

Social Media Recruiting in der Schweiz 2012 – Studienauswertung für Jobs.ch

„Wer hat’s erfunden? Mit Sicherheit nicht die Schweizer – Social Media Recruiting“, titelte ich vor kurzem einen Gastbeitrag, in dem ich unter anderem die Ergebnisse der ersten Social Media Recruiting Studie für die Schweiz beschrieb. Natürlich war dieser Titel als Scherz gedacht und wurde entsprechend von der Schweizer Blogger-Gilde aufgegriffen und mit einem Augenzwinkern kommentiert.

Weiterhin bezeichnete ich den Stand des Social Media Recruiting in dem schönen Alpenland als „noch nicht mal in den Kinderschuhen sondern in den Geburtswehen liegend“, was aus den Resultaten der zwischen dem 18. Juni und 11. Juli 2012 durchgeführten Umfrage unter Schweizer Personalern hervorging. 48 Prozent der Befragten antworteten, dass sie keinerlei Expertise auf dem Gebiet der sozialen Netzwerke im Rahmen der Personalbeschaffung haben. Für immerhin sieben Prozent kommen die neuen Medien zur Personalsuche gar nicht in die Tüte.

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.

XING und Facebook sind die am häufigsten genutzten Netzwerke, sowohl privat als auch – wenn es denn vorkommt – für die social-Kandidatenansprache. Am liebsten, und da sind die Schweizer Personalverantwortlichen den inzwischen „älter werdenden Medien“ noch treuer als ihre deutschen Nachbarn, werden Online-Anzeigen auf Jobbörsen veröffentlicht. Satte 95 Prozent haben Online Stellenmärkte in ihren Recruiting-Mix integriert und möchten daran erst einmal nichts ändern. Wieso sollten sie auch, wenn dies gut funktioniert?

Ist es jedoch gut, eine Social-Media-Vogelstrauß-Politik zu betreiben und den vermeintlichen Hype einfach auszusitzen? Geht bei einer solchen Abwarte-Taktik eventuell Potenzial verloren?

Noch drückt in der Schweiz nicht genügend der Fachkräftemangel-Schuh (von den üblichen Branchen abgesehen), als dass sich Personaler mit anderen 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.

An der Umfrage nahmen insgesamt 730 Schweizer Personalverantwortliche teil. Die Umfrage wurde mit freundlicher Unterstützung von jobs.ch in der Schweiz verbreitet. Die Software wurde vom Online Software Tool Netigate gestellt.

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).