

Social-Media-Recruiting

Eine Bestandsaufnahme aus Sicht der Personalberatung

Martin Hofstetter

In Zeiten des Fachkräftemangels wird klar: Unternehmen müssen den Weg in das Web 2.0 beschreiten, wenn sie den Kontakt zu ihrer Zielgruppe halten wollen. Denn junge Nachwuchskräfte, die mit den digitalen Technologien aufgewachsen sind („Digital Natives“), nutzen Social Media als tägliches Kommunikationsmittel. Sie treffen Freunde auf Facebook, bewerten Produkte in Foren, abonnieren Blog-Updates und twittern von unterwegs, während sie sich ein Video auf Youtube anschauen.

Bei einem genaueren Blick zeigt sich jedoch, dass der Einsatz von Social-Media-Kanälen (wie z. B. Xing, Facebook, Twitter, LinkedIn oder Youtube) in Österreich – genauso wie in Deutschland und der Schweiz – noch in den Kinderschuhen steckt. Als das derzeit am schnellsten wachsende Social Network hat Facebook beim Thema Personalgewinnung noch die größte Bedeutung (Accounts: 2,8 Mio.). Viele Unternehmen nutzen

Facebook für Image-Werbung, und immer häufiger wird Facebook auch für das Ausschreiben offener Stellen, besonders für jüngere Personen, verwendet. Zudem beschaffen sich Unternehmen durch geschicktes Ausnutzen der Reporting-Funktionen wertvolle Informationen über die Präferenzen ihrer potenziellen Bewerber.

Großer Handlungsdruck

Auf die direkte Ansprache von potenziellen Kandidaten wird aufgrund des privaten Charakters von Facebook eher verzichtet. Hierfür beschränkt man sich auf Plattformen, deren User das konkrete Ziel haben, sich beruflich zu präsentieren. Hier spielen lediglich das deutsche Businessnetzwerk Xing (Accounts: 450.000) und dessen internationale Konkurrenz LinkedIn (Accounts: 180.000) eine größere Rolle, und zwar in Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Stellenanzeigen, der aktiven Suche nach Kandidaten und der Suche nach Informationen über identifizierte Kandidaten. Über

Xing und LinkedIn können am ehesten Fach- und Führungskräfte erreicht werden.

Twitter (Accounts: 95.000) und andere Plattformen rangieren hierzulande noch unter „ferner liefen“. Trotz dieser eher ernüchternden Erkenntnisse ist absehbar, dass Social Media für das Recruiting in Zukunft stark an Bedeutung gewinnen werden, da sie immer mehr zum Teil des Lebens selbst werden. Somit besteht in vielen Unternehmen ein großer Handlungsdruck, und wir werden in den nächsten Jahren feststellen, dass immer mehr dem Beispiel der „Vorreiter“ folgen und neue Wege in der Personalarbeit beschreiten werden.

MARTIN HOFSTETTER ist geschäftsführender Gesellschafter der Karriereschmiede Personalberatung, die er gemeinsam mit Christian Baida 2005 gegründet hat.

