



Christian Meser

Personalmarketing im Zeitalter von Web 2.0 – Aktuelle Studienergebnisse

eco e.V. Arbeitskreissitzung E-Recruiting

Recruiting 2.0:

Die Herausforderungen für Bewerber und Recruiter in Zeiten von Web 2.0

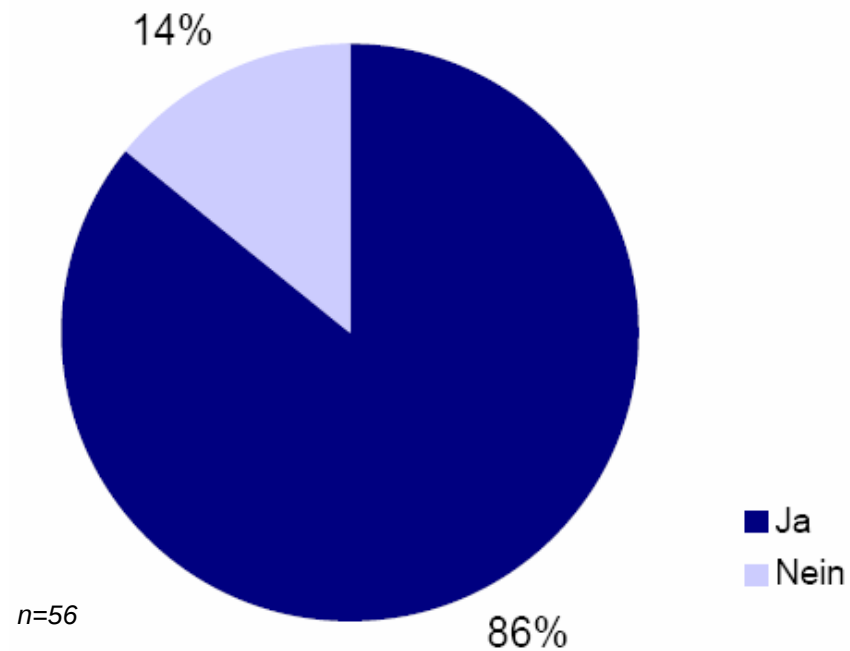
Köln, 7. November 2007

Hintergrund der Studie

- Durchgeführt wurde die Studie im Rahmen einer Diplomarbeit an der FH Wiesbaden, Studiengang Medienwirtschaft
- Befragt wurden 196 der größten und attraktivsten deutschen Arbeitgeber
- Ziel: Profunde Aussagen darüber erhalten...
 - ... inwieweit Web 2.0 bereits in den HR-Abteilungen großer und attraktiver deutscher Arbeitgeber angekommen ist
 - ... welche Erfahrungen bereits gemacht wurden
 - ... welche Aktionen in Planung sind
 - ... welche Bedeutung den verschiedenen Web 2.0-Anwendungen im Personalmarketing zugeschrieben wird
- Methode: anonymisierte Online-Befragung
- Befragungszeitraum: 24. April – 14. Mai 2007
- Rücklaufquote: 29% (n=56)

Bekanntheit von Web 2.0

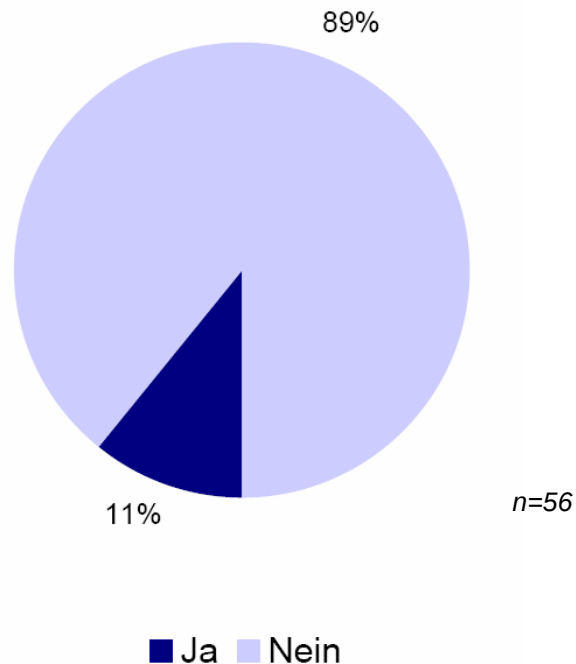
Sagt Ihnen der Begriff „Web 2.0“ als solches etwas?



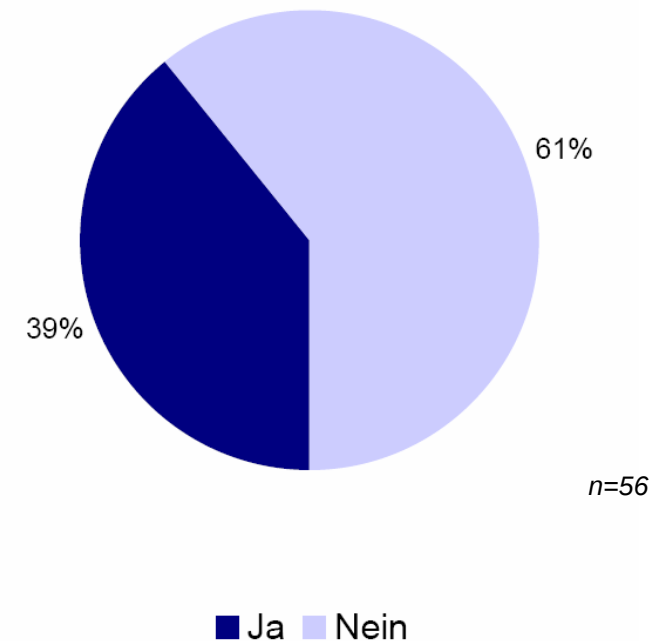
Web 2.0 ist der überwiegenden Mehrheit ein Begriff.

Nutzung von Blogs und Podcasts

Schreiben Sie in Ihrem beruflichen Umfeld in Blog oder haben Sie schon mal eines geschrieben?

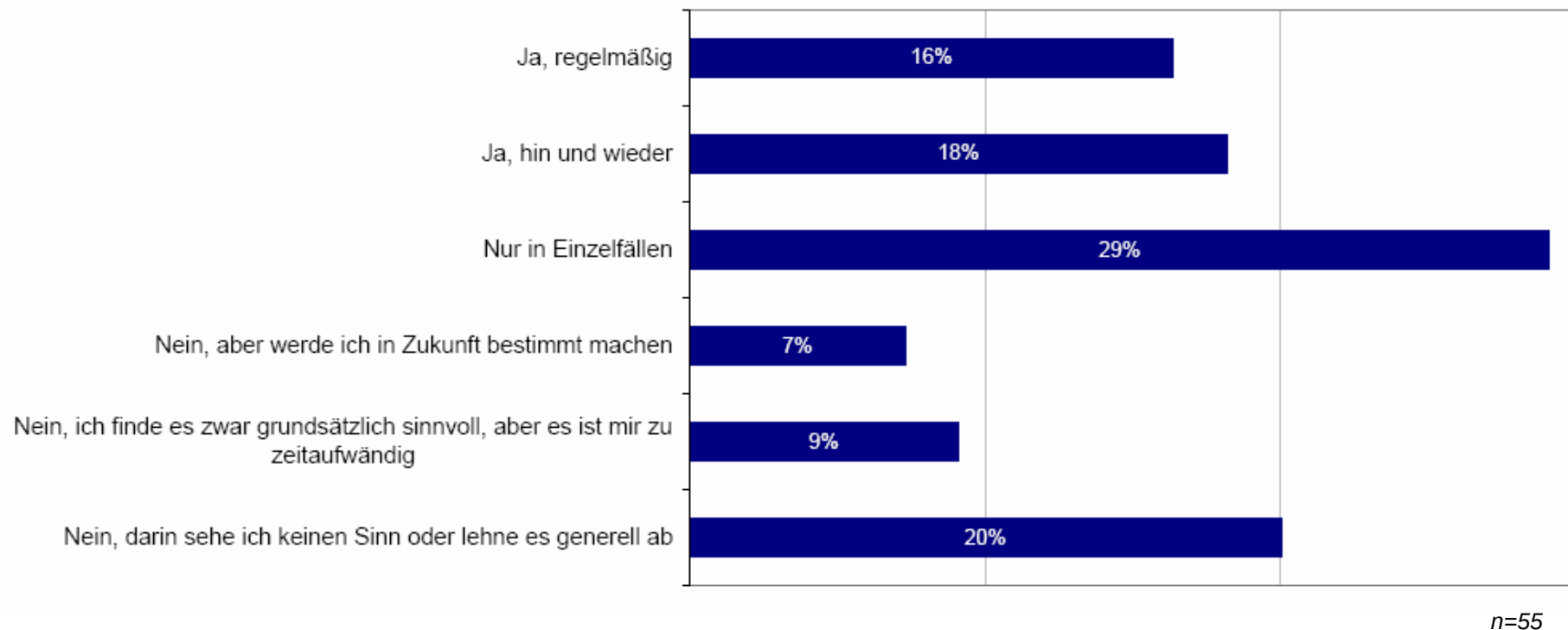


Haben Sie in Ihrem beruflichen Umfeld schon mal einen Podcast abonniert bzw. angehört?



Social Networks als Bewerberinformationsquelle

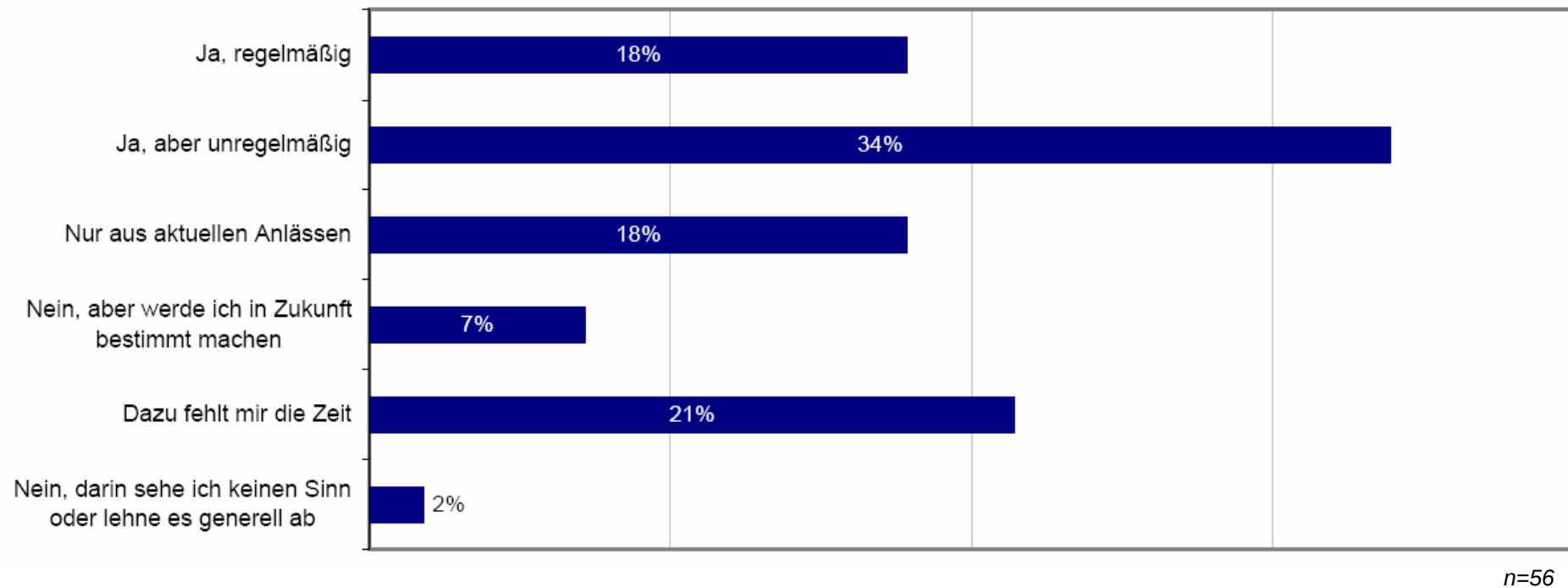
Nutzen Sie Social Networks wie „Xing“ oder „StudiVZ“, um Informationen über Bewerber zu erhalten („Background Checking“)?



Fast zwei Drittel der Befragten haben Social Networks schon mal zum „Background Checking“ benutzt.

Web 2.0-Monitoring

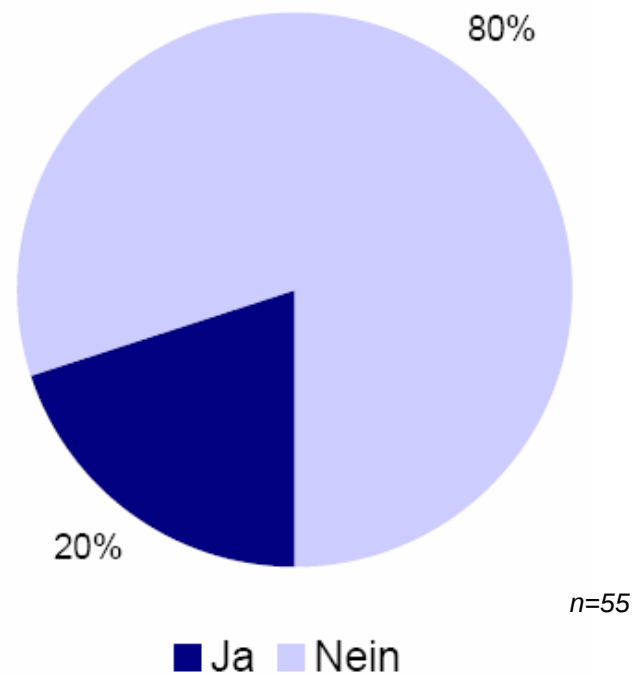
Beobachten Sie umgekehrt, was im Internet über Ihr Unternehmen geschrieben wird (z.B. in Blogs und Foren)?



Nur etwa jeder fünfte beobachtet regelmäßig, was im Netz über das Unternehmen verbreitet wird.

Einsatz von Web 2.0 im HR-Bereich

Setzen Sie Web 2.0-Anwendungen gezielt im HR-Bereich ein?

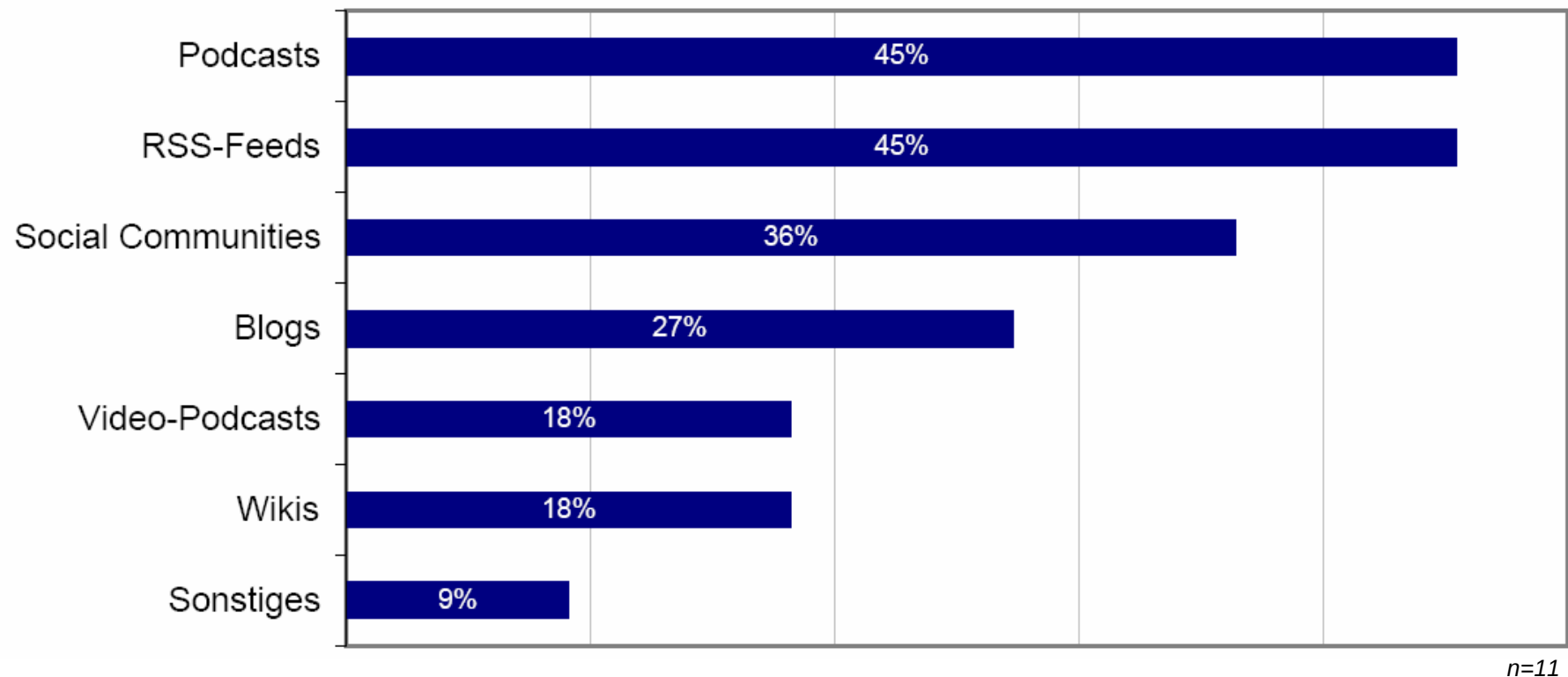


20% der Unternehmen setzen bereits Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich ein.

Unternehmen, die bereits Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einsetzen

Welche Web 2.0-Anwendungen setzen Sie im HR-Bereich ein?

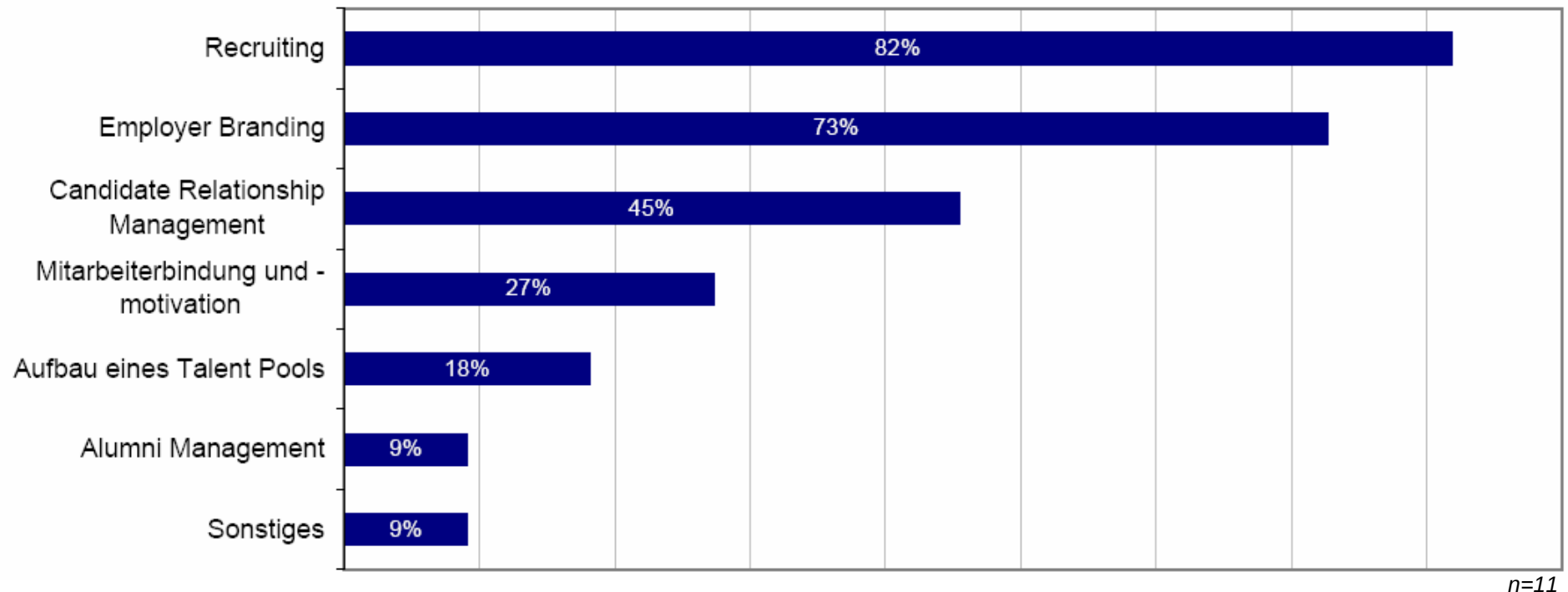
(Mehrfachnennung möglich)



Podcasts und RSS-Feeds werden bis dato am meisten genutzt, dazu kommen Aktivitäten in Social Communities und Blogs.

Unternehmen, die bereits Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einsetzen

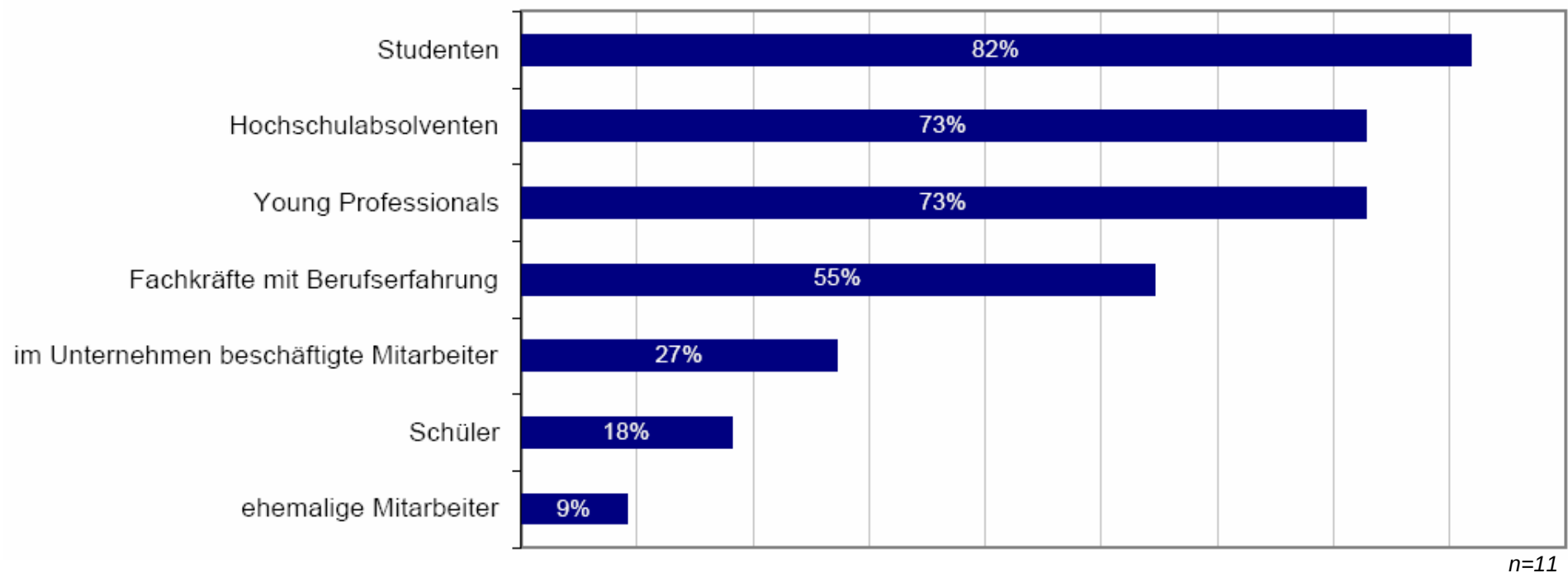
Zu welchem Zweck setzen Sie Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich ein?
(Mehrfachnennung möglich)



Recruiting und Employer Branding stehen klar im Fokus der bisherigen Web 2.0-Aktivitäten.

Unternehmen, die bereits Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einsetzen

An welche Zielgruppe richtet sich der Einsatz von Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich in erster Linie? (Mehrfachnennung möglich)



Vorwiegend sind die bisherigen Web 2.0-Aktivitäten darauf ausgerichtet Studenten, Hochschulabsolventen und Young Professionals anzusprechen.

Unternehmen, die bereits Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einsetzen

Wie zufrieden sind Sie mit dem Nutzungsverhalten der Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich?

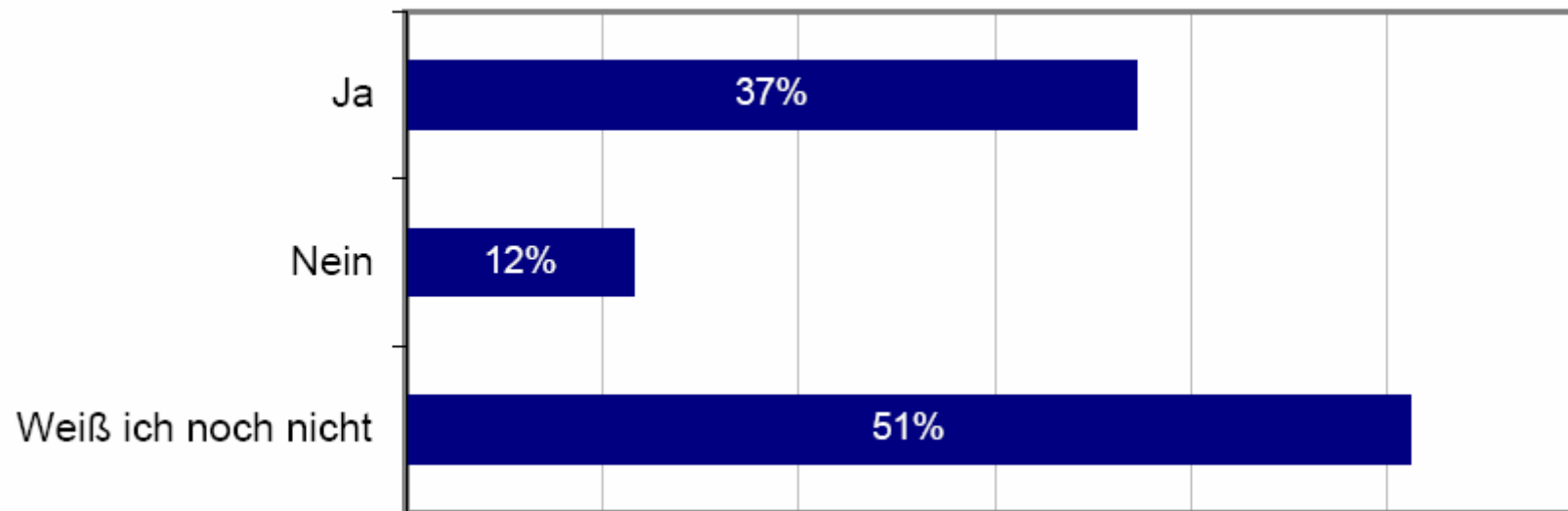
- 90% gaben an, mit dem bisherigen Nutzungsverhalten der Anwendungen „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ zu sein.

Wie hat sich der Einsatz von Web 2.0-Anwendungen in Ihrem HR-Bereich konkret ausgewirkt?

- 70% erzielten eine höhere Besucherzahl auf der HR-Website
- 33% verzeichneten eine höhere Zahl an Bewerbungen
- 20% konnten sogar die Qualität der Bewerbungen erhöhen
- 50% gaben an, ein besseres Employer Brand als vorher zu besitzen

Unternehmen, die (noch) keine Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einsetzen

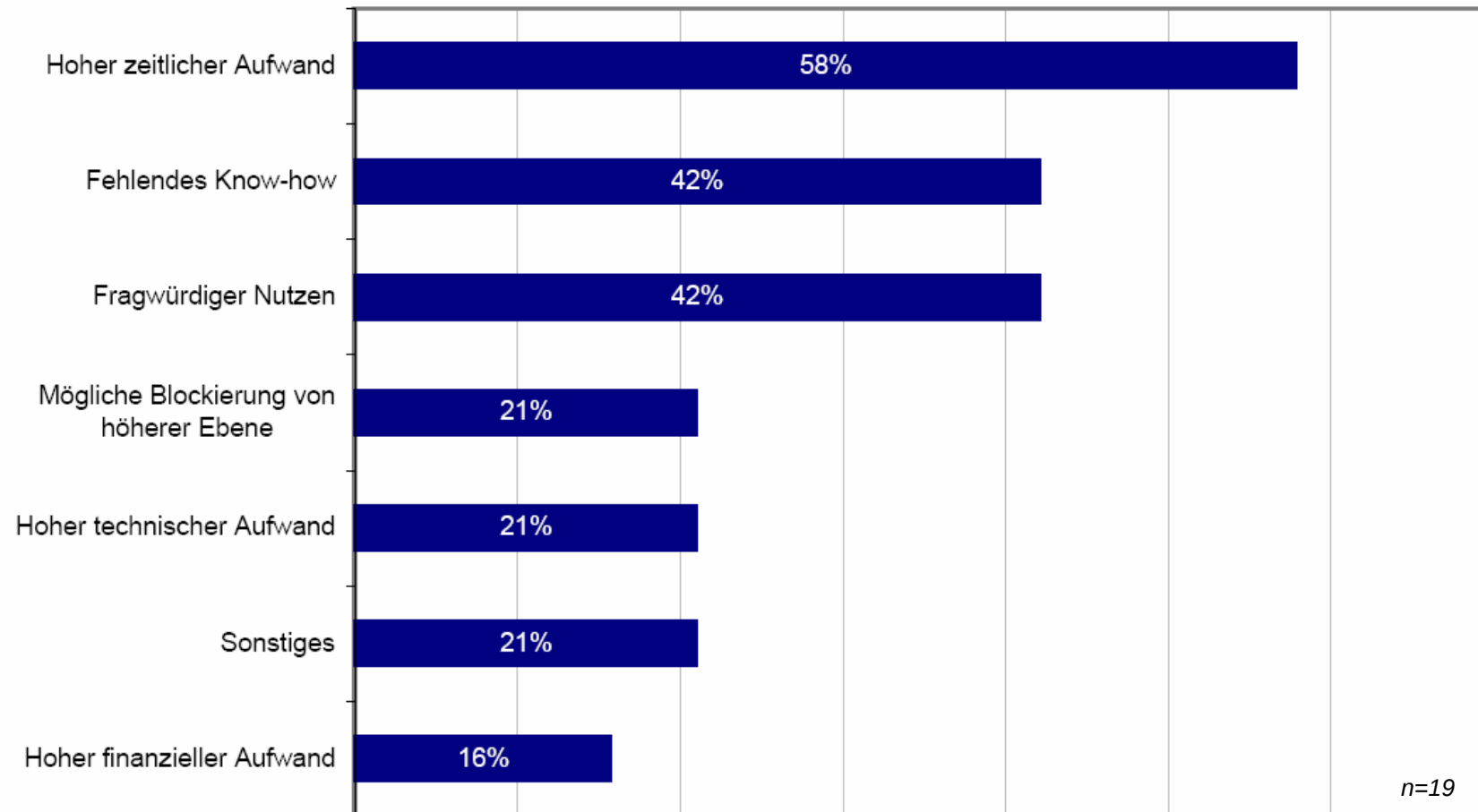
Planen Sie aber in naher Zukunft Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einzusetzen?



37% haben fest vor, in naher Zukunft Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einzusetzen. Nur 12% schließen dies zur Zeit aus.

Unternehmen, die keine Web 2.0-Anwendungen im HR-Bereich einsetzen und sich noch unschlüssig sind, ob sie es in Zukunft tun werden

Wo sehen Sie potenzielle Risiken, die einem Einsatz von Web 2.0-Anwendungen in Ihrem HR-Bereich derzeit im Wege stehen? (Mehrfachnennung möglich)



Als größte Hindernisse für einen Web 2.0-Einsatz im HR-Bereich werden der hohe zeitliche Aufwand, fehlendes Know-how und die Fragwürdigkeit des Nutzens angeführt.

Fazit

Die Studie hat gezeigt, dass...

- ... Web 2.0 bei den meisten der großen und attraktiven deutschen Arbeitgeber bekannt und ein Thema ist
- ... einige Unternehmen bereits relativ gute Erfahrungen mit Web 2.0 im Personalmarketing gemacht haben
- ... weitere Unternehmen mit entsprechenden Anwendungen und Aktivitäten in den Startlöchern stehen
- ... sich viele noch unsicher sind, insbesondere was den tatsächlichen Nutzen von Web 2.0 im Personalmarketing angeht
- ... die Bedeutung von Web 2.0 im Personalmarketing künftig stark zunehmen wird
- ... das Personalmarketing als solches zunehmend von Web 2.0 beeinflusst werden wird

Literaturhinweise

- Alby, Tom: Web 2.0 – Konzepte, Anwendungen, Technologien, München/Wien 2007
- Diethelm, V.: Web 2.0 erobert Personalabteilungen, in: Financial Times Deutschland, Online-Veröffentlichung vom 04.12.2006, URL: http://www.ftd.de/karriere_management/karriere/137424.html, Abruf am 01.06.2007
- Dietl, S.F. / Buschbacher, J.: Die virtuelle Welt des Ausbildungsmarketings. In: Personalwirtschaft, Heft 05/2007, S. 32-34
- Hagendorff, J.: Der erste Eindruck zählt, in: Personalwirtschaft 07/2007, S. 24-27
- Jäger, W.: Bewerber am Zug, in: Sonderheft Personal, Mai 2007, S. 4
- Jäger, W. / Frickenschmidt, S. 2006: Human Resources im Internet, 5. Aufl., Wiesbaden 2006
- Jäger, W. / Jäger, M. / Frickenschmidt, S.: Verlust der Informationshoheit, in: Personal, Heft 2/2007, S. 8-11
- Jäger, W. / Meser, C.: Blogs, Podcasts & Co. auf dem Vormarsch, in: Personalwirtschaft, Heft 11/2007, Sonderheft E-Recruiting, S. 22-24
- Meser, C.: Web 2.0-Anwendungen und ihre Potenziale zur Optimierung des Personalmarketings, unveröffentl. Diplomarbeit, Wiesbaden 2007
- Pleil, T. / Zerfaß, A.: Internet und Social Software in der Unternehmenskommunikation, in: Piwinger, M. / Zerfaß, A.: Handbuch Unternehmenskommunikation, Wiesbaden 2007, S. 511-534
- Schönefeldt, U.: Das Neueste aus der Blogosphäre, in: Personalführung, Heft 2/2006, S. 74-77
- Trump, T. / Klingler, W. / Gerhards, M.: Web 2.0-Studie, Result Media, Feb. 2007

Kontaktadresse

Christian Meser

DJM Consulting GmbH

Limburger Straße 50

61462 Königstein

Internet: <http://www.djm.de>

Tel.: 0 61 74 / 93 62 26

Fax: 0 61 74 / 93 62 11

E-Mail: c.meser@djm.de