

# Rekrutierung über Social Networks steckt noch in den Kinderschuhen

In Zeiten knapper Personalmarketingbudgets bieten Web-2.0-Plattformen neue Ansätze. Eine aktuelle Studie zeigt jedoch: Bisher setzen die Unternehmen Social Networks im Rekrutierungsprozess nur vereinzelt gezielt ein.

Wer an Soziale Netzwerke im Internet denkt, verbindet damit meist privates Vergnügen. Ein Foto, einige Informationen zur Person und fertig ist das eigene Profil. Das kann dann mit dem anderer Nutzer verlinkt und im Prinzip von der ganzen Welt angeschaut werden. Es entstehen Interessengemeinschaften, die Partys organisieren, aber auch zu politischen Statements auffordern. Facebook zählt weltweit mehr als 175 Millionen Mitglieder, in der Schweiz sind 1,2 Millionen Nutzer registriert. Die älteste Plattform Xing verzeichnet rund 7 Millionen Nutzer, davon 3 Mil-

lionen im deutschen Sprachraum. Die Business-orientierte Plattform LinkedIn zählt rund 35 Millionen Nutzer weltweit. In diesen Sozialen Netzwerken tummeln sich unzählige Bewerber oder potenzielle Stellensuchende. Ein Eldorado für Unternehmen, sollte man meinen. Doch das grosse Potenzial dieser Plattformen ist noch nicht ausgeschöpft. Ohne eine klare Strategie ist es zudem schwer, geeignete Kandidaten auf sich aufmerksam zu machen. Das Durchforsten der Nutzerprofile ist zeitraubend und wenig effektiv. Gezielt Vakanzen auf Networking-Plattformen zu veröffentlichen, ist für Unternehmen jedoch erfolgversprechend. «Viele Firmen haben allerdings die Bedeutung von Social Networks für die Rekrutierung noch nicht erkannt», sagt Simon Künzler, Geschäftsführer der Zeit GmbH. Die Nutzung der Plattformen gehe weit über die profane Überprüfung von potenziellen Kandidaten hinaus. Wichtig sei es, zunächst eine Strategie für das Unternehmen auszuarbeiten, sagt der Web-2.0-Experte. Wo finde ich meine Zielgruppe, welcher Auftritt passt zur Unternehmenskultur- und -philosophie? Die einfachste Form sei sicher eine Stellenanzeige. Die Plattformen böten aber auch die Möglichkeit, aktiv zu kommunizieren, indem Interessensgruppen gegründet oder Fanseiten aufgebaut werden. «Um diese Seiten zu bewirtschaften, werden im Unternehmen Know-how und Ressourcen benötigt, das schreckt viele Firmen noch ab», meint Künzler.

Online-Stellenbörsen haben mittlerweile einen festen Platz im Rekrutierungsprozess. Matthias Mäder, Geschäftsführer der Prospective Media Services AG in Zürich, rät den Unternehmen zu einem Media-Mix. «Stellenanzeigen in Zeitungen werden nicht ganz verschwinden», sagt der Spezialist für Online-Rekrutierungsprozesse. Er sieht aber nach dem Boom der Online-Stellenbörsen in den letzten Jahren

auch die Nutzung der Social Networks im Trend. In Zusammenarbeit mit der Zeit AG hat die Prospective Media Services AG erstmals eine Studie herausgegeben, die künftig jährlich erscheinen soll. Der «Trend Report Online-Recruiting Schweiz 2009» zeigt, dass erste Firmen bereits Erfahrungen mit der Stellenausschreibung auf Social Networks haben. «Es hat aber noch experimentellen Charakter», so Mäder. Sei-

«Um Social-Network-Seiten zu bewirtschaften, werden Know-how und Ressourcen benötigt, das schreckt viele Firmen noch ab.»

Simon Künzler, Zeit GmbH

ner Meinung nach müsse die Rekrutierung viel mehr mit der Online-Kommunikation vernetzt werden. Die Studie von diesem Sommer hat ergeben, dass derzeit wenige Unternehmen bei der Personalsuche auf Social Networks setzen. Manche haben noch nie eine Anzeige auf Xing geschaltet, andere erwägen, es zu versuchen, wieder andere beobachten zunächst den Trend ganz genau.

Xing ist wie LinkedIn eine Plattform für geschäftliche Kontakte, während Facebook als privates Netzwerk gilt. Auf Xing sind Jobanzeigen an ein persönliches Profil gebunden. «Wichtig ist, dass die richtige Ansprechperson ihr Profil einstellt», sagt Mäder. Hier gebe es aber noch grosse Hemmschwellen. Zudem würde der Wis-

## Die Studie

Die Arbeitsmarktstudie der Prospective Media Services AG «Trend Report Online-Recruiting Schweiz 2009» untersucht den Schweizer Markt auf Trends im Online-Recruiting. Das Nutzerverhalten, die Meinungen und die Anforderungen von Absolventen und Professionals werden dem Angebot von Seiten der Recruiter gegenübergestellt. Insgesamt wurden 27 Interviews mit Absolventen und Professionals sowie eine Online-Befragung mit 300 Teilnehmern durchgeführt. Dazu wurden 7 Recruiter und -4 Experten aus unterschiedlichen Branchen und Fachbereichen befragt.

Die Studie und weitere Informationen sind erhältlich über [info@prospective.ch](mailto:info@prospective.ch).

sensvorsprung, den normalerweise Rekrutierer gegenüber den Kandidaten haben, aufgelöst, denn der potenzielle Gesprächs-

«Stellenausschreibungen auf Social Networks haben noch experimentellen Charakter.»

Matthias Mäder, Prospective Media Services AG

partner für ein Interview kann sich nun auch über den Rekrutierer informieren. Das Wirtschaftsprüfungsunternehmen

KPMG macht erste Erfahrungen mit der Stellenausschreibung auf Xing. Alexander Senn, Head of HR Marketing, rekrutiert Kandidaten über sein persönliches Profil. Es entspreche der Philosophie des Unternehmens, neue Wege zu beschreiten, so Senn. Insofern sei die Präsenz auf Xing auch eine strategische Entscheidung. Senn ist überzeugt, über diese Plattform schnell und effektiv die gewünschte Zielgruppe ansprechen zu können. Facebook sei aufgrund der vorwiegend privaten Nutzung der Mitglieder im Moment keine Option. In Facebook lassen sich jedoch auch Firmenprofile erstellen. Hier liege die Hemmschwelle der Unternehmen noch im Freizeitcharakter der Plattform, so Mäder.

Ein ganz klarer Vorteil für die Ausschreibung von Jobs auf den Social-Network-Plattformen sei, dass auf diesem Wege nicht nur die aktiv Stellensuchenden erreicht werden könnten, sondern auch die latent Wechselwilligen.

*Sabine Schritt*

## Prospective Media Services AG

Prospective Media Services AG ist ein erfahrener Spezialist für Stelleninserate, Personalmarketing und E-Recruiting Solutions. Als schweizweit einzige unabhängige Agentur mit Fokussierung auf Stelleninserate-Management, Beratung und eigenem Insertionstool ist das Unternehmen die neutrale Ansprechperson für Stelleninserate. Aus 520 Printtiteln und 195 Online-Plattformen nutzt Prospective Media Services AG eine der grössten Mediendatenbanken am Markt. Mit selbst entwickelten E-Recruiting Solutions wie Jobcenter und Schnittstellen zu Bewerbermanagement-Systemen wird das Management von Stelleninseraten einfach transparent und schafft Unabhängigkeit. Auch die firmeneigene Career Site kann über das Jobcenter beliefert werden.

Mehr Informationen unter [www.prospective.ch](http://www.prospective.ch).