

Debatte

ChatGPT im Recruiting – Flop oder Top?

Künstliche Intelligenz ist spätestens seit Ende 2022 dank ChatGPT in aller Munde. Aber taugt das gehypte Tool auch als «Helferlein» bei der Rekrutierung? Soll man diese wichtige Aufgabe einem Algorithmus überlassen? Oder gibt es gute Argumente gegen den KI-Einsatz. Die Debatte mit den Standpunkten von Claudia Menges, Fabio Blasi und Malte Müller.

«ChatGPT kann uns als Ideengeber und Inspirationsquelle unterstützen»

**Claudia Menges**

Unsere Welt im Recruiting hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Die Anforderungen und Herausforderungen in unserem Bereich sind extrem gewachsen, und die Effizienz spielt dabei eine immer grössere Rolle. In dieser Entwicklung stellt sich unter anderem die Frage: Wie kann ChatGPT uns dabei unterstützen, und welche Vorteile haben wir im Recruiting überhaupt davon? Wo ist unser Einsatz

notwendig, um sicherzustellen, dass wichtige Entscheidungen nicht ausschliesslich auf maschineller Intelligenz beruhen? Und was ist unsere Rolle dabei im Recruiting? Können wir unsere Fragen und Bedenken bereits heute schon beantworten oder aus dem Weg räumen?

Ein klarer Vorteil von ChatGPT ist natürlich unter anderem die Zeitersparnis und damit verbunden die Kostenersparnis, die gesteigerte Effizienz und Produktivität sowie das Potenzial für Innovation. Aber was ist mit den Nachteilen? Fehlende Empathie, unvollständiges Verständnis von komplexen Fragen und

Szenarien, Herausforderungen im Datenschutz und ethische Bedenken. Wichtige Themen, die wir nicht ignorieren können.

ChatGPT und ähnliche Technologien werden weiter wachsen, nicht nur für das Recruiting. Die Balance zwischen Automatisierung und menschlicher Interaktion wird entscheidend sein. Die persönliche Verbindung und das Verständnis für individuelle Bedürfnisse bleiben auf jeden Fall unersetzlich. Wir sollten die Technologie sehr sorgfältig einsetzen und dabei die ethischen Aspekte im Blick behalten. Personenbezogene Daten dürfen meines Erachtens in ChatGPT nicht verwendet werden.

ChatGPT kann uns als Ideengeber sowie als Inspirationsquelle unterstützen und hat das Potenzial, Abläufe zu vereinfachen und wiederholende Aufgaben effizienter zu gestalten. So bleibt mehr Zeit, uns im Recruiting auf unseren Job zu konzentrieren, insbesondere auf die Interaktion mit Bewerber*innen und Mitarbeiter*innen.

Claudia Menges ist Teamlead Recruiting bei der Ypsomed AG und bringt eine 20-jährige Expertise im HR und Recruiting mit. Als begeisterte Recruiterin und Sparringspartnerin berät sie gemeinsam mit ihrem Team externe und interne Bewerber*innen sowie Mitarbeiter*innen.

«Die Personalgewinnung einem Algorithmus zu überlassen, wäre fahrlässig»

**Fabio Blasi**

Die Personalgewinnung wird oftmals auf operative Gesprächsführung reduziert. Was dabei nicht beachtet wird, ist, dass die Personalgewinnung die kommunikative Ableitung der Arbeitgebermarke darstellt. Die Arbeitgebermarke umfasst die Unternehmenswerte und ist mit dem USP (Unique Selling Point) zu vergleichen. Ein Vorstellungsgespräch, ein Stelleninserat, eine Kontaktaufnahme und generell sämtliche Personalgewinnungsprozesse verkörpern den ersten Eindruck, die Visitenkarte und die Kultur eines Unternehmens gegenüber seinen Bewerbenden. Wird diesem Eindruck nicht Sorge getragen,

kann die Konsequenz eine Absage oder sogar eine schlechte Arbeitgeberreputation sein. Aus dieser Überlegung ist die Personalgewinnung von hohem strategischem Interesse für ein Unternehmen. Sie einem Algorithmus zu überlassen, wäre fahrlässig.

ChatGPT und Fachkräftemangel

ChatGPT ist noch relativ jung und hat dennoch beachtliche Fortschritte gemacht. Dieser Algorithmus hat aber kein Bauchgefühl und keine menschliche Intuition, die in der Personalgewinnung – insbesondere für Berufe mit Verdacht auf Fachkräftemangel – eine hohe Relevanz haben. Bewerbende aus dem Ausland verwenden z.B. oft andere Funktionsbezeichnungen, als sie in der Schweiz üblich sind. ChatGPT wird konfiguriert, möglichst viele Optionen zu integrieren und wiederzuerkennen. Es besteht je-



Kann ChatGPT sinnvolle Inputs in der Personalgewinnung liefern, oder schadet das Hypetool im Recruiting mehr, als es nützt?

doch das Risiko, dass Lebensläufe nicht immer richtig gelesen und verstanden werden und aufgrund einer Fehleinschätzung Absagen ausgesprochen werden. Zudem überlegen sich Bewerbende in einem Arbeitnehmermarkt gut, ob sie in eine Interaktion mit einem Algorithmus gehen wollen oder mit einem Menschen.

Weitere drei Gründe gegen ChatGPT im Recruiting

- Bewerbungsprozesse und Vorselektionen lassen sich heute zeitlich mit eingebauten Vorselektionsfragen effizient gestalten. Zwei bis drei zentrale Fragen bei der Bewerbungseinreichung sind zweckmässiger als ChatGPT.
- Bewerbende suchen Kunden- und Dienstleistungsorientierung. Das Risiko, die Bedürfnisse und Vorstellungen von Bewerbenden nicht zu verstehen, weil keine menschliche Interaktion stattfindet, ist vorhanden.
- Möchte ein Unternehmen seine wichtigsten Kunden von einem roboterähnlichen Algorithmus betreuen lassen und das Risiko eingehen, dass die Kunden abspringen, weil sie sich

nicht wertgeschätzt fühlen? Bewerbende sind bereits für viele Berufsgruppen mit Kunden zu vergleichen.

Fazit

ChatGPT ist in redaktionellen Beiträgen und mittlerweile auch in Kreativbeiträgen im Marketing vergleichbar gut. In diesen Fällen macht der Einsatz Sinn und unterstützt bestehende Prozesse nachhaltig. Der Einsatz in der Personalgewinnung ist jedoch gefährlich. Die Folgen können eine negative Employer Reputation sein.

Fabio Blasi ist Leiter Sourcing & Employer Branding bei der KSA-Gruppe. Seit über 12 Jahren ist er in verschiedenen Fach-, Projekt- und Führungsfunktionen im Schweizer Gesundheitswesen tätig. Nebenberuflich doziert er an der Zürcher und an der Berner Fachhochschule und berät Firmen rund um ihre Personalgewinnungsstrategien. Er nimmt regelmässig an Podcasts teil und ist Speaker für nationale und internationale Keynotes und Vorträge.

«Der persönliche, menschliche Kontakt bleibt unverzichtbar»



Malte Müller

Der Einsatz von ChatGPT im Executive Search bietet vielversprechende Anwendungsbereiche, erfordert unseres Erachtens jedoch sorgfältige Überlegungen. Es ist von entscheidender Bedeutung, sich der Möglichkeiten und Begrenzungen dieser Technologie bewusst zu werden, wenn diese genutzt wird. Wir motivieren alle unsere Teammitglieder, zu experimentieren, auszuprobieren und sich untereinander über

ihre Erkenntnisse auszutauschen. Dieser gemeinschaftliche Ansatz ermöglicht es uns, das volle Potenzial der Technologie auszuschöpfen.

Es bedarf einer situationsbedingten sorgfältigen Abwägung zwischen Aufwand und Nutzen der Verwendung von ChatGPT, da manche Tätigkeiten auch in absehbarer Zukunft effizienter und besser durch unsere Mitarbeitenden erledigt werden können als das Training und die Instruktion von ChatGPT. Naheliegend ist der Einsatz für Assistenzaufgaben wie Übersetzungsarbeiten, Formulierungen von Stelleninseraten oder das Verfassen von standardisierten Nachrichten. Auch im Research, z.B. bei der systematischen Suche von potenziellen Zielfirmen oder Eingrenzung von Suchfeldern, zeigt sich das enorme Potenzial von ChatGPT. Dies erlaubt uns, einzelne Arbeitsprozesse zu optimieren und Zeit für wichtige strategische Aufgaben freizusetzen. Aber es

ist wichtig, zu erkennen, dass diese Technologie zwar Assistenz bietet, jedoch keinesfalls die so zentrale menschliche Note in unserer Branche ersetzen kann. Der persönliche, menschliche Kontakt bleibt unverzichtbar.

Trotz unseres Experimentiergeists ist es unerlässlich, stets durchzusetzen, dass die Verwendung von ChatGPT unsere hohen Standards in Bezug auf Datenschutz und Diskretion in keiner Weise gefährdet. Die Aufrechterhaltung der Integrität der personenbezogenen Daten unserer Kunden und Kandidat*innen ist und bleibt in unserer Branche von absolut höchster Priorität.

Insgesamt betrachten wir den Einsatz von ChatGPT im Recruiting als einen vielversprechenden Schritt in Richtung Effizienz und Innovation. Wir dürfen aber nicht vergessen, dass dieses Tool nur so effektiv ist wie der Input, den wir ihm liefern. Aufgrund von Fehleranfälligkeiten und begrenzter Aktualität sind stetige Überprüfungen und Optimierungen durch unsere erfahrenen, geschulten Mitarbeitenden unabdingbar. Unser Geschäftsmodell erfordert viel mehr zwischenmenschliche Finesse als den reinen Profilabgleich, doch als Ergänzung kann künstliche Intelligenz, sofern richtig und mit Bedacht eingesetzt, zukünftig durchaus zusätzliche Lösungsansätze und vor allem mehr Effizienz bieten.

Malte Müller ist Managing Partner der schilling partners ag, einem führenden Executive-Search-Unternehmen der Schweiz. Das Unternehmen findet Führungspersonen auf oberster Managementstufe, in der Geschäftsleitung und im Verwaltungsrat.