

QUEB CALL-TO- ACTION

PAPER #03

ePrivacyVO schafft
Datensicherheit – und dämpft
Karrierechancen.



Queb Bundesverband

Employer Branding
Personalmarketing
Recruiting e.V.

ePrivacyVO:

Wenn der
Fortschritt zum
Rückschritt
gezwungen wird.

Der Status quo

Deutschlands Arbeitsmarkt ist im Wandel und die deutschen Arbeitgeber sind in einem anspruchsvollen Umfeld unterwegs. Die Megatrends aus **demografischer Entwicklung, Technologisierung und zunehmender Digitalisierung** beschäftigen Arbeitgeber ebenso intensiv, wie der Wandel der Kultur mit den unterschiedlichen Werteorientierungen der verschiedenen Generationen. Der aus diesen Megatrends resultierende Arbeitskräftemangel wirkt sich in den meisten Branchen und etlichen Berufen bereits geschäftserfolgskritisch aus.

Die Unternehmen investieren viel in die Modernisierung ihrer Führungskultur, in Mitarbeiterorientierung und in weitere Verbesserungen der Personalpolitik. Sie investieren beispielsweise in stärkere Bindungsmöglichkeiten für Mitarbeiter und moderne Personalentwicklung. Vieles ist in Bewegung in den Unternehmen und die Personalwirtschaft ist in der zentralen Rolle, dies zu organisieren.

Dabei spielt auch die Fähigkeit mit, als Arbeitgeber das qualifizierte Personal für Wachstum und Wiederbesetzung zu gewinnen. Schon heute sind die Unternehmen in der Situation, dass **für spezialisierte Profile die Stellenbesetzung sehr schwierig, langwierig und herausfordernd ist.**

Somit ist die Möglichkeit für Arbeitgeber, auf Arbeitskräfte aktiv zuzugehen, eine zwingende Notwendigkeit in einem immer enger werdenden Arbeitsmarkt.

Das Werben um die besten Talente für das eigene Unternehmen ist mittlerweile einer der Kernprozesse in den Unternehmen. Denn **der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften** zur größten Sorge der Unternehmen gewachsen.

*Die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EY beziffert die Umsatzeinbußen für den Mittelstand durch den Fachkräftemangel auf 58 Mrd. Euro.**

In dieser Studie wird beispielhaft die Wirkung des Fachkräftemangels auf die Wirtschaft beschrieben, insbesondere wenn Stellen nicht neu oder wiederbesetzt werden können, die Kosten für die ausbleibende Wertschöpfung und die Rekrutierung dadurch massiv steigen, das fehlende Wachstum und die wirtschaftliche Tätigkeit ganze Geschäftsmodelle unter Druck setzen.

↳ Die “großen Probleme” bei der **Rekrutierung von Fachkräften** wurden **2015 noch mit 16%** beziffert, stiegen im EY-Mittelstandsbarometer des Jahres **2018 auf satte 27%**.

↳ Weitere **53% der Unternehmen** geben an, dass ihnen die **Suche nach qualifizierten Mitarbeitern “sehr schwer” fällt**.

↳ Somit sind **80% der Unternehmen in einem kritischen Bereich** durch den Arbeitskräftemangel.

**Veröffentlichung Mittelstandsbarometer vom 25.02.2018, www.de.ey.com*

Die aktive Ansprache als Erfolgsgarant im digitalen Zeitalter.

Arbeitgeber reagierten auf diese Situation durch den Aufbau neuer Strukturen und Instrumente in der Personalabteilung, bspw. durch Experten für den Auf- und Ausbau moderner Arbeitgeberattraktivität, spezialisierten Einheiten zur Personalgewinnung und neuen Instrumenten für die Ansprache und Auswahl von Personal.

Die Wirtschaftsleistung deutscher Personalberater hat sich beispielsweise seit dem Jahr 2009 auf fast 2 Mrd. Euro Umsatz nahezu verdoppelt. Aber Arbeitgeber setzen nicht nur auf die Leistung externer Headhunter.

Neue Instrumente wurden etabliert

Ein wesentliches Instrument zur Personalgewinnung ist **die aktive Ansprache potenzieller neuer Mitarbeiter**. Diese Form der Personalgewinnung, die seit Dekaden **durch Personalberater diskretionär** vorgenommen wurde, ist **durch die sozialen Netzwerke immer mehr zu einem vergleichbaren Kanal durch die Personalabteilungen selbst geworden**.

Die Kompetenz, mit eigenem Personal in der Rekrutierung neue Fach- und Führungskräfte selbst anzusprechen, um sie vom eigenen Arbeitgeber zu überzeugen, **wurde in den letzten Jahren über alle Branchen und Industrien hinweg aufgebaut**.

Dies hat den Entwicklungen auf Arbeitgeberseite viel geholfen, denn **die Fluktuation der bestehenden Mitarbeiter-Populationen hat sich in den letzten Jahren deutlich erhöht**, was den Bedarf an berufserfahrenen Experten steigen ließ. Die **volatilen Geschäftsmodelle und die Dynamik der Märkte** lassen lange Vorlaufzeiten und Planungszyklen nicht mehr zu.

Wenn Experten kündigen, gilt es, innerhalb von kürzester Zeit für einen adäquaten Ersatz in ähnlicher Seniorität und Kompetenz zu sorgen.

Der Ansatz von vor zwei Dekaden, **über die interne Qualifizierung Nachwuchs heranzuführen, ist nicht mehr praktikabel**. Dabei greifen Arbeitgeber auf eine Vielzahl an Instrumenten zu, die in ihrer Wirkung sehr unterschiedlich sind. Die Stellenanzeigen in Print- und Digitalmedien sind dabei schon lange nicht mehr das wirkungsvollste Instrument.

————> **Arbeitgeber müssen deutlich intensiver um die richtigen Talente werben. Die aktive Ansprache ist zu einem der wirkungsvollsten Instrumente zur Personalgewinnung geworden!**

Was ist überhaupt aktive Ansprache?

Unter einer aktiven Ansprache, die Personaler sprechen gerne vom **Active Sourcing**, verstehen wir die aktiv initiierte Suche von Arbeitskräften anhand einer konkreten Stellenbeschreibung.

Nehmen wir hier mal **als Beispiel die Suche nach einem Softwareentwickler (w/m)**. Recruiter, die Experten in der Personalabteilung für die Personalgewinnung, suchen **auf einschlägigen Plattformen** – soziale Netzwerke, wie Xing, LinkedIn, Stellengesuchedatenbanken und weiteren – nach Persönlichkeiten mit den Kompetenzen und Fähigkeiten aus der Stellenbeschreibung.

Haben Sie eine Gruppe an Persönlichkeiten gefunden, die ausweislich der Informationen aus deren Profil gut passen, **werden diese über die Plattform oder weitere zugängliche Kontaktmöglichkeiten angesprochen**. Dies kann eine Nachricht über die Xing-Plattform, die InMail auf LinkedIn, eine E-Mail an die veröffentlichte E-Mail-Adresse oder ein Anruf über offerierte Telefonmöglichkeiten sein.

Nach Kontaktaufnahme entscheidet die kontaktierte Person, ob sie den weiteren Austausch zur möglichen Position wünscht.

Unternehmen gingen in der Vergangenheit dazu über, **Bewerber-relevante Daten einzelner Kandidaten in Datenbanken zu speichern**, um sie wg. ihres überzeugenden Profils bei einer entsprechenden Vakanz zu einem späteren Zeitpunkt für das Unternehmen zu gewinnen.

Diese **mittelfristig wirkende Taktik** des Talent-Managements potenzieller Bewerber ist weiterhin ein wichtiges Element, wird zuvorderst im akademischen Nachwuchsbereich eingesetzt und **deckt bei weitem nicht den nötigen Bedarf bei der Personalgewinnung**.

Aus einem Stolperstein wird eine echte Hürde.

Nun erreicht mit der Datenschutzgrundverordnung ein unmittelbar wirkendes Europarecht Geltung, welches in den Auswirkungen nahezu deckungsgleich mit dem bisherigen Bundesdatenschutzgesetz zu betrachten ist.

Ursprünglich sollte mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) auch die **E-Privacy-Verordnung (ePrivacyVO)** in Kraft treten, die allerdings nun entkoppelt davon zunächst in den **EU-Trilog-Verhandlungen** diskutiert wird.

↳ **Die aktive Ansprache ist heute das effektivste Instrument zur Gewinnung von Experten in den Unternehmen.**

Dies wird durch die ePrivacyVO nicht mehr möglich sein.
Der Arbeitskräftemangel spitzt sich dadurch zu mit negativen Folgen für die Wirtschaft.

ePrivacyVO untersagt aktive Ansprache von potenziellen Kandidaten

Die E-Privacy-Verordnung sieht – neben der Datenschutzgrundverordnung – eine Harmonisierung bestehender datenschutzrechtlicher **Regelungen** speziell im Hinblick auf die elektronische Kommunikation vor, was die Arbeitgeber im Grundsatz begrüßen.

Jedoch sind Regelungen enthalten, **die einige der aktiven Instrumente zur Gewinnung von Fachkräften dermaßen erschweren, dass deren weitere Nutzung aus heutiger Sicht nahezu unmöglich ist.**

Was ist das Problem mit der Hinderung der aktiven Ansprache?

Sämtliche der vorgenannten Kontaktkanäle sind über die ePrivacyVO unter dem **“Double-opt-in”-Verfahren** reglementiert.

Ohne, dass die zu kontaktierende Person im Vorfeld der Kontaktaufnahme nicht ihre Einwilligung für die konkrete Kontaktierung erteilt hat, ist diese Form der Ansprache untersagt. Das macht das Thema so schwierig für die Arbeitgeber beim Werben um Arbeitskräfte.



Der geringste Teil der Arbeitsbevölkerung ist aktiv auf der Suche nach einer neuen Stelle.

Eine Mehrheit – Indeed bemisst sie mit 91 % – ist aber interessiert an passenden Karriereangeboten.

Die Möglichkeit für Arbeitgeber, **auf Arbeitskräfte aktiv zuzugehen, ist eine zwingende Notwendigkeit** in einem immer enger werdenden Arbeitsmarkt, der vom demografischen Wandel, der Digitalisierung und dem Wertewandel gekennzeichnet ist. Das Werben um die besten Talente für das eigene Unternehmen ist mittlerweile eine der Kernprozesse in den Unternehmen.

Das in der ePrivacyVO vorgesehene Double-opt-in-Verfahren bei der Direktansprache (Kommunikation durch Direktwerbeansprache) **ist in der Realität kaum umzusetzen.** Wenn Arbeitgeber die Möglichkeit versagt wird, jemanden wegen eines Karriereangebots zu kontaktieren, erschwert dies die Personalgewinnung exorbitant.

Was sind die Konsequenzen aus einer aktiven Ansprache?

Unternehmen, die sich **Verstöße** aus der aktiven Ansprache ausgesetzt sehen, werden mit **Strafen bis zu 10 Mio. Euro bzw. 2% des Umsatzes** bedroht (Art. 23, Absatz 2, Ziffer d).

Dies ist im Kontext der oben beschriebenen Realität der Arbeitgeber im Wettstreit um die besten Arbeitskräfte **unverhältnismäßig.** In der Konsequenz und um dem Double-opt-in-Verfahren zu entsprechen, **würden alle Instrumente zur aktiven Ansprache potenzieller Kandidaten wirkungslos werden.**

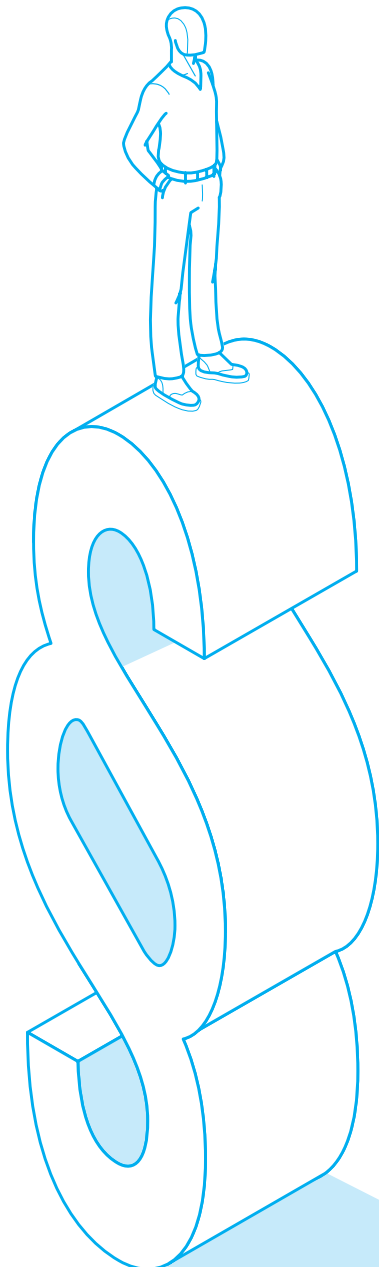
Diese Regelung hat natürlich auch mögliche Konsequenzen für die Bewerber.

Über die letzten 20 Jahre hinweg hat sich der Arbeitsmarkt **von einem reinen Arbeitgebermarkt zu einem konzentrischen Arbeitnehmermarkt** entwickelt. Die Mitarbeiter stehen wieder im Mittelpunkt des Handelns und wurden zum größten Kapital der Unternehmen.

Die Wege, die Bewerber bei einem Arbeitgeberwechsel gehen mussten, **verkürzten und simplifizierten sich stetig**. Heute sind Bewerbungsprozesse in weiten Teilen sehr auf die schnelle und einfache Übersendung des Lebenslaufs, Nutzung von Eignungsdiagnostik und zügige Entscheidungen ausgerichtet.

Das führt zu einer immer schneller werdenden **Möglichkeit zur Kapitalisierung des eigenen Profils und der eigenen Fähigkeiten**. Persönlichkeiten in einem engen Fachkräftemarkt bekommen über das Jahr verteilt viele Angebote für einen möglichen Arbeitgeberwechsel, können so zu einer **stetigen Verbesserung** ihrer Aufgabe, ihres Einkommens, ihrer Expertise und ihrer Kompetenzen beitragen.

→ **Diese Errungenschaft der Bewerber würde durch die »ePrivacyVO« in ihrer aktuellen Form zäsiert werden.**



Wie aus ePrivacyVO ein Gewinn für alle wird.

Der **Queb-Bundesverband** agiert mit diesem Call-toAction "ePrivacyVO" **im Auftrag unserer Mitgliedsunternehmen.**

Dabei sind wir geleitet von der Frage, wie wir **die zuständigen Aufsichtsbehörden hinsichtlich der tatsächlichen Gegebenheiten in der Personalwirtschaft aufklären können**, damit diese in den Fällen juristischer Beurteilung im Verfahren diese auf Basis der Tatsachen vornehmen kann.

Bei der Ausarbeitung der ePrivacyVO **sind die vorgenannten Bedingungen der Personalwirtschaft zur Gewinnung neuer Arbeitskräfte sicherlich nicht vollumfänglich berücksichtigt worden**, vermutlich aus Unkenntnis der Bemühungen der Unternehmen, das richtige Personal zu gewinnen.

Der Einsatz von Eignungsdiagnostik, Bindung von Talenten aus dem Bewerbermarkt über einen längeren Zeitraum hin, die Durchführung von Distanzinterviews per Video-Technologie sind nur wenige Beispiele, die eine Personalauswahl der heutigen Zeit kennzeichnen.

In Folge dessen fordern wir als Queb-Bundesverband im Auftrag unserer Mitglieder eine praxisnahe Auslegung der Löschpflicht:

Forderung 1

Die Frist zur Löschung von Bewerbungsrelevanten Daten ist auf ein Jahr nach Einstellungstermin praxisnah anzuerkennen

Hintergrund dieser Forderung zur Verlängerung der Frist ist, dass wir in der Realität faktisch **Zeiträume zur Personalbeschaffung** sehen, **die über das normale Maß der Fristen zwischen 3 und bis zu 6 Monate hinausgehen.**

Üblicherweise wurden Fristen genutzt, die nach der 2-monatigen Klagefrist im Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz lagen oder nach 6 Monaten wg. der üblichen Probezeit enden.

Wegen der Verhältnismäßigkeit der Realität ist unser Ziel, eine Frist zur Löschung ab einem Jahr ab Einstellung zu erreichen. Da auch die **Probezeit** seitens der Kandidaten immer intensiver genutzt wird, der Grad der **Frühfluktuation**, also die Probezeitkündigung durch den Mitarbeiter, stetig steigt, böte diese Frist für die Arbeitgeber die Möglichkeit, auf **Alternativkandidaten aus dem entsprechenden Einstellungsprozess** zurückzugreifen.

Wäre die Frist **unterhalb der sechs Monate, wäre dies faktisch ausgeschlossen**, nach der Probezeit noch auf die interessanten Kandidaten des Auswahlprozesses zuzugehen.

Forderung 2

Einen zusätzlichen Erwägungsgrund für die aktive Direktansprache in der ePrivacyVO zu verankern, der die Kommunikation durch Direktwerbeansprache zum Zwecke der Personalgewinnung ermöglicht

Die Erwägungen sind den Paragraphen der ePrivacyVO vorangestellt und helfen bei der Interpretation des Gesetzestextes.

Da die EU-Trilogverhandlungen unmittelbar bevorstehen, sehen wir als Queb-Bundesverband hier Chancen, durch entsprechende Erwägungen die Zwecke der Personalgewinnung möglich zu machen, da diese negativ zu regeln in keinster Weise Intention des EU-Beschlusses war.

Die **Bundesrepublik** kann in den Trilogverhandlung **eine Abmilderung der Regelung erreichen**, um eine einheitliche Regelung für die erste Kandidatenansprache zu ermöglichen.

Formulierungsvorschlag:

„Nicht von dem Begriff der (Direkt-)Werbung umfasst sind Ansprachen zu Zwecken der beruflichen Neu- oder Umorientierung, wenn und soweit die Ansprache über von der Person öffentlich gemachte Daten (etwa in Netzwerken, Foren oder auf sonstigen Webseiten) und in der gebotenen Kürze und Sachlichkeit erfolgt sowie unmittelbar nach dem Erstkontakt die Zustimmung der Person zur weiteren Kommunikation eingeholt und über die Datenverarbeitung umgehend informiert wird.“



Queb Bundesverband

Employer Branding
Personalmarketing
Recruiting e.V.

Queb | Bundesverband für Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting e. V.

Queb ist der Verband namhafter Arbeitgeber zu Exzellenz und Innovationen in den Bereichen Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting. Der Verband repräsentiert über 50 namhafte Unternehmen mit mehr als 7 Millionen Arbeitnehmern aller Branchen.

2016 rief der Queb eine exklusive Veranstaltungsreihe für erfahrene Führungskräfte und namhafte Experten aus dem Personalbereich ins Leben: **den Executive Round Table**. Im Mittelpunkt dieses innovativen Think Thanks steht der praxisnahe Dialog und Erfahrungsaustausch. Ziel ist es, belastbare und zukunftsfähige Antworten auf aktuelle, zentrale Fragen zu finden, um HR-Funktionen, -Personal und -Prozesse fit für kommende Herausforderungen zu machen. **Alle Informationen finden Sie unter www.queb.org/forderung-dsgvo-eprivacyvo/**



Queb Bundesverband
 Employer Branding
 Personalmarketing
 Recruiting e.V.

Postfach 41, 61131 Schöneck
 Telefon 06187 9020766
 info@queb.org
 www.queb.org