

# Interview mit Christian Bieri

---

*Christian Bieri ist Leiter der Abteilung Recruiting & People Development beim VZ VermögensZentrum. Das Unternehmen berät Kundinnen und Kunden in allen Fragen rund ums Geld – und dies mit einem unabhängigen Ansatz. Neben der Empfehlung übernehmen die Expertinnen und Experten bei Bedarf auch die Umsetzung der Finanzlösungen. Mit dieser Strategie ist das VZ VermögensZentrum seit vielen Jahren sehr erfolgreich. Im Interview sprechen wir mit Christian Bieri darüber, welche Anforderungen das Geschäftsmodell an die entsprechende Recruiting-Strategie hat.*



**Lieber Herr Bieri, herzlichen Dank für Ihre Zeit. Das VZ VermögensZentrum ist seit Jahren erfolgreich unterwegs. Mit welchen Herausforderungen sehen Sie sich im Recruiting konfrontiert und wie gehen Sie damit um?**

Recruiting ist heute weit mehr als «post&pray» und wird in Zukunft noch herausfordernder werden. Aufgrund des Fachkräftemangels sehen wir in der Schweiz einen Wandel vom Arbeitgeber- zu einem Arbeitnehmermarkt. Gleichzeitig gibt es aber immer mehr Plattformen, die die Suche nach neuen Mitarbeitenden erleichtern sollen. Klassisch publizierte Stelleninserate erzielen nicht mehr dieselbe Wirkung wie vor einigen Jahren. Deshalb setzen wir schon seit einigen Jahren auf eine Mehrkanalstrategie. Diese ermöglicht uns, auf Nischenplattformen präsent zu sein, die für unterschiedliche

Zielgruppen relevant sind. Wir sind davon überzeugt, dass eine spezifische Ansprache heute wichtiger ist denn je. Dafür haben wir mit jobchannel einen Partner, der ein ganzes Netz an individuellen Plattformen pflegt.

### **Inwiefern zahlt sich Ihre Strategie aus?**

Viele Jobsuchen beginnen heute bei Google. Indem wir auf den Plattformen von jobchannel präsent sind, werden unsere Inserate bei Googlesuchen sichtbar, ohne dass wir dafür zusätzlich in «Google Ads» investieren müssen. jobchannel besetzt mit gutem Online-Marketing stets die vorderen Plätze bei den Googlesuchresultaten. Hinzu kommt: Sobald «Google for Jobs» in der Schweiz lanciert wird, sind wir gut aufgestellt. Dann wird es besonders wichtig, mit Firmen zusammenzuarbeiten, die bereits auf «Google for Jobs» vorbereitet sind – so wie jobchannel. Um von diesem richtungsweisenden Feature zu profitieren, werden technische Hilfsmittel vorausgesetzt. Deshalb lohnt es sich hier besonders, mit Profis zusammenzuarbeiten, die sich mit der Materie genau auskennen.

### **Welche Plattformen benutzen Sie nebst jobchannel?**

In der VZ Gruppe beschäftigen wir über 1000 Mitarbeitende in mehr als 60 verschiedenen Jobprofilen. Mit jobchannel, Indeed, JobCloud und verschiedenen Hochschulplattformen sind wir breit aufgestellt und können je nach Inserat die Kanäle variieren. Indem wir den Rücklauf messen, können wir anschliessend beurteilen, wie erfolgreich eine Kampagne war, um dann die entsprechenden Plattformen auszutauschen oder abzusetzen. Doch trotz aller digitalen Möglichkeiten bleibt Recruiting letztlich ein People Business. Und wer das am besten beherrscht, wird am Ende die offenen Stellen erfolgreich besetzen.

## **Welche Erfahrungen machen Sie mit jobchannel?**

Seit unserem ersten Pilotversuch mit jobchannel sind mehr als zwei Jahre vergangen. Positiv überrascht hat uns vor allem die hohe Besucherfrequenz auf den Plattformen. Heute generieren wir bereits 20 Prozent der Bewerbungen über jobchannel – und dies zu äusserst attraktiven Konditionen. Das zeigt: Auch wenn jobchannel noch nicht allen geläufig ist, sind die Job- und Fachplattformen auf Google hervorragend platziert. Dank der Verlinkung auf unsere Karriereseite im Web können sich Interessierte gleich über das VZ informieren und direkt bewerben.

## **Welche Kanäle eignen sich für welche Zielgruppe (Karrierestufe, Berufsfeld etc.) am besten?**

Die grösste Herausforderung ist es, die Stelleninserate auf jenen Plattformen zu publizieren, die die richtige Zielgruppe ansprechen. Allerdings zeigen unsere Erfahrungen, dass die Grenzen hier zunehmend aufweichen. Fragen Sie mal eine Person, die auf Stellensuche ist, wo sie die passenden findet. Mit grösster Wahrscheinlichkeit wird sie Ihnen verschiedene Plattformen nennen. Das zeigt, dass auch Bewerberinnen und Bewerber eine Mehrkanalstrategie fahren.

## **Birgt eine Mehrkanalstrategie auch Nachteile?**

Eine Mehrkanalstrategie benötigt mehr Ressourcen. Neue Kanäle müssen recherchiert, getestet, ausgewählt und individuell bespielt werden. Der Vorteil von jobchannel ist, dass wir über einen einzigen Anbieter Zugang zu einer grossen Bandbreite an Kanälen erhalten. Und dank dem automatisierten Crawling werden unsere Inserate automatisch auf den passenden Plattformen angezeigt.