

IT-Lösungen

IT-spezifisches Outsourcing, Big-Data-Analysen, Digitalisierung

Energiewende

Innovation ist immer mit dem Faktor Mensch verbunden

Energiewirtschaft

Zukunft der Netzbetreiber

Energiepolitik

Abkehr von der Rationalität

Personal

Was Facebook, Xing und Co. leisten können

Netzplanung

Unsymmetrie durch dezentrale PV-Anlagen

Zähler/Messtechnik

Energiemengenbilanzierung

SIV AG
Lösungspartner für die
Energie- und Wasserwirtschaft

STEP 1.
Analyse

STEP 2.
Konzeption

STEP 3.
Strategiebewertung

STEP 4.
Entscheidung

DIE DIGITALISIERUNG VORANTREIBEN

Die SIV.AG berät Sie bei der Umsetzung des „Gesetzes zur Digitalisierung der Energiewende“.

SIV.AG | Konrad-Zuse-Str. 1, 18184 Roggentin | Telefon +49 381 2534-4000 | info@siv.de | www.siv.de

Was Facebook, Xing und Co. für das Recruiting leisten können

Social Recruiting – kurzfristiger Trend oder Zukunft der Personalgewinnung?

Qualifizierte Köpfe sind heute schwer zu finden. Während bis vor wenigen Jahren die Bewerber Klimmzüge machen mussten, um an begehrte Arbeitsplätze zu kommen, fehlt heute eine Million Fachkräfte in Deutschland. Das trifft auf die Energiebranche in besonderem Maß zu, denn hier werden vor allem hochqualifizierte Spezialisten wie Ingenieure und IT-Fachleute gebraucht. Diese sind laut der Fachkräftengpassanalyse der Bundesagentur für Arbeit [1] besonders rar. So lagen die durchschnittlichen Vakanzzeiten – also die Zeitspanne, bis eine Stelle besetzt werden konnte – im Jahr 2015 in den Bereichen Mechatronik, Automatisierungstechnik und Elektrotechnik bei 115 Tagen und damit um 40 % höher als der Durchschnitt aller Berufe. Noch angespannter ist die Situation bei der Suche nach IT-Fachleuten: Hier dauerte es im Schnitt sogar 124 Tage, bis eine offene Stelle besetzt werden konnte. Um die geeigneten Bewerber zu finden und zu gewinnen, müssen Unternehmen neue Wege gehen und zusätzliche Recruiting-Kanäle bespielen. Dazu gehören auch Social-Media-Kanäle.

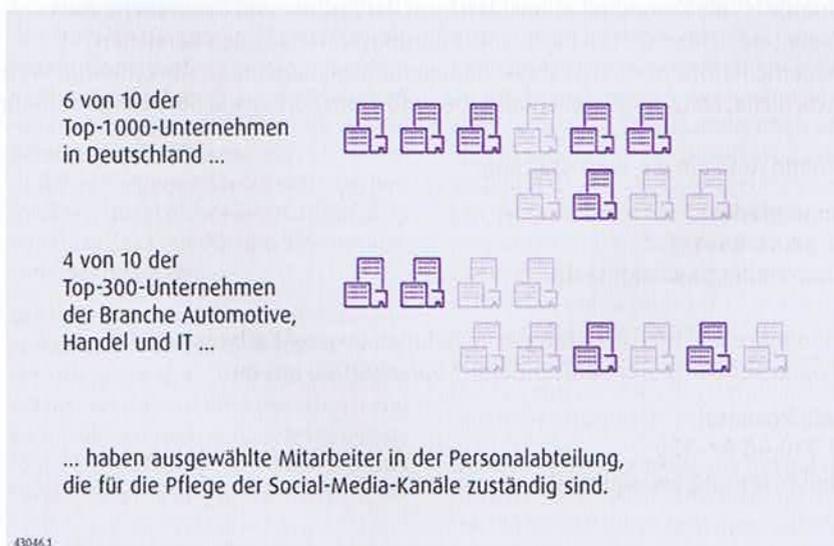
Soziale Netzwerke sind heute für die meisten Menschen fester Bestandteil des Alltags. Sie tauschen sich mit Freunden auf Facebook aus, informieren sich über Twitter und pflegen ihre Geschäftskontakte über Xing. Rund 28 Mio. Deutsche nutzen Facebook. Die Businessportale Xing und LinkedIn können immerhin 9,5 Mio. beziehungsweise 7,5 Mio. deutschsprachige Nutzer vorweisen [2]. Auch im Recruiting und Bewerbermanagement spielen diese Plattformen daher eine zunehmende Rolle. Laut der Studie

»Active Sourcing und Social Recruiting« der Onlinestellenbörse Monster unter den Top 1000 Unternehmen in Deutschland sowie 450 Stellensuchenden und Karriereinteressierten bewerten sieben von zehn Unternehmen Social-Media-Anwendungen in der Rekrutierung als positiv, bei den Stellensuchenden sind es sechs von zehn. Rund 73 % der Unternehmen sind der Überzeugung, dass sie auf Social-Media-Kanälen präsent sein müssen, um Kandidaten der Generation Y rekrutieren zu können.

Aber wo sind die besten Bewerber zu finden? Entscheidend ist zunächst, den Kanal der Zielgruppe entsprechend auszuwählen. Wer einen Auszubildenden sucht, für den ist Facebook sicher eine gute Möglichkeit. Professionals werden dort jedoch kaum angetroffen. Hier sind Businessnetzwerke die beste Wahl: Xing gilt derzeit mit als wichtigstes Medium, um deutsche Kandidaten anzusprechen, LinkedIn ist gut geeignet für den internationalen Markt.

Die richtige Strategie ist gefragt

Soziale Netzwerke können im Recruiting und Bewerbermanagement unterschiedliche Aufgaben erfüllen. Zum einen sind die verschiedenen Kanäle eine Möglichkeit, Stellenangebote zu platzieren. Zum anderen dienen sie dazu, aktiv mit potenziellen Kandidaten in Kontakt zu treten. Insofern hängt die Wahl des geeigneten Social-Media-Kanals auch immer davon ab, welches Ziel die Personalabteilung verfolgt. So setzt die Mehrheit der deutschen Unternehmen laut der Monster.de-Studie vorwiegend Xing für die Platzierung von Stellenanzeigen, Active Sourcing und die Suche nach Informationen ein. Facebook hat dagegen beim Employer Branding und bei der Imagewerbung den obersten Stellenwert. Für Interessenten bietet vor allem Facebook einen komfortablen Weg, sich über ein Unternehmen zu informieren, Fragen zu stellen und zu kommunizieren.



Quelle: Monster.de-Studie »Active Sourcing und Social Recruiting«

Bild 1. Immer mehr Social-Media-Kanäle werden auch durch Mitarbeiter aus der Personalabteilung betreut.

Arbeitgeber haben hier die Chance, sich von ihrer besten Seite zu präsentieren.

Gerade für die Energiebranche kann die Möglichkeit, über Social-Media-Kanäle Informationen zu streuen, sich selbst darzustellen und mit Karriereinteressierten in direkten Kontakt zu treten, äußerst wertvoll sein. Denn viele Unternehmen kämpfen mit einem unattraktiven Image. Um hochspezialisierte Stellen zu besetzen, fällt es der Energiebranche oft schwer, mit anderen Branchen um qualifizierte Kandidaten zu konkurrieren. Auch die Energiewende hat keinen Imagewechsel bewirkt, wie die Studie »Arbeitgeberimage Energie 2012« [3] der Hochschule Köln und der Energy Relations GmbH zeigt. Die Energiebranche gilt zwar als zukunftsfähig, gewinnorientiert und erfolgreich und wird mit anspruchsvoller Technik in Verbindung gebracht, sie zählt jedoch auch als wenig vertrauenswürdig, unsympathisch und nicht ökologisch. Der Kraftwerkssektor ist keine In-Branche und wird es wohl so schnell auch nicht werden. Umso wichtiger ist eine gute Kommunikation gerade auch im HR-Bereich. Social-Media-Maßnahmen können dabei eine wichtige Rolle spielen, weil sie innerhalb kurzer Zeit viele Menschen erreichen.

Social Media darf keine Eintagsfliege sein

Wichtig aber ist: Wer sich entscheidet, Social-Media-Kanäle zu bedienen, muss das richtig und kontinuierlich tun. Gerade in sozialen Netzwerken verzeihen potenzielle Kandidaten keine Fehler. Sie erwarten auf das jeweilige Medium optimierte Inhalte, schnelle Reaktionszeiten und eine persönliche Ansprache. Wenn ein Interessent eine Frage stellt, möchte er möglichst umgehend eine Antwort – und nicht erst Tage später. Mitarbeiter brauchen daher Know-how in der Betreuung der sozialen Netzwerke und müssen dafür täglich Zeit einplanen. Viele Unternehmen setzen mittlerweile auch für das Recruiting und Bewerbermanagement Social-Media-Teams ein. In sechs von zehn Unternehmen sind laut der Studie von Monster.de ausgewählte Mitarbeiter in der Personalabteilung für die Pflege der Social-Media-Kanäle zuständig (Bild 1). In 33 % der 1.000 größten deutschen Unternehmen existiert eine explizite Social-Media-Strategie für den Recruiting-Bereich. Einen Redaktionsplan für Social-Media-Aktivitäten haben aktuell 23,4 % der Top-1.000-Unternehmen definiert.

Unterstützung durch HR-Software

HR-Software kann das Recruiting im Social-Media-Bereich auf verschiedene



Bild 2. Mit der One-Klick-Bewerbung können die Interessenten ihr Profil direkt über Xing oder LinkedIn abrufen und abschicken.

Arten unterstützen. Zum einen bieten viele Systeme heute Multiposting, das heißt Content kann automatisiert in verschiedene Kanäle gleichzeitig eingespielt werden. Eine passende Software schlägt für die jeweilige Zielgruppe geeignete Plattformen vor und kennt auch Nischenstellenbörsen, auf denen sich Professionals mit den gesuchten Qualifikationen bewegen. Hier kann mit wenig Aufwand oft eine größere Trefferquote als auf großen Jobportalen erreicht werden. Außerdem haben einige HR-Systeme Schnittstellen zu Businessnetzwerken wie Xing und LinkedIn. Diese Schnittstellen spielen eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, Bewerbungen von mobilen Endgeräten aus zu ermöglichen. Da Smartphones und Tablets heute ständige Begleiter sind, wird dies immer wichtiger. Wer eine Stelle sucht, stöbert zum Beispiel auch auf der Fahrt im Zug durch diverse Jobportale und möchte sich direkt bewerben. Dafür muss das Verfahren so einfach wie möglich sein, schließlich will niemand aufwendige Formulare am Smartphone ausfüllen. Hier kommt die One-Klick-Bewerbung ins Spiel (Bild 2). In ihrem Xing- oder LinkedIn-Profil hinterlegen Karriereinteressierte ihren Lebenslauf und die wichtigsten Informationen. Wenn Recruiter in ihren Stellenangeboten einen entsprechenden Button einbauen – zum Beispiel »Mit meinem Xing-Profil bewerben« –, können Interessenten ihr Kurzprofil mit einem einfachen Fingertipp absenden. Laut der Monster-Studie »Bewerbung der Zukunft« sehen derzeit bereits 58,8 % der Stellensuchenden die One-Klick-Bewerbung als wichtig an, aber nur 17,3 % der befragten Unternehmen. Mehr als die Hälfte der Arbeitgeber geht jedoch davon aus, dass diese Form der Bewerbung in Zukunft an Bedeutung gewinnt.

Mit Social Recruiting zum Erfolg

Im Zeitalter der Digitalisierung kommen auch Recruiter nicht mehr an Social Media vorbei. Gerade für die Energiebranche bieten die neuen Kanäle die Möglichkeit, ihr Image aufzupolieren, direkt mit Bewerbern in Kontakt zu treten und Stellenanzeigen zielgerichtet zu platzieren. Businessnetzwerke wie Xing und LinkedIn werden künftig für die mobile One-Klick-Bewerbung eine zunehmende Rolle spielen. Entscheidend für den Erfolg von Social Media im Recruiting ist es, die Kanäle der Zielgruppe auszuwählen und strategisch vorzugehen. HR-Abteilungen müssen ihre Social-Media-Aktivitäten kontinuierlich betreiben und brauchen hierfür qualifizierte Mitarbeiter sowie entsprechende Budgets.

Literatur

- [1] www.berufswelten-energie-wasser.de/fileadmin/files/user_upload/Studien/bundesagentur_fuer_arbeit_fachkraefte-engpass-analyse_2015-06.pdf.
- [2] <https://buggisch.wordpress.com/2016/01/04/social-media-nutzerzahlen-in-deutschland-2016>.
- [3] www.energyrelations.de/arbeitgeberimage-energie/img/Arbeitgeberimage_Energie_2012_online.pdf.



Steffen Michel,
Geschäftsführer,
MHM HR, Stuttgart

>> steffen.michel@mhm-hr.com

>> www.mhm-hr.com