



INTERNET **MICRO**
CONNECTIVITY **BLOGGING**
WEB 2.0

SOCIAL MEDIA REPORT

HR 2010

Deutschland
Österreich



WEB 2.0
SOCIAL MEDIA **NETWORKING**
TECHNOLOGY

EXECUTIVE SUMMARY

Die Studie wurde von dem Spezialisten für Recruiting & Personalmarketing, Thorsten zur Jacobsmühlen ins Leben gerufen. Als wichtige Kooperationspartner haben der Hersteller für Talent Management Software StepStone Solutions, die Personalernetzwerke HRM.de und HRM-Austria.at und das Personalmagazin der personal manager die Studie unterstützt und mit durchgeführt. Dadurch konnte man rund 30.000 Personaler aus Deutschland und Österreich zur Teilnahme einladen. Bestreben war, möglichst wenig Personaldienstleister wie z.B. Personalberatungen zu befragen, um die Ergebnisse auch wirklich auf die klassischen Unternehmen zu fokussieren. Insgesamt haben 852 Personaler aus beiden Ländern teilgenommen. Komplette ausgefüllt und gewertet wurden 651 Teilnahmen. 548 aus Deutschland und 103 aus Österreich. Die Ergebnisse wurden getrennt ermittelt und ausgewertet, um beide Länder auch miteinander vergleichen zu können.

In diesem Jahr wird sich Social Media mehrheitlich als genutztes Werkzeug in der Personalarbeit durchsetzen. In 39 Prozent der deutschen Personalabteilungen wurde 2009 schon Social Media genutzt. In Österreich waren es 27 Prozent. Dafür möchten 37 Prozent in Österreich damit zukünftig arbeiten. In Deutschland werden 27 Prozent dazu kommen. Somit ist mit einer Nutzung von über der Hälfte der Unternehmen in 2010 zu rechnen.

Social Media funktioniert in der Praxis. 65 Prozent der deutschen Unternehmen die Social Media in 2009 nutzten, konnten darüber direkt oder indirekt Bewerber einstellen. In Österreich waren es 54 Prozent. Der Durchschnitt pro Unternehmen lag bei 2 Neueinstellungen. Während man in Deutschland ganz klar ja oder nein sagen konnte, wussten weitere 11 Prozent in Österreich nicht, ob man einstellen konnte oder nicht.

Allgemein scheint man sich auf den Umgang mit Social Media nicht gut vorbereitet zu haben. Alleine 64 Prozent in Deutschland und 66 Prozent der österreichischen Unternehmen, besitzen keine Social Media Policy, also Nutzungsrichtlinie für Mitarbeiter. Diese besitzen gerade einmal 18, bzw. 19 Prozent der befragten Firmen. Den Mitarbeitern ist die völlig freie Nutzung in 45 Prozent (DE) bzw. 48 Prozent (AT) der Unternehmen gestattet. Völlig verboten ist es zu 6 Prozent in Deutschland und zu 11% in Österreich. Ein großer Teil

schränkt die Nutzung allerdings zeitlich oder auf bestimmte Dienste ein. Erstaunlich ist, dass 14 Prozent der Deutschen und 12 Prozent im Alpenland es gar nicht wussten.

Der eigene Ruf wird selten kontrolliert, dafür aber den der Bewerber. Nur 18 Prozent (DE) bzw. 17 Prozent (AT) überprüfen regelmäßig was über das Unternehmen im Internet geschrieben wird. Gar keine Kontrolle des Firmenrufes findet bei 32 Prozent der deutschen und 35 Prozent der österreichischen Unternehmen statt. Dagegen gaben in Deutschland 59 Prozent und in Österreich 54 Prozent der Unternehmen an, dass man schon einmal die online Reputation eines Bewerbers überprüft habe.

Wegen schlechter Reputation nicht eingestellt. Meistens wird der Ruf von Bewerbern für das Management und Fachkräfte in der Verwaltung, Vertrieb, Marketing und Entwicklung überprüft. Aber auch bei den IT Fachkräften schauen die Unternehmen in beiden Ländern gerne genauer hin. Und selbst Absolventen und Praktikanten müssen ebenso wie angehende Azubis mit einem Scan ihrer online Vita rechnen. Die HR Manager schauen, wenn auch hier am wenigsten, auch bei gewerblichen Mitarbeitern schon mal, was man über diese im Web findet. Bei den Unternehmen aus Deutschland haben 38 in Österreich 8, schon einmal einen Bewerber aufgrund seiner online Reputation nicht eingestellt.

XING, Facebook und LinkedIn sehr beliebt bei Personalern. Auf die Frage ob sie selbst ein Profil in einem Social Media Dienst besitzen, antworteten 90 Prozent der deutschen und 83 Prozent der aus Österreich stammenden HR-Managern mit ja. Dabei besitzt die Mehrheit (82 Prozent) der deutschen und (74 Prozent) der österreichischen Personalern ein eigenes Profil bei XING. Gefolgt von Facebook, wo sich 43 Prozent der Personalisten aus Deutschland und 52 Prozent aus Österreich tummeln. LinkedIn kann im deutschsprachigen Raum ebenfalls gut punkten. Immerhin sind hier Personalern zu 30 Prozent (aus DE) und zu 21 Prozent (aus AT) Besitzer eines Profils. Was Twitter angeht, scheinen HR Manager zaghafter zu sein. Aber immerhin nutzen hierzulande 18 Prozent schon einen eigenen Twitteraccount. In Österreich sind es immerhin 13 Prozent. Dies liegt ungefähr auf dem Niveau von StudiVZ. Denn dort haben immerhin 18 Prozent der deutschen und 17 Prozent der österreichischen Personalern ein Profil hinterlegt.

Harte Zeiten für Print Stellenmärkte. 46 Prozent der deutschen und 47 Prozent der Firmen aus Österreich, werden im Jahr 2010 ihre Investitionen im Bereich der Print Stellenmärkte verringern. Lediglich rund die Hälfte der Unternehmen wird auch 2010 den gleichen Etat in Print investieren wie in 2009. Auch Personalberater werden Verluste hinnehmen müssen. In 2010 werden immerhin 64 Prozent in DE und 63 Prozent in AT dort gleichviel wie 2009 investieren. Gleichzeitig sagen aber 23 Prozent der Deutschen und 28 Prozent der Österreicher, dass diese weniger für Headhunter und Personalberatung ausgegeben werden. Die Zeitarbeitsbranche wird ebenfalls um 26 Prozent der Investitionen deutscher und 30 Prozent österreichischer Unternehmen fürchten müssen.

Social Media legt 2010 stark zu. Mehr als letztes Jahr, werden die Firmen vor allem für Social Media ausgeben. Hier wollen 53 Prozent der Deutschen und 51 Prozent der Österreicher mehr ausgeben. In beiden Ländern sind 45 Prozent der Personalern sicher, das gleiche Budget wie 2009 einzusetzen. Lediglich 2 Prozent der deutschen und 4 Prozent der in Austria ansässigen Personalern, werden in diesem Bereich weniger investieren.



Langfristige Investitionen sind Trumpf. Für die eigene Karrierewebsite möchten 45 Prozent der Deutschen und 49 Prozent der Österreicher in 2010 mehr Geld ausgeben. Und auch das Hochschulmarketing soll um 33 Prozent bzw. 28 Prozent in Österreich finanziell ausgebaut werden. Auch die gute alte Mitarbeiterempfehlung soll zu 34 Prozent in Deutschland und zu 39 Prozent in Österreich profitieren. In Sachen Fortbildung wollen 30 Prozent der deutschen Personalern und 36 Prozent in Österreich verstärkt investieren.

SINN DER STUDIE

Die Studie sollte ermitteln, ob und wie Unternehmen bzw. Personalabteilungen Social Media nutzen, oder zukünftig nutzen wollen.

AUFBAU DER STUDIE

Die Studie teilt sich in einzelne 3 Kategorien auf. Je nachdem, wie die Unternehmen Social Media einsetzen. Zusätzlich gibt es noch gemeinsame, übergreifende Fragen. Die 3 verschiedenen Fragegruppen teilen sich wie folgt auf:

1. Die Studienteilnehmer, die bereits Social Media nutzen, werden nach deren Ergebnissen und dem Nutzungsverhalten befragt.
2. Studienteilnehmer die erst vorhaben Social Media einzusetzen, werden nach deren Gründen befragt, warum man es bisher nicht tat und wie man es zukünftig denn nutzen wolle.
3. Unternehmen die Social Media auch zukünftig nicht einsetzen wollen. Hier wird nach den Gründen gefragt, die eine Teilnahme verhindern.

Alle 3 Gruppen wiederum, bekamen Fragen zu den geplanten Investitionen in den verschiedensten Bereichen gestellt. Also wo wird man 2010 verstärkt, gleichbleibend oder weniger investieren. Außerdem wurde in der Studie auch nach dem Umgang mit Bewerbern gefragt. Also ob diese gegoogelt werden - die online Reputation geprüft wird - und wenn ja, welche Bewerbergruppe. Und falls dies getan wird, wie sich dies auf die Einstellung auswirken kann. Außerdem ob und wenn ja, welche Social-Media-Dienste persönlich von HR Verantwortlichen genutzt werden.

DURCHFÜHRUNG

Thorsten zur Jacobsmühlen hatte die Idee zu dieser Studie und diese auch entwickelt. Die technische Durchführung erfolgte ebenfalls durch ihn. Teilnehmer mussten zur Teilnahme einen Online Fragebogen ausfüllen. Der Zeitaufwand lag je nach Gruppe, zwischen 5 und 10 Minuten.

Partner der Studie waren in Deutschland StepStone Solutions, der führende Hersteller von Talent Management Software und das Personalernetzwerk HRM.de

In Österreich war ebenfalls StepStone Solutions, HRM-Austria.at und die Fachzeitschrift der personal manager als Kooperationspartner dabei. Die beteiligten Partner haben Ihre Kunden in den jeweiligen Ländern zur Teilnahme eingeladen. Teilnehmen konnten die eingeladenen Personalern vom 17. Dezember 2009 bis zum 30. Januar 2010.

TEILNEHMER

Insgesamt haben 852 Personalern aus beiden Ländern teilgenommen. Komplette ausgefüllt und gewertet wurden 651 Teilnahmen. 548 aus Deutschland und 103 aus Österreich. Die Ergebnisse wurden getrennt ermittelt und ausgewertet, um beide Länder auch miteinander vergleichen zu können.

Inhaltsverzeichnis

Executive Summary.....	Seite 2
Informationen zur Durchführung.....	Seite 4
Die Studienergebnisse.....	Seite 6
Persönliche Einschätzung von Thorsten zur Jacobsmühlen.....	Seite 30
Partner und Initiator der Studie.....	Seite 31

Zeichenerklärung

Auf den Seiten 8 bis 17 sind der jeweiligen Frage ein farbiges Smiley beigefügt. Dies dient dazu zu unterscheiden, ob sich die Frage an Firmen richtete, die schon jetzt, erst zukünftig oder auch zukünftig nicht Social Media nutzen.



Fragen an Firmen die auch zukünftig kein Social Media nutzen wollen



Fragen an Firmen die Social Media noch nicht nutzen, aber in Zukunft nutzen wollen.



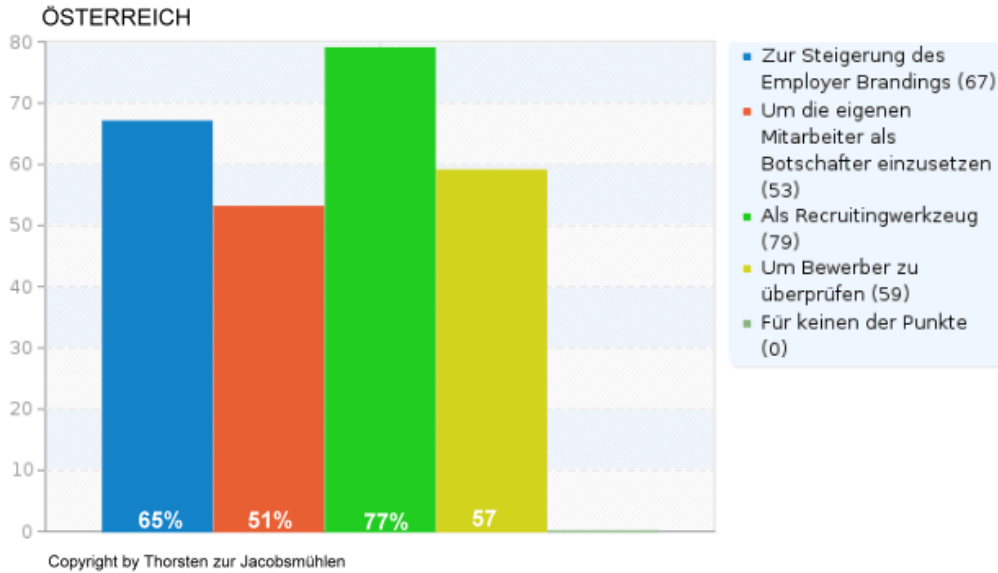
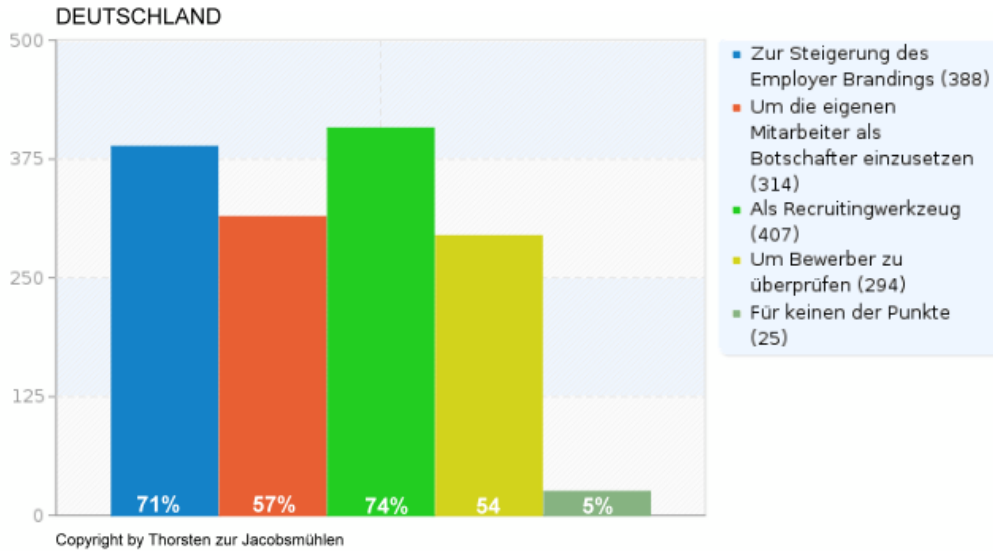
Fragen an Firmen die schon Social Media nutzen

Frage an alle Teilnehmer (in Klammern die Anzahl der Stimmen)



Frage 1: Für welche Bereiche eignet sich Social Media?

Die Personaler sehen vor allem ein Recruiting-Instrument in Social Media. An zweiter Stelle steht das Employer Branding. Alles in allem ist aber auch in den HR Abteilungen angekommen, dass Social Media vielfältige Möglichkeiten für das Personalwesen beinhaltet.

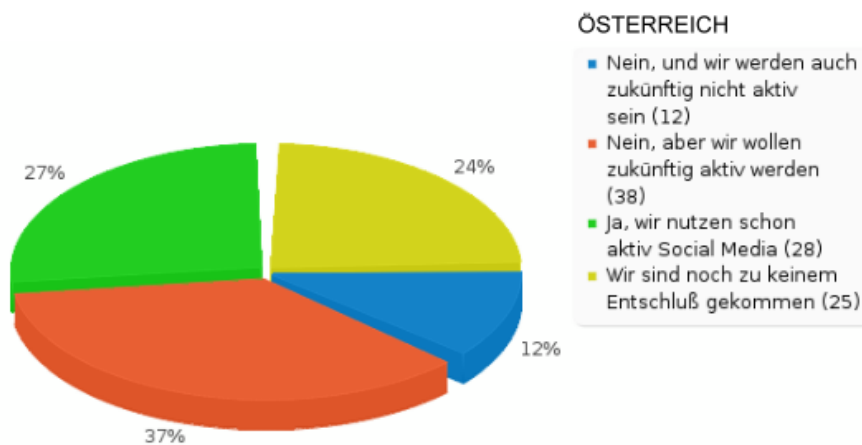
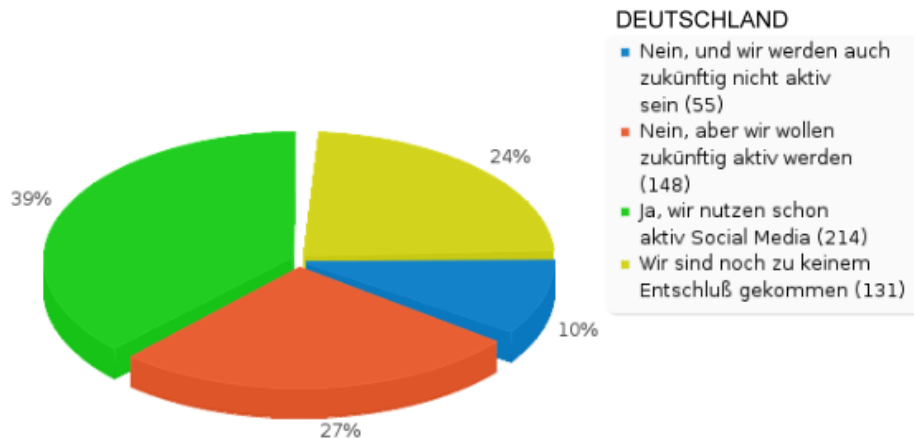


Frage an alle Teilnehmer

Frage an alle Teilnehmer (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 2: Nutzen Sie schon aktiv Social-Media-Dienste für die Rekrutierung oder das Personalmarketing?

Tatsächlich nutzen erst 39 Prozent der deutschen und 27 Prozent der Unternehmen aus Österreich, aktiv Social Media in der Personalarbeit. Allerdings ist die Anzahl der Unternehmen groß, die zukünftig Social Media nutzen wollen. Demnach ist zu erwarten, dass schon 2010 die Mehrzahl der Firmen diese Möglichkeiten nutzen wird. Lediglich 10 Prozent in Deutschland und 12 Prozent in Österreich verweigern sich diesen Medien komplett. Allerdings ist sich rund ¼ der Befragten nicht sicher, ob man es nutzen wird.



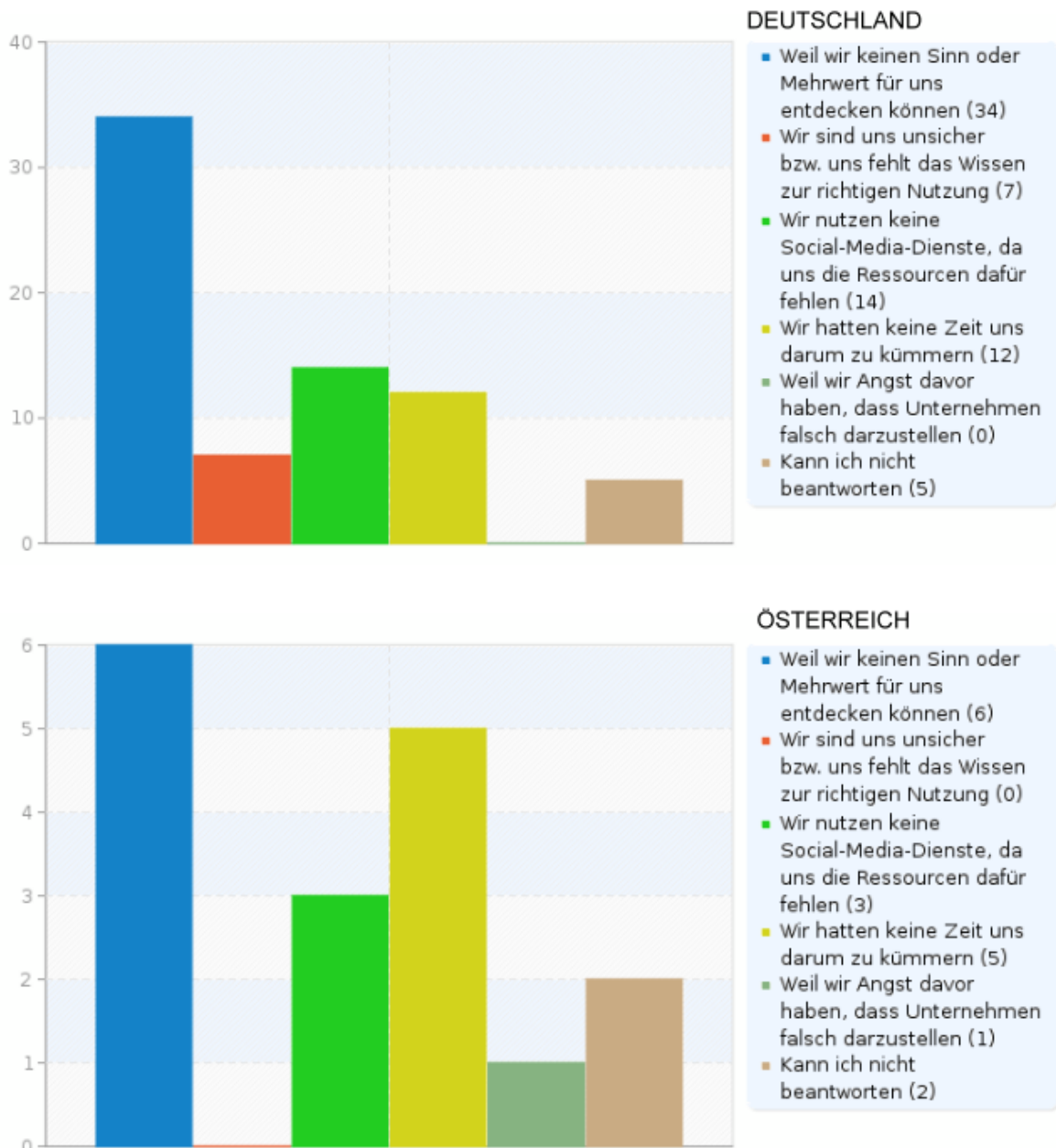
Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen



Frage die sich an die Firmen wendete, die kein Social Media nutzen (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 3: Warum nutzt Ihre Personalabteilung kein Social Media?

Personalabteilungen die Social Media nicht nutzen sehen meist keinen Sinn oder gar Mehrwert für das betreffende Unternehmen. Aber auch der Zeitfaktor und fehlende Ressourcen sind ein Grund keine Aktivitäten zu entwickeln.



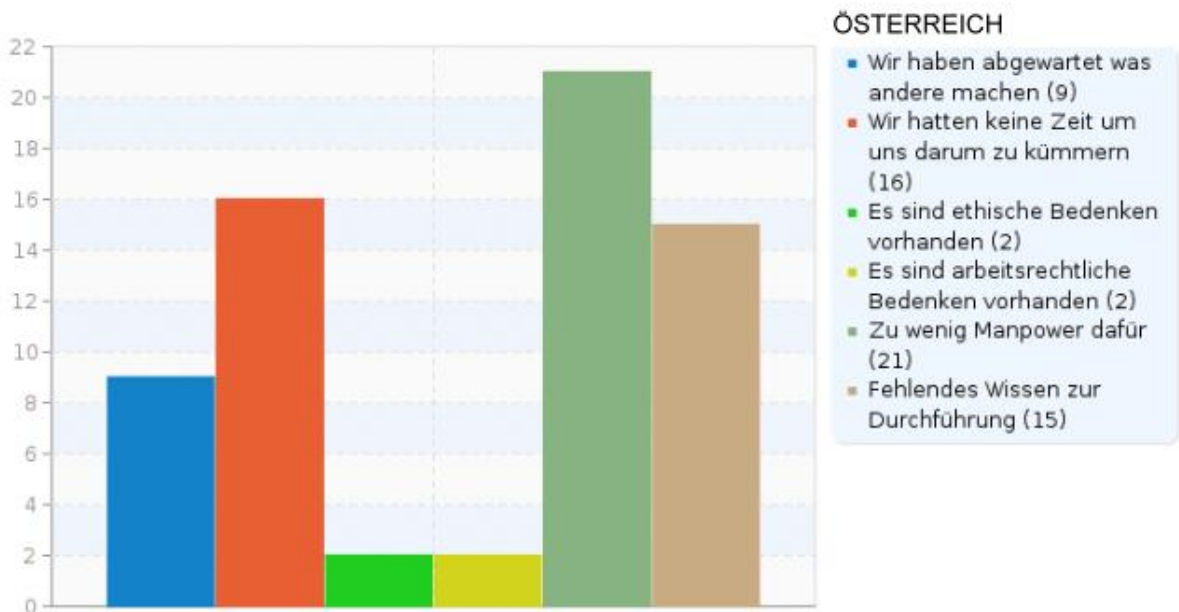
Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen



Diese Frage richtete sich an Unternehmen die bisher noch kein Social Media genutzt haben, es aber zukünftig nutzen wollen. (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 4: Was hat Sie bis jetzt von der Nutzung abgehalten?

Die Hauptgründe sind fehlende Zeit, zu wenig Manpower, also Mitarbeiter die dies durchführen könnten und letztlich ist auch das fehlende Wissen.



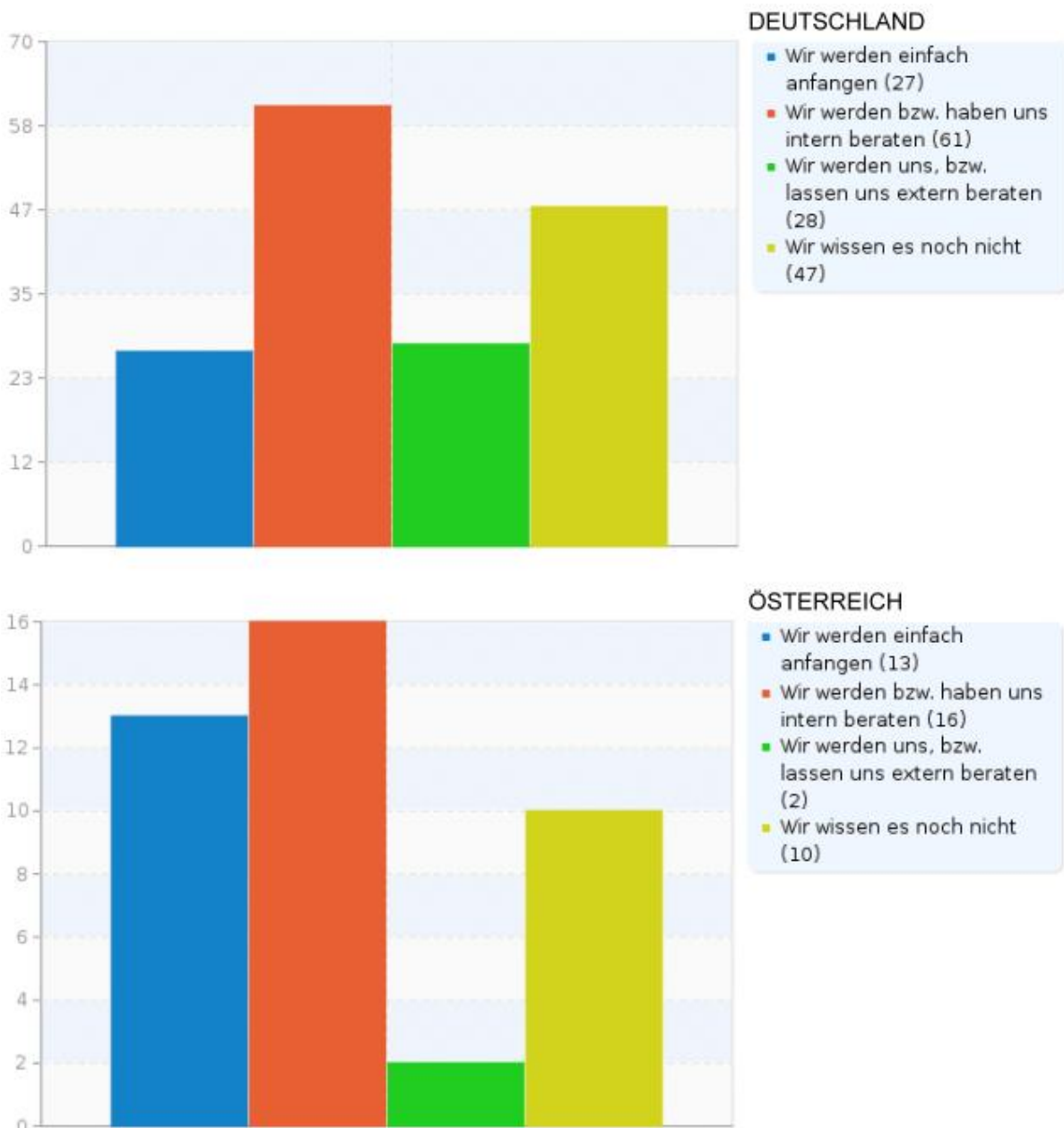
Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen



Diese Frage richtete sich an Unternehmen die bisher noch kein Social Media genutzt haben, es aber zukünftig nutzen wollen. (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 5: Sie möchten zukünftige Social-Media-Dienste in der Personalarbeit nutzen. Haben Sie diesen Schritt geplant?

Professionelle Hilfe wird bei den Wenigsten in Erwägung gezogen. Den meisten scheint die interne Abstimmung zu genügen. Gerade in Österreich möchten viele Firmen einfach starten. Sehr hoch ist in beiden Ländern auch die Unsicherheit.



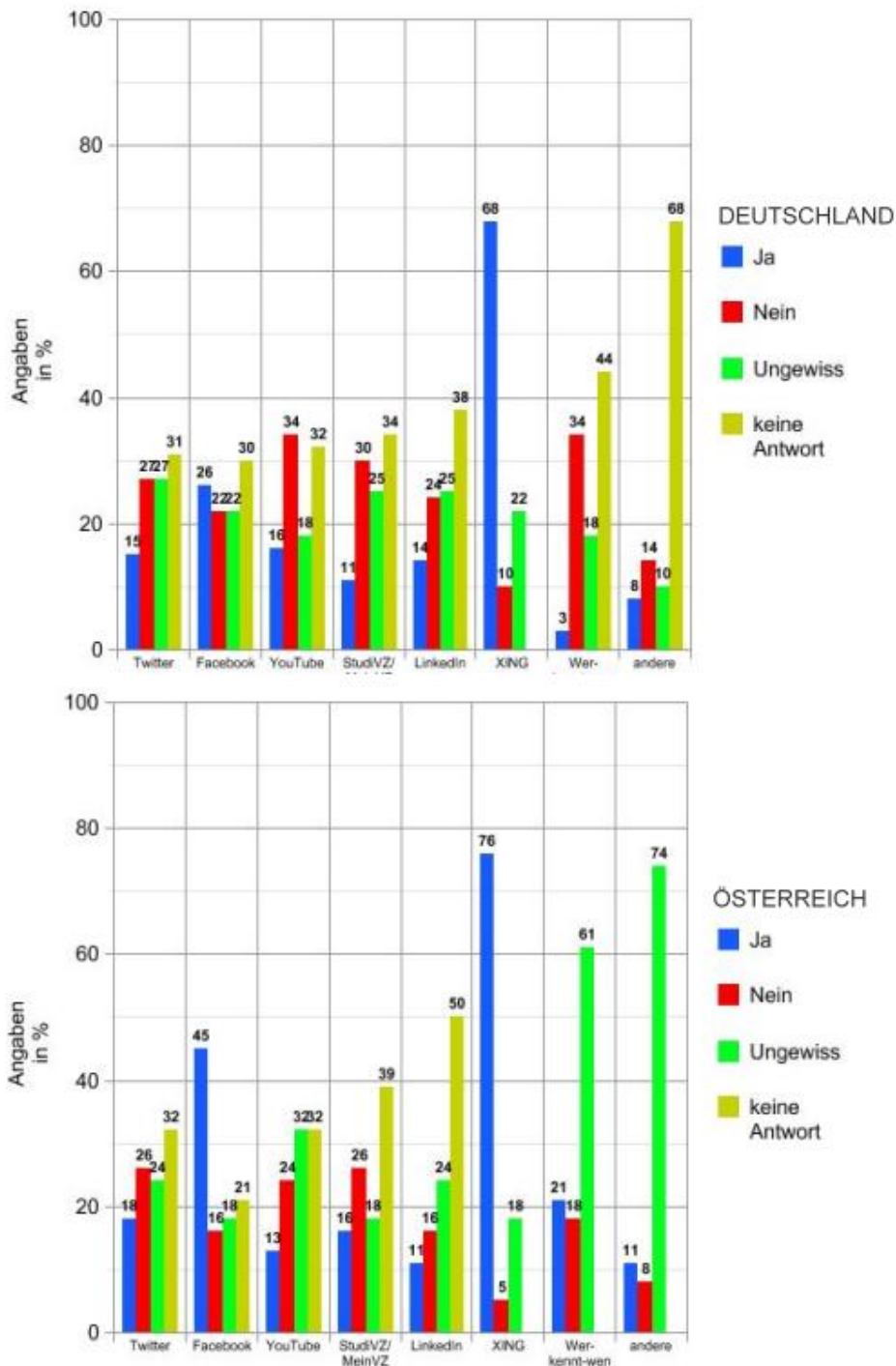
Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen



Diese Frage richtete sich an Unternehmen die bisher noch kein Social Media genutzt haben, es aber zukünftig nutzen wollen.

Frage 6: Wenn Sie es schon wissen sollten, würden wir gerne erfahren, welche der folgenden Social-Media-Dienste Sie zukünftig nutzen wollen.

XING und Facebook scheinen das Ziel der meisten Firmen zu sein. 68 Prozent der deutschen und 76 Prozent der HR Manager in Österreich wollen demnächst XING nutzen zu wollen. Facebook liegt mit 26 Prozent in Deutschland und 45 Prozent in Österreich auf Platz 2. Erst dann kommt Twitter und Youtube.

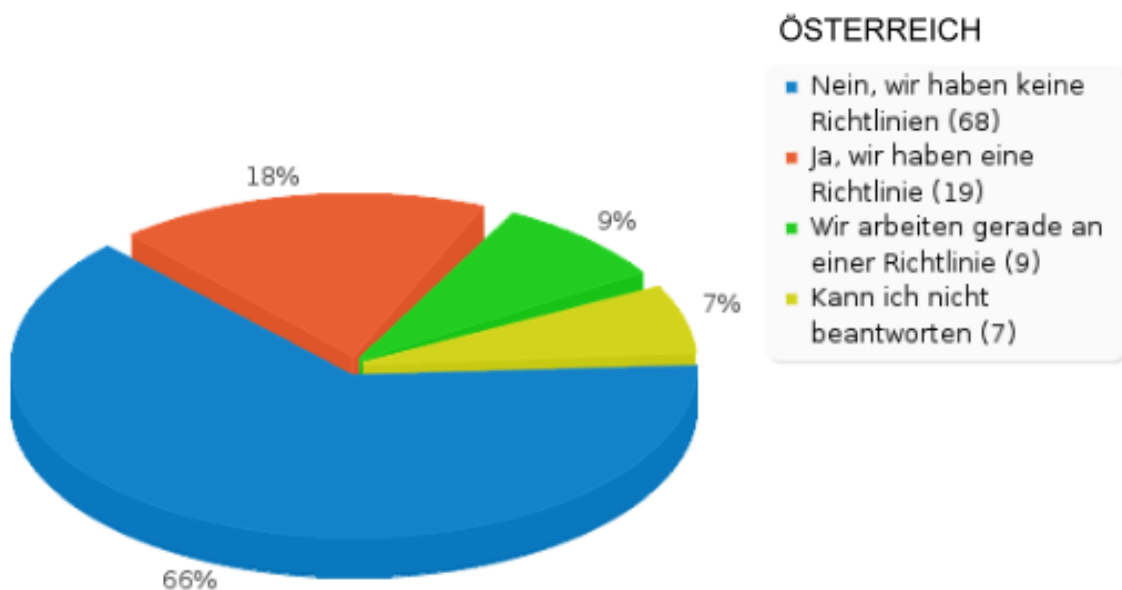
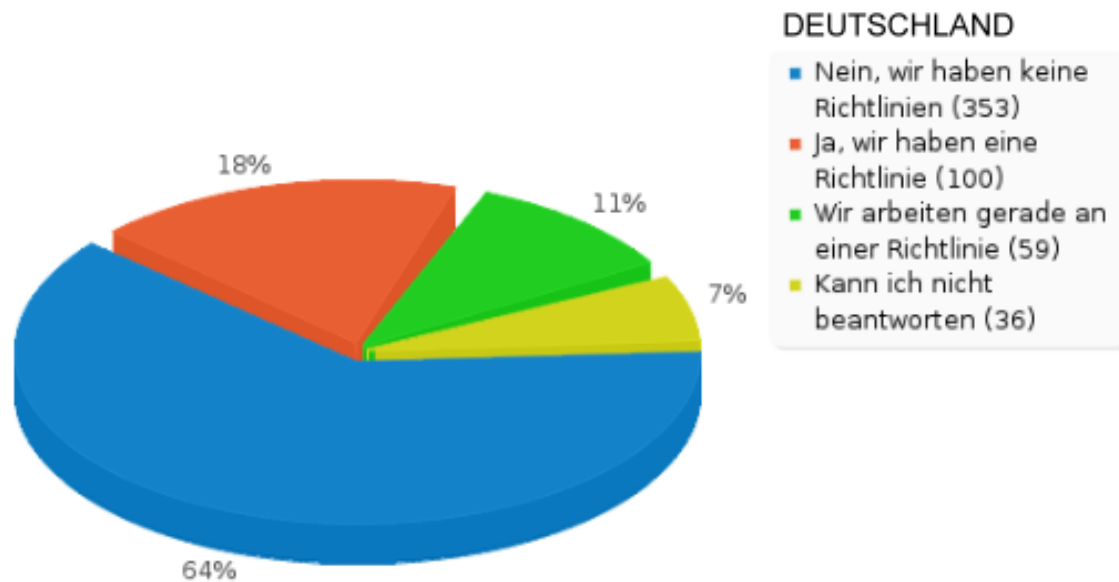


Copyright by Thorsten zur Jacobsmuehlen

Frage an alle Teilnehmer

Frage 7: Gibt es für Ihre Mitarbeiter Richtlinien, welche Dinge über das Unternehmen nicht in Social-Media-Diensten verbreitet werden sollen? (Sowohl bei privater wie beruflicher Nutzung)

Die Mehrheit der Unternehmen besitzen keine Richtlinie. Auch ist der Anteil derer klein, die eine Richtlinie planen. Durch Mehrfachnennung war möglich anzugeben, dass man keine Policy besitzt, aber eine in Zukunft plane

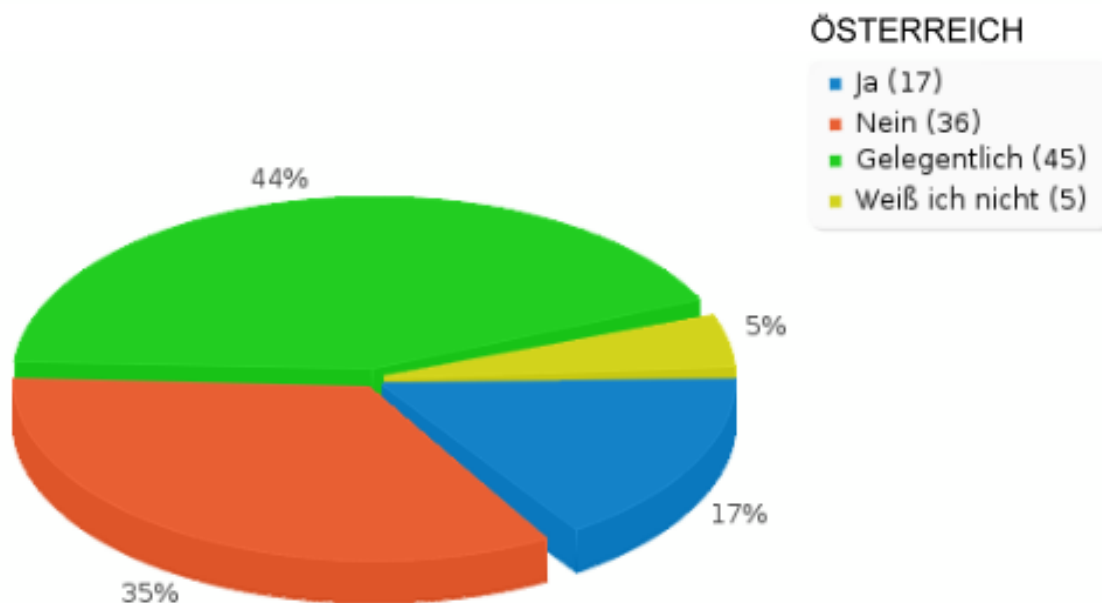
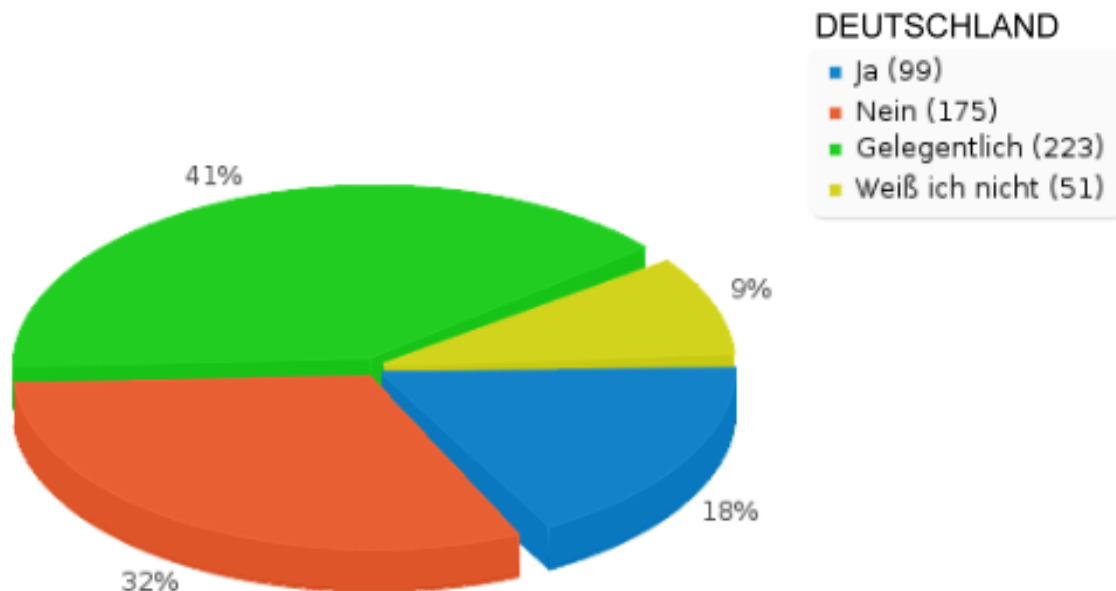


Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an alle Teilnehmer

Frage 8: Überprüft Ihre Personalabteilung, ob, und wenn ja, was im Internet über Ihr Unternehmen geschrieben wird?

Immerhin überprüfen über 40 Prozent gelegentlich was über das Unternehmen geschrieben wird. Allerdings macht dies jede dritte Personalabteilung gar nicht. Nur 18 Prozent in Deutschland und 17 Prozent in Österreich tut dies.

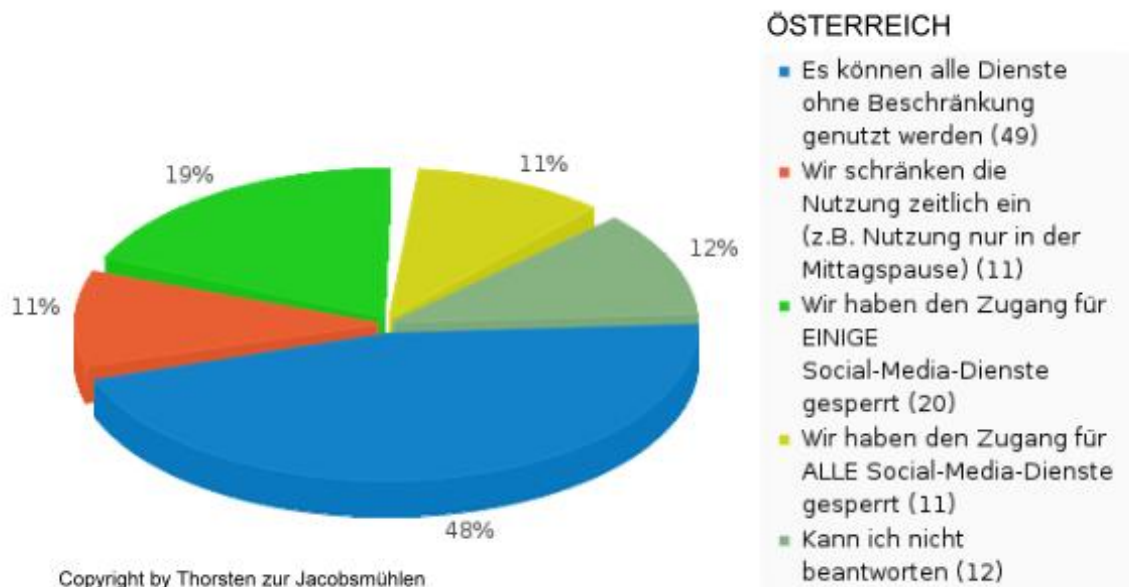
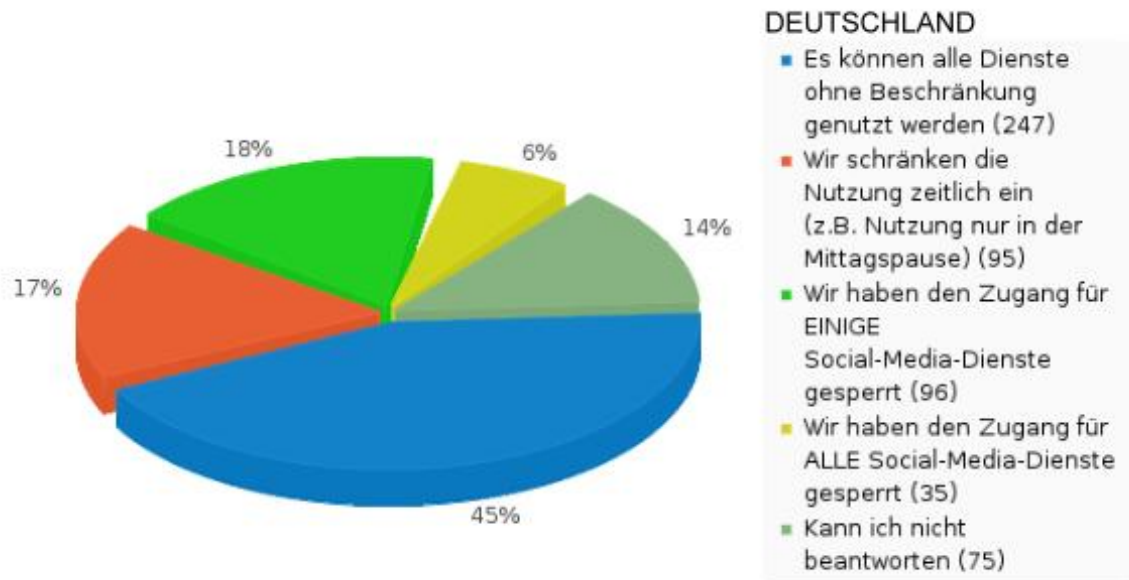


Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an alle Teilnehmer

Frage 9: Können die Mitarbeiter Ihres Unternehmens während der Arbeitszeit Social-Media-Dienste wie Twitter, Facebook oder Xing nutzen?

Nur 45 Prozent der deutschen und 48 Prozent der österreichischen Firmen erlauben den ungetrübten Zugriff auf alle Social-Media-Angebote. Ein striktes Verbot ist dennoch die Ausnahme. Häufig wird der Zugriff zeitlich eingeschränkt oder eben nur bestimmte Dienste zugelassen.

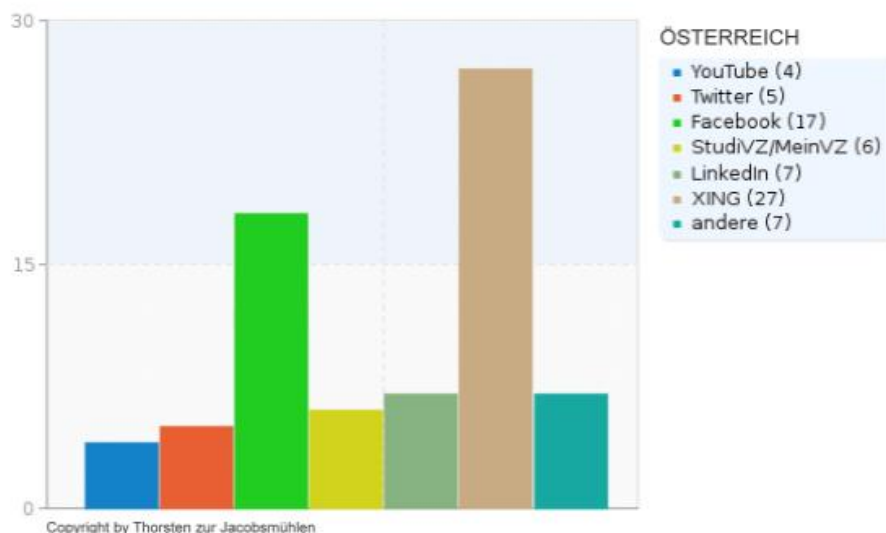
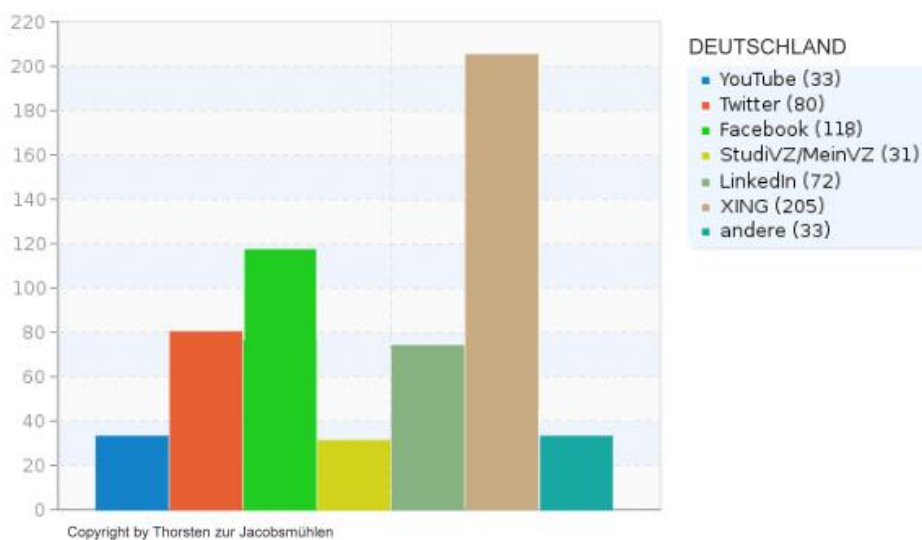




Frage an die Unternehmen, die Social Media schon nutzen / Mehrfachnennung möglich (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 10: Welche Angebote nutzen Sie schon in der Personalarbeit?

Der Personaler liebstes Werkzeug im Social-Media-Bereich ist das Business Netzwerk XING. Hierfür wurden die meisten Stimmen abgegeben. Facebook, Twitter und LinkedIn spielen ebenfalls eine Rolle, wenn auch wesentlich schwächer. In Österreich ist sogar nur Facebook wirklich ausgeprägt.



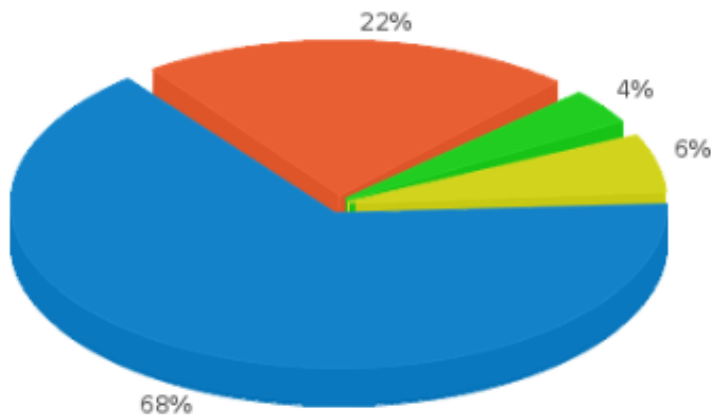


Frage an die Unternehmen, die Social Media schon nutzen

Frage 11: Wie haben Sie mit der Nutzung von Social-Media-Diensten in Ihrem Unternehmen begonnen?

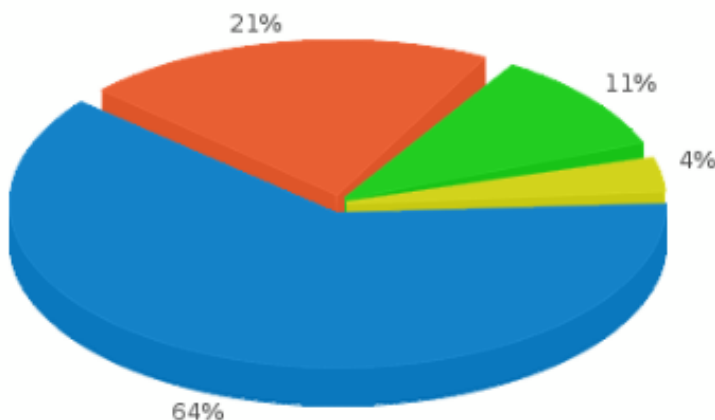
Wie auch bei der Gruppe derer die noch vorhaben einzusteigen, haben die aktiven zunächst auch einfach begonnen. Und ebenfalls ist der Anteil der Unternehmen recht groß, die sich intern beraten haben. Externe Beratung wurde in Österreich, mit 11 Prozent stärker in Anspruch genommen.

DEUTSCHLAND



- Wir haben einfach begonnen (145)
- Wir haben uns intern vorbereitet (48)
- Wir haben externe Hilfe bzw. Beratung in Anspruch genommen (8)
- Kann ich nicht beantworten (13)

ÖSTERREICH



- Wir haben einfach begonnen (18)
- Wir haben uns intern vorbereitet (6)
- Wir haben externe Hilfe bzw. Beratung in Anspruch genommen (3)
- Kann ich nicht beantworten (1)

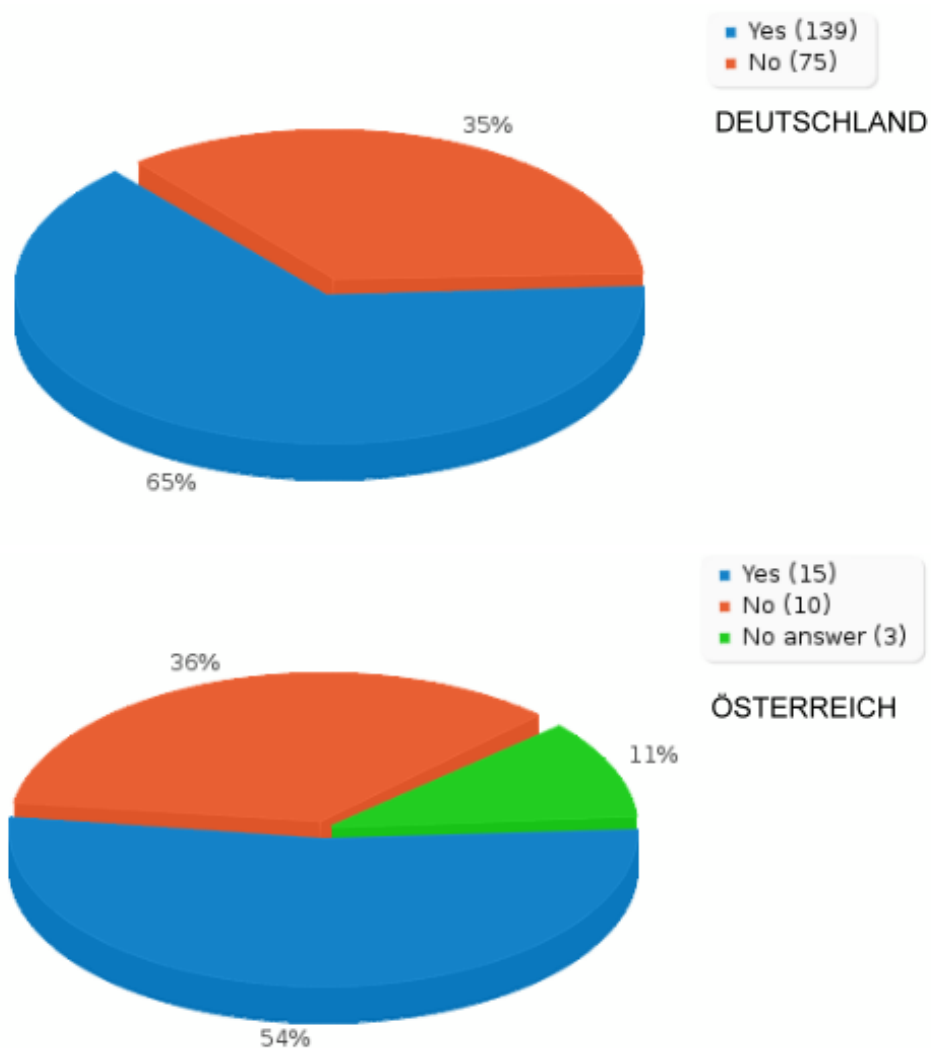
Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen



Frage an die Unternehmen, die Social Media schon nutzen

Frage 12: Haben Sie schon einmal direkt oder indirekt, durch Social Media Dienste einen oder mehrere Bewerber einstellen können?

Die Mehrheit der Unternehmen die Social Media nutzen, konnten auch darüber einstellen. Ohne über die Art und Weise wie die Unternehmen Social Media nutzen und ohne Einsicht in die Qualität und Quantität, lässt sich dennoch sagen, dass die Mehrheit derer die aktiv sind, auch erfolgreich einstellen konnten. Lediglich in Österreich, konnten 11 Prozent diese Frage gar nicht beantworten.



Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen



Frage an die Unternehmen, die Social Media schon nutzen

Frage 12: Wie viele Bewerber konnten Sie im Jahr 2009 durch Ihre Social-Media-Aktivitäten einstellen?

2

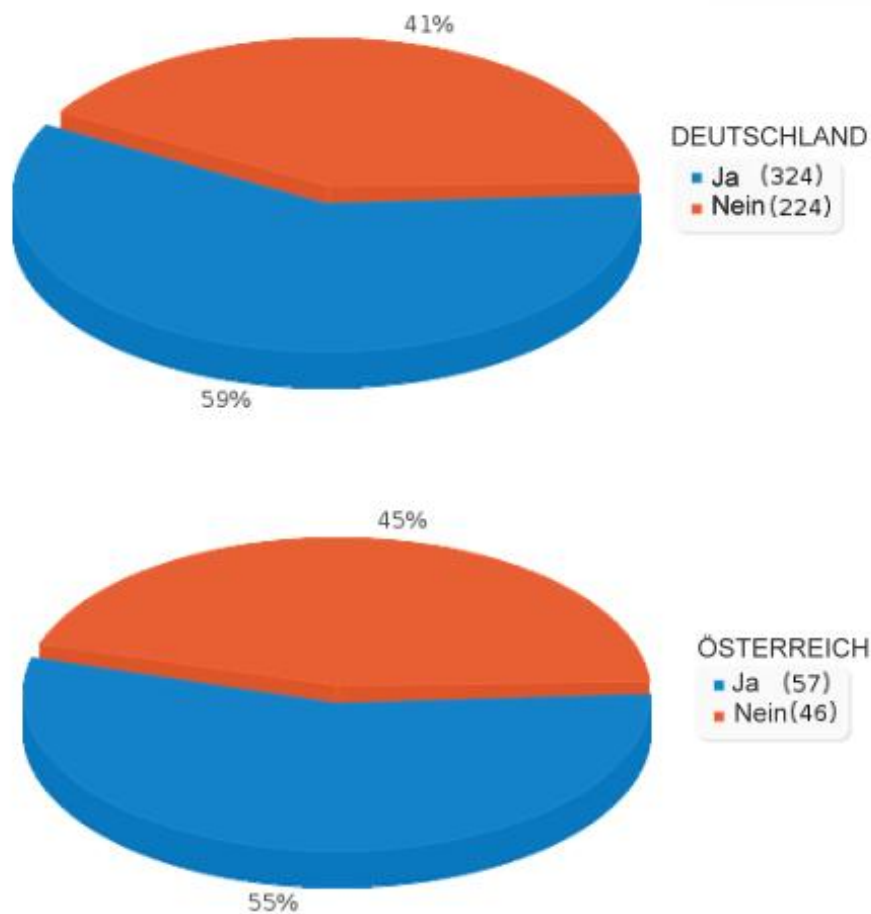
Der Durchschnitt lag in beiden Ländern gleich hoch. Demnach wurden durchschnittlich 2 Bewerber pro Unternehmen in 2009 eingestellt, die man mittels Social Media erreichen konnte. In Deutschland lag das höchste Ergebnis für eine einzelne Firma bei 46 Einstellungen. In Österreich bei 3.

Zur Auswertung wurde der eine absolute Spitzenwert in Deutschland herausgenommen, um den Durchschnitt nicht zu verfälschen.

Frage an alle Unternehmen

Frage 13: Haben Sie im Jahr 2009 schon einmal den Ruf von Bewerbern mit Hilfe von Google, Personensuchmaschinen oder Social-Media-Diensten überprüft?

Das die Mehrheit der Firmen - in beiden Ländern - die online Reputation der Bewerber überprüften, bestärkt die Aussagen der Reputationsdienstleister.



Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an die Unternehmen, die das googeln von Bewerbern unterlassen. (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 14: Was hält Ihr Unternehmen davon ab, das Verhalten bzw. den Ruf von Bewerbern mit Hilfe von Google, Social-Media-Diensten oder Personensuchmaschinen zu überprüfen?

Für die Unternehmen ist das einfach kein Thema. Allerdings ist ebenfalls die fehlende Zeit hinderlich. Auch gibt es arbeitsrechtliche Bedenken. In Deutschland fällt auf, dass hier wesentlich häufiger aus ethischen Gründen nicht gesucht wird als in Österreich.

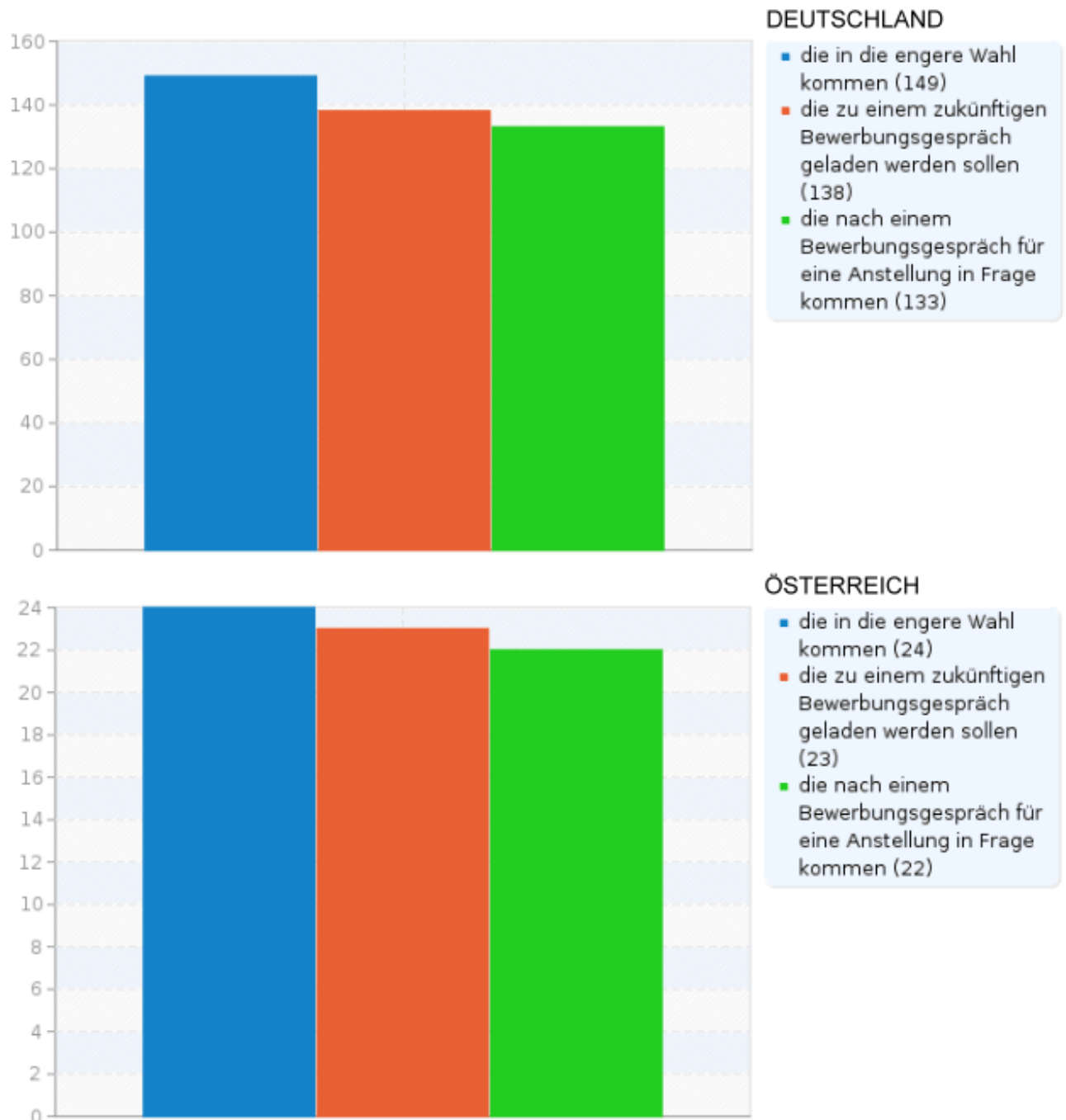


Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an die Unternehmen, die Bewerber googeln (in Klammern die Anzahl der Stimmen)

Frage 15: Welche Bewerber überprüfen Sie üblicherweise im Internet?

Nachdem ein Bewerber als so interessant eingestuft wird, dass er in die engere Wahl kommt, ist die Wahrscheinlichkeit hoch von einem Personaler auch virtuell, näher betrachtet zu werden.

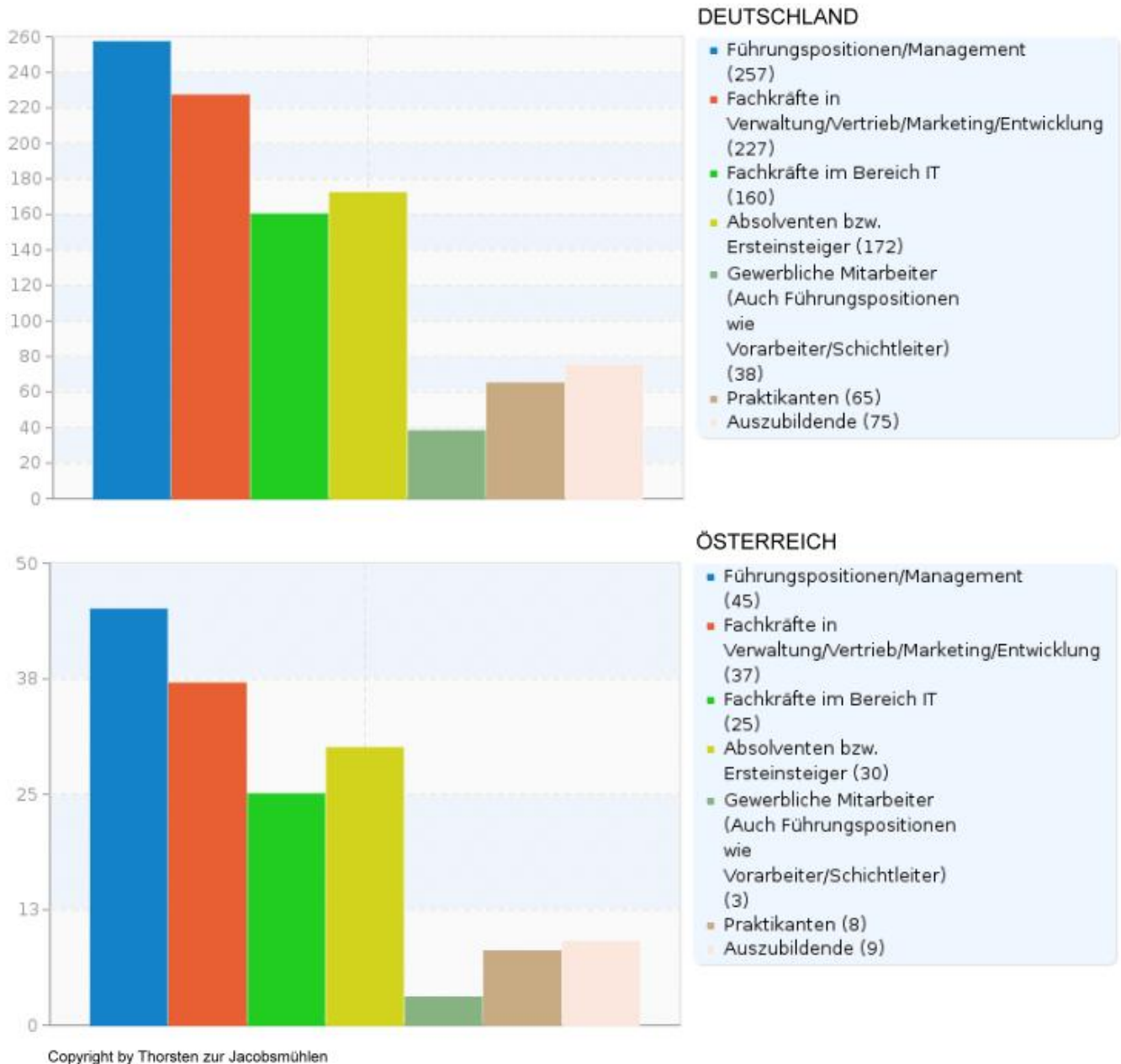


Copyright by Thorsten zur Jacobsmuehlen

Frage an die Unternehmen, die Bewerber googeln (Mehrfachnennung möglich)

Frage 16: Welche Bewerbergruppen überprüfen Sie, unabhängig von der Häufigkeit, mit Hilfe des Internets?

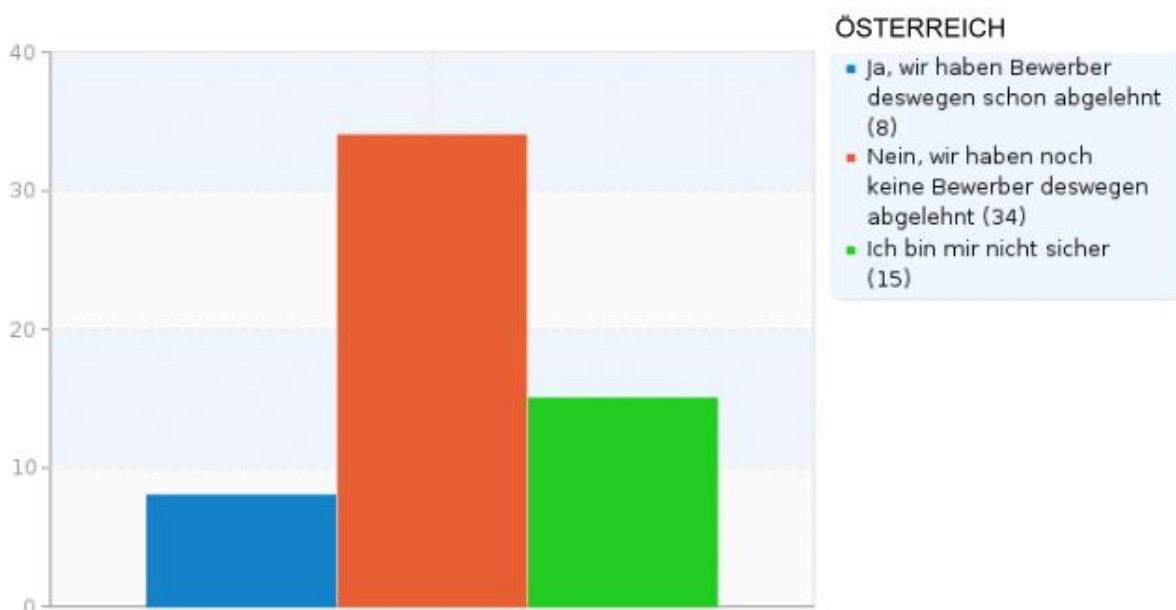
Neben dem Management und den Fachkräften, sind dies auch Absolventen und Praktikanten. Auch haben die Unternehmen schon mal Interesse an der online Bio von angehenden Azubis. Und selbst gewerbliche Mitarbeiter können nicht sicher sein, dass die Personalabteilung im Web nach ihnen sucht.



Frage an die Unternehmen, die Bewerber googeln

Frage 17: Haben negative Ergebnisse schon einmal eine Einstellung eines Bewerbers verhindert, obwohl dessen berufliche Qualifikationen gepasst hätten?

Auch wenn es bei den meisten der Unternehmen noch nicht zu einer Ablehnung wegen der Reputation gekommen ist, gaben immerhin 38 der befragten, deutschen Unternehmen und 8 aus Österreich an, dass online Reputation sehr wohl zu einer Ablehnung geführt habe.

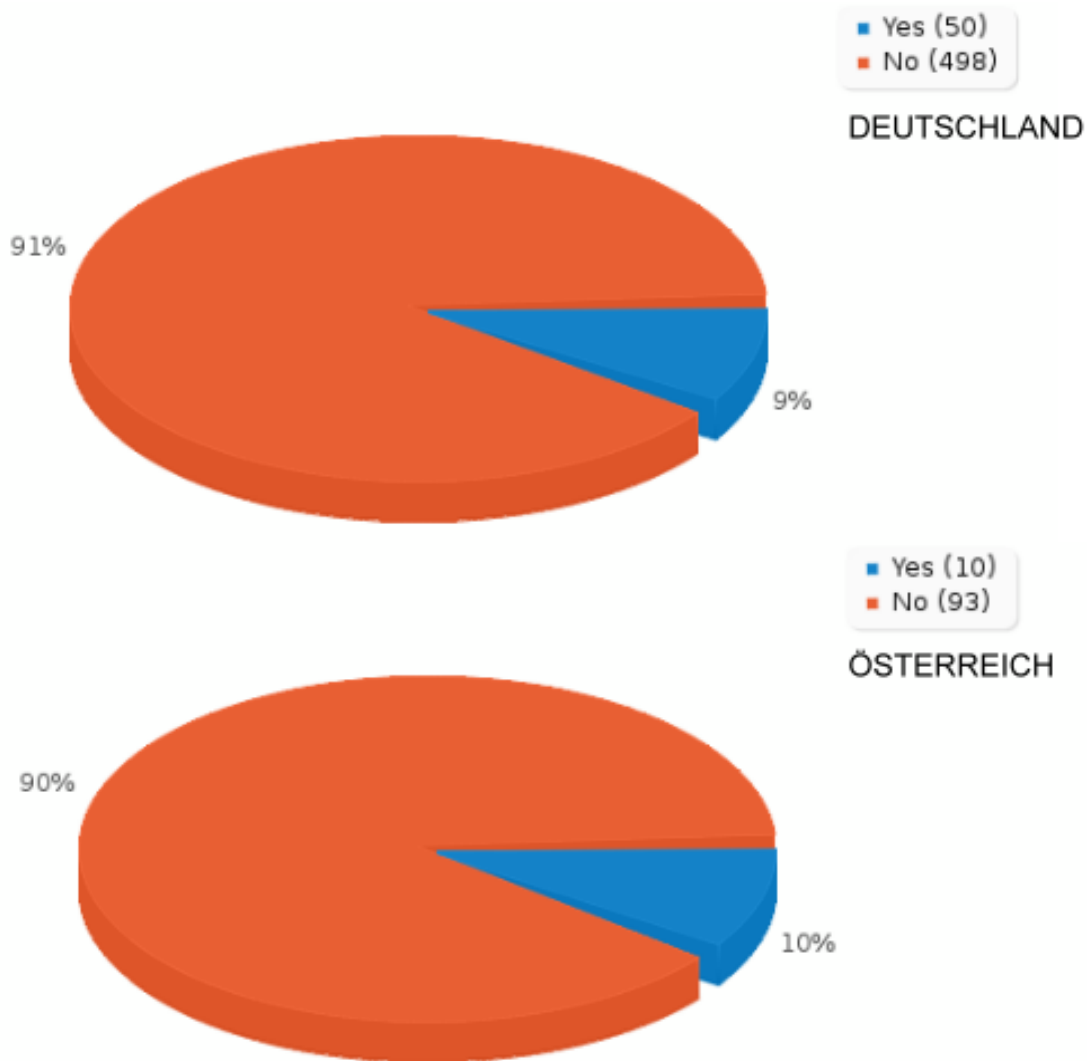


Copyright by Thorsten zur Jacobsmuehlen

Frage an alle Unternehmen

Frage 18: Wurde der Ruf/Reputation bestehender Mitarbeiter mit Hilfe des Internets im Jahr 2009 überprüft?

Das bestehende Mitarbeiter überprüft werden ist noch die Ausnahme.

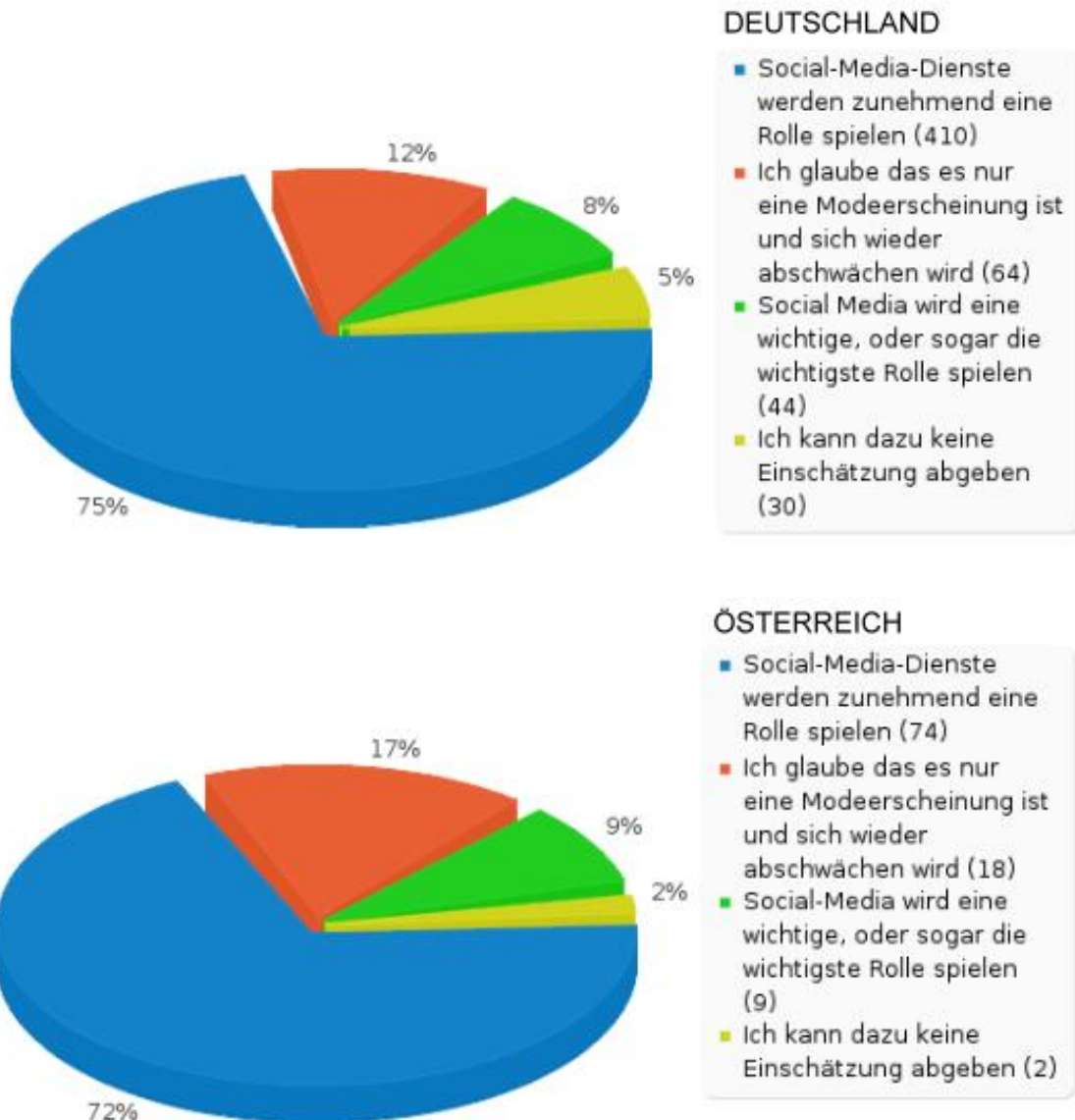


Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an alle Unternehmen

Frage 19: Welche Rolle glauben Sie, werden Social-Media-Dienste zukünftig in der Personalarbeit einnehmen?

Immerhin, glauben noch 12 Prozent der deutschen und sogar 17 Prozent der Personaler aus Österreich, dass Social Media eine Modeerscheinung ist. Dagegen gehen 75 Prozent in DE und 72 Prozent in AT davon aus, dass Social Media immer wichtiger wird und 8 bzw. 9 Prozent glauben dass es eine wichtige wenn nicht die wichtigste Rolle in der Personalarbeit sein wird.

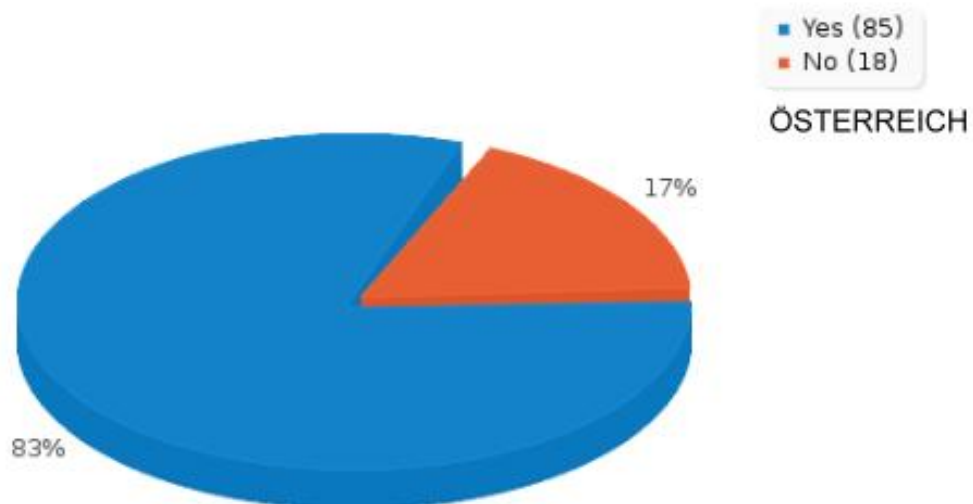
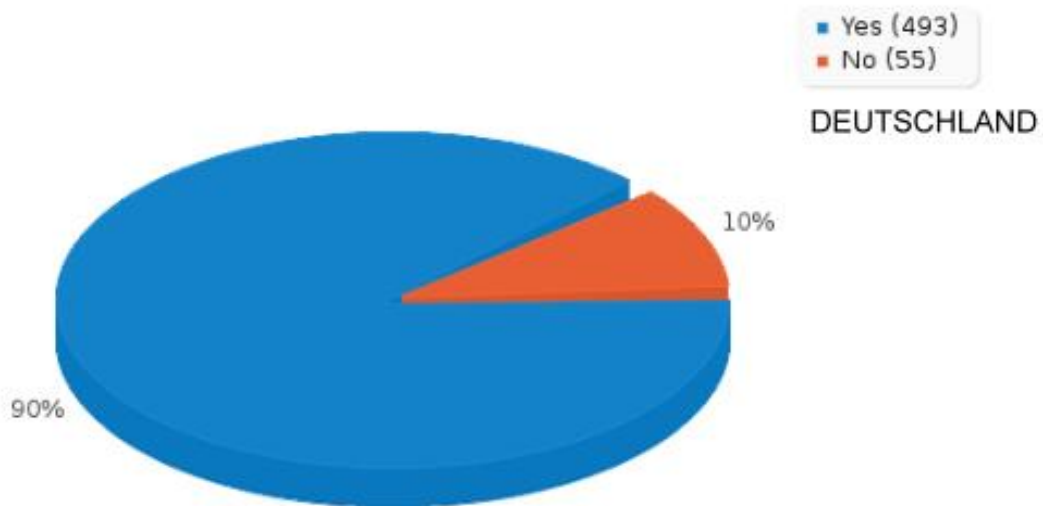


Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an alle Personaler

Frage 20: Haben Sie selber ein Profil in irgendeinem Online-Netzwerk?

Immer noch sind es ganze 10 Prozent der deutschen und unglaubliche 17 Prozent der österreichischen Personaler, die selbst in keinem Netzwerk vertreten sind.

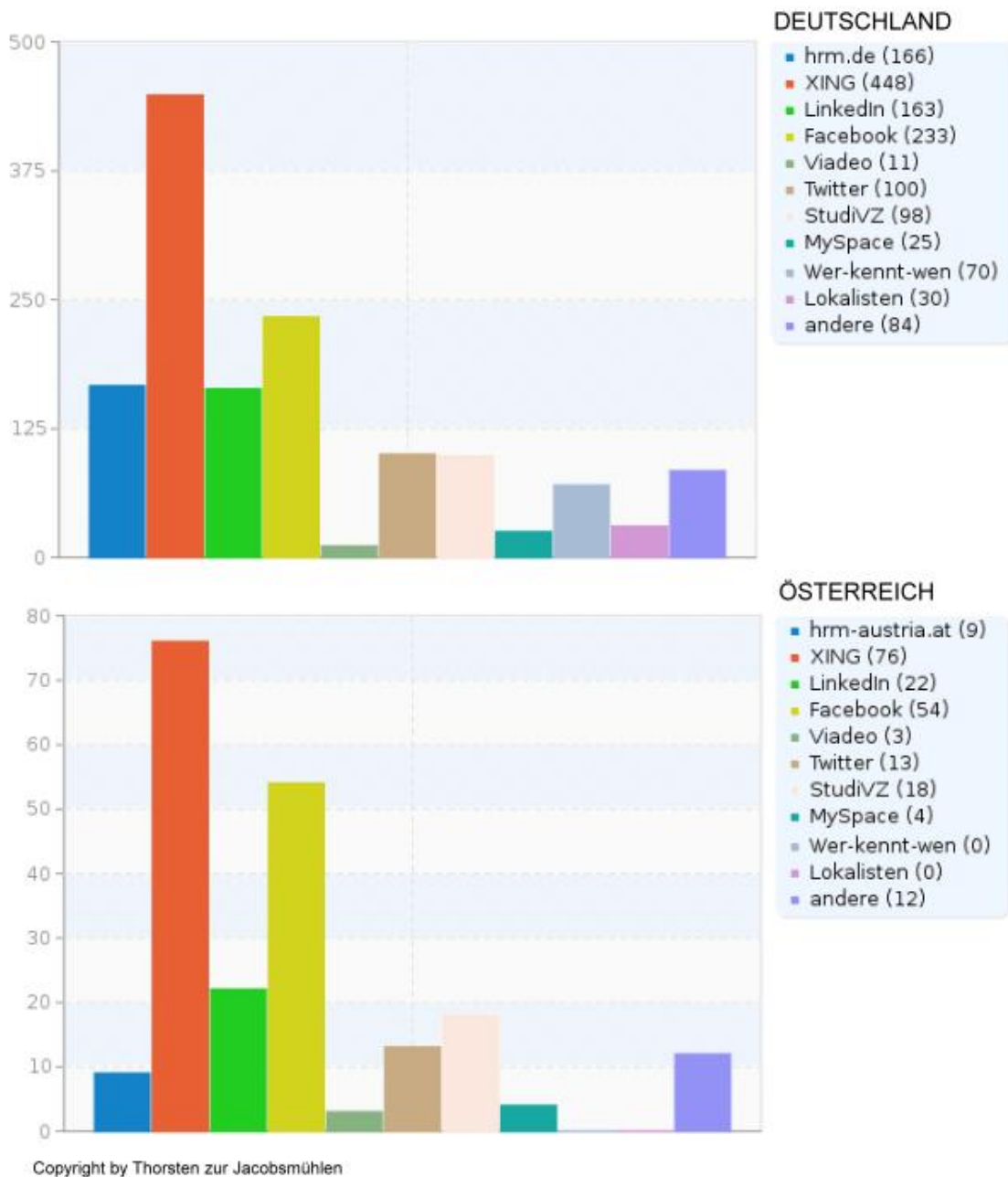


Copyright by Thorsten zur Jacobsmühlen

Frage an alle Personaler die ein Profil in einem Netzwerk besitzen

Frage 20: Sagen sie uns bitte, in welchem der folgenden Netzwerke Sie ein Profil besitzen

Ganz klar ist XING das liebste Network der Personaler um ein eigenes Profil zu pflegen. Und dies in beiden Ländern. In Österreich haben mehr Personaler ein eigenes Profil bei Facebook als in Deutschland. Während HRM.de und LinkedIn gleichviele Profile von Personalern in Deutschland aufzuweisen scheint, nutzt man das HRM-Austria.at noch nicht so stark.

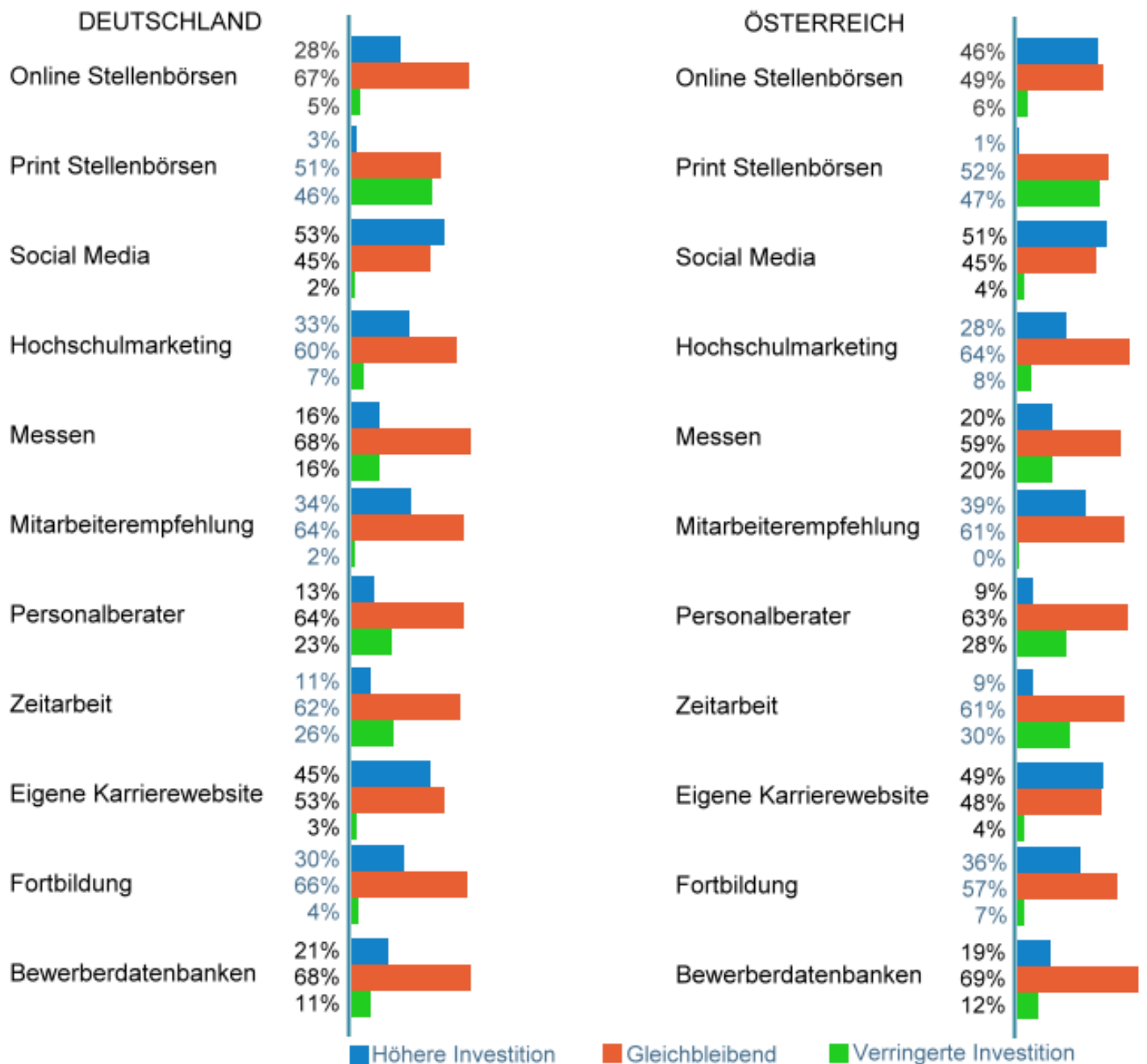


Frage an alle Personaler die ein Profil in einem Netzwerk besitzen

Frage an alle Unternehmen

Frage 20: In welche Methoden der Personalarbeit, werden Sie in 2010 verstärkt, gleich oder vermindert investieren?

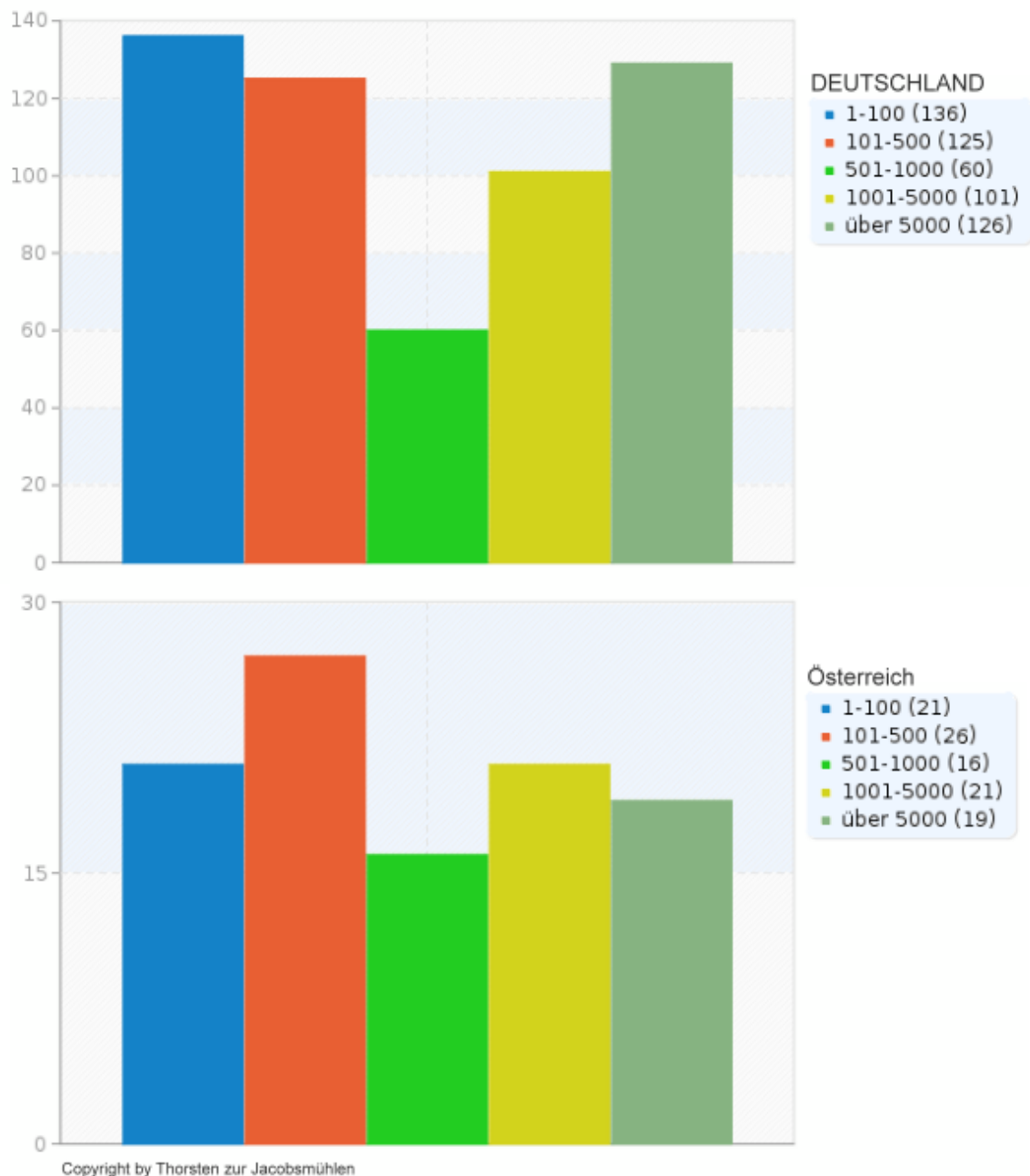
Ganz klar ist XING das liebste Network der Personaler um ein eigenes Profil zu pflegen. Und dies in beiden Ländern. In Österreich haben mehr Personaler ein eigenes Profil bei Facebook als in



Frage an alle Unternehmen

Frage 21: Bitte teilen Sie uns noch mit, wie viele Mitarbeiter Ihr Unternehmen gesamt beschäftigt.

An der Studie teilgenommen haben Unternehmen mit unterschiedlicher Größe. Somit deckt die Befragung alle Unternehmensgrößen ab.



Persönliche Einschätzung von Thorsten zur Jacobsmühlen

Die Studienergebnisse zeigen vor allem eins. Das Thema Social Media ist in den Köpfen der Human Resources Manager angekommen. Allerdings zeigt sich auch, dass vorwiegend das Business Network XING als Rekrutierungs- bzw. Personalmarketing-Werkzeug genutzt wird. Facebook ist zwar auf dem Vormarsch, aber mit erheblichem Abstand.

Während Facebook und Twitter immer mehr Potential bieten und alle Alters- und Berufsgruppen vereinen, scheinen Personaler hier eher zaghaft zu agieren. Oftmals ist es die fehlende Zeit und Personalmangel, der als Grund angegeben wird. Dies dürfte auch eine Erklärung für die Beliebtheit von Business Netzwerken sein. Hier können die Personaler eher statisch handeln, wie sie es gewohnt sind und wie es ihre Zeit ermöglicht. Früher wurde die Bewerberdatenbank der Stellenbörsen durchsucht, heute durchsucht der Personaler XING Profile.

Twitter, Facebook und Co. müssen aktiv bespielt, also mit Inhalten gefüllt und mit Konversation bedient werden. Hier muss natürlich Zeit, aber vor allem auch Manpower investiert werden. Beides ein knappes Gut in der Personalabteilung. Abgesehen vom Wissen, um erfolgreich diese Werkzeuge bedienen zu können.

Die Ergebnisse der Studie zeigen auch, dass der höchste Zuwachs an Investitionen im Bereich Social Media geplant ist. Im Jahr 2010 wird die Mehrzahl der Unternehmen Social Media nutzen um Bewerber erreichen zu können. Die große Frage ist allerdings, wie sie dies machen werden. Das die Print Stellenmärkte weiter verlieren würden, war abzusehen. Aber auch Personalberatungen müssen mit beträchtlichen Umsatzeinbußen rechnen. Beide Bereiche sind in Teilen durch Social Media ersetzbar geworden.

Leider verwechseln immer noch viele Personaler Social Media mit einer weiteren Möglichkeit, offene Positionen zu veröffentlichen. Damit deklassiert man diese Kommunikationsmittel lediglich zu einem weiteren Kanal um aktiv suchende Bewerber zu erreichen. Also die Bewerber, die auch in Stellenbörsen nach Jobs suchen. Es wird sich zeigen, ob die Unternehmen dazu lernen und selber zum Informationsmedium werden.

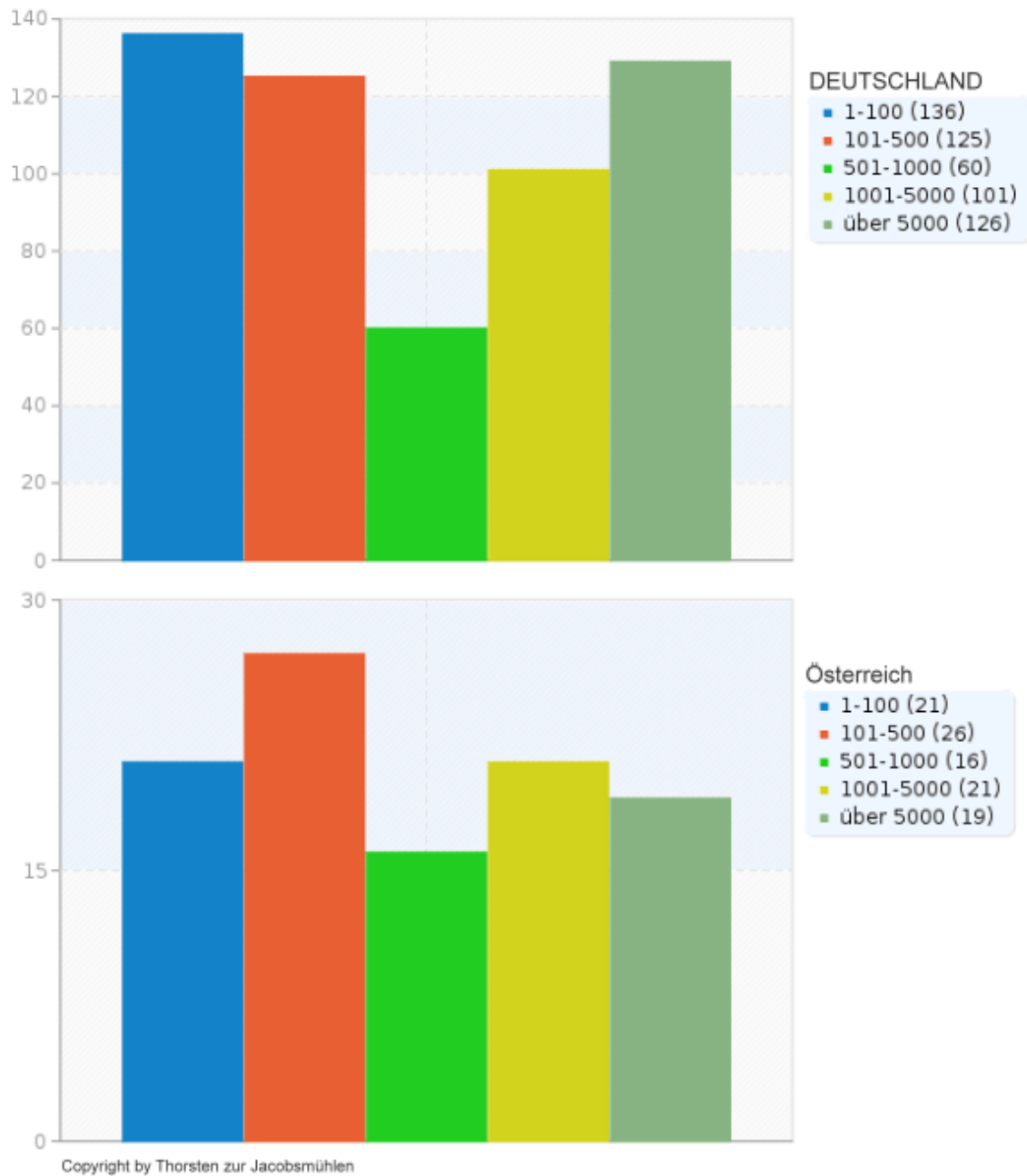
Social Media ist nach 7 Jahren Probieren erwachsen. Für Unternehmen bedeutet es aber auch, dass die Zeit des Übens vorbei sein sollte. Zwar werden viele Unternehmen laut der Befragung einfach so mit Social Media beginnen, vergessen dabei aber, dass Fehler heutzutage von den Usern gerne verbreitet werden und somit für schlechte Publicity sorgen. Wer startet sollte dies also mit Bedacht machen um nicht ins Fettnäpfchen zu treten.

Trotzdem, die meisten Firmen die Social Media nutzen, stellen auch darüber ein. Dies zeigt, dass die modernen Kommunikationsmittel als weitere Hilfe im War for Talents funktionieren.

Frage an alle Unternehmen

Bitte teilen Sie uns noch mit, wie viele Mitarbeiter Ihr Unternehmen gesamt beschäftigt.

An der Studie teilgenommen haben Unternehmen mit unterschiedlicher Größe. Somit deckt die Befragung alle Unternehmensgrößen ab.



PARTNER DER STUDIE



StepStone Solutions zählt weltweit zu den größten Anbietern von **Total Talent Management** Lösungen mit über 1500 Kunden. Durch die Integration der Bewerbermanagementsoftware i-GRasp und EasyCruit sowie ETWeb™, der führenden Lösung für strategisches Talent Management, entwickelte sich StepStone zum Global Player für Total Talent Management.



HRM.de und HRM-Austria.de sind Netzwerke für Personaler und Wissenspools für das Human Resource Management. Die Online-Portale bieten Artikel aus der Fachpresse, Studien, MP3s von Vorträgen sowie Checklisten oder Formulare. In HRM.de und HRM-Austria.at, steht das persönliche Profil im Mittelpunkt: Mitglieder können hier selbst Inhalte erstellen und andere Experten finden, mit denen sie über Themen des Personalwesens diskutieren.



Der personal manager ist Österreichs Fachzeitschrift für Entscheidungsträger im Human Resource Management. Er erscheint alle zwei Monate und wendet sich an CEO, Geschäftsführer, Führungskräfte, Personalmanager, Recruiter, Personalentwickler, Wissensmanager, Lohn- und Gehaltsverrechner sowie Personalsachbearbeiter in Unternehmen, Verwaltungen und Non-Profit-Organisationen.

INITIATOR DER STUDIE - THORSTEN ZUR JACOBSMÜHLEN



Über 10 jährige Erfahrung im HR Business und Social Media Evangelist. Berät und hilft als Experte Unternehmen, beim Aufbau von webbasierten Strategien für e-Recruiting und Personalmarketing und überwacht die Durchführung. Außerdem betreibt er mit blogaboutjob.de eines der erfolgreichsten Blogs zum Thema Job und Recruiting.

Für Rückfragen:

Herr Thorsten zur Jacobsmühlen
 Mobil: 0177/2912868
 Email: kontakt@jacobsmuehlen.de

Web: www.jacobsmuehlen.de
 Blog: www.blogaboutjob.de

Fotos: istockphoto.com