernehmen (Community Management)**
- **Er sitzt direkt im Fachbereich**
- **Er betreibt „Rogue und Covert-Ops“ Headhunting**
- **Connector, Feelgood Manager, Zuhörer, Verstehender, Enabler, Eventmanager, Designer, Creative Mind, Supporter**

Was bedeutet das?

Konzentration auf die Dinge die (immer) noch - und die vielleicht funktionieren könnten

- Schickt die Menschen auf die Messen und Konferenzen, die für die Aufgabe und das Unternehmen brennen
- Erstellt und erzählt eure Geschichte
- Der Fachbereich muss sich als wichtigste „Recruiting“ Ressource verstehen.
- Sucht euch die schönsten Blumen aus dem Strauß



Der Strauß:

So much flowers - Aber welche sollte man fokussieren?

Externes Recruiting
Stellenanzeigen
Interne Job Ads
Direkt Search
Pooling
Headhunter
Personaldienstleister
Internationales Recruiting

Multiplikatoren
Brandambassadoren
Kollegen (MwM)
Speaker/Netzwerke
Ehemalige

Internes Recruiting
MwM
Breuninger App
Job der Woche
Rotation
Azubis
Duale Hochschüler

Incentives
Seniors
Dual Job Commitment
Freedom of Gear
Personalentwicklung
Verpflegung
Karriereplanung

Tools
Smartrecruiters
Stellenausschreibungen
Kaltakquise
Videos
Instagram
Facebook
Job Der Woche

Recruiting Plattformen
GIT Hub
Stackoverflow
ICT Jobs
Stepstone
Monster
Indeed
4Scotty

Bewertungsplattformen
Kununu
Google

Hochschulmarketing
Hochschulmessen
Vorträge
Bewerbertage
Bewerbertraining
an Hochschulen
Women Day

Hochschulen
Stuttgart
Esslingen
KIT
Pforzheim XDAY
TU München
Heilbronn
ULM

Kooperationen
Kubernetes
MongoDB Meeting
AWS User Group Meeting
Start Up Stuttgart
Barcamp Stuttgart
LanSin
Netquarter

Messen
Support durch IT
OOP
Jax
Jugs
DevOps Con
Javaland
Code Talks
K5

Externe Events
Tomorrow-Ländle
DTS Meetup
DevOps Meetup
Hackerschool
Women Day
Django Girlscamp

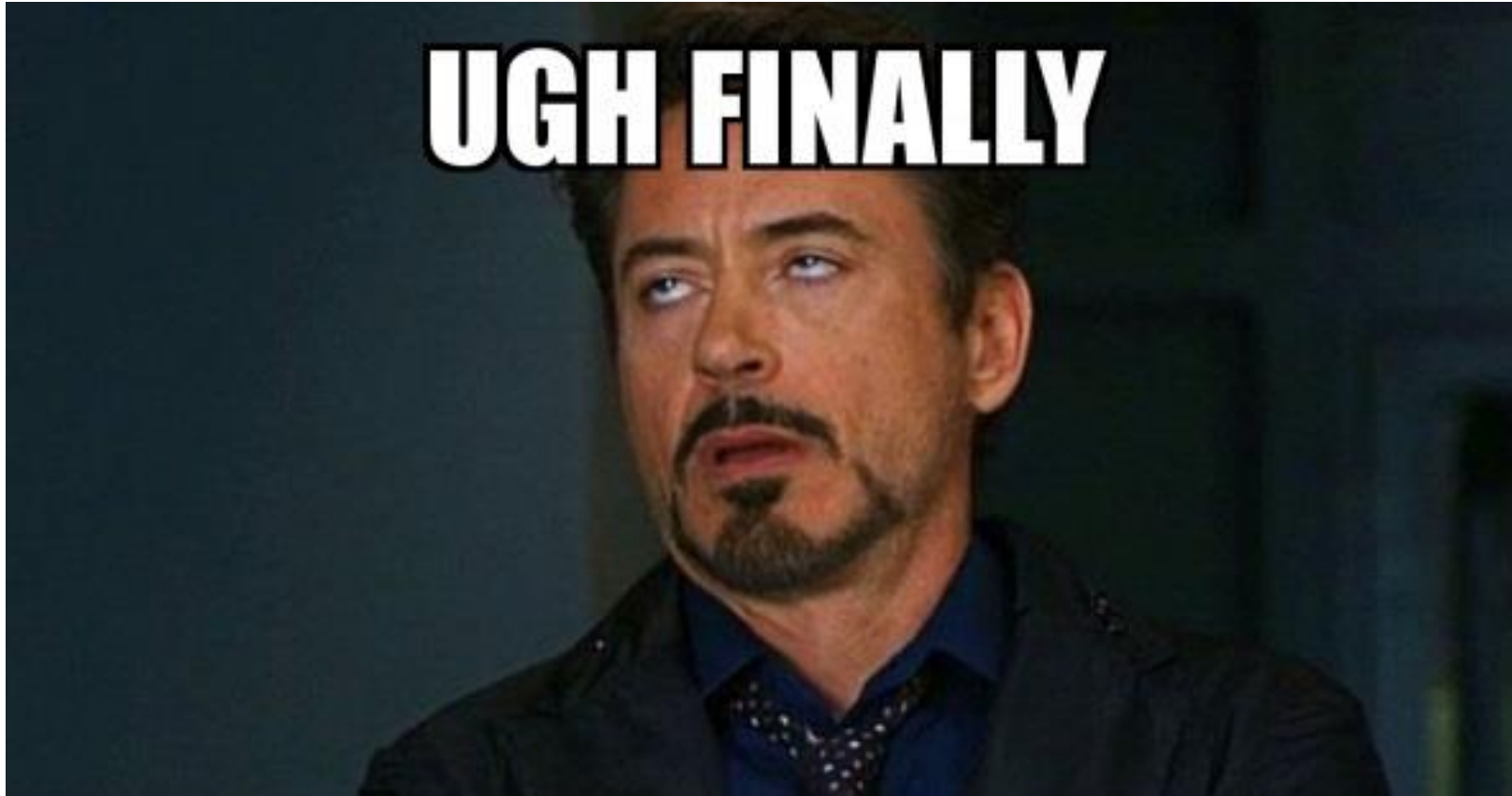
Interne Events
DevCultureDay
Breunivation Days
Ideenmarktplatz
Towel Day
PingPong Turnier
Retro-Gaming
DefCon
Agile Hour

Social Media Channel
Contentsupport UK/BD
Scene Stars
LinkedIn
Xing
Youtube
Facebook
Instagram
DEV-Blog
Print/Web Kooperationen



Vom Recruiting zum Community Management!

Finally!



Wir stellen den Bereich um

IT- und E-Com Recruiting bei Breuninger



Klassisches Recruiting (HR)

- Erstellen von Stellenanzeigen und Plattform-Management
- Kaltakquise, Personalauswahl
- Anbahnen und Führen von Gesprächen
- Erstellung von Verträgen



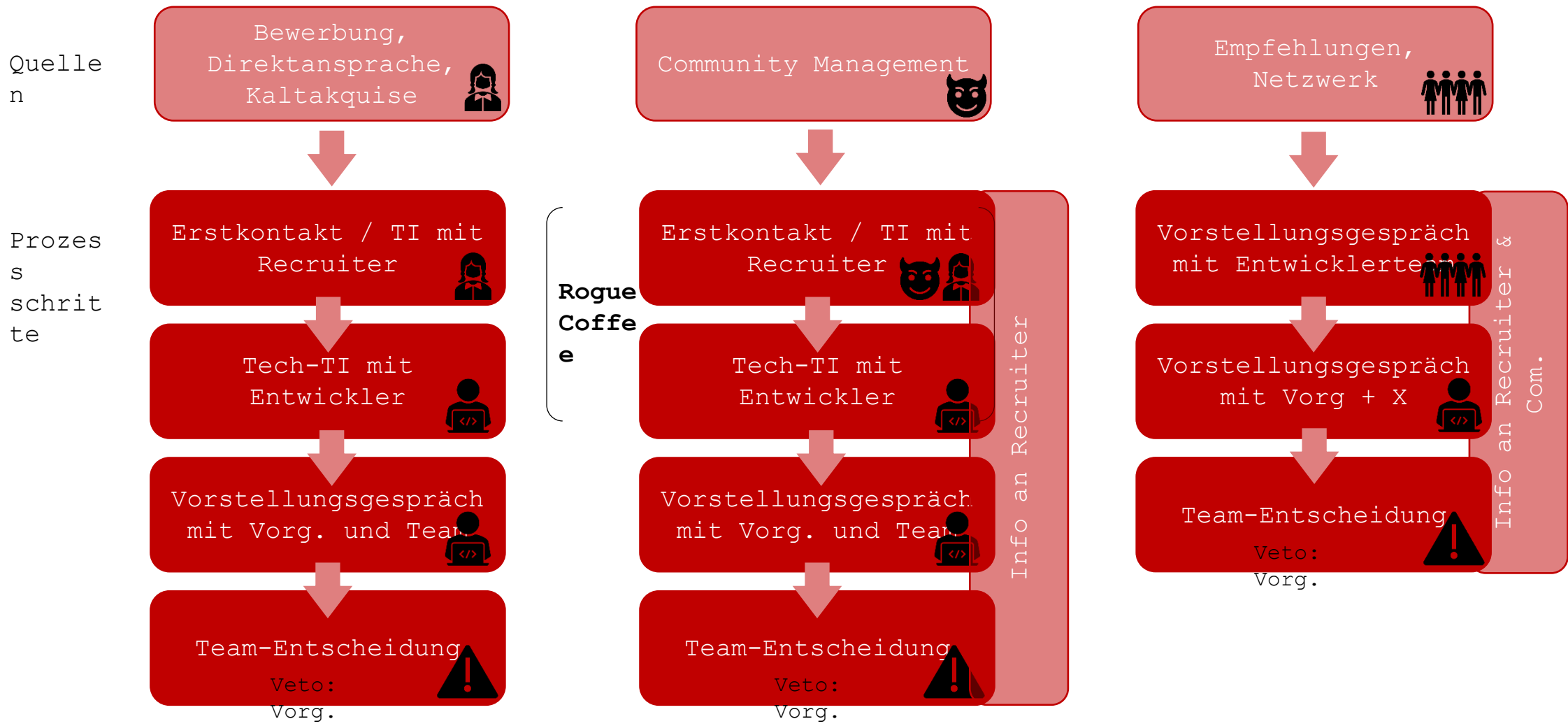
Community Management (Fachbereich)

- Externe Community
- Konferenzen, Messen, Eventplanung und Headhunting
- Interne Community und Feelgoodmanager
- Creative-Hub

Wir suchen uns neue „Recruiter“:

Eigenschaften	Kandidat 1	Kandidat 2
Ausbildung	BWL-Studium	Software Engineering Studium
Erfahrung	5 Jahre Personaldienstleistung, regelmäßige Fortbildung auf HR-Messen und mittels Fachpublikationen	5 Jahre Softwareentwicklung, regelmäßige Fortbildung auf Konferenzen, Messen, Fachseiten, hält Fachvorträge
Netzwerk	30% IT-Fachkräfte 70% BWL-Fachkräfte	90% IT-Fachkräfte 10% BWL-Fachkräfte
Weitere Fähigkeiten	Oberflächliches Verständnis der Technik, Buzzwording, hauptsächlich theoretisches Wissen zu Kultur und Zielgruppe	Tiefes Verständnis zu Technik, Architektur und Tools, lebt Kultur der Zielgruppe täglich
Aktuelle Situation	Sitzt in HR und hat wöchentliche Jour Fixes mit der Fachabteilung, kümmert sich zu 100% um Recruiting	Ist in der Fachabteilung produktiv und kennt Abläufe, Struktur und Teams, hat Personalbeschaffung als wichtigen Baustein seiner Tätigkeit verstanden

Wir bauen uns einen neuen Prozess



Applicant Experience

Is still king!



- **Persönliches Erlebnis – Alles dreht sich um den Bewerber (Kaffee statt Meetingraum, Kollegen statt Recruiter)**
- **Modernes Bewerbersystem (oder reicht dir ein LinkedIn Profil?!)**
- **Geschwindigkeit - Zur Not auch Samstag und Sonntag**
- **Der Recruiter heißt anders und ist der Good-Cop bzw. Feelgoodmanager**
- **Alle Infos, keine offenen Fragen, ansonsten ruf/chat an**
- **Mut zu „Fuzzy Prozessen“ – Der Standard ist ca. 2010 gestorben**

Applicant Experience

Rogue Coffee oder Abstellkammer, Fancy Office oder 70er Jahre Flair?



Externe Community

Eigene Eventformate kreieren – Mehrwert(e) schaffen

DevOps Stuttgart

Stuttgart, Deutschland
1.812 Mitglieder · Öffentliche Gruppe
Organisiert von **Christian** und 4 andere



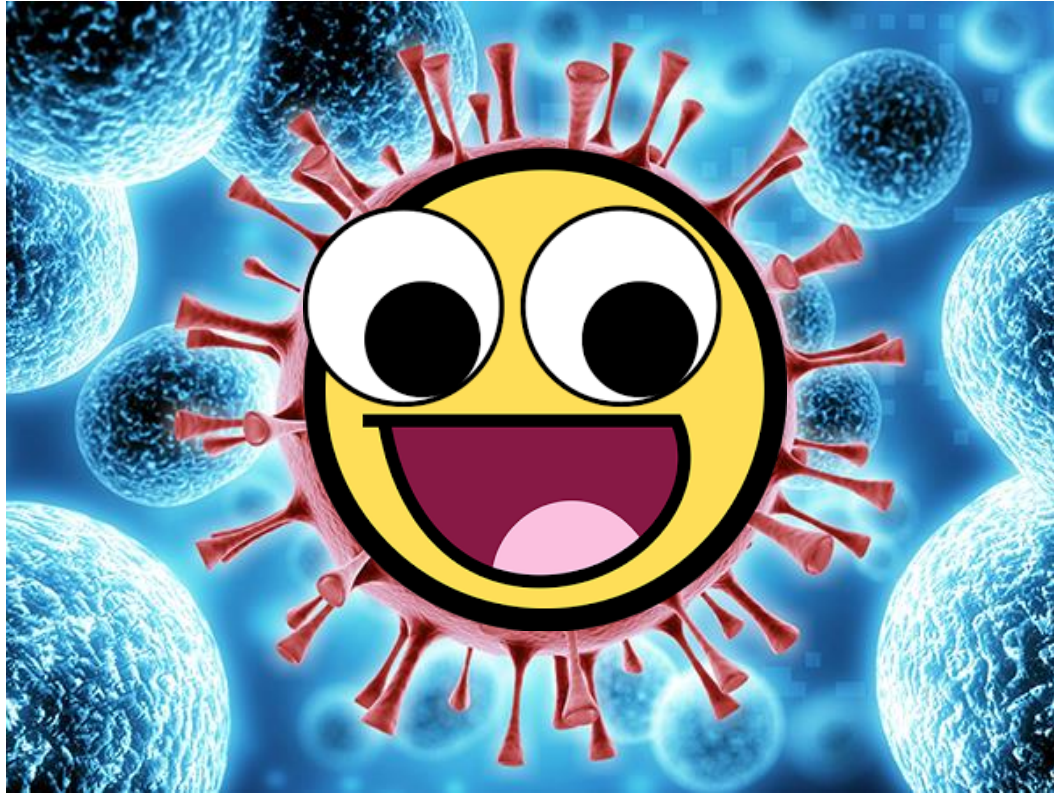
DTS - Digital Topics Stuttgart

Stuttgart, Deutschland
636 Mitglieder · Öffentliche Gruppe
Organisiert von **Alice** und 1 weiterer



Und dann kam Covid-19

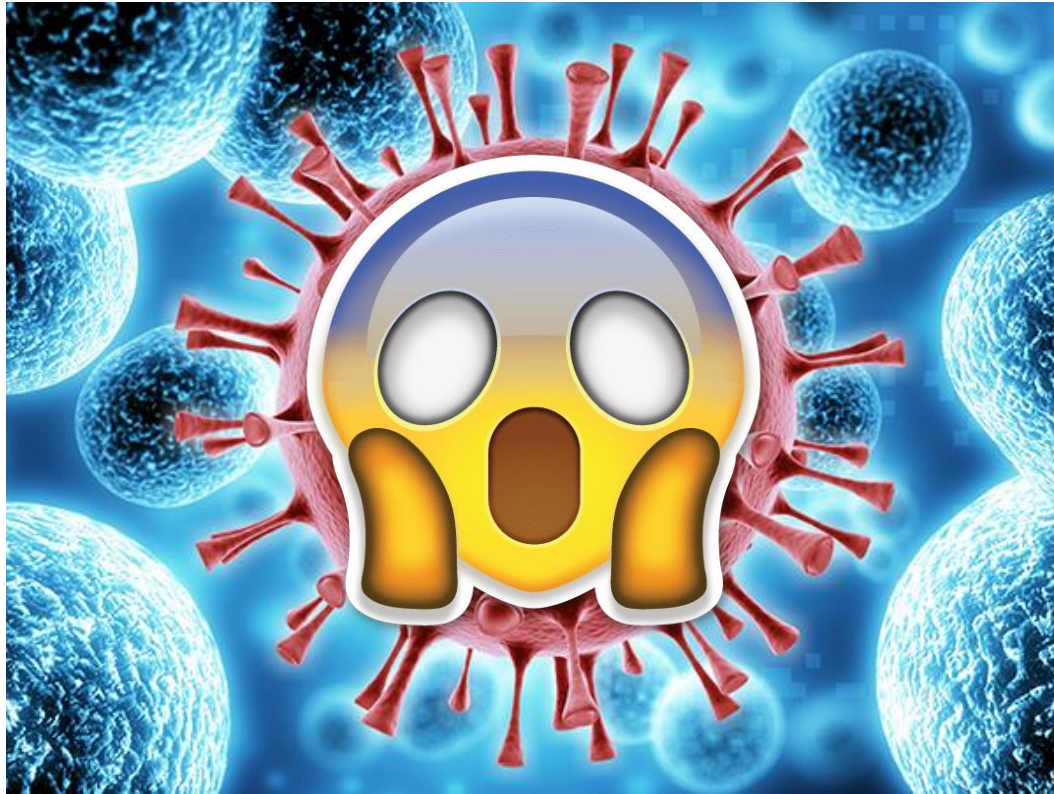
Oh super!



**Erstmal alles schön auf Applicant
Experience mit persönlichem Kontakt
und Meetups und Konferenzen und
Pipapo ausrichten und zack...**

Alles halb so schlimm

Nimm das, Virus!



Im Grunde genommen funktioniert praktisch alles, was wir offline/analog tun, auch ganz wunderbar online.

Gespräche funktionieren auch virtuell

Zoom, MS-Teams, Whereby, Google Hangouts etc.



- IT-Bewerber sind an virtuelle Meetings gewöhnt
- Home-Office, Remote Work und Peer/Mob-Programming sind Voraussetzung und Incentives

Konzentration auf die interne Community

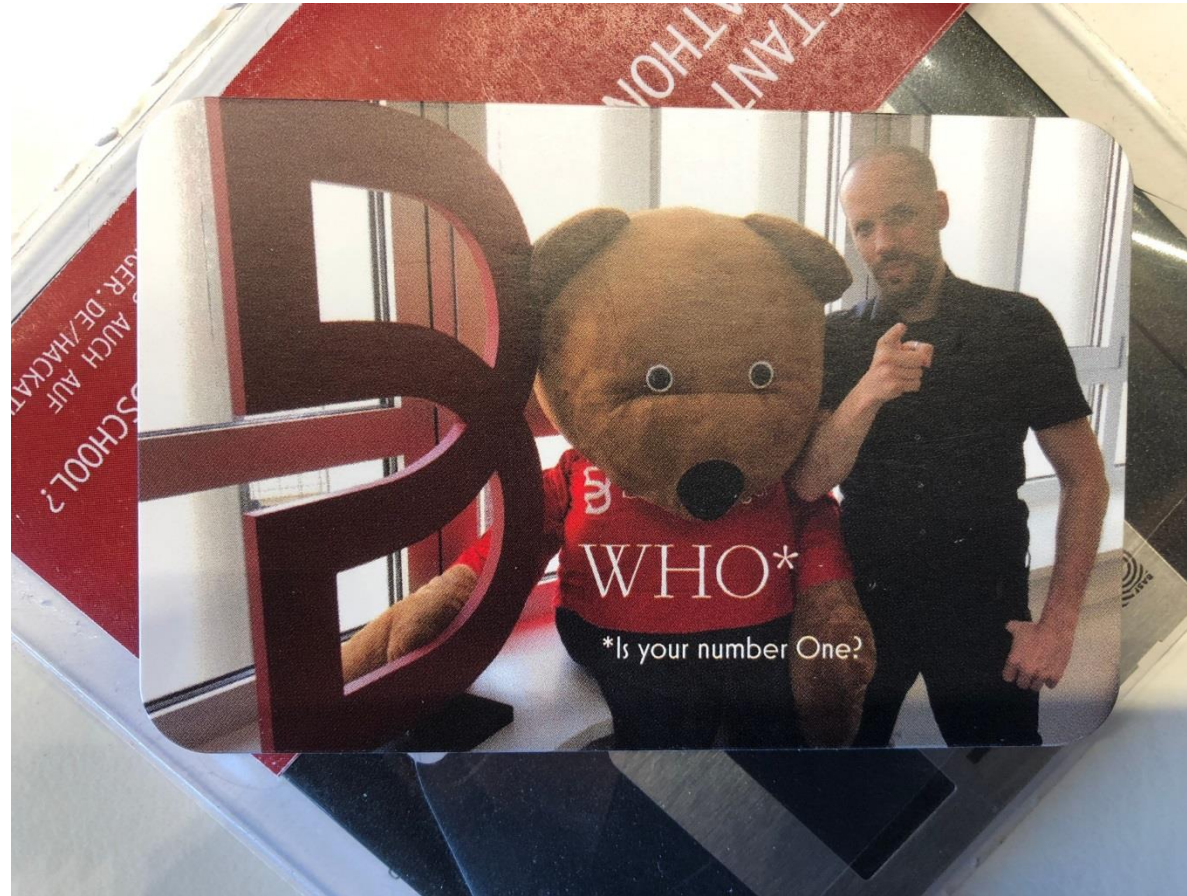
Nach dem Schock (ca. 5 Tage):

- Die interne Community ist jetzt Priorität-1 um die Fluktuation niedrig und die Empfehlungen hoch zu halten
- Welche Community-Maßnahmen lassen sich digitalisieren?
- Welche neue Ideen funktionieren jetzt?



Interne Community

Mitarbeiter werben Mitarbeiter intensivieren



Interne Community

Teamevents ausbauen

- Roundtables als reguläre Get-Togethers
- Interne Formate „DefCon“ und „Agile Hour“ über Hangouts und MS-Teams
- Digitale Gamingevents und Appgames (skribble.io, QuizUp etc.)
- Onboarding anpassen



Interne Community

Alle zwei Wochen 10 Minuten Video-Format mit Announcements, Updates, Home Office Tipps und Sport

- Ca. 6 Stunden Aufwand
- Aktiviert die Kreativität der Kollegen und involviert die Familie
- Minimales Equipment notwendig



Externe Community

Und das klassische Recruiting läuft weiter (Danke Janina)

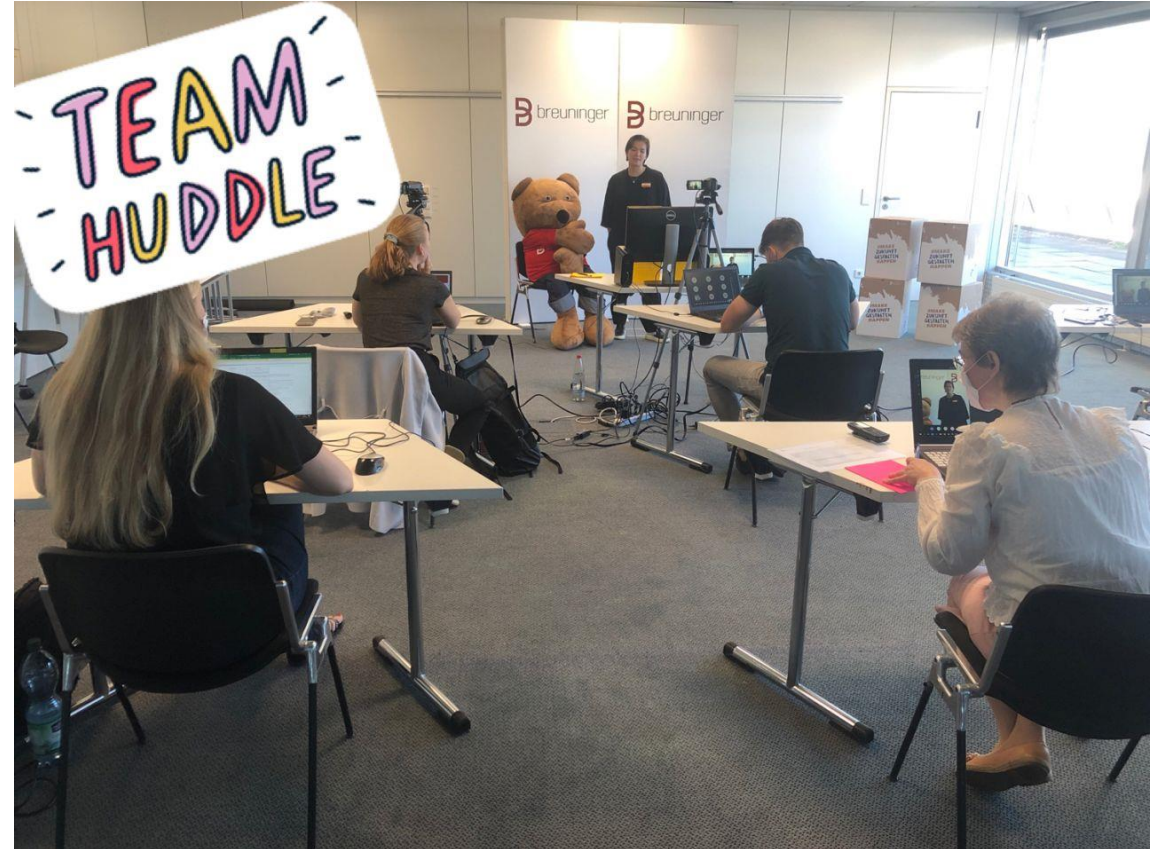
- **Klassisches Recruiting nicht außen vor lassen**
- **Subjektiv wollen Menschen in Krisenzeiten mehr sprechen**
- **Ansprache-„Game“ perfektionieren**



Externe Community

Events Digital Veranstalten

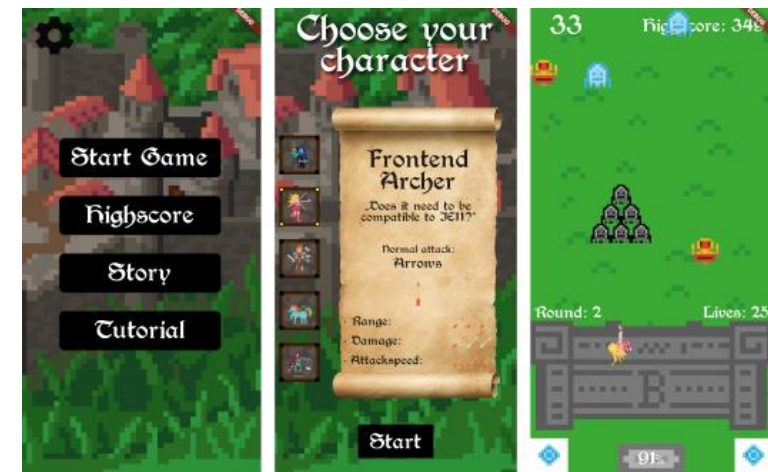
- Ein Streaming Studio ist günstig und leicht aufzubauen
- Meetups, Konferenzen kann man „Halbdigital“ veranstalten
- Cross Effekte strahlen in die gesamte Organisation (Startertage, Mitarbeiterfrühstück etc.)



Externe Community

Zeit für Stellenanzeigen und Projekte

- Stellenanzeigen werden kaum gelesen und passen oft sowieso nicht auf die Bewerberprofile
- Warum nicht einfach mal was anderes machen? (Stackoverflow umgebaut)
- Video-Stellenanzeigen und Podcasts



Erfolge des Community Managements

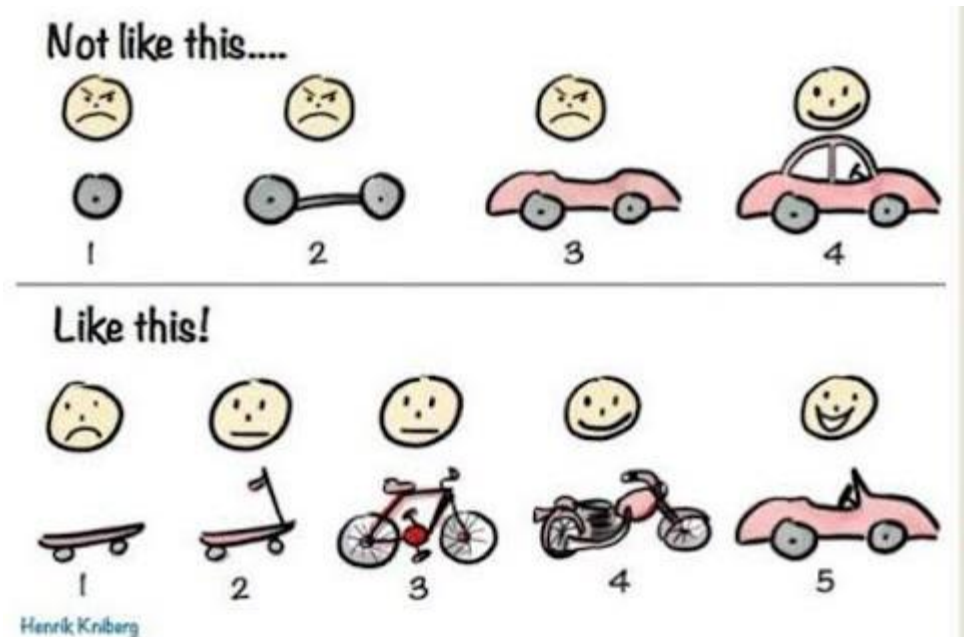
Was hat uns das grundsätzlich gebracht?

- Innerhalb drei Jahren Einstellung von knapp 100 IT-Fachkräften
- Seit Mitte 2018 praktisch keine Dienstleister mehr für IT-Stellen beauftragt und Einsparung von Kosten
- Personen über Events und Talks eingestellt, die sich auf keiner Plattform bewegen und für uns praktisch „unsichtbar“ waren
- Der Fluktuation entgegengewirkt
- Erste Einstellungen (fast) ohne Involvierung von HR und getrieben vom Fachbereich

Learnings

(Auch) In der Krise gilt:

- + Konkurrenz beobachten und best-practices adaptieren
- + Klassische Kanäle nutzen und Digitalisierung treiben
- + Prototypen bauen und schneller ins „Doing“ kommen
(Die Bewerber sind verständnisvoll)
- + Akzeptieren, dass nicht alles funktionieren wird
- + Mitarbeiter fordern, neue Tasks verteilen und Talente entdecken (ohne Abläufe zu stören)



Fun fact: Alle diese Tipps gelten auch Prä- bund Post-Corona.

Zeit für Diskussionen

Danke für Eure Aufmerksamkeit

