



**CHANCEN
UND
KARRIERE**

PREMIUM
PERSONALMÄRKTE

PRINT
ONLINE
EVENTS

Social Media Recruiting 2011: Hype oder Hilfe?

Wirft man heutzutage einen Blick in eine fast beliebige Publikation, so könnte man den Eindruck haben, dass Personaler permanent in diversen sozialen Medien auf der Suche nach neuen Mitarbeitern unterwegs sind. Wer als Unternehmen noch keine Karriere Fanpage auf Facebook, keinen Twitter-Account oder keinen YouTube Channel hat, wirkt altmodisch und wenig innovativ.

Spricht man aber mal mit leibhaftigen Personalern, sieht die Sache schon wieder ganz anders aus. Es herrscht eine große Unsicherheit kombiniert mit einem Willen, dabei zu sein. Einige der Gründe, warum der Wille noch nicht Wirklichkeit geworden ist, sind Mangel an Kenntnissen, Zeit und Budget. Auch die Unternehmenskultur kann ein Hindernis sein (Motto: Jeder soll sagen können, was er meint? Das geht bei uns gar nicht!). Schwierigkeiten, zu messen, was das Engagement bringt, kommen auch noch dazu.

Die Ergebnisse des aktuellen Social Media Recruiting Reports 2011 des ICR (Institute for Competitive Recruiting, Heidelberg) untermauern diese Einschätzungen sehr gut.

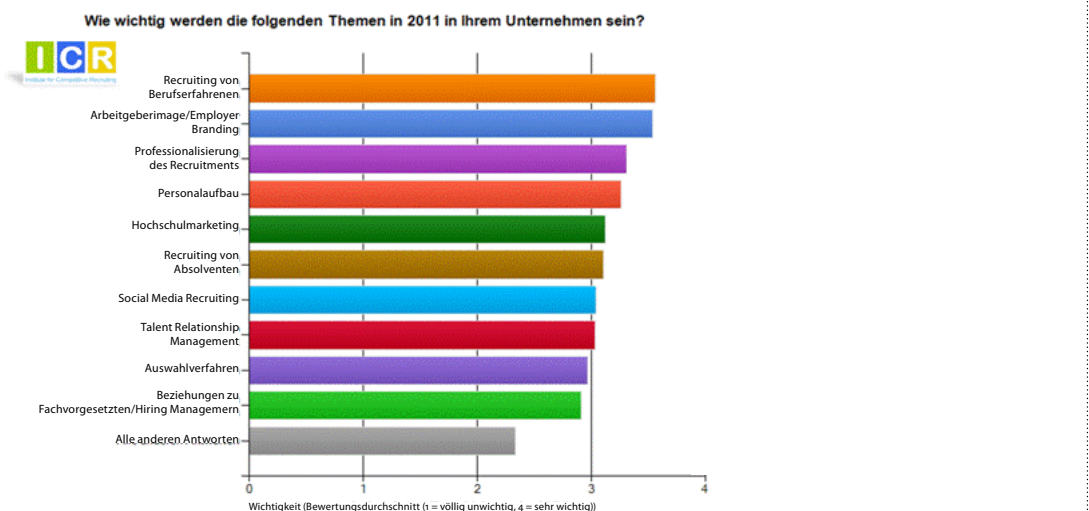
Zur Studie: Im Frühjahr 2011 wurden über 8000 Personaler im Rahmen einer Online-Befragung zum Recruitingverhalten in ihren Unternehmen befragt.

Im Detail beantwortet die Studie u. a. folgende Fragen:

- Was sind die Top Recruiting-Themen 2011?
- Welche Rolle spielt Social Media Recruiting im Verhältnis zu anderen Themen im Recruiting?
- In welcher Form werden Social Media für Personalmarketing und Recruiting eingesetzt?
- Welche Plattformen und Kanäle werden dabei präferiert?
- Wenn Budgets in diesem Jahr umgeschichtet werden, wird der Anteil von Ausgaben für Social Media steigen oder sinken?
- Was machen die besseren Recruitment Abteilungen anders?

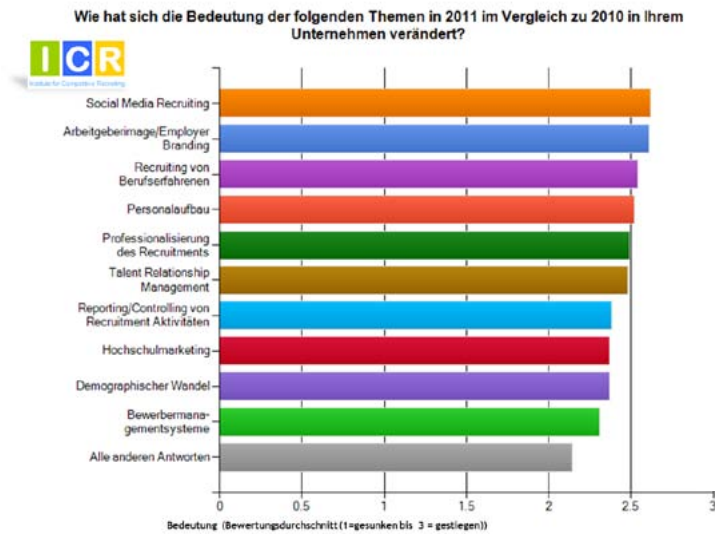
Fragen danach, wie Recruitmentabteilungen mit Social Media umgehen, damit sie im Wettbewerb um die Talente bestehen zu können, bleiben auch in Zukunft aktuell. Daher ist diese Studie, ebenso wie die Erste im letzten Jahr, nur eine Momentaufnahme. Nichtsdestotrotz ist sie ein Meilenstein für eine längerfristige Beobachtung.

Welche Rolle spielt Social Media Recruiting im Verhältnis zu den anderen Themen?



Entgegen dem allgemeinen Hype ist Social Media Recruiting im Gesamtüberblick der Themen im Recruiting zwar wichtig, aber es gibt wichtigere Themen. Die Rekrutierung von Berufserfahrenen vor der Verbesserung des Images als Arbeitgeber sind die beiden Top Themen für 2011. Auf dem dritten Platz folgt wie im Vorjahr die Professionalisierung des Recruitments.

Bei den wichtiger gewordenen Themen ist Social Media auf Platz 1



Wunsch und Wirklichkeit in Sachen Social Media

Social Media Recruiting spielte im letzten Jahr noch keine große, aber eine wachsende Rolle bei Bewerbungen und der Besetzung von Stellen. Die Frage nach „Hype oder Hilfe?“ musste eindeutig in Richtung Hype beantwortet werden.

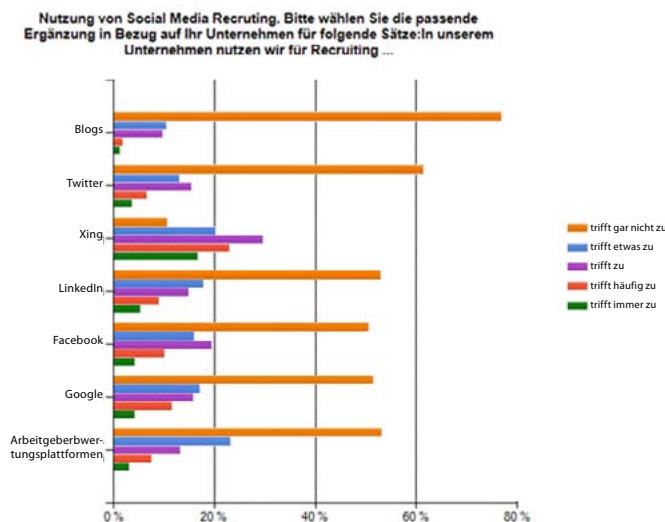
Sieht dies im Jahr 2011 anders aus? Hat sich Social Media vom „Challenger“ zu einem etablierten Recruiting-Kanal entwickeln können oder ist es dafür in diesem Jahr noch zu früh?

Um schon einmal etwas vorwegzunehmen: Im Jahr 2011 wird der Hype zur Hilfe!

Kamen in der letzten Studie nur 7 – 8 % der Bewerbungen bzw. Einstellungen über Social Media zustande, sind es diesmal 15 %, wenn man Business Netzwerke und Soziale Netzwerke zusammenzählt. Das entspricht einer Verdoppelung und dieses Ergebnis reicht damit für Platz 5!

Doch noch mal der Reihe nach. Zwar hält es ein Großteil der Unternehmen für wichtig, dass die Recruiter die Möglichkeiten des Social Media Recruiting kennen und nutzen, aber bisher hat nur eine Minderheit diesen Anspruch im eigenen Unternehmen umgesetzt. Im Vergleich zur Vorjahresstudie ist ein deutlicher Anstieg der Proaktivität zu erkennen. Es tut sich was.

Der Blick auf die absolute Nutzung zeigt allerdings, dass ca. 60 % aller Unternehmen Facebook, Twitter, Blogs & Co. überhaupt nicht fürs Personalmarketing nutzen. Selbst Xing wird von 25 % der Firmen nicht fürs Personalmarketing genutzt. Und Facebook? Nur etwas über 8 % der Unternehmen geben an, regelmäßig Facebook zu nutzen, um auf sich als Arbeitgeber aufmerksam zu machen (4% nutzen Facebook für Recruiting-Zwecke).



Der Social Media Recruiting Report 2011 macht ebenfalls deutlich, dass nahezu die Hälfte der befragten Unternehmen Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs & Co. für Recruitingzwecke gar nicht nutzen. Wobei einige der Medien, wie bspw. Blogs, eher für Personalmarketing als für Recruiting geeignet scheinen.

Auch in puncto Recruiting zeigt sich, dass 10 % der befragten Unternehmen das Business-Netzwerk Xing nicht nutzen. Dass darüber hinaus nur etwas über 4 % der Unternehmen Facebook regelmäßig nutzt, um Bewerber zu rekrutieren, überrascht aus o. g. Gründen nicht wirklich. Wobei es Beispiele gibt, bei denen erfolgreich über Facebook rekrutiert wurde.

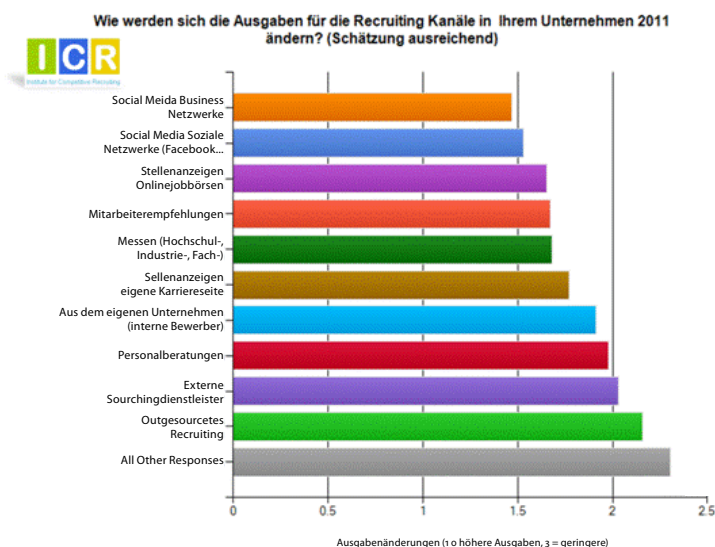
Interessant an den Studienergebnissen ist, dass entgegen der landläufigen Meinung, nur die Konzerne hätten Zeit und Geld für Social Media, die kleinen und mittelständischen Unternehmen überdurchschnittlich häufig Social Media Plattformen für Recruiting nutzen. Gerade diese zeichnen sich häufig durch flache Hierarchien und Machermentalität aus und haben bspw. auch nicht mit den Hürden eines Betriebsrates oder umfangreichen internen Abstimmungsprozessen zu kämpfen.

Die meisten Bewerbungen kommen über Online-Jobbörsen

Vorherrschend ist nach den Ergebnissen der ICR-Studie nach wie vor die Schaltung von Anzeigen in Print- und/oder Online-Medien. Gut 90 % der Unternehmen wählen regelmäßig diesen Weg. Die meisten Bewerbungen erhalten die Unternehmen über Online-Jobbörsen. Die eigene Karriere-Website folgt auf dem 2. Platz. Eigene Mitarbeiter und Personalberatungen kommen auf die Plätze 3 und 4. Dieselbe Reihenfolge ergibt sich auch bei den Einstellungen.

Welche Rolle spielen Social Media? Kamen in der letzten Studie über diesen Weg nur 7 bis 8 % der Bewerbungen bzw. Einstellungen zustande, sind es diesmal mit 15 % immerhin schon fast doppelt so viele, wenn man Business-Netzwerke und Soziale Netzwerke zusammenzählt.

Für Social Media (Business Netzwerke und Soziale Netzwerke) und Stellenanzeigen bei Online-Jobbörsen wollen die befragten Unternehmen in 2011 mehr Geld ausgeben. Wie die Ausgabenänderungen im Einzelnen aussehen, veranschaulicht diese Grafik:



Was machen die besseren Recruitment Abteilungen anders?

Auf der Suche nach den Strategien der erfolgreichen Unternehmen half ein Blick auf diejenigen unter den teilnehmenden Unternehmen, die angaben, dass Sie über ein weit überdurchschnittliches Recruitment verfügen:

Dort ist auffällig, dass

- Employer Branding ebenso wie Social Media Recruiting bei diesen Unternehmen fast doppelt so wichtig ist wie für Unternehmen mit einem unterdurchschnittlichen Recruitment.
- deren Recruiter die Möglichkeiten der Sozialen Medien für Personalmarketing 4x so häufig kennen und nutzen wie ihre unterdurchschnittlichen Pendanten.
- Facebook, Arbeitgeberbewertungsplattformen, Blogs und Twitter als Plattformen im Social Media teilweise mehr als doppelt so häufig genutzt werden wie bei den unterdurchschnittlichen Recruitmentabteilungen.

Der vollständige ICR Social Media Recruiting Report 2011 kann hier [kostenfrei bestellt](#) werden.

ZUM AUTOR



Wolfgang Brickwedde

ist Leiter des Institute for Competitive Recruiting (ICR), Heidelberg. Das Institute for Competitive Recruiting berät Unternehmen zum Thema Recruitment Performance Management und hilft ihnen dabei, ihr Recruitment wettbewerbsfähig zu machen.

Bis Ende 2009 verantwortete Wolfgang Brickwedde die Personalbeschaffung und das operative Personalmarketing in der Region EMEA bei SAP.

Vor seiner Zeit bei SAP war Wolfgang Brickwedde bei Royal Philips Electronics in unterschiedlichen Management Funktionen in den Bereichen Employer Branding, Recruitment und Management Development für verschiedene Länder verantwortlich.

Er ist Gründungsmitglied und war von 2007 bis 2009 Sprecher des Vorstandes des dapm (der arbeitskreis personalmarketing, jetzt queb, www.queb.org) und Vorstandsmitglied der HR Alliance (www.hr-alliance.eu) von 2008 -2009.

In seiner Zeit bei Philips, als auch bei SAP hat Wolfgang Brickwedde sich mit den Themen (Social Media) Recruitment, Employer Branding und Talent Management beschäftigt.

Kontakt

Wolfgang Brickwedde
Director

Institute for Competitive Recruiting
Römerstraße 40
69115 Heidelberg

Tel. +49 (0) 6221 7194007
Mobil +49 (0) 160 7852859
Mail WB@competitiverecruiting.de
twitter I4CR
Xing https://www.xing.com/profile/Wolfgang_Brickwedde
URL www.competitiverecruiting.de

**CHANCEN
UND
KARRIERE**

PREMIUM
PERSONALMÄRKTE

PRINT
ONLINE
EVENTS