



Christian Meser

HR meets Social Media – Wie die DAX-30 Unternehmen
das Web 2.0 zur Personalkommunikation nutzen

eco - Verband der deutschen Internetwirtschaft e.V.

Arbeitskreis E-Recruiting

München, 15. April 2010

Inhalt

1. Social Media und HR – eine kurze Einführung
2. Analyse der HR-Präsenz der DAX-30 Unternehmen auf ausgewählten Social Media Plattformen
 - Methodik
 - Ergebnisse
 - Ausgewählte Beispiele
3. Fragen und Diskussionspunkte

Social Media und HR – eine kurze Einführung

Damals...

Bayer 

Kompetenz und Verantwortung

Job-Service



Grundsätzlich bietet die Bayer AG Schul- und Hochschulabsolventen, Bewerbern mit abgeschlossener Berufsausbildung sowie Auszubildenden vielfältige Einsatz- und Beschäftigungsmöglichkeiten.

Um eine zügige Bearbeitung zu ermöglichen, sollten Sie sowohl Ihre Anfragen als auch Ihre Bewerbungsunterlagen direkt an die richtigen Ansprechpartner senden.

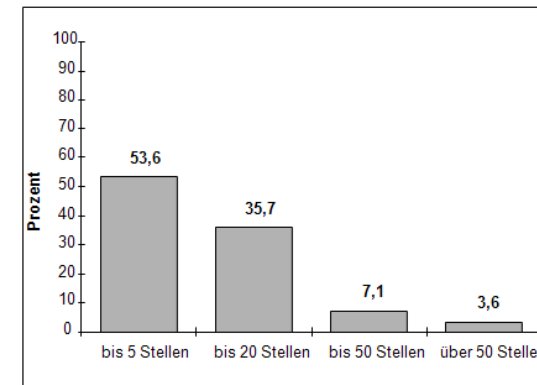
Naturwissenschaftler, Ingenieure und Juristen

wenden sich an:

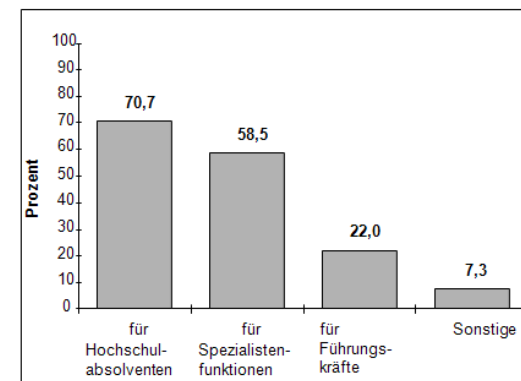
Bayer AG
 Herrn Günter Ritter
 Personalmarketing
 Hauptstraße 119
 51368 Leverkusen

Bayer Website Jan. 1997 (Quelle: <http://web.archive.org>)

Wieviele Stellen sind durchschnittlich im Monat auf Ihren Seiten platziert?

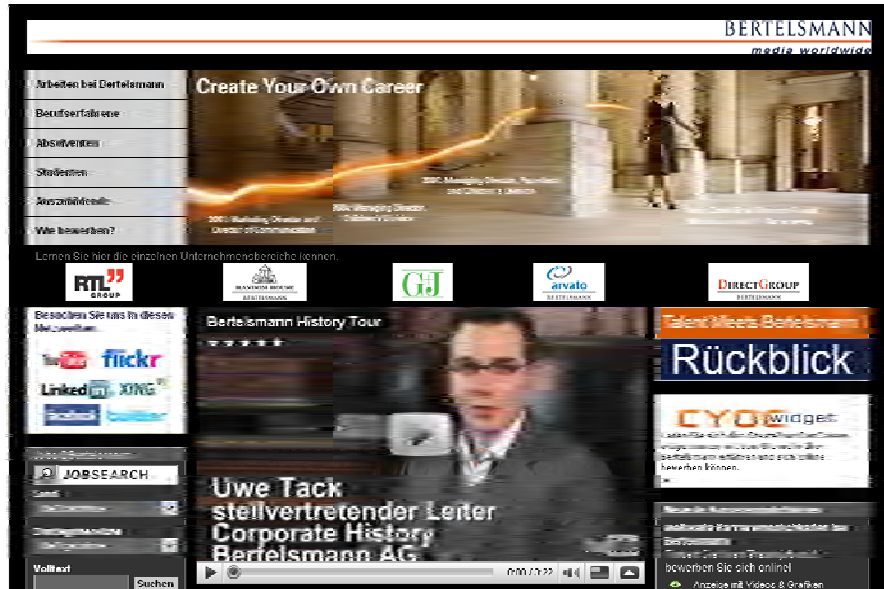


Für welche Zielgruppen bieten Sie Stellen im Internet an?



Quelle: M.Jäger/R.Straub, Personalwirtschaft, Heft 6/97

Heute...



Bewerbungsgespräch via Webcam

Sich einen professionellen Eindruck von Bewerbern zu verschaffen und gleichzeitig Zeit und Reisekosten zu sparen, ermöglicht der Job Interview Manager (JIM) von T-Systems Multimedia Solutions. Statt nur per Telefon erste Jobinterviews abzuhalten, um die Auswahl der Kandidaten für eine Stelle weiter einzugrenzen, kann der Personaler den Kandidaten per Webcam in Bild und Ton erleben. Es besteht zudem die Möglichkeit, Gespräche aufzuzeichnen – sofern der Bewerber sein Einverständnis gibt – und sie Führungskräften als Entscheidungsgrundlage zur Verfügung zu stellen.



Die technischen Voraussetzungen sind ein Computer mit schneller Internetverbindung, Mikrofon oder Headset sowie eine Webcam. Der Job Interview Manager

Vorstellungsgespräch online: Neue Bewerber gleich in Bild und Ton kennen zu lernen, kann die Personalauswahl erleichtern.

Quelle: personalmagazin 11/08

Recrutainment 2.0 – Deutsche Bahn startet Twittsoap



Gestern startete die Deutsche Bahn mit der DB Twittsoap die erste HR-Soap auf Twitter und stellt damit eindrucksvoll unter Beweis, das Thema Recrutainment wirklich verstanden zu haben.

Die zentrale Zielsetzung der DB Twittsoap ist es realistische Einblicke in die Tätigkeiten eines Ingenieurs oder einer Ingenieurin bei der Deutschen Bahn zu geben. Die Hauptdarsteller der DB Twittsoap heißen deshalb auch konsequenterweise **DBINGo** und **DBINGa**. Die fiktiven Charaktere **DBINGa** und **DBINGo** zwitschern über ihre täglichen Tätigkeiten und ihr Leben bei der DB. Dies geschieht textlich, aber auch unter Zuhilfenahme von Bildern (twitpics) und Videos (qik).

Quelle: blog.recruitainment.de, 02.09.09

Bewerbersuche per QR-Code

RECRUITING - Die Münchner Agentur Berger Bauder Hermes (BBH) setzt zur Mitarbeitersuche neuerdings auf Mobile Marketing und dabei hauptsächlich auf ein Quick Response (QR) Code Motiv und ein WAP-Portal. Ziel der neuen Recruiting-Maßnahme ist laut Agentur, Multichannel-Spezialisten anzusprechen und als Mitarbeiter zu gewinnen, die bereits in den neuen digitalen Kanälen aktiv sind.



Key-Visual: Der Quick-Response-Code verlinkt zur Website mit Jobangeboten.

Die gezielte Kontaktaufnahme funktioniert über einen QR-Code, der sich in Stellenanzeigen – (siehe Foto), in Fachzeitschriften oder auch auf Aushängen an Universitäten und Fachhochschulen finden lässt.

Durch Decodierung des Key-Visuals mit einer Reader-Software auf dem Handy (beispielsweise Keywa) wird sofort eine URL zum entsprechenden mobilen Mini-Job-Portal mit den zu besetzenden Stellen in Beratung oder Reception gesendet.



Social Media Landscape



FredCavazza.net

Begriffsabgrenzung

Social Media

Plattformen, über die deren Nutzer miteinander kommunizieren, zusammenarbeiten und sich miteinander zu Gemeinschaften vernetzen können. Häufig werden diese zum Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen genutzt. Im Gegensatz zu traditionellen Medien beruhen Social Media auf der Interaktion ihrer Nutzer, die Inhalte werden zum großen Teil von den Nutzern selbst erstellt (user-generated content).

Soziale Netzwerke

Social Media Plattformen, bei denen die Benutzer im Mittelpunkt stehen. Soziale Netzwerke dienen in erster Linie der Pflege und dem Ausbau der Beziehungen zwischen den Nutzern. Wesentliche Merkmale sind die Profileseiten der Benutzer und die Möglichkeit, sich untereinander Nachrichten schicken zu können.

Business Netzwerke

Spezielle Form von Sozialen Netzwerken, bei denen der Schwerpunkt auf geschäftlichen Beziehungen liegt. Sie unterscheiden sich in ihren Kernfunktionen nicht wesentlich von anderen Sozialen Netzwerken, bieten aber einen auf den Teilnehmerkreis abgestimmten Funktionsumfang.

Micro-Blogging

Junge Erscheinungsform von Social Media, die bekannteste Plattform ist Twitter. Hier kann jeder Nutzer Kurznachrichten (max. 140 Zeichen) veröffentlichen und die Nachrichten von anderen ausgewählten Teilnehmern verfolgen. Mittlerweile hat sich die Plattform zu einem kollaborativen Nachrichtensystem entwickelt, über das sich Neuigkeiten extrem schnell verbreiten können.

Quelle: in Anlehnung an IFOK 2009

Social Media in Zahlen

67%

Anteil der globalen Online-Bevölkerung, die „Member Communities“ besucht.

51%

Anteil der deutschen Online-Nutzer in Social Networks 2008. Damit hatten die Deutschen weltweit den stärksten Zuwachs in der Nutzung von Social Media (39% in 2007).

Jede
11.

Jede 11. Online-Minute wird global für die Nutzung von Social Media verwendet.

5
Mrd.

Anzahl der Minuten, die jeden Tag auf Facebook verbracht werden.

33%

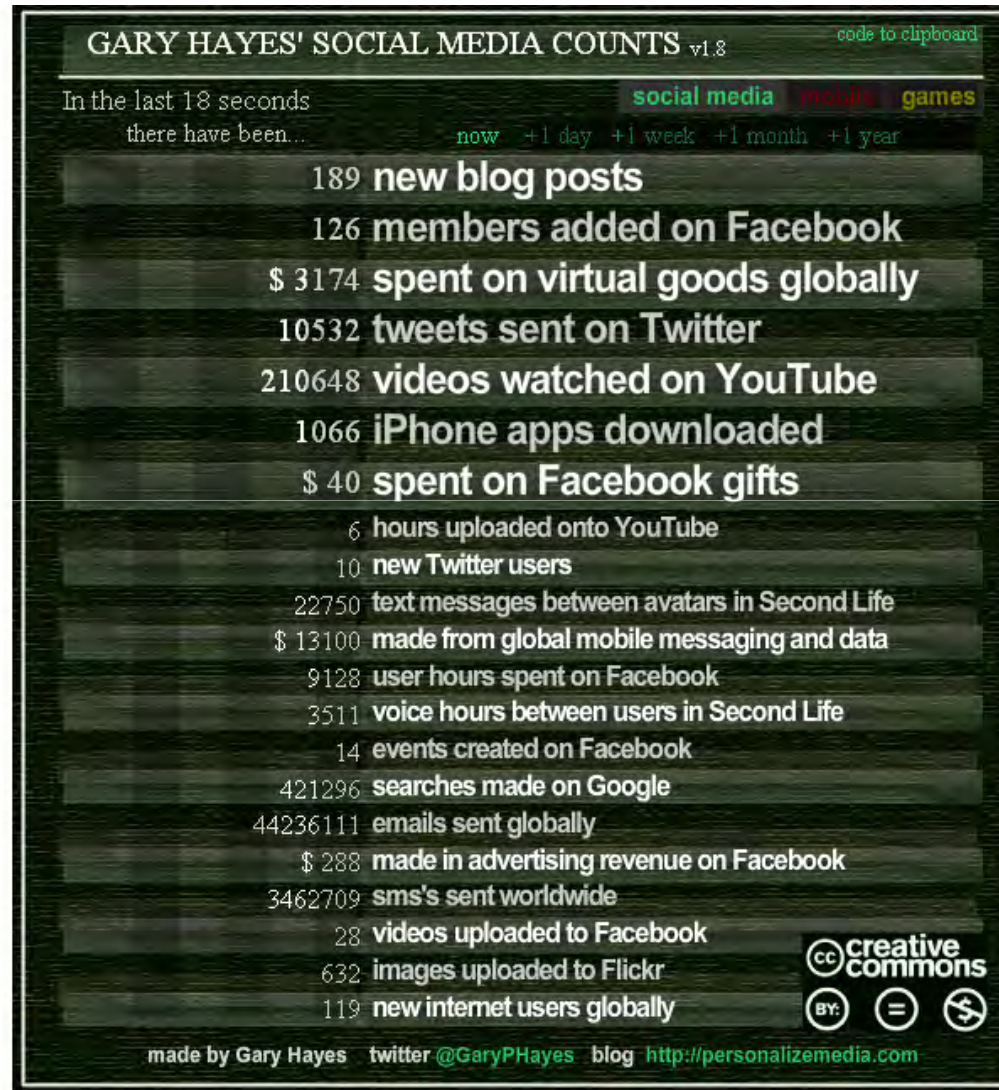
Anteil der Nutzer von Facebook im Alter von 35 bis 49 Jahren.

25%

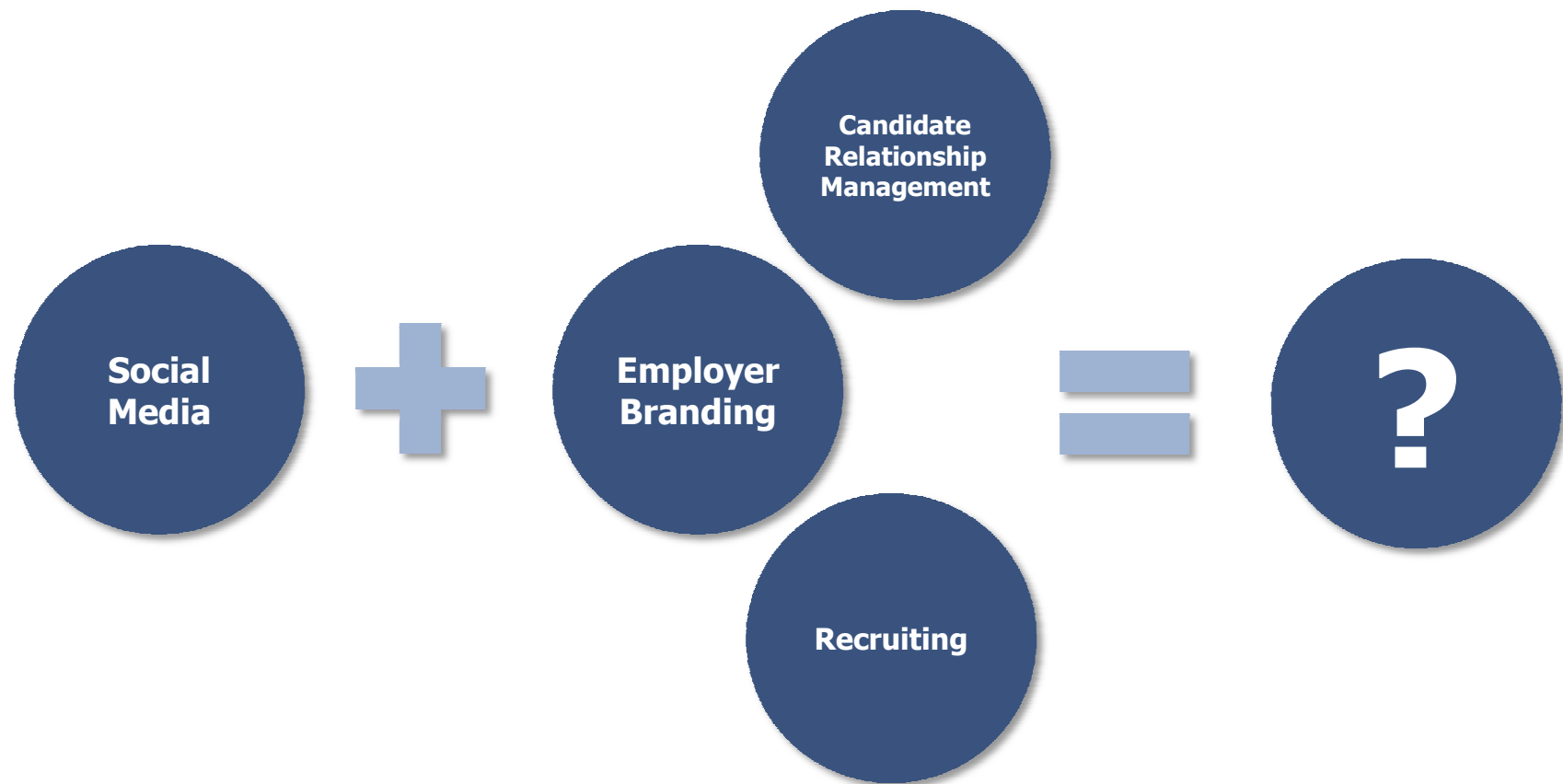
Anteil der Nutzer von Facebook in der Altersgruppe der über 50-jährigen.

Quelle: in Anlehnung an IFOK 2009

Social Media Statistiken in Echtzeit

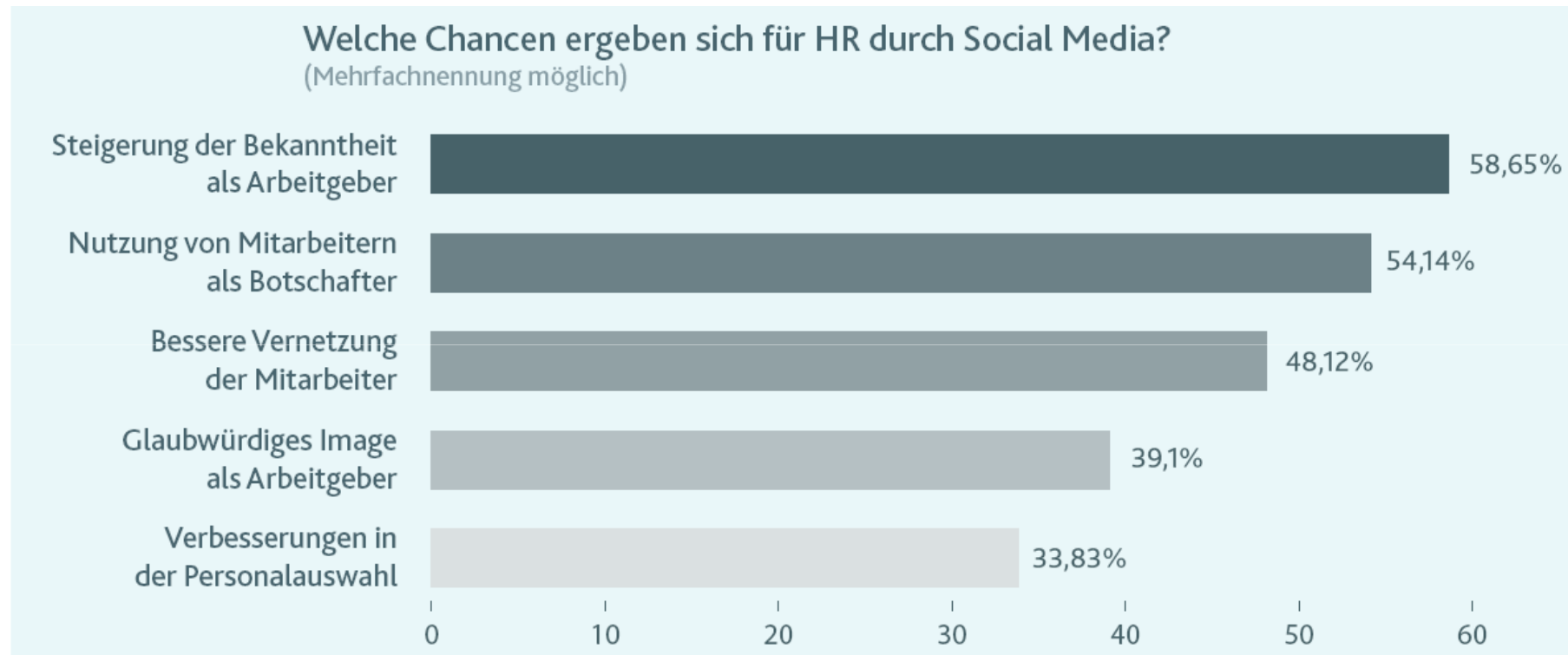


Nutzen von Social Media in der Personalkommunikation



Social Media als Hebel für das Employer Branding, Candidate Relationship Management und Recruiting

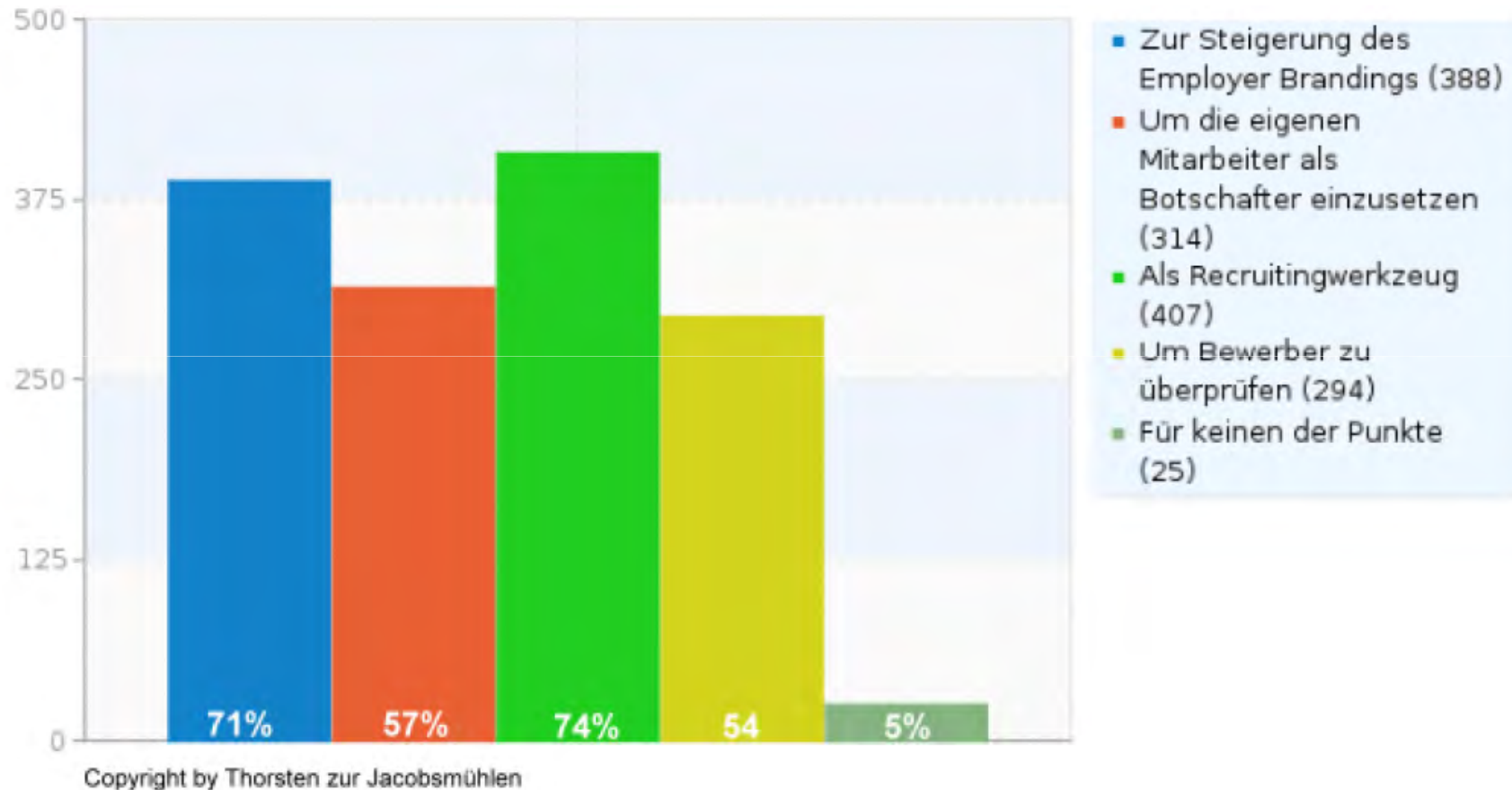
Nutzen für HR durch Social Media



Quelle: IFOK 2009

Nutzen für HR durch Social Media

Für welche Bereich eignet sich Social Media?



Die Studie von Jacobsmühlen referiert Social Media in erster Linie als Recruitingwerkzeug.

Quelle: Social Media Report HR 2010

TOP 10 der relevantesten Social Media Dienste für Employee Recruitment in Deutschland (lt. SF eBusiness)

| Rang | Plattform | Wert* |
|------|---------------|-------|
| 1 | XING | 100 |
| 2 | LinkedIn | 88 |
| 3 | Facebook | 53 |
| 4 | Twitter | 50 |
| 5 | StudiVZ | 44 |
| 6 | MeinVZ | 39 |
| 7 | kununu | 35 |
| 8 | Ning | 32 |
| 9 | Youtube | 31 |
| 10 | Wer-kennt-wen | 29 |

- Die Auswertung erfolgte mit Hilfe eines Social Media Relevanz Monitors.
- Bewertet wurden über 80 Social Media Dienste anhand von 30 Bewertungskriterien.
- Erstmalige Durchführung für den Bereich Employee Recruitment.

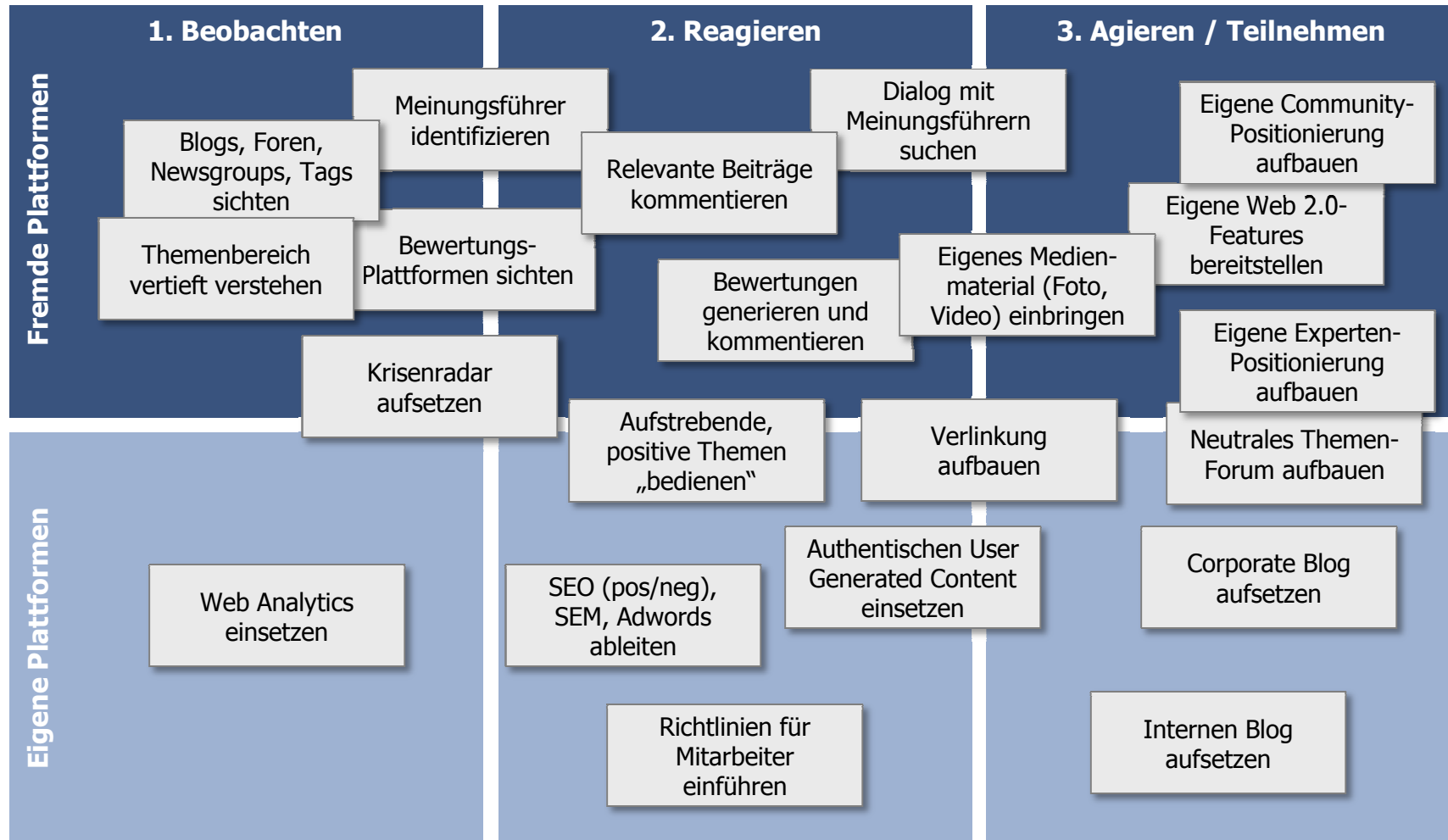
* Wert in Prozent. Er gibt die Relevanz des jeweiligen Dienstes im Vergleich zum Erstplatzierten an.

Quelle: SF eBusiness, März 2010

Einige Chancen und Risiken von Social Media im Überblick

| Chancen | Risiken |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Vielfältige Möglichkeiten der offenen und authentischen Bewerberansprache• Erhöhung der Reichweite durch virale Verbreitung von Informationen• Leichter Zugang zu latent Jobsuchenden• Erhöhung der Mitarbeiterbindung durch Einbindung in Social Media Aktivitäten• Direkte Kontaktaufnahme zu potenziellen Bewerbern möglich• „Background Checking“ | <ul style="list-style-type: none">• Verlust der Informationshoheit (z.B. Arbeitgeberbewertungsportale)• Gefahr des „Mitmachen-Wollens“, ohne ein ausgearbeitetes Konzept zu haben• Aktive Pflege der Social Media Aktivitäten ist zeit- und arbeitsintensiv• „Imageproduktionen“ (Verlust der Authentizität)• Verstecken hinter anonymen Profilen |

Optionsbaukasten für die Umsetzung einer Social-Media-Strategie



Quelle: in Anlehnung an M. Grothe et al. 2008

Die HR-Website als Zentrum aller Social-Media-Aktivitäten









Analyse der HR-Präsenz der DAX-30 Unternehmen auf ausgewählten Social Media Plattformen

Wie präsent bzw. aktiv sind die HR-Organisationen der DAX 30-Unternehmen in Social Media?

- Explorative Research-Studie der DJM Consulting GmbH im Januar 2010
- HR-Präsenz = von Personal(organisationen) initiierte Aktivität
- Untersucht wurden die folgenden Plattformen anhand vordefinierter Kriterien:
 - Xing
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Youtube
 - Twitter
 - HR-Website (als „zentrale Anlaufstelle“)
- Für jede Plattform wurde pro Unternehmen ein Prozentwert ermittelt, der den relativen Erreichungsgrad der untersuchten Kriterien bestimmt.
- Aus dem Mittelwert aller Ergebnisse pro Unternehmen wurde ein Gesamtwert berechnet, so dass ein Gesamtranking erstellt werden konnte.

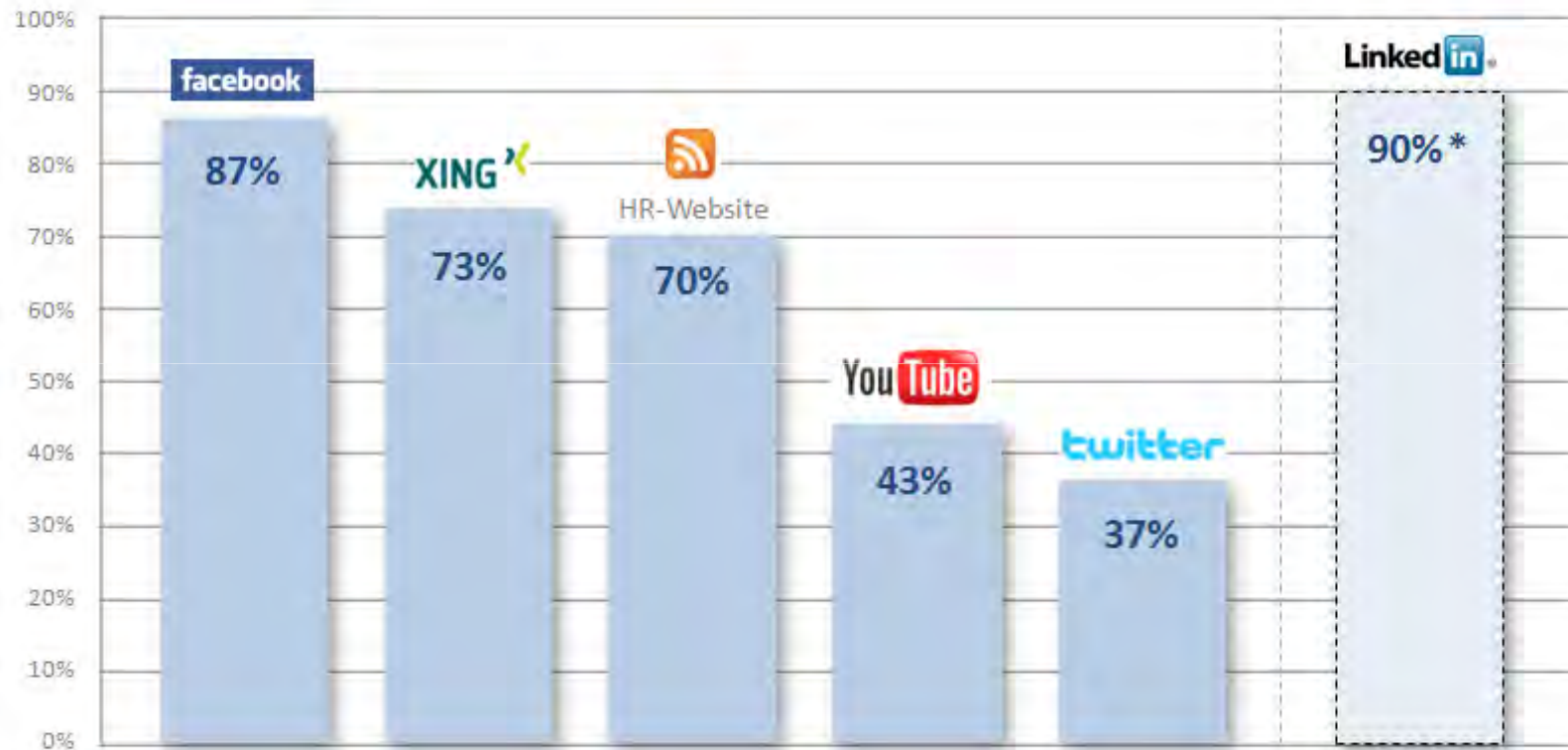
Ausgewählte Social Media Plattformen und ihre Nutzenpotenziale für HR

| |  |  |  |  |  |  |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| Kategorie | Business Network | Business Network | Social Network | Microblogging | Videoportal | - |
| Aktuelle Nutzerzahl* | Weltweit mehr als 8 Mio., in D ca. 3 Mio. | Weltweit mehr als 50 Mio., in D ca. 0,5 Mio. | Weltweit mehr als 350 Mio., in D über 5 Mio. | Weltweit ca. 33 Mio. aktive Nutzer, in D ca. 2,5 Mio. | Weltweit mehr als 100 Mio. | - |
| Nutzenpotenziale für HR | Recruiting, Internal Branding, Talent Relationship Management, Alumni Management | Recruiting, Internal Branding, Talent Relationship Management, Alumni Management | Employer Branding, Internal Branding, Talent Relationship Management, Alumni Management | Recruiting, Employer Branding, Talent Relationship Management | Employer Branding, Internal Branding | Recruiting, Employer Branding, Internal Branding |
| Untersuchte Kriterien | Aktiv „gepflegtes“ Firmenprofil, Anzahl Abonnenten des Firmenprofils, Anzahl HR-bezogener Gruppen, Durchschnittliche Anzahl Mitglieder pro HR-bezogener Gruppe, Jobangebote | Gepflegtes Firmenprofil, Anzahl HR-bezogener Gruppen, Jobangebote | Firmenseite als „Fanseite“ mit HR-Bezug, Anzahl Fans, Gruppen mit HR-Bezug | Twitter-Account mit HR-Bezug, Anzahl Follower, Anzahl Tweets | Videos mit HR-Bezug, Anzahl Videoaufrufe, Eigener HR-Videokanal | HR-Blog, HR-Podcast/-Videocast, Social Bookmarking, RSS-Feed |

Quelle: Jäger/Meser/Schön 2010

* Stand: Ende 2009

Prozentuale „HR-Präsenz“ der DAX 30-Unternehmen auf ausgewählten Social Media Plattformen (Stand: Januar 2010)



* Unter starker Berücksichtigung internationaler HR-Aktivitäten

HR-Präsenz = von Personal(organisationen) initiierte Aktivitäten

Quelle: Jäger/Meser/Schön 2010

Ergebnisse Xing

- 22 von 30 Unternehmen hatten mindestens eine Gruppe mit HR-Bezug
- Durchschnittliche Mitgliederzahl schwankt stark
- 3 von 30 Unternehmen hatten ein „gepflegtes“ Firmenprofil
- 2 von 30 Unternehmen hatten aktuell Jobs auf XING ausgeschrieben
- 8 von 30 Unternehmen waren nicht aktiv auf XING

Ergebnisse LinkedIn

- Sehr gering vertreten auf deutschem Markt (eher amerikanischer Markt)
- 23 von 30 Unternehmen hatten eine Gruppe mit HR-Bezug (international)
- 25 von 30 Unternehmen hatten ein Firmenprofil
- 3 von 30 Unternehmen boten Jobs über die Plattform an
- 3 von 30 Unternehmen waren nicht vertreten

Ergebnisse Facebook

- Nach Nutzerzahlen stärkstes Soziales Netzwerk
- 26 von 30 Unternehmen haben eine Gruppe mit HR-Bezug
- 10 von 30 besitzen darüber hinaus eine „Fanseite“
- Die Anzahl der „Fans“ schwankt zwischen 4 und 588

Ergebnisse Twitter

- 11 von 30 hatten einen Twitter-Account mit HR-Bezug
- Anzahl der Tweets schwankt zwischen 18 und 612
- Ebenfalls schwankte die Zahl der Follower zwischen 104 und 1322

Twitter: Wenig Zeichen – viel Wirbel – kleine Wirkung?!

| Unternehmen | Anzahl Follower | Anzahl Tweets |
|------------------|-----------------|---------------|
| Daimler | 1322 | 612 |
| Deutsche Telekom | 709 | 443 |
| Adidas | 697 | 114 |
| Siemens | 565 | 18 |
| BASF | 528 | 159 |
| Henkel | 329 | 177 |
| Allianz | 315 | 241 |
| Bayer | 224 | ? |
| Thyssen Krupp | 178 | 306 |
| Salzgitter | 127 | 119 |
| Metro | 104 | 162 |

Stand: Dezember 2009

Ergebnisse Youtube

- 13 von 30 Unternehmen hatten Videos mit HR-Bezug auf der Plattform platziert
- Die Aufrufe der Videos schwankten zwischen 8 und 54.704
- 6 von 30 Unternehmen hatten einen eigenen HR-Youtube-Kanal
- 4 von 30 hatten einen eigenen Youtube-Kanal, jedoch ohne expliziten HR-Bezug

Ergebnisse HR-Website

- Die ausgeprägtesten Web 2.0-Elemente waren:
 - Blogs
 - Podcasts
 - Social Bookmarking
 - RSS-Feeds
- 16 von 30 Unternehmen stellen Podcasts zu Verfügung
- 6 von 30 boten Social-Bookmarking an
- 4 von 30 boten HR-News und Stellenanzeigen per RSS-Feed an
- 2 von 30 betrieben einen HR-Blog
- 9 von 30 hatten kein entsprechendes Angebot auf ihrer HR-Website

Die Top 10 der „präsentesten“ HR-Bereiche in Social Media

| Rang | Unternehmen | Rang Xing | Rang LinkedIn | Rang facebook | Rang youtube | Rang Twitter | Rang HR-Website | Gesamt-Ergebnis |
|------|--------------------|-----------|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|
| 1 | Deutsche Telekom | 1 | 14 | 1 | 2 | 2 | 2 | 70,41% |
| 2 | Siemens | 4 | 2 | 1 | 4 | 5 | 5 | 65,25% |
| 3 | Allianz | 3 | 6 | 1 | 3 | 5 | 10 | 61,90% |
| 4 | Daimler | 4 | 6 | 8 | 9 | 1 | 4 | 61,78% |
| 5 | Deutsche Bank | 6 | 2 | 7 | 1 | 12 | 9 | 53,23% |
| 6 | Bayer | 11 | 14 | 1 | 14 | 11 | 1 | 43,99% |
| 7 | BASF | 11 | 6 | 1 | 14 | 2 | 22 | 41,14% |
| 8 | SAP | 8 | 1 | 10 | 8 | 12 | 5 | 40,36% |
| 9 | Deutsche Lufthansa | 1 | 14 | 10 | 5 | 12 | 5 | 38,81% |
| 10 | Deutsche Post | 11 | 22 | 1 | 5 | 12 | 10 | 36,50% |

HR-Präsenz = von Personal(organisationen) initiierte Aktivitäten

Quelle: Jäger/Meser/Schön 2010

Rang 11-20 der „präsentesten“ HR-Bereiche in Social Media

| Rang | Unternehmen | Rang Xing | Rang LinkedIn | Rang facebook | Rang youtube | Rang Twitter | Rang HR-Website | Gesamt-Ergebnis |
|------|---------------|-----------|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|
| 11 | Henkel | 11 | 6 | 10 | 10 | 5 | 10 | 36,33% |
| 12 | Thyssen Krupp | 11 | 6 | 10 | 14 | 5 | 2 | 35,42% |
| 13 | E.ON | 11 | 2 | 10 | 5 | 12 | 10 | 33,17% |
| 14 | Adidas | 23 | 2 | 10 | 14 | 2 | 10 | 31,90% |
| 15 | Commerzbank | 8 | 14 | 8 | 11 | 12 | 10 | 28,39% |
| 16 | Metro | 11 | 22 | 10 | 14 | 5 | 10 | 22,09% |
| 17 | Infineon | 7 | 6 | 10 | 14 | 12 | 10 | 21,79% |
| 18 | Beiersdorf | 11 | 14 | 10 | 11 | 12 | 10 | 20,44% |
| 19 | BMW | 11 | 6 | 27 | 14 | 12 | 5 | 19,23% |
| 20 | Salzgitter | 23 | 28 | 10 | 14 | 5 | 10 | 16,19% |

HR-Präsenz = von Personal(organisationen) initiierte Aktivitäten

Quelle: Jäger/Meser/Schön 2010

Rang 21-30 der „präsentesten“ HR-Bereiche in Social Media

| Rang | Unternehmen | Rang Xing | Rang LinkedIn | Rang facebook | Rang youtube | Rang Twitter | Rang HR-Website | Gesamt-Ergebnis |
|------|------------------------|-----------|---------------|---------------|--------------|--------------|-----------------|-----------------|
| 21 | Linde | 11 | 14 | 10 | 14 | 12 | 21 | 14,23% |
| 22 | Volkswagen | 8 | 6 | 27 | 14 | 12 | 22 | 13,85% |
| 23 | RWE | 11 | 14 | 10 | 14 | 12 | 22 | 12,56% |
| 24 | MAN | 23 | 22 | 10 | 14 | 12 | 10 | 10,00% |
| 24 | Munich RE | 23 | 14 | 10 | 14 | 12 | 22 | 10,00% |
| 26 | Fresenius Medical Care | 23 | 22 | 10 | 13 | 12 | 22 | 9,70% |
| 27 | Deutsche Börse | 11 | 22 | 10 | 14 | 12 | 22 | 9,23% |
| 28 | Merck | 23 | 22 | 10 | 14 | 12 | 22 | 6,67% |
| 29 | K+S | 23 | 28 | 27 | 14 | 12 | 22 | 0,00% |
| 29 | Fresenius SE | 23 | 28 | 27 | 14 | 12 | 22 | 0,00% |

HR-Präsenz = von Personal(organisationen) initiierte Aktivitäten

Quelle: Jäger/Meser/Schön 2010

Unterschiede zwischen HR & Unternehmenskommunikation

- Im Herbst 2009 wurde von Prof. Dr. Lothar Rolke (Fachhochschule Mainz) eine ähnliche Analyse durchgeführt. Diese bezog sich jedoch auf die allgemeine Social Media Präsenz der DAX-30 Unternehmen.
- Vergleicht man die Ergebnisse, zeigen sich einige interessante Unterschiede.
- So belegte BMW bei der allgemeinen Analyse den 1. Rang, wohingegen es bei der HR-Analyse nur für den 19. Rang reichte.
- Thyssen Krupp belegte bei der Media Analyse von Rolke den letzten Rang, wurde bei der HR-Analyse jedoch 12.
- Es lässt sich also nicht zwangsläufig auf einen Zusammenhang zwischen UK- und HR-Kommunikation in Social Media schließen.

Ausgewählte Beispiele für „HR-Präsenz“ der DAX-30 Unternehmen in Social Media

Aktiv „gepflegtes“ Firmenprofil auf Xing

XING Ausloggen | Kontakte einladen | Hilfe & Kontakt | Deutsch

Suche nach Name, Firma etc. **Suchen**

Start Suche Nachrichten Kontakte Gruppen Events Jobs Unternehmen Best Offers

Dieses Unternehmensprofil wird gepflegt von Dr. Torsten Wingerter

Firmen-Updates (21) Über diese Firma Mitarbeiter (4.078) Abonnenten (4.746) BESCHREIBUNG

Firmen-Updates 1-10 von 21

<< ZURÜCK | Weiter >> | 1 | 2 | 3

49 Interessant

Neues Flaggschiff der Lufthansa Anfang Juni an vielen Flughäfen zu sehen
09.04.2010, 13:09

Bevor die erste A380 am Sonntag, 6. Juni, die deutsche Fußballnationalmannschaft nach Johannesburg fliegt, absolvieren Lufthansa-Piloten mit dem werksneuen Flaggschiff der Lufthansa-Flotte zahlreiche Trainingseinheiten.

Vorausgesetzt es herrschen die für die Trainingsflüge notwendigen guten Wetterbedingungen, wird die A380 mit dem Taufnamen „Frankfurt am Main“ an folgenden Flughäfen zu sehen sein:

- Montag, 31. Mai
ganztägiges Flugtraining am Flughafen Karlsruhe.
- Dienstag, 1. Juni
ganztägiges Flugtraining am Flughafen Leipzig.
- Mittwoch, 2. Juni
Linientraining auf den Strecken Frankfurt – Stuttgart – Zürich – Wien – Dresden – Linz – München – Frankfurt.
- Donnerstag, 3. Juni
Linientraining auf den Strecken Frankfurt – Berlin-Tegel – Hannover – Hamburg – Bremen – Düsseldorf – Köln/Bonn – Frankfurt.

Deutsche Lufthansa AG

Flughafen-Bereich West
60546 Frankfurt/Main
Deutschland
www.lufthansa.com

| | | |
|-----------|--------------|--------------|
| 21 | 4.078 | 4.746 |
| Updates | Mitarbeiter | Abonnenten |

Updates jetzt abonnieren

Lufthansa ist die führende Airline für Geschäftsreisende in Europa mit einem hervorragenden, weltweiten Netzwerk und starken Allianzpartnern.

| | |
|-------------------------|------------------------------|
| Branche | Fluggesellschaften |
| Organisationstyp | Börsennotierte AG |
| Firmengröße | 10.001 oder mehr Mitarbeiter |

Aktivitäten der Mitarbeiter auf XING

Jobangebote dieser Firma auf XING

Mitarbeiter dieser Firma auf XING

Mehr >>

HR-Channel auf Youtube

The screenshot shows the YouTube channel for Deutsche Telekom AG. At the top, there is a search bar and navigation links like 'Suchen', 'Durchsuchen', 'Video hochladen', 'Konto erstellen', and 'anmelden'. The channel header includes the name 'Deutsche Telekom AG', a 'Abonnieren' button, and tabs for 'Uploads' and 'Playlists'. The main video player shows a man in a suit speaking, with a play button overlay. Below the video are controls for play, volume, and resolution (360p). The video title is 'Start up! Our international program for high potentials' and it has 161 views. The description mentions that Deutsche Telekom is looking for committed, talented people. A sidebar on the right lists several other videos, including 'Fach- und Managementkarrieren', 'Ausbildung bei der Deutschen Telekom', and 'Telekom Innovations'. At the bottom, there is a section for 'Abonnenten (17)' with a row of subscriber profile pictures.

Mitarbeiter- und Karriere-Blogs

meeting metro

Sie sehen nachfolgend die aktuellsten 4 Beiträge gesammelt aus allen Blogs. Bitte wählen Sie auf der rechten Seite einen Mitarbeiter-Blog aus.

Dienstag, 5. Januar 2010 um 11:01 von Nicola Weiher

Türkisch für Anfänger...



Ich hätte die Energie, wenn ich meine Türkisch mit jemandem auf der anderen Seite teilen könnte.

Also: Buch kaufen, CD einlesen, erlernen. Und natürlich während der zahlreichen Teeпаusen im Büro die Kollegen ausfragen, Zahlen lernen... ein fächer-Spitzie erlernen.

Ich bin nicht sonderlich weit gekommen, denn die Sprache ist total anders als alle anderen Sprachen, an denen ich in meinem Leben schon vorbeigekommen bin.

Erstmal sieht es gar nicht so kompliziert aus: Viele Wörter kann man gut verstehen, wenn man deutsch, englisch und französisch mit

ein bisschen Nachhilfe weiß. Das "Lernen" funktioniert aber anders als bei den anderen Sprachen. Genau, wenn man mit Copy-Codes.

Montag, 21. Dezember 2009 um 17:44 von Katharina Werner

Jahresrückblick

Nach zwei Tagen, dann werden die Kerzen an den geschwinkelten Tannenbäumen angezündet, Geschenke verteilt und mit der Familie das Weihnachtsessen genossen. Kurz danach verschwinden dann die Tannenbäume, die Kerzen, die Geschenke und die Familie.

METRO Group
MADE TO TRADE.

Nicola Weiher [Zum Blog](#)

Business Division
Networking & Multimedia
METRO AG

Christoph Palz [Zum Blog](#)

Business Division
Marketing & Multimedia
METRO AG

Katharina Werner [Zum Blog](#)

Unternehmens-kommunikation
METRO AG

Jasmin Hubert

Strategie/Support/Personalmarketing
METRO AG

[Link zu Meeting Metro](#)

[Link zu Meeting Metro](#)

Twitter

 Meeting Metro
MeetingMetro

SALZGITTER AG
Stahl und Technologie

Salzgitter AG - Karriereblog
Blog zu Rekrutierungsaktivitäten, Ausbildung und Berufseinstieg beim Salzgitter Konzern

01. Februar 10

Eine Hedermaus passt am besten zum Jobprofil - Physiker aber auch



Prüfungsausschüsse sind ein – dann kommt man in die Prüfungsphase und dann ist es überaus wichtig, dass man einen guten Eindruck macht. Ein guter Eindruck ist aber nicht nur ein Produkt, sondern ein Prozess, der das Produkt zu einem guten machen kann.

Stahl wird fast überall gebraucht. Dr. Thomas Orth, AG, Leiter der Abteilung „Leistungsfähige Produkte“ bei der Salzgitter AG, ist ein Physiker, der sich mit der Ultraschallprüfung beschäftigt. Die Ultraschallprüfung ist ein Verfahren zur zerstörungsfreien Prüfung (ZfP) von Werkstoffen. In der Ultraschallprüfung wird ein Ultraschallkopf eingesetzt, um die Wellenlänge des Ultraschalls zu messen. Das wiederum wird ebenfalls von einem Ultraschallkopf registriert – der Fehler ist entdeckt. Nun bringen die Unternehmen des Konzerns nicht alle möglichen Rohre nach Duisburg, um sie dort checken zu lassen. Das 20-köpfige Team entwickelt in erster Linie Prüfverfahren, die die Unternehmen dann selbst einsetzen können. Trotzdem spielt man regelmäßig „Feuerwehr“ und prüft vor Ort. Da die Anforderungen der Kunden an den Grad der Fehlerfreiheit ständig steigen, sehen sich die Duisburger stets vor neue Herausforderungen gestellt. „Und das macht Spaß.“ Apropos „stahl klingelt“, bei einem „familientag“ im August habe man eine Kochgruppe aus dem eigenen Fusionslabor (Vergil) gebildet, das natürlich mit einem feinen Steuerelement in den Instrumenten spielt“, sagt Dr. Orth – und schmunzelt. (Quelle: Konzernmagazin)

In der Abteilung von Dr. Orth werden aktuell auch Praktika und Abschlussarbeiten angeboten. Wenn Sie als angehende Physiker (w/m) oder Elektrotechniker (w/m) also Lust bekommen haben, im Bereich Ultraschall zu forschen, dann sollten Sie sich die Ausschreibungen auf der Stellenbörse für Studenten mal näher ansehen. (Autor: Markus Rottwinkel)

Verfasst um 10:51 Uhr in [Personal erzählen](#) | [Permalink](#) | [Kommentare \(0\)](#) | [TrackBack \(0\)](#)

27. Januar 10

Praktikum bei Salzgitter - eine Studentin berichtet

Ich heiße Sandra Grünig und studiere im sechsten Semester Wirtschaftsrecht in Wolfenbüttel. Seit Oktober 2009 bin ich für ein Semester im Salzgitter Konzern Praktikantin bei der SPRT Salzgitter Service und Technik im Bereich „Personalmarketing an Schulen“.

Mein Praktikum ist sehr abwechslungsreich und vielseitig, schon im Oktober durfte ich an einer Firmenkontakttour teilnehmen. Weitere Außentermine wie Besuche der Partnerschulen gehören ebenso zu meinem Berufsalltag wie das Durchführen von Recherchen für verschiedene Projektanfragen im Rahmen des Personalmarketings.

In die Vor- und Nachbereitungen von Projektsprechungen werde ich ebenfalls aktiv

Über das Weblog

[Newsfeed dieser Site abonnieren](#)

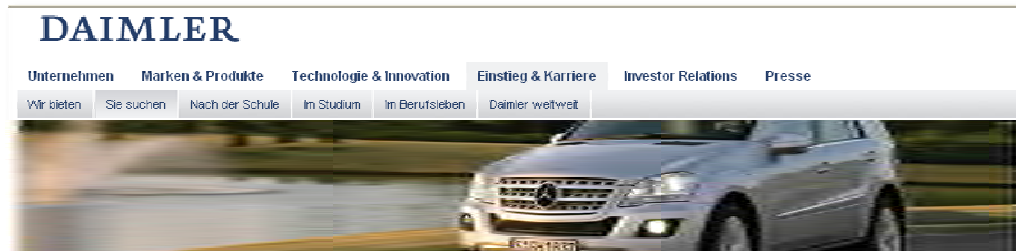
Kategorien

- [Australien](#)
- [BONA 02](#)
- [Hannover Messe](#)
- [IdeenExpo](#)
- [Junge Mitarbeiter erzählen](#)
- [Links und Tipps](#)
- [Messen](#)
- [Personal erzählen](#)
- [phaeno](#)
- [Rekrutierungsaktivitäten](#)
- [Sport](#)
- [Stahl verbindet](#)
- [unsere Studenten erzählen](#)

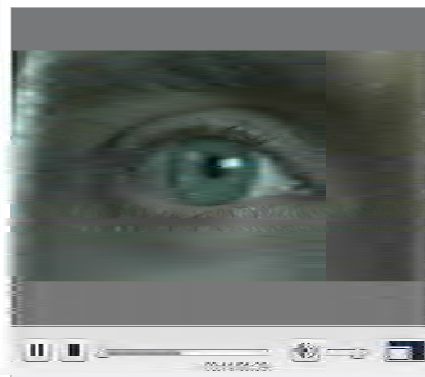
Archiv

- [Februar 2010](#)
- [Januar 2010](#)
- [Dezember 2009](#)

Podcasting/Videocasting



Einstieg & Karriere > Sie suchen > Daimlerkennnen lernen > Videoast



Future Workers

Wie sieht die Welt von morgen aus?
 Wo habe ich die besten Chancen?
 Welche Arbeitsplätze sind
 zukunftsorientiert?

Unser Trailer "Future Workers" einen Blick in die Zukunft unserer
 Tochterbetriebe der Daimler. Die
 Welt der Computer, Handy und
 elektronischen Kommunikation
 Arbeitsplatz weiter verändern.
 Daimler hängt diese Zukunft bei
 sich an. Dabei werden Talente
 konstant und die Produktionen
 mit anderen eigenen qualifizier
 (www.daimler.com)

Video einbetten:

object src="http://www.daimler.com/...

Filme HR
 Website



Future-Workers
 Wie sieht die Welt von
 morgen aus?



**Studenten auf der
 Rennstrecke**
 Daimler bei der "Formula
 Student Germany"



**Der Daimler-
 Konzern**
 Collage aktueller
 Daimler-Produkte und



Stars 'n' Cars
 Stars 'n' Cars -
 für Studenten e

Jobs & Karriere

DEUTSCHLAND

Kontakt | RSS | Suche | Sitemap | English

Home

Spezial Links:

Bayer Global

www.Bayer-IT-jobs

Special Interest

- Investor Relations
- Presse
- Stiftungen
- Sport
- Kultur
- Daycare

Produktentwicklung

IT-Entwicklungsgruppen

Technische Hinweise

Impressum





Jobs Suche:

Einstieg

alle

Funktionsbereich:

alle

Land:

Deutschland

Standort:

alle in Deutschland

Unternehmen:

alle in Deutschland

→ Suche starten

Trifft keine Suche:

Suchen

Tag Cloud

Absolventen AIM **Ausbildung**
 horizon Job Karriere MBS Praktikum
 Schüler studenten Studium
 Trainee Veranstaltung WIN
 Wirtschaftsinformatik

Information

- Podcast abspielen**
 In den Podcast/Videocast auf
 Ihrem Computer abzuspielen.
 Klicken Sie auf den Link mit dem
 Lupe-Symbol.
- Grüßvermindern**
 Einstellungen
 Ihres PC das direkte Abspielen.
 Laden Sie dann die Datei vor
 dem Abspielen zunächst auf
 Ihren PC (Podcast downloaden).
- Podcast downloaden**
 Mit der rechten Maustaste und
 dem Befehl "Ziel speichern
 unter..." können Sie den
 Podcast/Videocast auf Ihre
 Festplatte kopieren.

Podcasts / Videocasts

myBayerJob.de Podcast

Sie können sich die einzelnen Beiträge entweder direkt
 anhören bzw. ansehen, einzeln herunterladen oder abonnieren.
 Informationen hierzu finden Sie in der linken Info-Box.

Was Jobbessern wirklich bringen

→ Video 15.241 KB → MP3 37.570 KB

Länge: 4:30 min. | Aufrufe: 1755
 Hier bewerten: ★★★★★ (4,0 Punkte in 21 Bewertungen)

Praktika & Einstiegsmöglichkeiten bei Bayer

→ MP3 5.050 KB → Video 27.522 KB → MP3 18.623 KB

Länge: 5:24 min. | Aufrufe: 3289
 Hier bewerten: ★★★★★ (3,8 Punkte in 22 Bewertungen)

Social Bookmarking und RSS-Feeds

Wir entwickeln die Zukunft für Sie.

ThyssenKrupp

Home English Suche Kontakt Service Hilfe Glossar Sitemap

Konzern Engagement Presse Investor Relations **Karriere** International Einkauf

Stellenbörse
Ihre Zukunft bei ThyssenKrupp
Schüler
Schülerpraktikum
Ausbildung
Ausbildung und Studium
Aktionen
Studierende
Hochschulabsolventen
Berufserfahrene
Bewerbung
Persönlicher Kontakt

Suche

Service

Standorte

Mediaplayer
Publikationen
Newsletter, Reminder
RSS-Newsfeed

Schüler

Katja Wieja, ThyssenKrupp AG
Stefan Steinkamp, TK Bilstein Suspension GmbH

Ausbildung Offene Stellen (47) Hot Jobs

Ihre Möglichkeiten

Schülerpraktikum

Von der letzten Klasse zum Klasse-Start

Bald ist es geschafft: Sie haben die Schule hinter sich gelassen und den Abschluss in der Tasche und nun geht es erst richtig los! Ihr Traum ist eine Karriere in einem abwechslungsreichen beruflichen Umfeld. Warum sollten Sie ThyssenKrupp ins Gespräch kommen?

Schon bevor Sie sich bei uns um einen [Ausbildungsstellen](#) bewerben, können Sie mit einem [Praktikum](#) oder unseren [Schülerpraktika](#) interessante Einblicke in die Vielfalt eines der weltgrößten Technologiekonzerne gewinnen. Erleben Sie in der Praxis, wie unsere innovativen Produkte entstehen, oder teilen Sie Ihre Technikbegeisterung mit anderen jungen Talenten. Bei unserem „do-camp-ing“ – unserem Schülercamp – Uniflirt & Co. – wenn Sie sich dazu entschließen, Ihre Laufbahn bei ThyssenKrupp zu beginnen, erhalten Sie mit einer fundierten Ausbildung im [Dualen Studium](#) die besten Voraussetzungen für einen gelungenen Start in ein abwechslungsreiches Berufsleben.

Werfen Sie einen Blick auf Ihre Möglichkeiten und lassen Sie sich überraschen, auf den folgenden Seiten von der Vielfalt der Ausbildungs- und Karriereperspektiven bei ThyssenKrupp überraschen.

Netvouz
Furl
Mister Wong
DZone
ma.gnolia
Simpy
Blogmarks
Faves (Bluedot)
Spurl
PlugIn

Favoriten
Digg
Technorati
Del.icio.us
Propeller
StumbleUpon
Reddit
Slashdot
Newsvine
BlinkList

Was ist das?

Bookmarking:

Folgende Rubriken können Sie abonnieren:

- Aktuelle Presse-Mitteilungen

<http://www.thyssenkrupp.com/de/rss/news.rss>

- Ad-hoc-Meldungen sowie die aus Kapitalmarktsicht relevanten Presse-Mitteilungen

http://www.thyssenkrupp.com/de/rss/ir_releases.rss

- Job-News

<http://karriere.thyssenkrupp.com/de/karriere/stellenboerse/rss-feed.html>

- ⓘ Die angegebenen Adressen sind nicht zur Anzeige in einem Webbrowser geeignet.

Verweise von der HR-Website auf Social Media Aktivitäten

The screenshot shows the BASF corporate website with a red sidebar on the left containing navigation links: Karriere, Warum BASF, Schüler, Studenten, Altkollegisten, Berufsanfänger, and Ihre Bewerbung. The main content area features a header with the BASF logo and navigation menu, followed by a large banner titled 'Herausforderungen der Zukunft gemeinsam lösen'. Below this, there are sections for 'Wir bilden das beste Team der Industrie' with a world map, 'Karrierechancen in den Regionen' with a 'Everyone counts - Jeder zählt!' sub-section, and a 'Job Cluster' list including Research & Development, Engineering & Production, and Business & Corporate Functions. A profile for Jürgen Hambrecht is also visible. At the bottom, there are social media links for Twitter and Facebook, which are circled in red, and a 'Seitenfunktionen' section with options like 'Seite empfehlen', 'Kontakt', and 'Drucken'.

Personalmarketing auf Facebook ...

The screenshot shows the Facebook profile for 'BASF Career'. The page features a green header with the BASF logo and the tagline 'The Chemical Company'. Navigation tabs include 'Pinnwand', 'Info', 'Veranstaltu...', 'JobSuche', 'Video', and 'Fotos'. A search bar is located at the top right.

On the left sidebar, there is a section for 'Freunden vorschlagen' with a post titled 'expectation loves surprise' and a link to 'Discover the diverse career opportunities offered by the world's leading chemical company. www.basf.com/career'. Below this is a 'Fans' section showing '6 von 1,318 Fans' (circled in red) and a grid of fan profiles including Christoph Hartmann, Francisco Aznarez Peman, Sarina Wittmann, Nina Bökenfeld, and Thung Sikboon. A 'Lieblingsseiten' section follows, displaying '6 von 8 Seiten' and thumbnails for 'BASF Wall Systems', 'BASF Crop Protection USA', and 'BASF Asia Pacific'.

The main content area displays several posts:

- Bharti Kaul Munshi:** Hi. I am a Chemical Engineer / M.B.A. I have over 13 years of qualitative experience in Marketing / Business Development, Production etc.. and was associated with Henkel Teroson India as Manager till Sept.2007. I took a break of a 3 years to get settle down, due to the relocation to Hong Kong and to complete my family. I wa... (Melden)
- Rimy Bhatt:** I had a chance to work for BASF india from 2006-2008 in performance chemicals div. and it was my dream job to work for a dream company but unfortunately had to leave due to relocation to UAE, I am interested to work for them if give a chance in Dubai. I was the sales champion of year 2007 for additives. (Melden)
- Deb Sagan:** The NAHB Reseach Center and the EnergyValue Housing Award committee would like to thank BASF for their generous sponsorship of the EVHA in 2009 and 2010. For information about the homes that included BASF products, please visit the EVHA website at www.nahbrc.com/evha or see our Facebook page. (Melden)
- EVHA: EnergyValue Housing Award:** www.nahbrc.com. The EnergyValue Housing Award (EVHA) honors builders and remodelers who integrate energy efficiency into the design, construction & marketing of new and existing homes. (Melden)
- BASF Career:** Thanks guys - appreciate it! (Melden)
- BASF Career:** Meet the Team: Jan Peter Bredehoeft, General Manager Engineering and Maintenance, Nanjing, China. (Melden)
- Jan Peter Bredehoeft:** www.basf.com. In 1999, I had to decide whether to do a doctorate or not. During the application process for BASF, which I first came across at a university fair, I realized that a doctorate was not necessarily required to enjoy a successful career at the company. The offer and position were so attractive that I d... (Melden)

On the right sidebar, there is a 'Werbeanzeige erstellen' section and a 'Facebook-Seiten' section with a message: 'Facebook-Seiten helfen dir dabei, neue Künstler, Unternehmen und Marken zu entdecken. Du kannst dich zudem mit denen vernetzen, die du bereits magst. Weitere Werbeanzeigen'.

... und Twitter

Karriere machen. Zeichen setzen.

twitter

Hast Du ein Konto? [Einloggen](#)

Erhalte kurze, zeitgemäße Nachrichten von otto_jobs.

Twitter ist eine reiche Quelle von Echtzeitsinformationen. Es ist ganz einfach, Dich über eine Reihe von Themen auf dem Laufendem zu halten. **Melde Dich jetzt an und folge @otto_jobs.**

Jetzt anfangen Erhalte Updates per SMS. Sende eine SMS mit **follow otto_jobs** an Deinem entsprechenden Code. [Codes für andere Länder](#)

otto group otto_jobs

Name otto_jobs
Ort Hamburg
Web <http://www.ottogr...>
Biografie Aus der Konzernzentrale der Otto Group twittert für Sie Susanne Hagen.

497 **1,407** 11
Following Follower Lists

Tweets 675

Favoriten

Listen

- [@otto_jobs/ma-otto-group](#)
- [@otto_jobs/hr](#)

Alle ansehen

Following

RT @otto_de: Meine Azubi-Kollegin Kathrein wird gerade geshootet. Über ihr hängt unsere 360-Grad-Kamera. <http://twitpic.com/1fauup> [Viel Spaß]

vor ungefähr 23 Stunden via HootSuite

Bald endet d. Anmeldefrist zur Hamburg Company Tour >> jetzt anmelden & 10 Unternehmen an 1 Tag kennen lernen. <http://ow.ly/1xMiu> #hct10

3:38 AM Apr 13th via HootSuite

@Witt_Gruppe_Job Dankeschön. Freue mich auf Eure Tweets!

6:34 AM Apr 12th via HootSuite als Antwort auf Witt_Gruppe_Job

RT @Spirofrog: #Otto Group wächst in Deutschland und im Online-Handel - Glückwunsch [Vielen Dank... dafür suchen wir ja d. Mitarbeiter :-)]

4:57 AM Mar 30th via HootSuite

Heute ist Abschied angesagt. Unsere Abteilungsleiterin geht in Mutterschutz - wir werden sie vermissen. #TolleChefin <http://ow.ly/1xMiu>

Fazit

- Social Media ist auch im HR-Bereich weiter auf dem Vormarsch und scheint bei einem nicht geringen Teil der DAX-30 Unternehmen angekommen zu sein.
- Das gesamte Potenzial wird bislang jedoch kaum ausgenutzt.
- Lediglich fünf Unternehmen übertrafen in unserer Analyse im Gesamtergebnis die 50-Prozent-Marke.
- Es gibt jedoch bereits einige erfolgreiche Umsetzungsbeispiele, die zeigen, wie gute Personalkommunikation in Social Media aussehen und funktionieren kann.

Fragen und Diskussionspunkte

Fragen und Diskussionspunkte

- Welchen Stellenwert hat das Recruiting über Social Media heute und in Zukunft?
- Welchen Stellenwert hat Social Media für Image und Reputation einer Arbeitgebermarke?
- Welche Erfahrungen haben die teilnehmenden Unternehmen bisher mit dem Recruiting über Social Media gemacht?
- Was ist sinnvoll und was sollte besser unterlassen werden bei der Nutzung von Social Media für die Gewinnung neuer Mitarbeiter?
- Welche Kanäle belegt man direkt selbst und wo nutzt man die Aktivitäten von Dienstleistern wie z.B. die etablierten Jobbörsen?
- Liegen die Chancen eher im Bereich Employer Branding oder auch im direkten Recruiting?
- Wie bzw. mit welchen Methoden/Tools kontrollt man Social Media für HR?

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Literaturhinweise

- Jäger, W. / Meser, C. / Schön, M.: Social Media Aktivitäten der DAX-30 Unternehmen, in: Personalwirtschaft 03/2010 (in Druck)
- Jäger, W. / Böhm, S. / Niklas, S.: Mobile Recruiting - Bewerberansprache per Handy, in: Personalmanager 06/2009, S. 34-36
- Jäger, W.: Neue Rekrutierungsmethoden sind nötig, in: manage_HR 03/2009, S. 8-9
- Jäger, W.: Das Web wird intelligent, in: PERSONALSpezial 09/2009, S. 2-3
- Jäger, W., Böhm, S., Niklas, S.: Bewerberansprache wird mobil, in: PERSONAL 09/2009, S. 6-8
- Jäger, W. / Lukasczyk, A. (Hrsg.): Talent Management. Strategien, Umsetzung, Perspektiven. Köln 2009
- Jäger, W.: Übersicht: Interaktive Internet-Tools für das Personalmanagement, in: HR Today, Heft 7/8 2008, S. 25-28
- Jäger, W.: Die Zukunft im E-Recruiting: Web 2.0, Mobile Media und Personalkommunikation, in: Beck, C. (Hrsg.): Personalmarketing 2.0, Köln 2008, S. 57-65
- Jäger, W. / Böhm, S.: Junge Talente richtig "anbaggern", in: HR Performance, Heft 3/2008, S. 12-16
- Jäger, W.: Von Mobile Media zum mobilen E-Recruiting, in: DGFP e.V. (Hrsg.): PraxisPapiere, Ausgabe 3/2008, S. 67-70
- Jäger, W. / Porr, D.: Nutzenpotenziale des Web 2.0 im Personalmanagement, in: DGFP e.V. (Hrsg.): PraxisPapiere, Ausgabe 3/2008, S. 13-25
- Jäger, W. / Meser, C.: Personalmarketing 2.0, in: personalmagazin, Heft 12/2007, S. 18-19
- Jäger, W. / Böhm, S.: Die Zukunft im E-Recruiting – Web 2.0 und Mobile Media, in: HR Today, Heft 11/2007, S. 44-47
- Jäger, W. / Meser, C.: Blogs, Podcasts & Co. auf dem Vormarsch, in: Personalwirtschaft 11/2007, Sonderheft E-Recruiting, S. 22-24
- Jäger, W. / Meser, C. (Hrsg.): Human Resources im Internet, 6. Aufl., Wiesbaden 2008
- Jäger, W. / Jäger, M. / Frickenschmidt, S.: Verlust der Informationshoheit, in: Personal, Heft 2/2007, S. 8-11

Kontakt

Christian Meser

DJM Consulting GmbH

Limburger Straße 50

61462 Königstein

www.djm.de

Tel.: 0 61 74 / 93 62 26

Fax: 0 61 74 / 93 62 11

E-Mail: c.meser@djm.de