

Sonderpublikation Zeitarbeit und  
Personaldienstleistungen 2010

Erfolgsfaktor Rekrutierung

Ausgewählte Ergebnisse aus der Lünendonk®-Studie 2010 „Führende  
Zeitarbeits- und Personaldienstleistungs-Unternehmen in Deutschland“

Eine Publikation der Lünendonk GmbH  
in Zusammenarbeit mit

**AUTOVISION**

## Erfolgsfaktor Rekrutierung

### Impressum

Herausgeber:  
Lünendonk GmbH  
Ringweg 23  
87600 Kaufbeuren  
Telefon: +49 8341 96 636-0  
Telefax: +49 8341 96 636-66  
E-Mail: [info@lunendonk.de](mailto:info@lunendonk.de)  
Internet: <http://www.lunendonk.de>

Autor:  
Hartmut Lürßen, Partner, Lünendonk GmbH

Auswertungen:  
Antonia Thieg, Consultant, Lünendonk GmbH

Gestaltung:  
Lünendonk GmbH

Copyright © 2010 Lünendonk GmbH, Kaufbeuren  
Alle Rechte vorbehalten



## Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
Der Markt für Zeitarbeit und Personaldienstleistungen in Deutschland	6
Leistungen nach Art der ausgeübten Tätigkeiten	8
Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern	10
Ressourcen effizient einsetzen – mit dem Bewerbungsmanagement der AutoVision GmbH	13
Rekrutierung von Fachkräften – Gemeinsame Online-Prozesse für Auftraggeber und Dienstleistungspartner	16
Die Unternehmen	19



# Vorwort

Der Markt für Zeitarbeit und Personaldienstleistungen ist ein wichtiges Flexibilisierungsinstrument für die deutsche Wirtschaft, die einen strukturellen Flexibilisierungsbedarf aufweist.

Dieser strukturelle Flexibilisierungsbedarf wurde durch die Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise nicht aufgelöst, sondern lediglich abgemildert. Die Kombination aus Kurzarbeitergeld, Zeitarbeit und anderen Flexibilisierungsinstrumenten hat dazu geführt, dass der Arbeitsmarkt insgesamt deutlich weniger belastet wurde als befürchtet.

Seit Anfang 2010 zieht die Nachfrage in der Zeitarbeit wieder deutlich an. Die Rekrutierung steht damit im Fokus der Erfolgsfaktoren für das Wachstum der Zeitarbeits- und Personaldienstleistungsunternehmen in Deutschland.

Für die Zeitarbeits- und Personaldienstleistungsunternehmen ist die Mitarbeiterrekrutierung Kernkompetenz.

Trotzdem gibt es erhebliche Unterschiede in der Art und Weise, wie die Anbieter ihre Zeitarbeitnehmer suchen und finden. Die Bandbreite reicht dabei von der traditionellen Zusammenarbeit mit den Arbeitsämtern vor Ort über Empfehlungen oder eigene Rekrutierungsveranstaltungen bis hin zu effizienten Online-Rekrutierungs- und Assessment-Tools, die die Prozesse der Personalbeschaffung massiv beschleunigen.

Der Trend geht dabei eindeutig zu Online-Bewerbungen und Bewerbungsportalen. Eine Bewerbung per E-Mail ist inzwischen längst Standard, selbst bei relativ einfachen Qualifikationen.

Diese Veränderungen in den Rekrutierungsprozessen lassen sich sowohl bei den Kunden-Unternehmen wie bei den Personal-Dienstleistern beobachten. Als Folge dieser Entwicklung entsteht eine Vielzahl neuer Dienstleistungen. Neue Dienstleister-Typologien positionieren sich am Markt als strategische Partner der Personalbereiche.

Eines der Zukunftsthemen im Zusammenhang mit der Personalbeschaffung ist das sogenannte Recruitment Process Outsourcing (RPO), bei dem ein externer Dienstleistungspartner Teile des Rekrutierungsprozesses von seinem Auftraggeber übernimmt und beispielsweise das Bewerbermanagement steuert oder zusätzlich (Online-)Assessments durchführt.

Neu ist, dass moderne integrierte Personaldienstleister konsequent ihr Leistungsportfolio erweitern und mehr Aufgaben im Rekrutierungsprozess übernehmen. In den USA ist diese Entwicklung beispielsweise schon viel weiter. Dort gehören die flexiblen Teile der Belegschaft in das strategische Organisationsthema „Total Workforce Management“, das nicht einzelne Vertragsformen in den Mittelpunkt stellt sondern das Ziel der erforderlichen



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

Kompetenzen und Ressourcen für das Unternehmen insgesamt fokussiert.

Dabei zeigt sich: Im Mittelpunkt innovativer Dienstleistungen stehen effiziente Software-Prozesse. Denn nur mit durchgängig digitalen Geschäftsprozessen lassen sich die notwendigen Skaleneffekte bei den Dienstleistern erzielen. Und ohne geringere Kostenstrukturen beim Dienstleister lassen sich auch keine Kostenvorteile im Vergleich zum Eigenbetrieb an die Kunden weitergeben.

Die vorliegende Sonderpublikation enthält Informationen zum Thema Rekrutierung im Markt für Zeitarbeit und Personaldienstleistungen aus der aktuellen Lünendonk®-Studie 2010: „Führende Zeitarbeits- und Personaldienstleistungs-Unternehmen in Deutschland“ und wird im zweiten Teil ergänzt durch ausgewählte Kundenbeispiele des Personaldienstleistungs-Unternehmens Autovision.



Ich wünsche Ihnen eine interessante und nützliche Lektüre.

Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'H. Lüerßen'. The signature is fluid and cursive.

Hartmut Lüerßen

# Der Markt für Zeitarbeit und Personaldienstleistungen in Deutschland

Unternehmerische Flexibilität besitzt einen hohen Wert. Das hat die Finanz- und Wirtschaftskrise deutlich gezeigt. Die Unternehmen, die beispielsweise durch Kurzarbeitergeld, Arbeitszeitkonten oder die strategische Nutzung von Zeitarbeit über eine signifikante Flexibilitätsreserve verfügten, konnten in der Krise schneller reagieren und stehen nun vergleichsweise besser da als Unternehmen ohne ausreichende Flexibilitätsreserven.

Was hat die Finanz- und Wirtschaftskrise noch gezeigt? Sie hat gezeigt, dass viele Erwartungen in Bezug auf die Entwicklungen am Arbeitsmarkt und die gesamtwirtschaftliche Entwicklung ganz anders eingetreten sind, als von führenden Wirtschaftsforschungsinstituten oder der Bundesagentur für Arbeit (BA) prognostiziert.

So blieb beispielsweise auch der erwartete Anstieg der Arbeitslosenzahlen im Frühjahr 2010 aus. Nachdem die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute zunächst die Krise nicht vorausgesehen hatten, haben sie dann die Negativauswirkungen sogar überschätzt. Teilweise sagten Prognosen für das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland einen Rückgang von mehr als sechs Prozent voraus. Tatsächlich wurden es fünf Prozent.

Die Auswirkungen für den Markt für Zeitarbeit und Personaldienstleistungen waren zeitweise dramatisch. So berichteten insbesondere die Top 10 der Anbieter-Unternehmen im ersten Quartal 2009 von Rückgängen um mehr als 40 Prozent. In jener Phase wurden die Daten für die letztjährige Lünendonk®-Studie erhoben. Die Erwartungen für das Jahr 2009 streuten daher sehr stark.

Die Analysten der Lünendonk GmbH erwarteten im ersten Quartal 2009 für das Gesamtjahr ein Szenario eines Marktrückgangs von 30 Prozent und mehr. Für die Top 10 traf diese Vorhersage zu: Die führenden Unternehmen mussten durchschnittliche Umsatzrückgänge von 30,4 Prozent verkraften.

Aufgrund der beginnenden Markterholung ab Mai 2009 konnte der Marktrückgang vor allem durch die mittelständischen Zeitarbeits-Unternehmen auf eine Größenordnung von -18,8 Prozent abgefedert werden.

Das Marktniveau von 12,1 Milliarden Euro in 2009 entspricht dabei in etwa dem Niveau von 2006 (11,7 Milliarden Euro Marktvolumen). Diese Entwicklung spiegelt sich auch bei den Zeitarbeitsnehmern wider. Laut BA waren zum 30.06.2009 insgesamt 609.720 Zeitarbeit-



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

nehmer beschäftigt. Zum 31.06.2006 waren es 598.284.

Zum 31.12.2009 fanden trotz des saisonal typischen Rückgangs im Dezember bereits wieder 632.377 Zeitarbeitnehmer eine Beschäftigung.

Für 2010 sind die Anbieter-Unternehmen wieder sehr optimistisch; die Erwartungen an das Marktwachstum sind deutlich zweistellig. Allerdings, das darf auch nicht verschwiegen werden, besteht in der Wirtschaft nach wie vor eine hohe Planungsunsicherheit (Stichwort Griechenland- und Euro-Krise). Für die Kunden-Unternehmen und die Zeitarbeits-Unternehmen gleichermaßen kommt es daher darauf an, bei etwaigen Marktveränderungen schnell reagieren zu können.

Der Flexibilisierungsbedarf wird damit noch wichtiger als in der Vergangenheit.

Welche Themen sind daher für die Zeitarbeits-Unternehmen wichtig, um

schnell auf Marktveränderungen reagieren zu können und sich für den zukünftigen Erfolg richtig aufzustellen?

- Geschwindigkeit der Mitarbeiterrekrutierung
- Geschwindigkeit der Vermarktung (Angebote, Profile etc.)
- Geschwindigkeit von organisatorischen Veränderungen
- Attraktivität als Arbeitgeber
- Große Anbieter vs. Local Heroes
- Wettbewerb mit Spezialisten
- Ausweitung des Leistungsportfolios vs. Spezialisierung

Insgesamt spielt auch das Thema der Wahrnehmung eine besondere Rolle für die führenden Zeitarbeits-Unternehmen.

Egal ob für strategische Übernahmen, Mitarbeiterrekrutierung oder strategische Partnerschaft mit den Kunden-Unternehmen – die Wahrnehmung der Marke beim Kunden ist auch in einem Verdrängungswettbewerb ein wichtiger Wettbewerbsfaktor.



# Leistungen nach Art der ausgeübten Tätigkeiten

Die produktionsnahen Tätigkeiten prägen das Bild der Zeitarbeit nach wie vor. Diese Tätigkeiten, bei denen in der Regel nur geringe Qualifikationen von den Arbeitnehmern erfordert werden, sind besonders anfällig für Nachfrageschwankungen.

Der Anteil der einfachen Tätigkeiten betrug 2008 noch 34,2 Prozent des Umsatzes der analysierten Unternehmen und ging in 2009 auf 28,1 Prozent zurück. Der Anteil der höherwertigen Industrie-Services (Facharbeitertätigkeiten) betrug im Jahr 2008 durchschnittlich 29,9 Prozent und blieb in 2009 konstant.

Bei den Top 10 ist der Anteil der einfachen Industrie-Services traditionell höher als bei den übrigen analysierten Unternehmen. Die Top 10 erzielten mit den einfachen Industrie-Services im Jahr 2009 insgesamt 40,4 Prozent ihres Umsatzes. Bei den übrigen analysierten Unternehmen waren es lediglich 25,6 Prozent.

Dass die Werte für 2008 und 2009 sowie bei der Auswertung der Top 10 und der übrigen analysierten Unternehmen jeweils 29,9 Prozent ergeben, ist auffallend. Es handelt sich jedoch um einen Zufall und wurde entsprechend überprüft.

Der Umsatzanteil, den die befragten Zeitarbeits-Unternehmen mit der Überlassung von Büropersonal erwirtschafteten, lag 2009 mit im Durchschnitt rund 21,7 Prozent an dritter Stelle vor den Spezialisten für Konstruktions-Services (5,8 %), Finanz-Aufgaben (4,4 %) und IT-Services (4,4 %).

Gegenüber dem Vorjahr haben damit die Industrie-Services anteilig abgenommen. Die anderen Marktsektoren haben Anteile gewonnen.

Bei den Facharbeitertätigkeiten liegen die Top 10 mit einem Anteil von 29,9 Prozent gleichauf mit den Werten der übrigen Unternehmen. Im Vorjahr waren es bei den Top 10 26,8 Prozent gegenüber 26,1 Prozent gewesen.

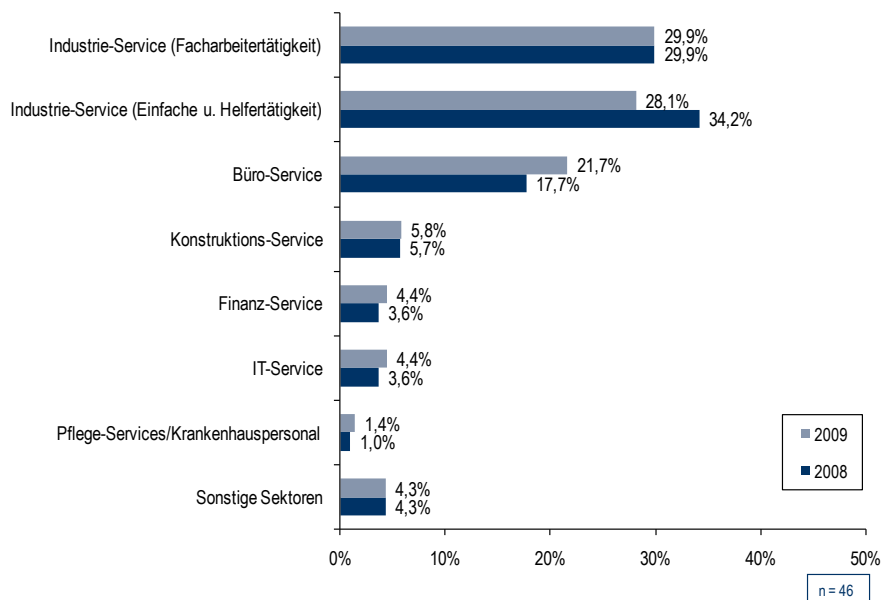
Die Büro-Services machen bei den Top 10 durchschnittlich 15,9 Prozent des Umsatzes in 2009 aus. Bei den übrigen analysierten Unternehmen liegt der Wert mit 22,9 Prozent deutlich höher. Damit hat sich der Trend aus dem Vorjahr fortgesetzt.

Signifikante Abweichungen gibt es auch bei den IT-Services (Top 10: 1,9 % gegenüber 5,0 % bei den übrigen Unternehmen) sowie den Finanz-Services (Top 10: 2,7 % gegenüber 4,8 %).



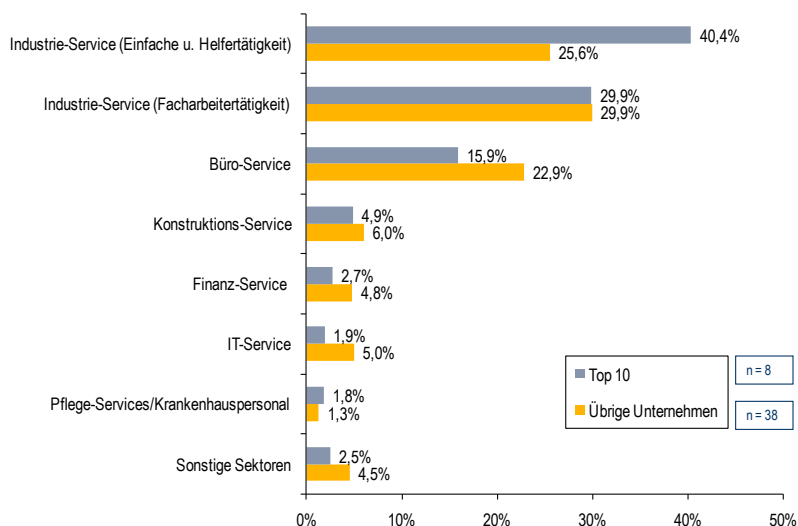
## Erfolgsfaktor Rekrutierung

### Leistungen nach Art der ausgeübten Tätigkeit der Zeitarbeits-Unternehmen 2009 und 2008 Anteile am Umsatz in Prozent – Alle Unternehmen



Grafik 1: Die Nachfrage bei höher qualifizierten Tätigkeiten war konstanter als bei den einfachen Tätigkeiten.

### Leistungen nach Art der ausgeübten Tätigkeit der Zeitarbeits-Unternehmen 2009 Anteile am Umsatz in Prozent – Top 10 und übrige Unternehmen



Grafik 2: Bei den Top 10 ist der Anteil einfacher Tätigkeiten höher als bei der Vergleichsgruppe.

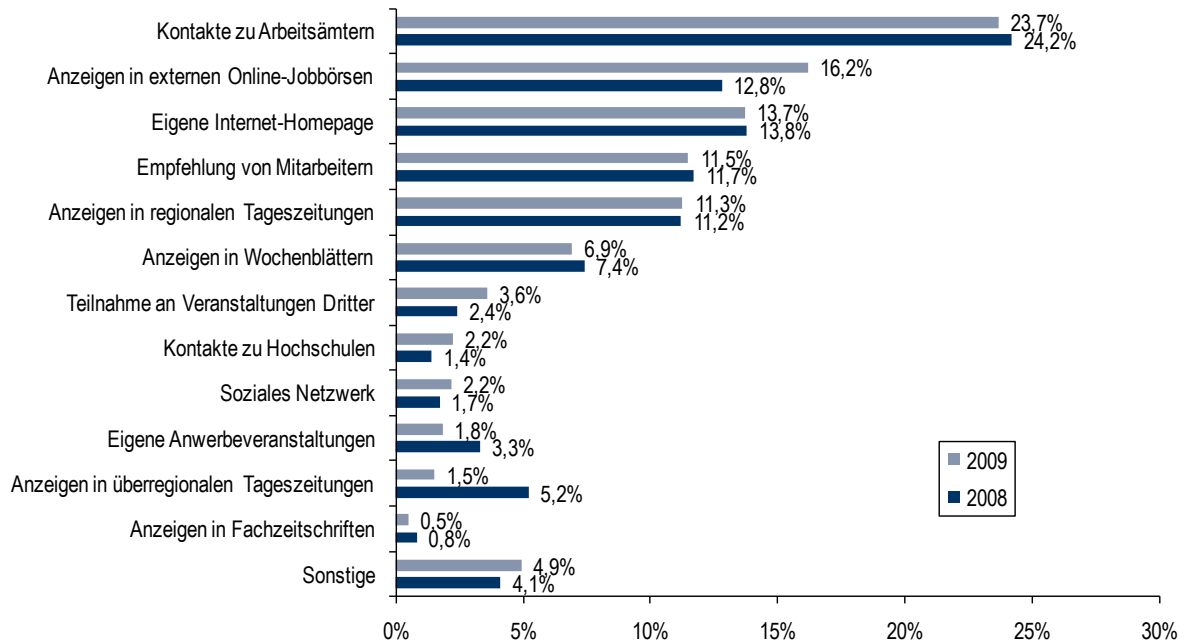


## Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern

Aus Sicht der Kunden-Unternehmen, so zeigen es verschiedene Untersuchungen und Gespräche mit führenden Zeitarbeits-Unternehmen, spielen die Rekrutierungsgeschwindigkeit sowie die Qualität der vorgestellten Zeitarbeitnehmer die wichtigste Rolle für die Beauftragung. Damit kommt der Rekrutierung eine zentrale Rolle für den Unternehmenserfolg zu.

Durch Online-Jobbörsen sowie Rekrutierungsportale der Zeitarbeits-Unternehmen und ihrer Kunden hat ein tiefgreifender Wandel bei der Rekrutierung begonnen. Gleichzeitig ist ein „digitaler Graben“ vorhanden, der aber zunehmend auch von den Bewerbern mit geringen Qualifikationen überwunden wird.

### Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern – Vergleich 2009 und 2008\*) Mittelwerte – Angabe in Prozent – Alle Unternehmen



\*) Ergebnis aus der Befragung im Frühjahr 2009

n = 46

Grafik 3: Der Anteil von Online-Rekrutierungswegen hat stark zugenommen.



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

Damit ist der Bedarf nach effizienten softwaregestützten Prozessen nicht mehr wegzudiskutieren. Im Jahr 2009 waren bei den in dieser Studie analysierten Unternehmen durchschnittlich mehr als 226.000 Zeitarbeiter beschäftigt. Dabei stellen die Zeitarbeits-Unternehmen im Laufe des Jahres deutlich mehr Zeitarbeitnehmer ein als es das durchschnittliche Mitarbeiterwachstum widerspiegelt. So wechselt etwa jeder fünfte Zeitarbeitnehmer zu einem Kunden-Unternehmen, andere werden entlassen, weil keine Folgeaufträge gefunden werden.

Auch die Fluktuation zwischen Zeitarbeits-Unternehmen ist nicht zu unterschätzen.

Insgesamt stehen weiterhin „Kontakte zu Arbeitsämtern“ mit 23,7 Prozent (2008: 24,2 %) an erster Stelle der Rekrutierungswege. Der Anteil geht allerdings kontinuierlich zurück. Beim Größenvergleich zeigt sich, dass die übrigen Unternehmen diesen Weg mit 24,0 Prozent häufiger suchen als die Top 10 (21,7 %), für die dieser Rekrutierungsweg trotzdem am wichtigsten ist.

Dass sich die Art der Rekrutierung nachhaltig verändert, zeigt sich deutlich daran, dass bei der Bewertung für das Jahr 2009 die „Anzeigen in externen Online-Jobbörsen“ auf den zweiten Platz vorgehoben sind und die „Eigene Internet-Homepage“ auf dem dritten Platz landet.

Dabei sind die Anzeigen in externen Online-Job-Börsen für die Vergleichsgruppe wichtiger (16,5 %) als die eigene Internet-Homepage (13,4 %). Das verwundert wenig, sind doch nur wenige

Zeitarbeits-Unternehmen so bekannt, dass Bewerber sich aus Eigeninitiative über die Homepage des Unternehmens bewerben.

Bei den traditionellen Rekrutierungsweegen gehen die Werte tendenziell zurück. Ausnahmen bilden die „Anzeigen in regionalen Tageszeitungen“ (+0,1 Prozentpunkte) sowie „Teilnahme an Veranstaltungen Dritter“ (+1,2 Prozentpunkte) sowie „Kontakte zu Hochschulen“ (+1,2 Prozentpunkte).

Die neuen (Online-)Rekrutierungswege wie „Anzeigen in externen Online-Jobbörsen“ (+3,4 Prozentpunkte), „Soziales Netzwerk“ (+0,5 Prozentpunkte) nehmen an Bedeutung zu. Die „eigene Internet-Homepage“ stagniert dabei im Vorjahresvergleich (-0,1 Prozentpunkte).

Trotzdem bleiben auch die traditionellen Rekrutierungswege wichtig. Über alle befragten Unternehmen hinweg steht die „Empfehlung von Mitarbeitern“ mit 11,5 Prozent an vierter Stelle, gefolgt von „Anzeigen in regionalen Tageszeitungen“ mit 11,3 Prozent.

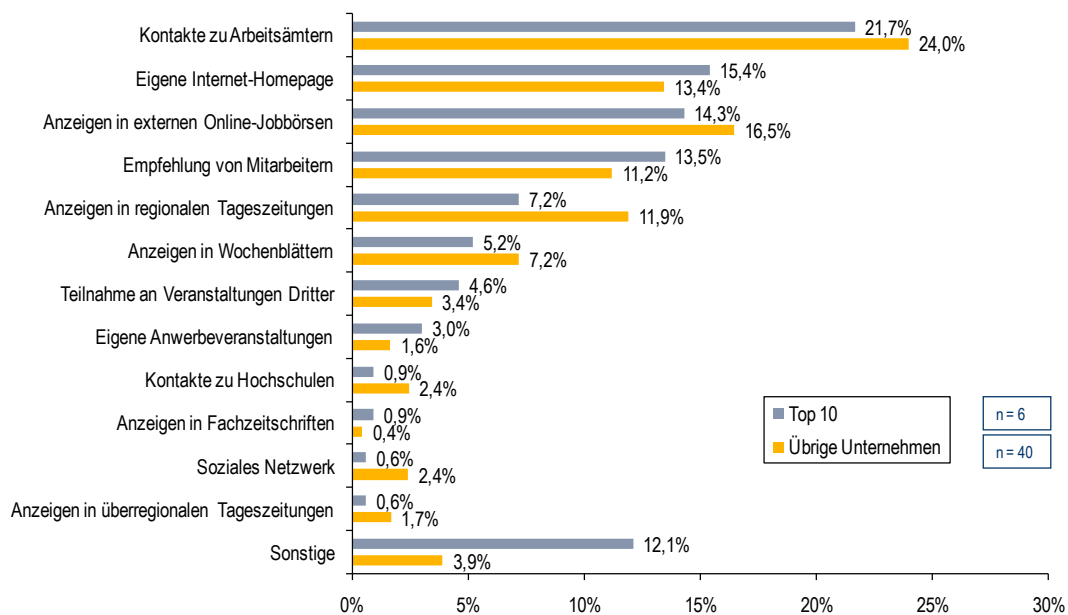
Bei der Auswertung nach Unternehmensgröße sieht die Reihenfolge indes anders aus. So rekrutieren die Top 10 an erster Stelle über die „Kontakte zu Arbeitsämtern“ (21,7 %), gefolgt von der „eigenen Internet-Homepage“ mit 15,4 Prozent. An dritter Stelle finden sich die „Anzeigen in externen Online-Jobbörsen“ mit 14,3 Prozent.

Hier hat sich die Reihenfolge deutlich verändert. So standen im Vorjahr noch die „Anzeigen in regionalen Tageszeitungen“ an zweiter Stelle, gefolgt von „Anzeigen in Wochenblättern“.



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

### Wege der Rekrutierung von Zeitarbeitnehmern 2009 Mittelwerte – Angabe in Prozent – Nach Unternehmensgrößen



*Grafik 4: Die Top 10 profitieren bei der Rekrutierung durch die Bekanntheit der Marke. Die eigene Internet-Homepage ist daher als Rekrutierungsweg wichtiger als bei der Vergleichsgruppe.*

## Ressourcen effizient einsetzen – mit dem Bewerbungsmanagement der AutoVision GmbH

Gerade im Wettlauf um stark nachgefragte Spezialisten optimieren Unternehmen ihr Bewerbungsmanagement durch das Auslagern zeit- und kostenintensiver Administrations- und Verwaltungsaufgaben.

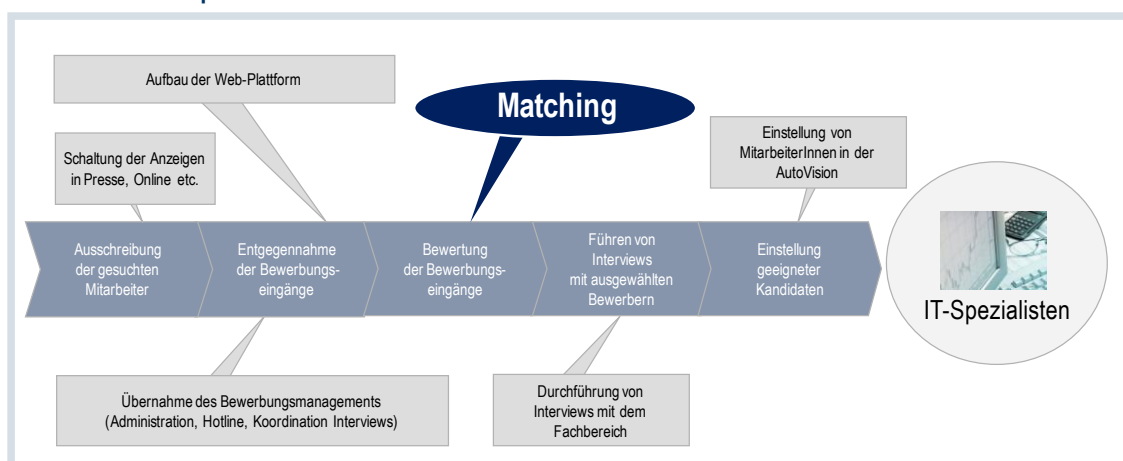
Durch einen solchen Schritt können die Gesamtkosten des Recruitings gesenkt und Freiraum geschaffen werden, um sich auf seine Kernkompetenzen (z. B. Talent-

gewinnung und -bindung) zu konzentrieren.

Der Auftrag: Unser Kunde aus dem automobilen Umfeld stand vor der Herausforderung, seine interne IT-Kompetenz dauerhaft zu sichern. Vor diesem Hintergrund beauftragte der Kunde die AutoVision GmbH mit der Sicherung des Know-hows sowie der Rekrutierung und Bindung neuer Spezialisten.

**AUTOVISION**

### Aufbau einer IT-Sparte



Grafik 5: Das Auslagern des Rekrutierungsprozesses erfordert eine effiziente Prozess-Plattform.



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

### Komplettes Leistungsspektrum aus einer Hand

Die AutoVision übernahm das gesamte Bewerbungsmanagement – von der individuellen Prozessentwicklung über die Bewerberadministration bis hin zur Einstellung der richtigen Kandidaten. In einem Zeitraum von 18 Monaten sind 1.200 Bewerbungen bearbeitet, 800 Vorstellungsgespräche geführt und 150 IT-Spezialisten eingestellt worden.

Der Ablauf: Nach der Abstimmung mit dem Kunden über die zu besetzenden

Positionen stand die bundesweite Ausschreibung der Stellen – in Print- und Online-Medien – an. Dazu setzte die AutoVision GmbH eine eigens für dieses Projekt entwickelte Online-Plattform ein. Alle eingehenden Bewerbungen wurden systemisch erfasst und verwaltet. Dabei lag der Fokus auf dem Bereitstellen strukturierter Informationen zum Matching von Profilen und Stellen.

Der Dienstleister übernahm auch die gesamte Administration: vom Scannen der Papierdokumente, Erledigung der

### Externe Rekrutierung von Fachkräften



Grafik 6: Die Rekrutierung von Spezialisten findet zu einem hohen Anteil über Online-Stellenmarketing statt.

## Erfolgsfaktor Rekrutierung

Korrespondenz über die Bereitstellung einer Bewerber-Hotline bis hin zu Bewerbungsgesprächen.

Anschließend wurden die Vorschläge an die Fachabteilung des Kunden übermittelt, Vorstellungsgespräche abgestimmt und gemeinsam durchgeführt.

Parallel zum Bewerbungsmanagement beauftragte der Kunde die AutoVision mit der gezielten Spezialistensuche mittels Direktansprache (Headhunting).

Die Mehrwerte für den Kunden durch das Auslagern des Bewerbungsmanagements:

- Keine eigene, zeit- und kostenintensive Softwareentwicklung und -einführung,

da die AutoVision die IT-Infrastruktur bereitstellte.

- Ständiger Einblick des Kunden in das Projekt durch transparente Online-Prozesse.
- Aufbau eines exklusiven Bewerberpools und Nutzen der Synergien aus dem bestehenden Bewerberpool der AutoVision.
- Hohe Bewerberzahlen durch gebündelte Ausschreibungen und optimierte Online-Vermarktung.
- Hohe Bewerberzufriedenheit durch intensive Bewerberinformation.
- Reduzierte Anzahl der Rückfragen und damit geringere Bearbeitungszeiten.

Insgesamt: eine schnelle und zuverlässige Bewerberauswahl.



# Rekrutierung von Fachkräften – Gemeinsame Online-Prozesse für Auftraggeber und Dienstleistungspartner

## Großvolumige Personalanforderungen kontrolliert auslagern

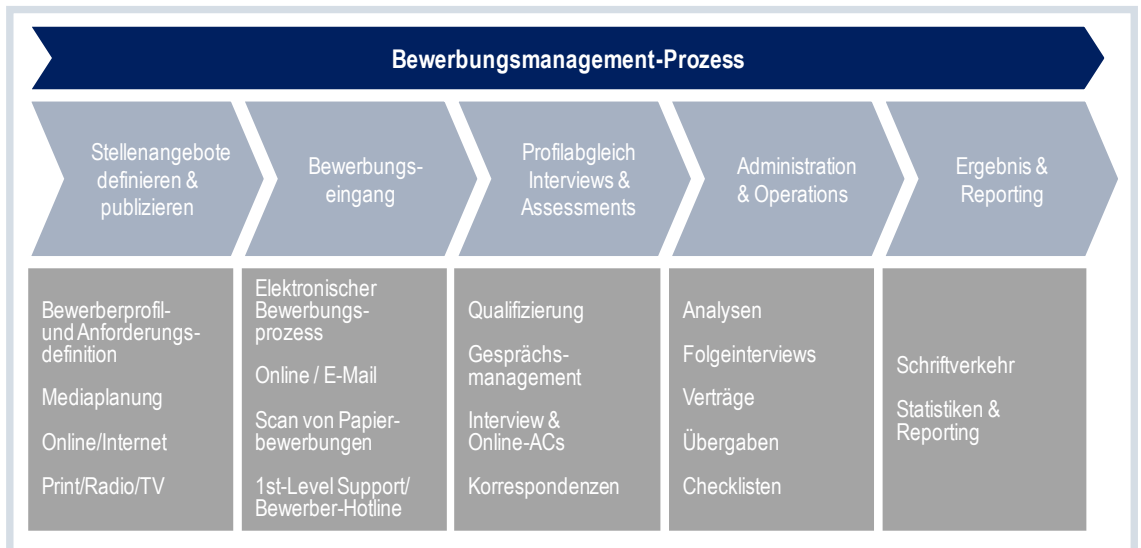
### AUTOVISION

Das Rekrutieren von Personal einschließlich der qualifizierten Auswahl stellt einen erheblichen Wettbewerbsfaktor dar. Für viele Unternehmen wird es zunehmend schwieriger, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Auch einer unserer Kunden – eine erfolgreiche Vertriebs Einheit eines Automobilkonzerns – stand vor der Heraus-

forderung, kurzfristig stark nachgefragtes und speziell geschultes Personal zu rekrutieren.

Wiederholte Anläufe, freie Stellen mit geeignetem Fachpersonal zu besetzen, scheiterten zuletzt nicht nur am Mangel qualifizierter Bewerbungen, sondern auch

## Der Bewerbungsmanagement-Prozess



Grafik 7: Die Autovision GmbH übernimmt aufgrund der hohen Rekrutierungskompetenz auch Prozess-Schritte wie Online-Assessments oder Vorauswahlgespräche mit Kandidaten.



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

am Rekrutierungsaufwand. Die Auslastung der Personalabteilung verstärkte sich zusehends durch die zeit- und kostenintensive Suche nach Fachkräften. Die Ausfälle, die durch das fehlende Personal hervorgerufen wurden, stiegen immens.

### Schnell passendes Personal finden

Ein extern durchgeführtes Bewerbungsmanagement schaffte Abhilfe. Die Volkswagen-Tochter AutoVision GmbH hatte hier die passenden Lösungen parat: Als strategischer Partner für Personalmanagement reicht das Spektrum vom Vermitteln von Fachpersonal über Zeitarbeit bis hin zu Ingenieurs- und IT-Dienstleistungen. „Wir arbeiten mit einer eigens entwickelten, Internet-gestützten Dienstleistungsplattform, die für den Kunden nutzbar ist. Damit decken wir großvolumige Personalanforderungen ab und rekrutieren zudem stark nachgefragte Fachkräfte und Spezialisten“, erläutert

Cord Marxmeier, Leiter Key Account Management bei der AutoVision GmbH.

Auch ein eigens errichteter Pool an Spezialisten, Fach- und Führungskräften garantiert eine schnelle Vermittlung und Besetzung gesuchter Positionen.

### Ressourcen effizient einsetzen

Das Projekt: Durch die Übernahme der gesamten Bewerberadministration konnten kurzerhand aus 300 Bewerbern 100 potenzielle Kandidaten identifiziert werden. Hierzu übernahm die AutoVision ab dem Bewerbungseingang die Überleitung der Bewerberprofile ins System, um im elektronischen Profil-Matching, bei dem kurzerhand Bewerber mit den gewünschten Qualifikationen gefiltert werden, die Kandidateneignung zu erfassen.

### Verschiedene Zielgruppen bei der Rekrutierung



*Grafik 8: Unternehmen, die verschiedene Berufsgruppen extern rekrutieren wollen, brauchen einen BPO-Dienstleister mit Kompetenz in den geforderten Themen.*



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

Es galt, Medienbrüche von Papier- und Onlinebewerbungen zu kompensieren und dem Kunden einen einheitlichen und transparenten Profilpool bereitzustellen. Die Auslagerung der gesamten Bewerber-Administration beinhaltete zudem die Bearbeitung von Empfangsbestätigungen, Zwischenbescheiden, Absagen, Terminabsprachen sowie Rücksendung von Papierunterlagen.

Systemisch gestützt konnten hier vor allem Prozesse optimiert, Zeiten reduziert und somit Kosten gesenkt werden. Über einen gemeinsamen Zugriff auf die Online-Plattform der AutoVision für das Personalmanagement war der Kunde stets in den Prozess integriert. Die Qualifizierung der geeigneten Kandidaten wurde mittels Telefoninterviews und Assessment-Center durchgeführt und geprüft.

Anschließend wurden die Bewerbungsgespräche mit der Fachabteilung des Kunden vorgenommen.

Die Projektlaufzeit verlief über sechs Monate und endete mit der Übergabe der qualifizierten Bewerber an die Fachabteilung des Kunden.

Durch die Kombination des Know-hows der AutoVision als Personaldienstleister und dem Einsatz einer individuellen online-gestützten Rekrutierungsplattform konnten Kostensenkungspotenziale im Bewerbungsmanagement identifiziert und realisiert und die Qualität im Rekrutierungsprozess enorm gesteigert werden.

Die Auslagerung des Bewerbungsmanagementprozesses an die AutoVision ermöglichte einen effizienten Einsatz der Ressourcen des Kunden. Mithilfe der Dienstleistungsplattform erhielt der Kunde Freiräume, um sich auf sein Kerngeschäft konzentrieren zu können.

Die AutoVision lieferte die gesamte Infrastruktur als Software as a Service im Rahmen des Recruitment-Process-Outsourcing-Vertrages und bewahrte den Kunden somit vor zeitaufwändigen und kostenintensiven Projekten zur Softwareentwicklung und -implementierung.

Mit der Umsetzung des Recruiting Process Outsourcing positionierte sich die AutoVision beim Kunden als zuverlässiger und flexibler Partner des Erfolgs.



# Die Unternehmen

## AUTOVISION

### AutoVision GmbH

Das Spektrum der AutoVision GmbH umfasst das Vermitteln von Fachpersonal über Zeitarbeit bis hin zu Ingenieurs- und IT-Dienstleistungen. Das Volkswagen-Tochterunternehmen führt seinen Stammsitz in Wolfsburg. Zudem ist der Dienstleister an 17 weiteren Standorten vertreten und international in Ungarn, Portugal, Belgien und der Slowakei aktiv. Aktuell sind rund 6.500 Mitarbeiter beschäftigt.

Das Rekrutierungsverfahren bildet die AutoVision zentral auf der online-basierten Dienstleistungsplattform ab – von der für Suchmaschinen optimierten Stellenausschreibung bis zum Bewerbermanagement. Dabei entscheidet der Kunde, ob er den gesamten Ablauf des Bewerbungsmanagements oder einzelne Schritte im Rahmen eines projektbezogenen Recruiting Process Outsourcing abwickeln möchte. Die Dienstleistungsplattform lässt sich direkt in die Kundensysteme einbinden, sodass auch der Kunde flexiblen Zugriff hat. Die ergänzenden Möglichkeiten sind vielfältig: Eine Verknüpfung beispielsweise mit externen Jobportalen ist ebenso möglich wie das kurzfristige Etablieren von Online-Assessment-Centern für die Vorauswahl der Bewerber.

Der Recruiting-Prozess bildet die individuellen Anforderungen ab und kann ortsunabhängig übernommen werden. Die spezifischen Dienstleistungen, wie Digitalisieren, Bewerberkorrespondenz sowie die Erstauswahl der potenziellen Kandidaten, erfolgen auf der Basis eines gemeinsamen Online-Prozesses. Der Kunde greift hier also aktiv in den Prozess mit ein. Administrative Tätigkeiten, die übernommen werden: Korrespondenz, Telefoninterview, HR-Testverfahren, Vorstellungsgespräch, Einstellung. Alle relevanten Informationen eines Bewerbers werden in dem elektronischen Bewerbungsmanagement-System hinterlegt. Medienbrüche von Papier- und Online-Bewerbungen gehören damit der Vergangenheit an.

### Kontakt

AutoVision GmbH

Anschrift: Major-Hirst-Str. 11, 38442 Wolfsburg

Telefon: +49 (0) 5361 - 897 25 25 Telefax: +49 (0) 5361 - 897 10 40

E-Mail: [mail@autovision-gmbh.com](mailto:mail@autovision-gmbh.com)

Internet: [www.autovision-gmbh.com](http://www.autovision-gmbh.com)



## Erfolgsfaktor Rekrutierung

L Ü N E N D O N K 

### Lünendonk GmbH

Die Lünendonk GmbH, Gesellschaft für Information und Kommunikation (Kaufbeuren), untersucht und berät europaweit Unternehmen aus der Informationstechnik-, Beratungs- und Dienstleistungs-Branche.

Mit dem Konzept Kompetenz<sup>3</sup> bietet Lünendonk unabhängige Marktforschung, Marktanalyse und Marktberatung aus einer Hand. Der Geschäftsbereich Marktanalysen betreut die seit 1983 als Marktbarometer geltenden „Lünendonk<sup>®</sup>-Listen und -Studien“ sowie das gesamte Marktbeobachtungsprogramm. Seit 2003 ist Lünendonk auch von Frankreich und Großbritannien aus erfolgreich aktiv.

### Kontakt

Lünendonk GmbH –  
Gesellschaft für Information und Kommunikation  
Antonia Thieg, Consultant  
Anschrift: Ringweg 23, 87600 Kaufbeuren  
Telefon: +49 (0) 8341 - 9 66 36-0 Telefax: +49 (0) 8341 - 9 66 36-66  
E-Mail: [thieg@lunenendok.de](mailto:thieg@lunenendok.de)  
Internet: [www.lunenendok.de](http://www.lunenendok.de)



