

Die wichtigsten Kennzahlen für das Recruiting

Das Recruiting ist auch in Zeiten der Digitalisierung und des Internets kostenintensiv geblieben. Es gibt einige wichtige Kennzahlen für eine wirksame Kostenkontrolle, welche helfen, Kosten zu reduzieren und festzustellen, wo für viel Geld wenig erreicht wird, um dann mit weniger Geld mehr zu erreichen.

Kennzahlen, auch Key Performance Indicators genannt, schaffen Transparenz im Bewerberprozess und helfen, Erfolgskontrollen, und Kosten schneller, breiter und genauer zu eruieren, Ressourcen effizienter zu nutzen und Schwachstellen zu erkennen. Kennzahlen können aber auch auf Fehlentwicklungen aufmerksam machen, die Kostenentwicklungen exakt analysieren oder auf neue Bedürfnisse hinweisen. Im Zentrum stehen Kosten, Zeitbeanspruchungen, Bewerber-Zielgruppen-Analysen und Erfolgsquoten beim Medien- und Instrumenteneinsatz.

Die am meisten beachteten Messwerte

Die wichtigsten Messbereiche sind in der generellen HR-Praxis und auch im Recruiting die folgenden:

- Kosten
- Zeit
- Effizienz
- Qualität
- Effektivität

Ein zuverlässiges Personal-Kennzahlensystem ist von besonders grosser Bedeutung. Leistungsfähige Bewerbermanagementsysteme generieren wichtige Kennzahlen automatisch oder lassen diese gar individuell definieren.

Recruiting-Kennzahlen beinhalten in den meisten Fällen die Faktoren Zeit, Kosten und Qualität bzw. Effektivität. Eine Konzentration auf diese Kategorien ist sinnvoll, um vor allem auch den Wirtschaftlichkeitsaspekt der oft hohen Rekrutierungskosten gebührend zu berücksichtigen.

Übersicht wichtiger Recruiting-Kennzahlen

1. Vorstellungseffizienz und -quote
2. Durchschnittliche Rekrutierungskosten pro Anstellung
3. Anzahl Initiativbewerbungen und Einstellungsquote
4. Durchlaufzeit von Bewerbungen im Vergleich
5. Zeitaufwand nach Auswahlinstrumenten
6. Zeitaufwand pro Bewerbung
7. Kosten pro Bewerbung nach Stellenbörsen
8. Einstellungen nach Auswahlinstrumenten
9. Personalrekrutierungskosten-Anteile
10. Anteile Rekrutierungskanäle on und offline
11. Kosten pro Medienträger/Kanal
12. Verhältnis interne/externe Neubesetzungen
13. Kostenanteile Online und Offline-Rekrutierung

14. Kosten pro Interview und Bewerbung nach Abteilungen
15. Verhältnis Interviews zu Anstellungen
16. Kosten pro Bewerbung
17. Anzahl Interviews pro Rekrutierungskanal
18. Time to Placement und Time to hire
19. Bewerber pro Stellenausschreibung
20. Bewerber pro Ausbildungsplatz

Je nachdem, welche Rolle die sozialen Medien spielen und welche Ressourcen dafür eingesetzt werden, ist dort ein Monitoring zu empfehlen, welches zusätzliche Kennziffern generiert.

Fokussierung auf relevante Bereiche

Die Erstellung und Pflege eines Kennzahlensystems ist auch für das Recruiting oft sehr aufwendig und beansprucht je nach Komplexität erhebliche personelle und zeitliche Ressourcen. Es ist daher wichtig, Prioritäten zu definieren, Ziele zu formulieren und sich für Kennzahlen zu entscheiden, die für das Unternehmen und das HR relevant sind. Wichtig ist dabei auch, stets die Beachtung verschiedener Kennzahlen und deren Daten-Aktualität und -zuverlässigkeit zu kontrollieren. Im Allgemeinen gilt auch hier: Weniger ist mehr.

Gleichbleibende Standardisierung der Ermittlung

Die Ermittlung – in den Methoden und Berechnungsarten – der Kennzahlen muss standardisiert sein, d.h. die Methode der Ermittlung sollte immer die gleiche bleiben. Ist dies nicht sichergestellt, ist die Vergleichbarkeit der Daten gefährdet oder nahezu unmöglich, was zu falschen Interpretationen und Messwerten führen kann.

Dieser Beitrag stammt aus dem Werk
"Kennzahlen-Handbuch für das Personalwesen " aus dem PRAXIUM Verlag

[und kann hier bei hrmbooks.ch zur unverbindlichen Ansicht bestellt werden.](http://hrmbooks.ch)



