

Social Media Recruiting Studie 2013 – Artikel für Netigate

Nach dem Erfolg der ersten Social Media Recruiting Studie 2011 (<https://www.online-recruiting.net/ressource/social-media-recruiting-studie-2011-deutschland/>) mit mehr als 3.000 Downloads in knapp 6 Monaten, wurde die Umfrage im Jahre 2012 erneut durchgeführt. Bereits im vergangenen Jahr wurde die Befragung freundlicherweise technisch von Netigate unterstützt. Das Software-Tool half neben der eigentlichen Befragungsvorlage auch die Ergebnisse im Backoffice in Echtzeit abzubilden und den Umfrageverlauf zu beobachten.

Um eine optimale Vergleichbarkeit mit den 2011-Ergebnissen zu bekommen, wurde die Mehrheit der Fragen wieder verwendet, teilweise angepasst und teils mit neuen Fragen ausgestattet. Zum Beispiel wurde eine Frage zu dem neuesten Recruiting Trend, dem „mobile Recruiting“, hinzugefügt.

Im Allgemeinen kreisten die Fragen um folgende Themen: Haben die Firmenvertreter, die über soziale Medien Bewerber ansprechen und Employer Branding betreiben, mehr Budget zur Verfügung als im vergangenen Jahr? Welches sind die aktuellen Erfolge und Erkenntnisse? In welchen Netzwerken sind die aktiven Firmen präsent? Wie viele Fans, Likes, Follower oder Abonnenten haben ihre Arbeitgeberauftritte? Wie sieht es mit mobilem Recruiting aus?

Die Umfrage wurde ausschließlich über Web 2.0-Kommunikation verbreitet (Blogs, Social Media, Newsletter). Der Umfragezeitraum betrug 2 Monate. An der auf Deutschland ausgerichteten Studie nahmen insgesamt 355 Personaler teil. Es galt, 24 Fragen zu beantworten.

Neben der Social Media Recruiting Studie 2012 startete ich in Zusammenarbeit mit dem führenden Schweizer Jobportal jobs.ch eine weitere Umfrage zur Erstellung einer Social Media Recruiting Studie, die ausschließlich die aktuelle Situation in Schweizer Unternehmen untersuchte. Dazu wurde der Fragebogen – wiederum mit der Netigate-Software erstellt – von jobs.ch gezielt an Schweizer Firmen gesendet. Hierzu wurden die Fragen zusätzlich noch auf französisch übersetzt. Innerhalb von knapp 4 Wochen beantworteten 730 Personaler die gleichen 24 Fragen wie ihre deutschen Pendants.

Die Ergebnisse der beiden Studien – trotz der gleichen Fragestellung – hätten unterschiedlicher nicht sein können:

Social Media Recruiting in der Schweiz, so schrieb ich Ende Februar in einem Blogpost über den Schweizer Online Recruiting Markt, steckt nicht nur in den Kinderschuhen, sondern liegt noch in den Geburtswehen.

Die Ergebnisse bestätigten das, was ich und andere Experten bereits vermuteten: Social Media (Recruiting) hat in der Schweiz keinen hohen Stellenwert. 48 Prozent der Befragten nutzen aktuell keine sozialen Netzwerke zur Kandidatenansprache. 6 Prozent zeigen keinerlei Interesse daran. Immerhin bestätigen 22 Prozent, erste Projekte in der Probephase zu haben, während 24 Prozent aussagen, in den sozialen Netzen aktiv zu sein.

Dies bedeutet jedoch in den meisten Fällen, dass beispielsweise ein XING Firmenprofil angelegt wurde. Es wird also nicht tatsächlich proaktiv nach möglichen Bewerbern gesucht. Das beliebteste Online Medium für Personalsuche ist und bleibt die Jobbörse. 95 Prozent der Schweizer

Personalverantwortlichen und Recruiter nutzen diesen Kanal. An zweiter Stelle folgt die eigene Firmen Karriereseite.

Der Wissensstand zu Social Media im Recruiting und seinen Möglichkeiten und Dienstleistungen ist größtenteils sehr niedrig. 71 Prozent sagen aus, dass sie entweder noch vor dem Anfang solcher Aktivitäten stehen oder gar keinen Überblick über das Thema haben, weil es zu umfangreich und schnelllebig ist.

In Deutschland sind das Bild hingegen anders aus: Dort gewinnt Social Media Recruiting zunehmend an Bedeutung: Im Vergleich zu 2011 ist die Anzahl der Personaler, die Web 2.0 Methoden einsetzen, von 61 auf 74 Prozent gestiegen. Damit bleiben die Maßnahmen auch weiterhin ein Zusatzkanal im generellen Recruiting-Mix: Die wichtigsten Bewerberquellen stellen noch immer die firmeneigenen sowie kommerziellen online Stellenmärkte dar.

Das XING Firmenprofil wird am häufigsten für das Social Media Recruiting eingesetzt (69%), unmittelbar gefolgt von einer (Karriere-) Präsenz auf Facebook (65%). Die Monitoring Aktivitäten haben sich im Vergleich zum letzten Jahr leicht verstärkt (43% vs. 35% in 2011), müssen jedoch noch weiter ausgebaut werden.

Generell kann man für Deutschland sagen, dass der Fachkräftemangel-Schuh drückt: Personaler werden aktiver in Social Media (42 Prozent verbringen mehr als 1 Stunde pro Tag in sozialen Netzen, um Recruiting zu betreiben), der Anteil an Direktansprache über Netzwerke und Lebenslaufdatenbanken nimmt zu. Allerdings werden die Erfolgsaussichten der Direktansprache über Social Media als weniger gut eingestuft als noch vor einem Jahr. Der Einsatz von Personalberatern verringert sich dagegen. Die Rolle des Personalers wandelt sich – weg von der passiven Abwartehaltung auf Bewerberrücklauf und hin zur aktiven Ansprache und dem Bewerberdialog.

In der Schweiz sieht dies anders aus: Dort ist der verspürte Fachkräftemangel (von den üblichen Branchen abgesehen) noch nicht so schmerzhaft, als dass sich Personaler mit anderen als den Standard-Recruiting-Methoden auseinandersetzen müssten. Mit einer Arbeitslosenquote von etwas mehr als 2 Prozent ist die Lage stabil. Fragt sich nur wie lange die bisherigen Kanäle die Wunschkandidaten liefern. Das werden sie auf jeden Fall so lange, wie sich die Zielgruppe in genau den Medien nach Jobs umsieht, in denen sie dies für zweckmäßig hält.

Sollten diese Medien Social Media sein, ist es sinnvoll, auf diese Eventualität vorbereitet zu sein. Einige Schweizer Firmen, in denen sich die so genannte rare Spezies der Social Media Recruiting Personaler befinden (laut Umfrage immerhin 24 Prozent), machen ihre ersten und zweiten Gehversuche in Facebook, Twitter & Co. Die Bâloise zum Beispiel betreibt neben ihren Recruitingkanälen in den sozialen Netzen noch einen Job-Blog. Diese Web 2.0 – Aktivitäten werden von einer dedizierten HR Social Media Managerin übernommen.

Dennoch, so bestätigen es 40 Prozent der Umfrageteilnehmer, die überhaupt nicht in sozialen Medien aktiv sind, sind diese Beispiele Einzelfälle. So ist es auch kaum erstaunlich, dass sich die wenigsten Personalabteilungen für den Ruf ihrer Firma und das Arbeitgeber Image, interessieren. 75 Prozent sagen, dass sie kein aktives (Social Media) Monitoring betreiben. Auch die proaktive Ansprache von potenziellen Mitarbeitern – nicht nur unbedingt über Social Media – scheint nur wenig Gefallen zu

finden. 44 Prozent sagen aus, dass sie sich dazu bisher noch keine Gedanken gemacht hätten, für 10 Prozent kommt eine aktive Kandidatensuche nicht in Frage.

Dagegen ist eine Suche von Mitarbeitern im Ausland von Bedeutung: 60 Prozent weiten ihre Recruiting-Aktivitäten über die Landesgrenzen hinaus aus. Jedoch scheint es an spezifischem Wissen zu mangeln, wie man Bewerber in einem bestimmten Land gewinnen kann: 54 Prozent bezeugen, sich nicht auszukennen, sich aber über die lokalen Gegebenheiten zu informieren.

Wie ist also der aktuelle Stand des Social Media Recruiting in der Schweiz? Laut der Umfrage, planen 24 Prozent der Befragten, aktuell und zeitnah aktiv zu werden. 13 Prozent sehen diesbezüglich Handlungsbedarf in den nächsten 6 Monaten. 27 Prozent vertrösten auf das kommende Jahr und ganze 35 Prozent werden zunächst noch inaktiv bleiben.

Download aller Social Media Studien per Anfrage über <https://www.online-recruiting.net/kontakt/> .

Über die Autorin:

Seit 2004 berät Eva Zils Unternehmen bei der Auswahl der am besten geeigneten nationalen und internationalen Internetmedien für die Online-Personalsuche. Ihre Aufgabe ist es unter anderem, den Online Recruiting Prozess der jeweiligen Firmen zu optimieren und Recruiting Budgets gezielt und effektiv einzusetzen. Im Jahre 2007 startet sie ihren Blog www.online-recruiting.net, um das Geschehen in der Jobbörsen- und E-Recruitingwelt zu kommentieren.

Die regelmäßige Beobachtung und Analyse der internationalen Märkte sowie deren Trends gehören mit zu ihrer täglichen Arbeit und werden in Blogposts, Gastartikeln, Interviews und (individuellen) Marktstudien festgehalten und mit qualifizierten Empfehlungen versehen.

Eva Zils lebt seit Juli 2010 in Straßburg und berät Unternehmen in drei Sprachen: deutsch (Muttersprache), französisch (quasi-Muttersprache) und englisch (fließend).