

# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

Dokumentation

## PERSONALREKRUTIERUNG MIT SOCIAL MEDIA



8. Treffen Bodensee Personalleiternetzwerk

9. November 2011

[www.personalleiternetzwerk.org](http://www.personalleiternetzwerk.org)

Diese Veranstaltung wird mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union  
und des Schweizer Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) durchgeführt



**IHK** INDUSTRIE- UND  
HANDELSKAMMER  
THURGAU



# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

## ABLAUF

### PERSONALREKRUTIERUNG MIT SOCIAL MEDIA

#### 14:00 BEGRÜSSUNG

*Christoph Lanter, IHK Thurgau*

#### 14:10 INFORMATION

EURES Bodensee

*Wolfgang Himmel,*

*translake GmbH und Koordinator von EURES Bodensee*

#### 14:15 IMPULSREFERAT

Personalrekrutierung mit Social Media

*Prof. Dr. Armin Trost, Hochschule Furtwangen*

#### 14:45 SPEED-DATING

#### 15:00 KAFFEPAUSE

#### 15:20 GRUPPENARBEIT (2 RUNDEN)

Thema 1: Personalgewinnung mit Xing und LinkedIn

*Prof. Dr. Armin Trost, Hochschule Furtwangen*

Thema 2: Der richtige Mix im Recruiting

*Cornel Müller, x28*

#### 16:20 SCHLUSSWORT UND AUSBLICK

*Christoph Lanter, IHK Thurgau*

**Anschliessend Apéro**



# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

## PERSONALREKRUTIERUNG MIT SOCIAL MEDIA



Zum achten Mal trafen sich am 9. November 2011 PersonalleiterInnen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein. Veranstaltungsort war das Inselhotel Steigenberger am Konstanzener Bodenseeufer. Wolfgang Himmel, Koordinator von EURES Bodensee stellte in diesem Jahr den Teilnehmenden die Aktivitäten von EURES Bodensee vor: Information und Beratung sowie Unterstützung bei der Personalrekrutierung durch die EURES-BeraterInnen ([www.jobs-ohne-grenzen.org](http://www.jobs-ohne-grenzen.org)).

## DAS IMPULSREFERAT

Prof. Dr. Armin Trost hielt das Impulsreferat zum Thema "Personalrekrutierung mit Social Media".

Die Erstellung einer Roadmap stelle bei Überlegungen in diesem Bereich den ersten Schritt dar. Wichtig sei es, die Zielgruppe und die zu erreichenden Ziele festzulegen. Es müsse eindeutig geklärt sein, wer wie mit den Social-Media-Massnahmen erreicht werden soll. Auf der Suche nach Auszubildenden wäre Facebook geeigneter als Twitter, denn bei Letzterem wäre die Altersgruppe 30plus am stärksten vertreten. Möchte man aber nur mit potenziellen Bewerbern in Kontakt treten und sie informieren, scheint z.B. Xing geeigneter als YouTube. Somit ist die Wahl der richtigen Social-Media-Plattform von der Zielgruppe und den Zielen abhängig, d.h. wo und wie kann man die anzusprechende Gruppe am besten antreffen.



Sind Ziele und Adressaten festgelegt, ist die Einbindung der eigenen Mitarbeitenden von Bedeutung. Dabei wird erarbeitet, welche Gemeinsamkeiten



# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

diese mit der Zielgruppe aufweisen. Ist man auf der Suche nach Auszubildenden, wird die Befragung der eigenen Auszubildenden Erkenntnisse über Suchstrategien und Anforderungen an den Arbeitgeber bringen. Im nächsten Schritt sind die Spielregeln zu definieren, wie im Unternehmen mit Social Media gearbeitet und umgegangen wird. Dadurch erhalten die Mitarbeitenden Rahmenbedingungen und Orientierungshilfen. Weiterhin darf bei der Personalrekrutierung mit Social Media nicht die Wirkung der Massnahmen vernachlässigt werden. Nach einem gewissen Zeitraum ist die Auswertung unabdingbar, um den Erfolg bestimmen zu können. Auf Basis dieser Ergebnisse erfolgt die Weiterentwicklung bzw. Anpassung der Social-Media-Aktivitäten.



Einen Überblick mit Vor- und Nachteilen über die bekanntesten Plattformen, wie z.B. Twitter, Facebook oder Xing, brachte weiteres Licht in die Welt der Social Media. Prof. Dr. Armin Trost machte dabei noch einmal deutlich, dass die Kommunikation eher informell als formell vonstatten gehe. Man solle deshalb nicht verwundert sein, wenn Ansprachen umgangssprachlich formuliert sind. Ein ungezwungener Umgang sei in diesem Bereich selbstverständlich und PersonalleiterInnen sollten sich darauf einlassen können. Ein authentisches und verantwortungsvolles Kommunizieren sei entscheidend.

Denn einerseits "vergisst das Web nie" und es gilt die eigene Privatsphäre zu schützen. Andererseits, so führt Prof. Dr. Armin Trost an, müssen gerade bei der Verwendung von Blogs die Autoren emotional erlebbar sein. Generell sollten die Social-Media-Aktivitäten glaubwürdig und unverfälscht sein. Nur dadurch könne die Zielgruppe persönlich angesprochen werden.

Nach einem Speed-Dating zum Kennenlernen der Teilnehmenden untereinander folgte eine kurze Pause, bevor Kleingruppen gebildet wurden, um intensiver am Thema zu arbeiten.



# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

## DIE GRUPPENARBEITEN

Neben dem Impulsreferat stand der konkrete praktische Austausch unter den Teilnehmenden im Vordergrund der Veranstaltung. Hierzu brachten zwei Experten ihren Input und Möglichkeiten der Diskussion ein:

### Personalgewinnung mit Xing und LinkedIn

Prof. Dr. Armin Trost behandelte dieses Thema in seiner Gruppenarbeit. Zunächst wurden Fragen zu diesem Bereich von den Teilnehmenden gesammelt, priorisiert und schliesslich diskutiert. Stark diskutiert wurde darüber, ob der Ehrenkodex heute noch Geltung habe, keine Mitarbeitenden von anderen Firmen abzuwerben. Besonders mit Xing und LinkedIn würde man Personen erreichen, die sich in einer Festanstellung befinden. Überwiegende Einigkeit bestand darin, dass sich die Unternehmen diesen Ehrenkodex heutzutage nicht mehr leisten könnten. Dies vor allem bei der Suche nach qualifizierten Mitarbeitenden, vor allem um nicht ins Hintertreffen zu geraten: „Wenn alle anderen es tun, muss man es auch.“



Hierauf folgten Überlegungen zu den richtigen Formen der direkten Ansprache in z.B. Xing. Die Rollenverteilung zwischen BewerberInnen und Unternehmen kehre sich langsam um. Im Zuge des Fachkräftemangels müssten sich die Unternehmen bei den potenziellen Mitarbeitenden bewerben und nicht umgekehrt. Dieser Wandel bräuchte allerdings noch Zeit, denn PersonalleiterInnen seien auf diese Umstellung noch nicht eingestellt. Hier fehle es ihnen derzeit an Handwerkszeug.

### Der richtige Mix im Recruiting

Cornel Müller berichtete über das wichtige Zusammenspiel unterschiedlicher Rekrutierungsstrategien, die nicht gesondert betrachtet werden könnten, sondern aufeinander abgestimmt werden müssten. Dabei versicherte er allen Teilnehmenden: „Der Zug ist noch nicht abgefahren.“ Man könne jederzeit aufspringen. Recruiting mit Social Media würde erst in ein bis zwei Jahren an



# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

richtigem Aufwand gewinnen. Dazu würden noch „Killer-Applikationen“ entwickelt werden.

Cornel Müller sprach den Teilnehmenden unter anderem folgende Empfehlungen aus: „Kontrollieren Sie vorerst ihre eigenen Massnahmen.“ So müssten sich PersonalleiterInnen die Frage stellen, ob die eigene Karriere-Webseite gut auffindbar und übersichtlich ist. Ansonsten müssten hier Optimierungsmassnahmen vollzogen werden. Viele BewerberInnen starten ihre Suche zunächst auf Google. Daher empfiehlt Cornel Müller nach der eigenen Stellenausschreibung zu suchen. So könne festgestellt werden, ob diese leicht aufzufinden ist. Weiterhin sei ein besseres Kennenlernen der Zielgruppe notwendig. Dadurch könnten neue Kontaktkanäle entdeckt werden. Wichtig sei es unter anderem auch, neue Methoden der Personalrekrutierung auszuprobieren, danach auszuwerten und zu verbessern. Dabei solle jedoch unbedingt darauf geachtet werden, neue Strategien mit alten zu verknüpfen und aufeinander abzustimmen. „Der richtige Mix macht's“, so Cornel Müller.

Die Präsentationen der Referenten finden Sie auf der Internetseite  
[www.personalleiternetzwerk.org](http://www.personalleiternetzwerk.org)



## AUSBLICK

Auch im kommenden Jahr wird ein Netzwerktreffen für PersonalleiterInnen am Bodensee stattfinden. Über den Zeitpunkt und den Ort werden Sie frühzeitig informiert.



# BODENSEE-PERSONALLEITERNETZWERK

Herzlichen Dank  
für Ihre Mitarbeit, Diskussionsanregungen und  
Fragen!



[www.personalleiternetzwerk.org](http://www.personalleiternetzwerk.org)

Die Veranstaltung moderierten Wolfgang Himmel und Mareike Lemke von der  
translake GmbH.

Diese Veranstaltung wird mit finanzieller Unterstützung der Europäischen Union  
und des Schweizer Staatssekretariats für Wirtschaft (SECO) durchgeführt



**IHK** INDUSTRIE- UND  
HANDELSKAMMER  
THURGAU

