



Die Herausforderungen für Bewerber und Recruiter in Zeiten von Web 2.0

Referent



Carsten Franke, Vorstand

milch & zucker
THE MARKETING & SOFTWARE AG
HR Marketing & eRecruiting Solutions

Tel. 06032/9340-14, eMail c.franke@milchundzucker.de
Web www.milchundzucker.de, bzw. www.employee-branding.de

milch & zucker: Kurzportrait.



*HR Marketing
Solutions*
Agentur

*eRecruiting
Solutions*
Software-Haus

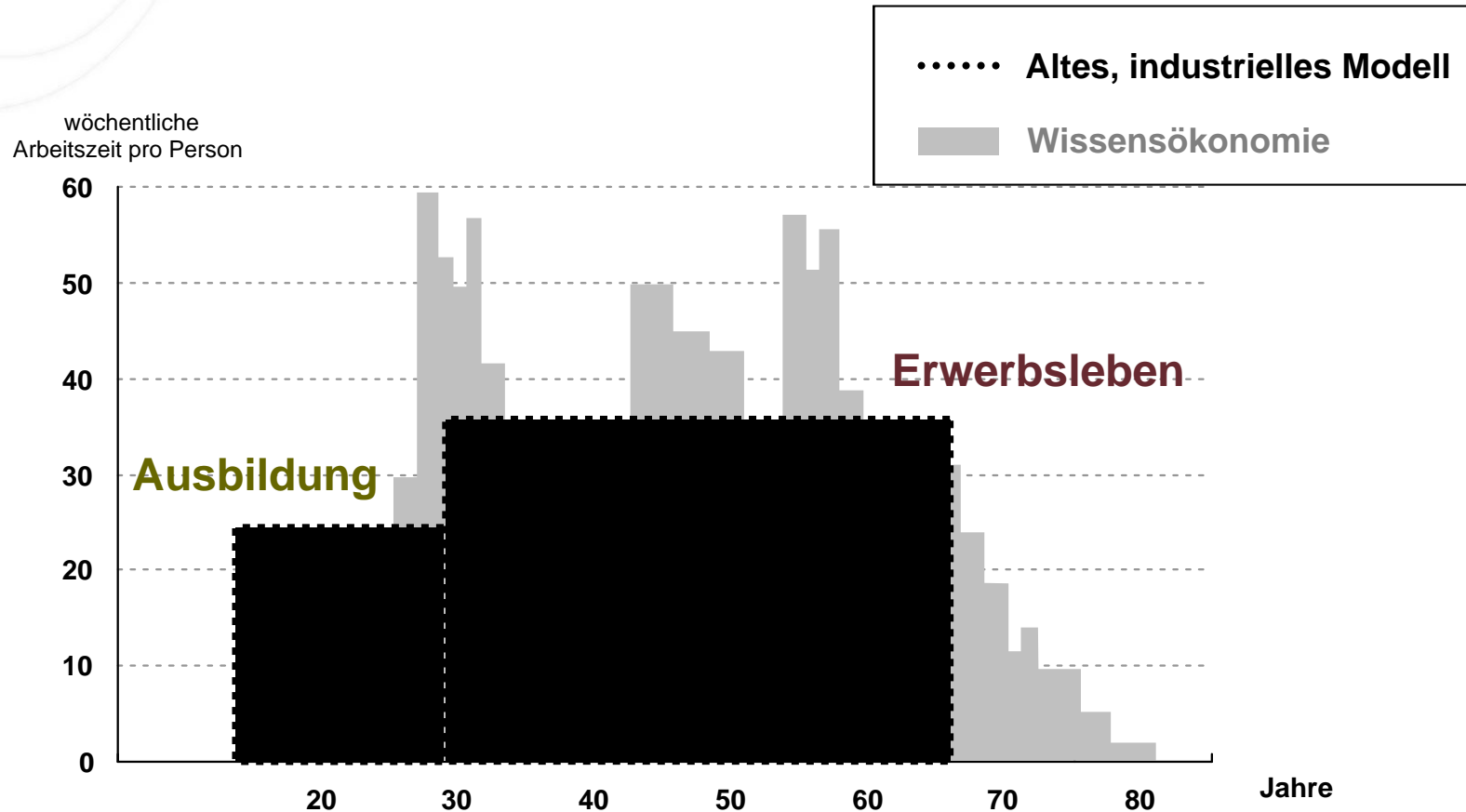
- **Positionierung:** Marketing & Software-Entwicklung zur Unterstützung der Recruiting- und Kommunikationsaufgaben unserer Kunden im Bereich Human Resource Management
- **Engagement:** Founding Member des HR-XML Consortium's European Chapter (s. HR-XML.org), German Standard CV (Initiator), JobStairs® - The Top Company Portal, www.jobstairs.de (Betrieb, Vermarktung, Entwicklung)
- **Standorte:** Bad Nauheim und Hamburg, www.milchundzucker.de

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Veränderungen.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Kojunktur, Globalisierung > Veränderung der Arbeitsbiografie

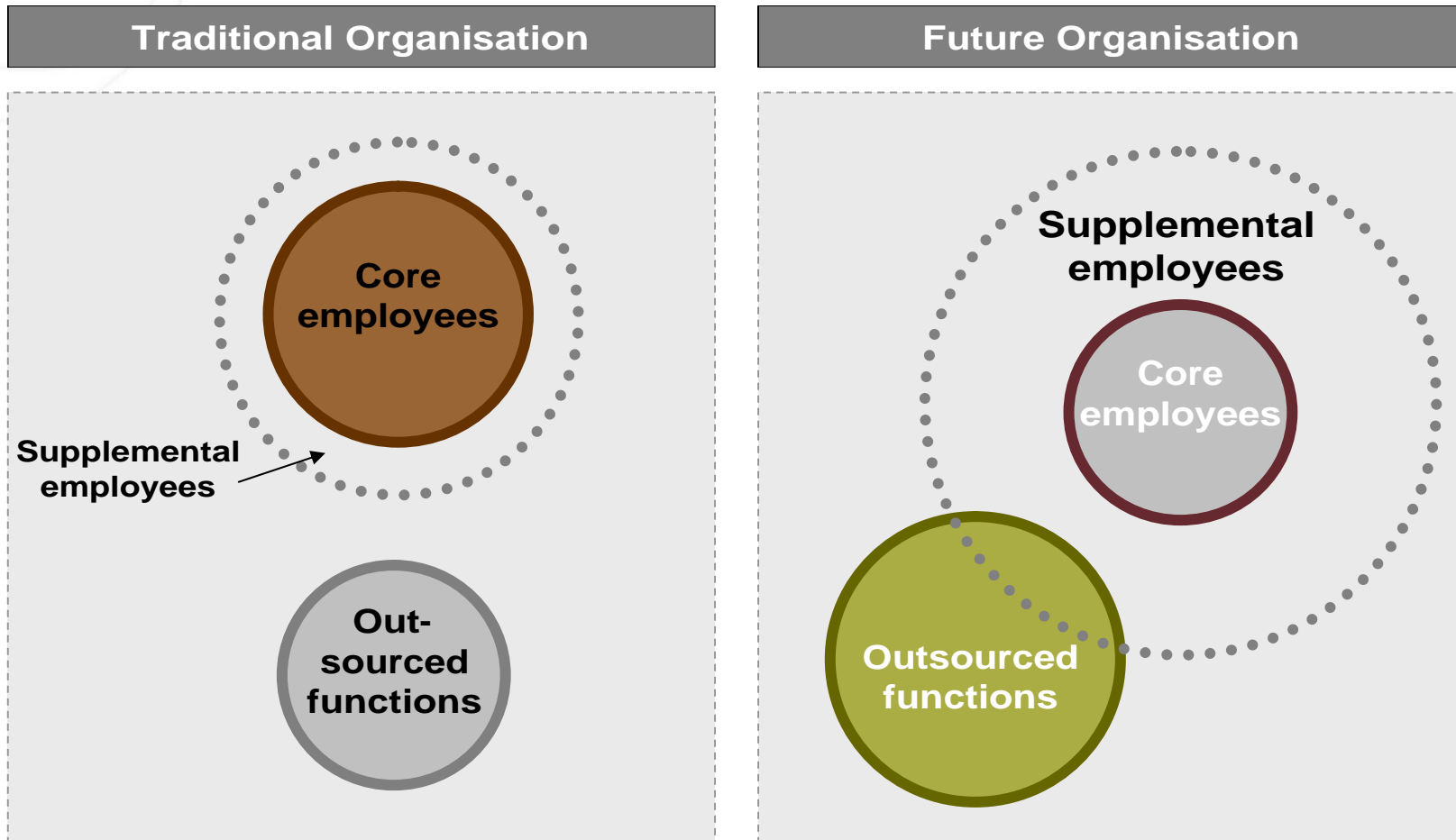


Quelle: Zukunftsinstitut

© Carsten Franke, www.milchundzucker.de

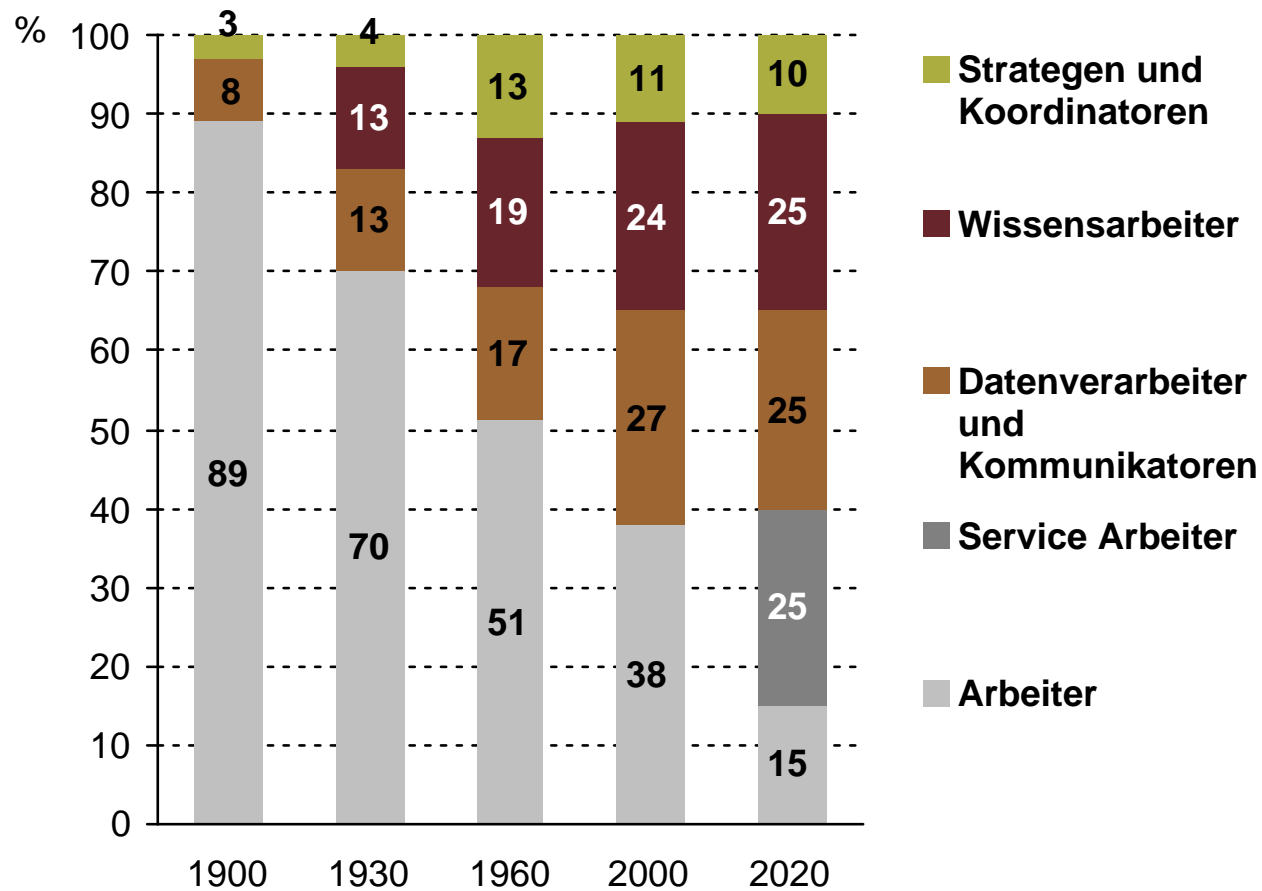
Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Konjunktur, Globalisierung:
Veränderungen in Unternehmen > neuer Typus Mitarbeiter erforderlich



Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Der Bewerber: Immer mehr „symbolanalytische“ Wissensarbeiter

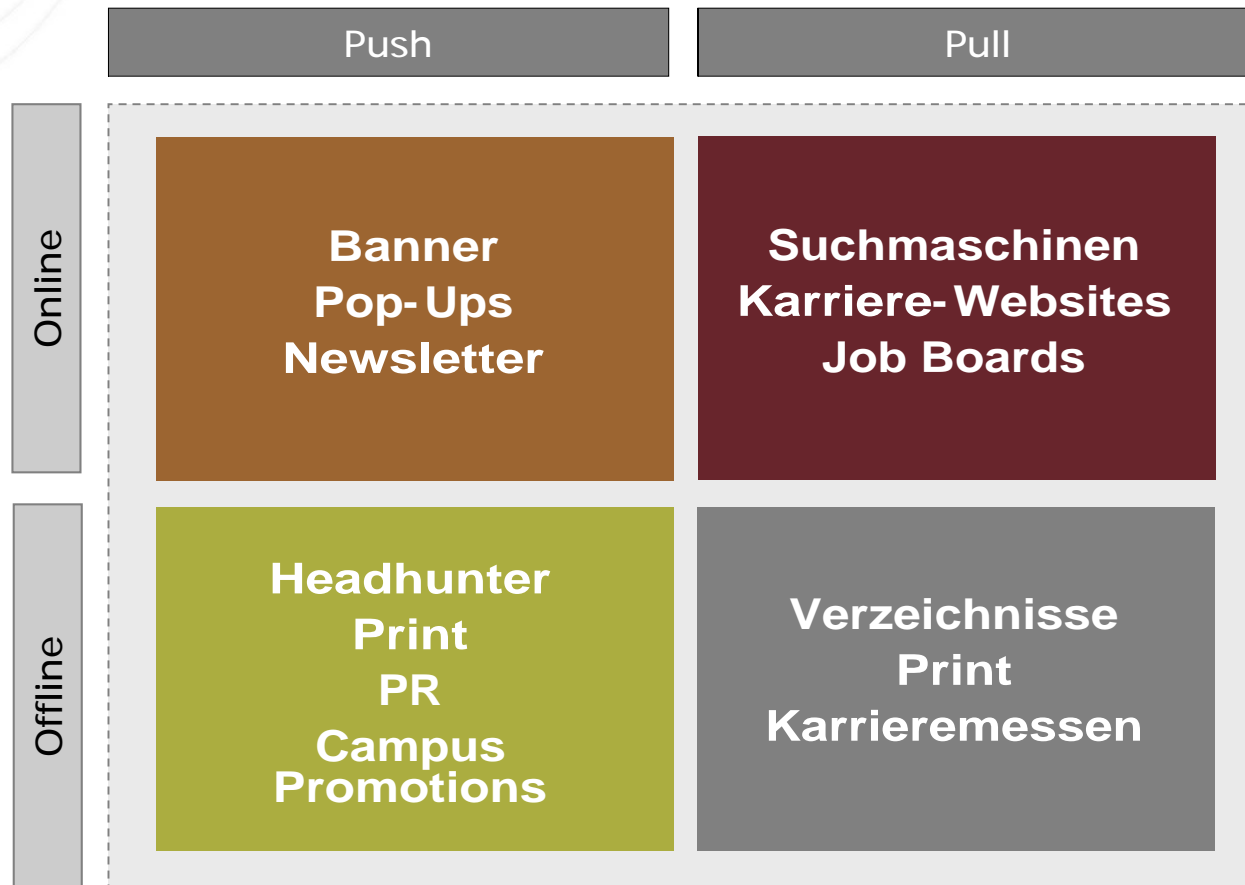


Quelle: McKinsey & Company, Zukunftsinstitut 2002

© Carsten Franke, www.milchundzucker.de

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Medien & Möglichkeiten > Wofür setzen Sie Ihre Budget ein ?

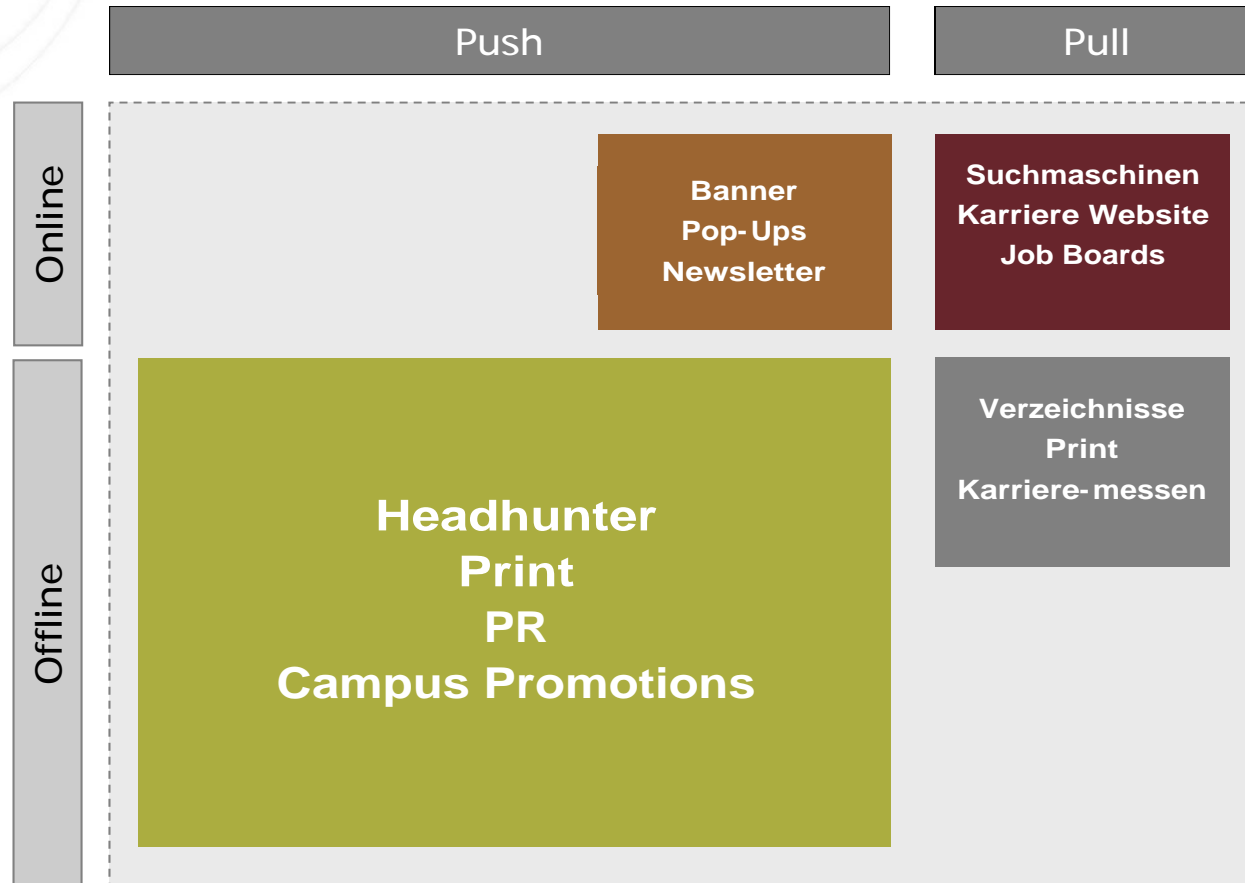


Quelle: Original von Google Inc., modifiziert

© Carsten Franke, www.milchundzucker.de

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

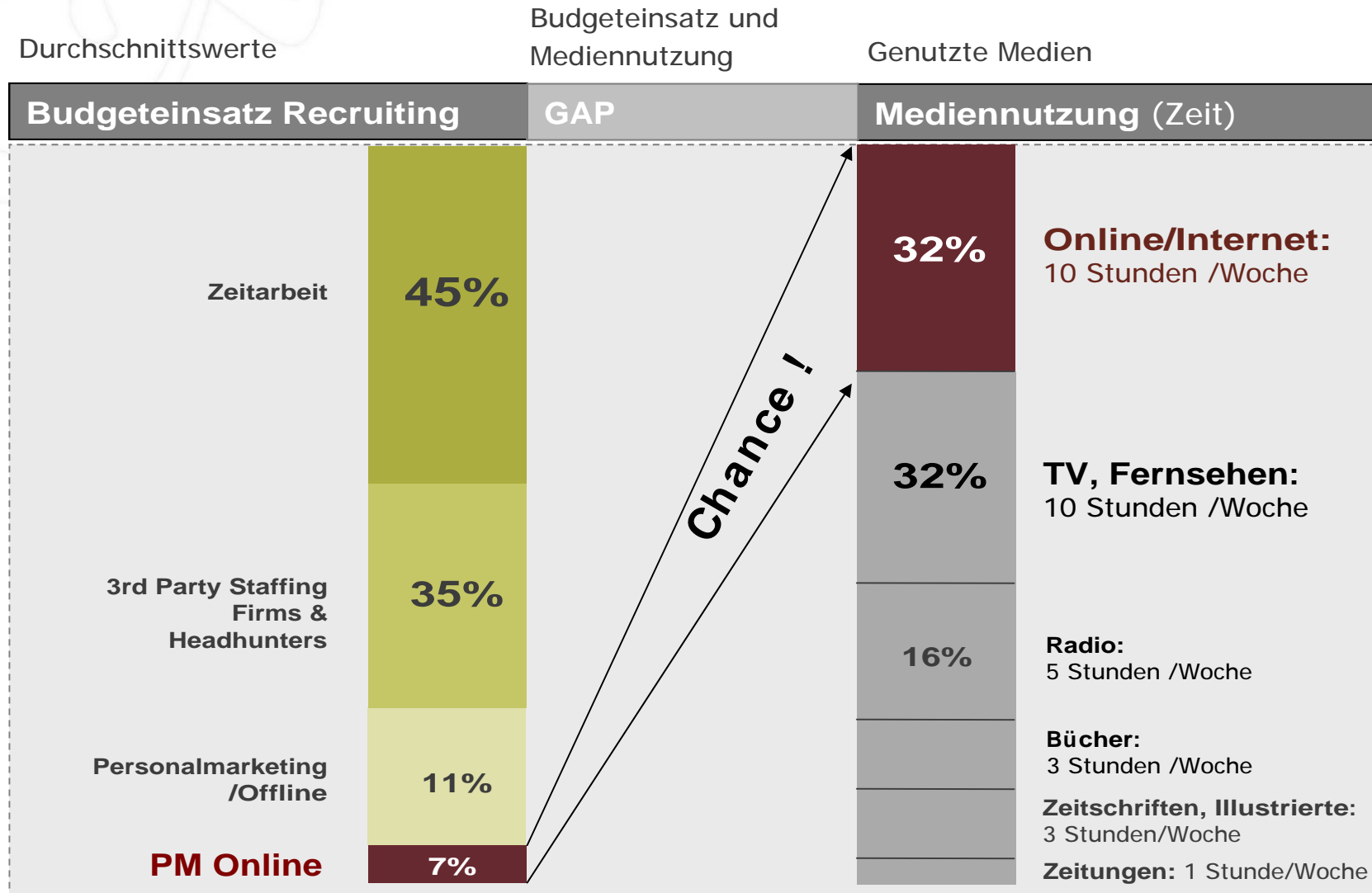
Medien & Möglichkeiten > Etwa so?



Quelle: Original von Google Inc., modifiziert

© Carsten Franke, www.milchundzucker.de

Recruiting 2.0: Stand der Dinge



Quelle: Borrell Recruiting Report (January 2006)

© Carsten Franke, www.milchundzucker.de

Recruiting 2.0: Stand der Dinge



Freunde, private Netzwerke



Recruiting-
veranstaltungen



Mobile Services,
Multimedia-Inhalte

Hi, ...



Suchdienste,
Portale,
Multimedia-Inhalte



iTunes



Social Networks,
Audio/Video Angebote

... wo geht's
zum Job?

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Klar, in **Jobbörsen** gibt es Jobs, aber Google findet doch alles, oder?

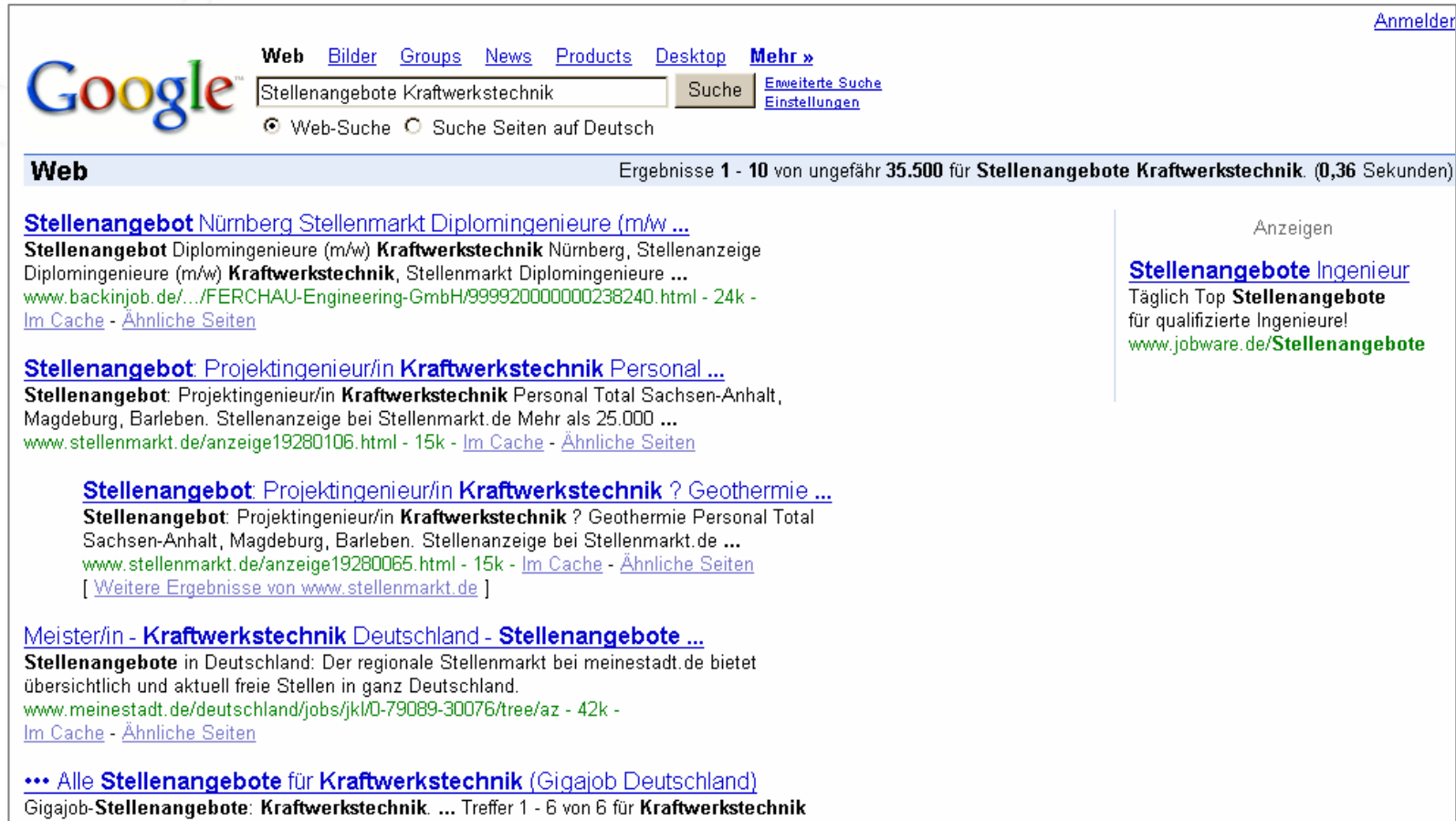
The screenshot shows a Google search interface. At the top, the Google logo is on the left, and navigation links for 'Web', 'Bilder', 'Groups', 'News', 'Products', 'Desktop', and 'Mehr »' are on the right. A search bar contains the text 'Stellenangebote Kraftwerkstechnik' and a 'Suche' button. Below the search bar, there are radio buttons for 'Web-Suche' (selected) and 'Suche Seiten auf Deutsch'. To the right of the search bar, there are links for 'Erweiterte Suche' and 'Einstellungen'. In the top right corner, there is a link for 'Anmelder'.

Below the main search bar, there is a section for 'Google Base BETA'. It has a search bar with 'Suchbegriffe' and two buttons: 'Stellenangebote suchen' and 'Google Base durchsuchen'. Below this, there are dropdown menus for 'Jobart' (set to 'vollzeit') and 'Berufsfeld' (set to 'ingenieurwesen'). To the right of this section, there are links for 'Hilfe | Anmelden' and 'Einen Artikel veröffentlichen | RSS'.

The search results are displayed under the heading 'Startseite > Stellenangebote'. It shows 'Ergebnisse 1 - 8 von etwa 8. (0,03 Sekunden)'. The results are sorted by 'Letztes Veröffentlichungsdatum'. The first result is for 'Projektleiter/in - Dipl.-Ing. Maschinen- und Anlagenbau' with details: 'Jobart: vollzeit Berufsfeld: ingenieurwesen Branche: maschinenbau'. The second result is for 'Stellenangebot: Projektingenieur (m/w) für Vertrieb und Abwicklung' with details: 'Jobart: vollzeit Berufsfeld: ingenieurwesen Branche: ingenieurwesen'. The third result is for 'Projektingenieur/in Holzwerkstoffindustrie' with details: 'Jobart: vollzeit Berufsfeld: ingenieurwesen Branche: ingenieurwesen'. The fourth result is for 'Mitarbeiter (m/w) der Montage' with details: 'Jobart: vollzeit Berufsfeld: ingenieurwesen Branche: ingenieurwesen'.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Google **IST** eine Jobbörse. Sie bietet Jobs im inhaltlichen Context.



The screenshot shows a Google search interface with the search term 'Stellenangebote Kraftwerkstechnik'. The search results are displayed under the 'Web' tab, showing several job listings. The first result is for 'Stellenangebot Nürnberg Stellenmarkt Diplomingenieure (m/w ...)' from www.backinjob.de. The second result is for 'Stellenangebot: Projektingenieur/in Kraftwerkstechnik Personal ...' from www.stellenmarkt.de. The third result is for 'Stellenangebot: Projektingenieur/in Kraftwerkstechnik ? Geothermie ...' also from www.stellenmarkt.de. The fourth result is for 'Meister/in - Kraftwerkstechnik Deutschland - Stellenangebote ...' from www.meinestadt.de. The search results are dated 03/2010. On the right side of the search results, there is a sidebar with the heading 'Anzeigen' and a link to 'Stellenangebote Ingenieur' from www.jobware.de.

Google **Web** Bilder Groups News Products Desktop **Mehr »** [Erweiterte Suche](#) [Einstellungen](#)

Stellenangebote Kraftwerkstechnik

Web-Suche Suche Seiten auf Deutsch

Web Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 35.500 für **Stellenangebote Kraftwerkstechnik**. (0,36 Sekunden)

Stellenangebot Nürnberg Stellenmarkt Diplomingenieure (m/w ...)
Stellenangebot Diplomingenieure (m/w) **Kraftwerkstechnik** Nürnberg, Stellenanzeige Diplomingenieure (m/w) **Kraftwerkstechnik**, Stellenmarkt Diplomingenieure ...
www.backinjob.de/.../FERCHAU-Engineering-GmbH/99992000000238240.html - 24k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Stellenangebot: Projektingenieur/in Kraftwerkstechnik Personal ...
Stellenangebot: Projektingenieur/in **Kraftwerkstechnik** Personal Total Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Barleben. Stellenanzeige bei Stellenmarkt.de Mehr als 25.000 ...
www.stellenmarkt.de/anzeige19280106.html - 15k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Stellenangebot: Projektingenieur/in Kraftwerkstechnik ? Geothermie ...
Stellenangebot: Projektingenieur/in **Kraftwerkstechnik** ? Geothermie Personal Total Sachsen-Anhalt, Magdeburg, Barleben. Stellenanzeige bei Stellenmarkt.de ...
www.stellenmarkt.de/anzeige19280065.html - 15k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)
[Weitere Ergebnisse von www.stellenmarkt.de]

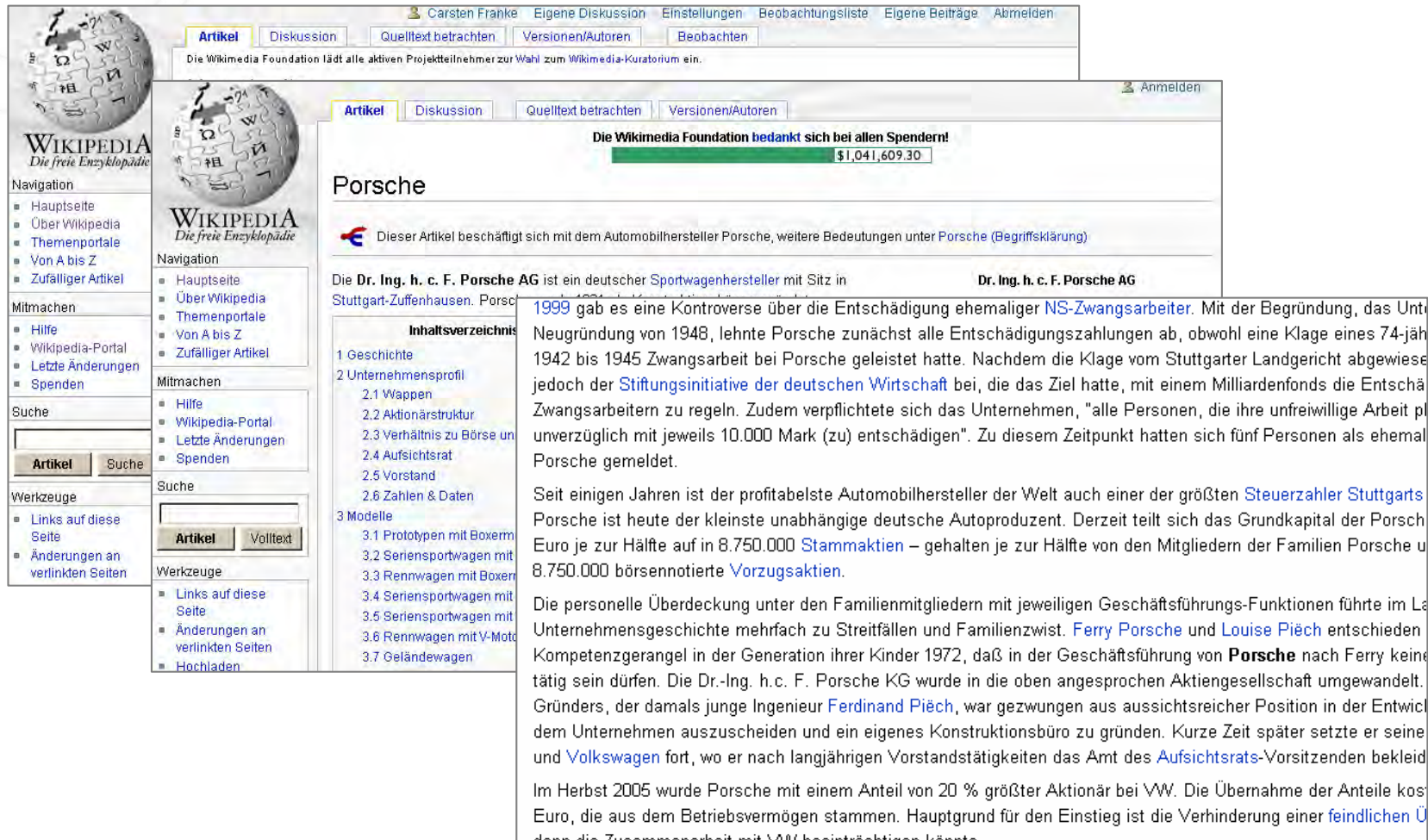
Meister/in - Kraftwerkstechnik Deutschland - Stellenangebote ...
Stellenangebote in Deutschland: Der regionale Stellenmarkt bei meinestadt.de bietet übersichtlich und aktuell freie Stellen in ganz Deutschland.
www.meinestadt.de/deutschland/jobs/jkl/0-79089-30076/tree/az - 42k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

... Alle **Stellenangebote** für **Kraftwerkstechnik** (Gigajob Deutschland)
Gigajob-**Stellenangebote: Kraftwerkstechnik** ... Treffer 1 - 6 von 6 für **Kraftwerkstechnik**

Anzeigen
Stellenangebote Ingenieur
Täglich Top **Stellenangebote**
für qualifizierte Ingenieure!
www.jobware.de/Stellenangebote

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Wikis sind von freiwilligen Autoren verfasste, mehrsprachige, freie Online Enzyklopädien. JEDER darf ändern und verfassen – auch bei Firmendaten.



The screenshot shows a Wikipedia article for 'Porsche' in German. The article title is 'Porsche' and it is categorized under 'Automobilhersteller'. The article text is partially obscured by a large text box. The text box contains the following text:

1999 gab es eine Kontroverse über die Entschädigung ehemaliger **NS-Zwangsarbeiter**. Mit der Begründung, das Unternehmen wurde nach der Neugründung von 1948, lehnte Porsche zunächst alle Entschädigungszahlungen ab, obwohl eine Klage eines 74-jährigen Mannes, der von 1942 bis 1945 Zwangsarbeit bei Porsche geleistet hatte. Nachdem die Klage vom Stuttgarter Landgericht abgewiesen wurde, wurde jedoch der **Stiftungsinitiative der deutschen Wirtschaft** bei, die das Ziel hatte, mit einem Milliardenfonds die Entschädigung der Zwangsarbeiter zu regeln. Zudem verpflichtete sich das Unternehmen, "alle Personen, die ihre unfreiwillige Arbeit vollständig unverzüglich mit jeweils 10.000 Mark (zu) entschädigen". Zu diesem Zeitpunkt hatten sich fünf Personen als ehemalige Zwangsarbeiter bei Porsche gemeldet.

Seit einigen Jahren ist der profitabelste Automobilhersteller der Welt auch einer der größten **Steuerzahler Stuttgarts**. Porsche ist heute der kleinste unabhängige deutsche Autoproduzent. Derzeit teilt sich das Grundkapital der Porsche AG je zur Hälfte auf in 8.750.000 **Stammaktien** – gehalten je zur Hälfte von den Mitgliedern der Familien Porsche und 8.750.000 börsennotierte **Vorzugsaktien**.

Die personelle Überdeckung unter den Familienmitgliedern mit jeweiligen Geschäftsführungs-Funktionen führte im Laufe der Unternehmensgeschichte mehrfach zu Streitfällen und Familienzwiß. **Ferry Porsche** und **Louise Piëch** entschieden sich für eine Kompetenzgerangel in der Generation ihrer Kinder 1972, daß in der Geschäftsführung von **Porsche** nach Ferry keine weiteren Mitglieder tätig sein dürfen. Die Dr.-Ing. h.c. F. Porsche KG wurde in der oben angesprochenen Aktiengesellschaft umgewandelt. Der Gründer, der damals junge Ingenieur **Ferdinand Piëch**, war gezwungen aus aussichtsreicher Position in der Entwicklung des Unternehmens auszuschneiden und ein eigenes Konstruktionsbüro zu gründen. Kurze Zeit später setzte er seine Aktivitäten bei **Volkswagen** fort, wo er nach langjährigen Vorstandstätigkeiten das Amt des **Aufsichtsrats**-Vorsitzenden bekleidete. Im Herbst 2005 wurde Porsche mit einem Anteil von 20 % größter Aktionär bei VW. Die Übernahme der Anteile kostete Porsche 1,041.609,30 Euro, die aus dem Betriebsvermögen stammen. Hauptgrund für den Einstieg ist die Verhinderung einer **feindlichen Übernahme**.
Im Herbst 2005 wurde Porsche mit einem Anteil von 20 % größter Aktionär bei VW. Die Übernahme der Anteile kostete Porsche 1,041.609,30 Euro, die aus dem Betriebsvermögen stammen. Hauptgrund für den Einstieg ist die Verhinderung einer **feindlichen Übernahme**.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Zu Web 1.0 – Zeiten zogen die großen Internet-Zugangsanbieter, wie AOL, Lycos & Co. massenweise User an. Jetzt sind es die Social Communities im **Web 2.0**, wie

The screenshot displays a collage of web pages from the mid-2000s. At the top left is the YouTube logo with the tagline 'Broadcast Yourself™'. Below it are navigation tabs for 'Videos', 'Categories', 'Channels', and 'Community', along with an 'Upload Videos' button. In the center, there's a search bar and a 'Search' button. To the right, there are links for 'Sign Up', 'My Account', 'History', 'QuickList (0)', 'Help', and 'Log In'. Below the YouTube interface, several other web pages are visible:

- MySpace Deutschland BETA**: A social networking site with the slogan 'a place for friends'. It features a search bar, navigation links like 'Mein MySpace', 'Treffpunkt', 'Suchen', 'Einladen', and 'Mail', and a section for 'Dein Video auf de...'. A video titled 'The Dance' by Danielle is featured.
- flickr**: A photo-sharing platform with 'Home' and 'Learn' links and a 'Search' function.
- studiVZ**: A student directory website with a navigation menu including 'Leute finden', 'Start', 'Meine Seite ändern', 'Meine Freunde', 'Meine Fotos', 'Meine Gruppen', 'Nachrichtendienst', 'Mein Account', and 'Privatsphäre'. It also has a 'Web' tab and a 'Leute finden' search bar.
- STUDIVERZEICHNIS**: A detailed profile page for 'Yann Kissela Seite' from 'Uni Frankfurt/M'. It includes a profile picture of a woman wearing sunglasses, a 'Verbindung' section (showing 'Keine gefunden'), an 'Information' section with details like 'Name', 'Mitglied seit: 02.07.2006', 'Letztes Update: 19.09.2007', 'Hochschule: Uni Frankfurt/M', 'Status: Student', 'Geschlecht: männlich', and 'Studiengang: Wirtschaftswissenschaften - BWL/VWL'. It also lists 'Interessen', 'Clubs, Vereine', 'Musikgeschmack', 'Lieblingsbücher', 'Lieblingfilme', 'Lieblingszitate', and 'Arbeit' (Workaholic).
- Recruiting**: A section with the text 'Looking for recruit what you want today' and a link to 'www.ebay.com'.
- MySpace-Musik**: A section for music on MySpace.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Social Communities sind die neuen Talentpools: Viele Angestellte, Selbständige, Studenten, Stellensuchende und latent Stellensuchende nutzen bereits Business Networks, wie **Xing, StudiVZ, CapUp, Facebook etc.** Und können hier durch immer bessere Suchstrategien – auch von Recruitern und Headhuntern – gefunden werden.

The screenshot shows the XING website interface. At the top, there's a search bar with the text 'Suche Name, Firma oder andere Suchwörter' and a 'Finden' button. Below the search bar, there's a navigation menu with 'Start', 'Mitglieder', 'Nachrichten', 'Adressbuch', 'Gruppen', 'Termine', and 'PremiumWorld'. The main content area displays search results for 'StudiVZ'. On the left, there's a sidebar with 'Suchergebnisse für' and 'Ergebnisse 1-10 von 200'. The main profile shown is for 'Yann Kissels Seite' at 'Uni Frankfurt/M'. The profile includes a photo of a man wearing sunglasses, a 'Verbindung' section with 'Keine gefunden', and an 'Information' section with details like 'Name', 'Mitglied seit: 02.07.2006', 'Letztes Update: 19.09.2007', 'Hochschule: Uni Frankfurt/M', 'Status: Student', 'Geschlecht: männlich', 'Studiengang: Wirtschaftswissenschaften - BWL/VWL', 'Geburtsdag: [redacted]', 'Interessen: Reisen, Schwimmen, Kunst', 'Clubs, Vereine: Graf Zeppelin Pakt', 'Musikgeschmack: "Alles ausser Techno und Volksmusik", Mana, Buena Vista Social Club', 'Lieblingsbücher: Die Vermessung der Erde, Die Korrekuren', 'Lieblingsfilme: The Simpsons, The Billabong Oddisey, The Big Lebowski...', 'Lieblingszitate: So-da-la. Jetzt mal Butter bei die Fische. Immer locker bleiben. Schlecht sieht anders aus.', and 'Arbeit: Art des Jobs: Workaholic'.

Daten von Xing:

- 1,5 Mio. Mitglieder
- ca. 200.000 sind zahlende Mitglieder
- 16 Sprachen
- Suche u.a. auch nach ehemaligen Mitarbeitern

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Meinungen anstelle von Informationen: Die vier bekanntesten Verbraucherportale in Deutschland sind Dooyoo, Ciao, Yopi.de und MyMeinung. Hier finden sich nicht nur Produktmeinungen ...

The screenshot shows the Dooyoo website interface. At the top, there's a search bar with the text "Was suchen Sie?" and a "Los" button. Below the search bar, there's a navigation menu with "Home > Bildung & Karriere > Arbeitgeber > Deutsche Post AG". The main content area displays a list of employer reviews. The first review is for "Deutsche Post AG" with a 5-star rating and 2 test reports. The second review is for "FIAT" with a 4-star rating and 1 test report. The third review is for "BMW AG" with a 5-star rating and 1 test report. The fourth review is for "Volkswagen AG" with a 5-star rating and 1 test report. The fifth review is for "Deutsche Renault AG" with a 5-star rating and 1 test report. On the left side, there's a sidebar with a "Filtern" section and a "nach A" section. On the right side, there's a "Berichte" section with a "Berichte lesen - Hier klicken" button.

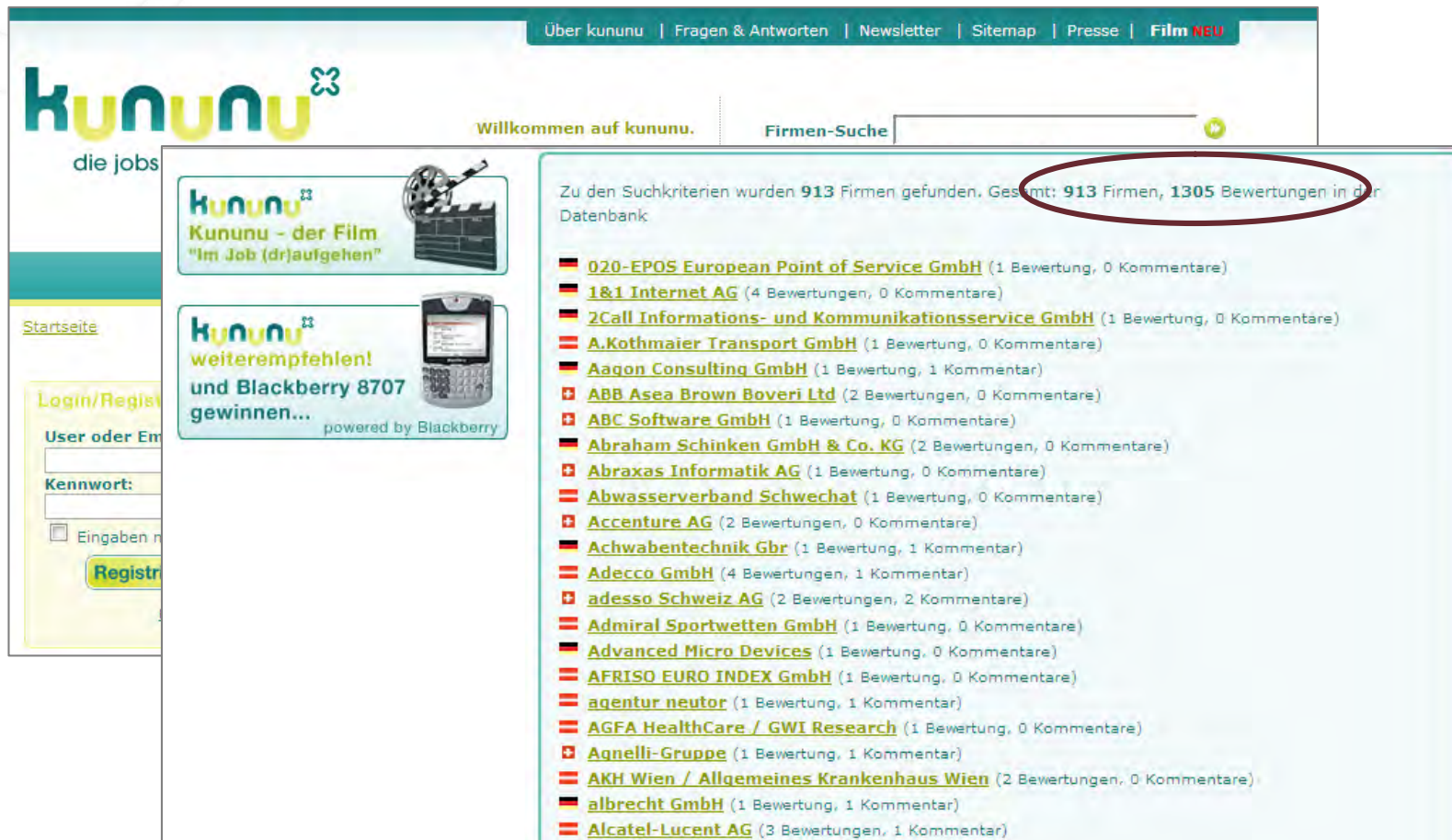
Momentaufnahme:

Aktuell finden sich **495** Einträge von Usern unter der Rubrik „Arbeitgeber“.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Meinungen anstelle von Informationen:

Auch Portale mit dem spezifischen Ziel der Arbeitgeberbewertung gibt es schon.



Über kununu | Fragen & Antworten | Newsletter | Sitemap | Presse | **Film NEU**

kununu
die jobs

Willkommen auf kununu. Firmen-Suche

Zu den Suchkriterien wurden **913** Firmen gefunden. Gesamt: **913** Firmen, **1305** Bewertungen in der Datenbank

- 020-EPOS European Point of Service GmbH (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- 1&1 Internet AG (4 Bewertungen, 0 Kommentare)
- 2Call Informations- und Kommunikationsservice GmbH (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- A.Kothmaier Transport GmbH (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- Aagon Consulting GmbH (1 Bewertung, 1 Kommentar)
- ABB Asea Brown Boveri Ltd (2 Bewertungen, 0 Kommentare)
- ABC Software GmbH (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- Abraham Schinken GmbH & Co. KG (2 Bewertungen, 0 Kommentare)
- Abraxas Informatik AG (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- Abwasserverband Schwechat (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- Accenture AG (2 Bewertungen, 0 Kommentare)
- Achwabentechnik Gbr (1 Bewertung, 1 Kommentar)
- Adecco GmbH (4 Bewertungen, 1 Kommentar)
- adesso Schweiz AG (2 Bewertungen, 2 Kommentare)
- Admiral Sportwetten GmbH (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- Advanced Micro Devices (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- AFRISO EURO INDEX GmbH (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- agentur neutor (1 Bewertung, 1 Kommentar)
- AGFA HealthCare / GWI Research (1 Bewertung, 0 Kommentare)
- Agnelli-Gruppe (1 Bewertung, 1 Kommentar)
- AKH Wien / Allgemeines Krankenhaus Wien (2 Bewertungen, 0 Kommentare)
- albrecht GmbH (1 Bewertung, 1 Kommentar)
- Alcatel-Lucent AG (3 Bewertungen, 1 Kommentar)

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Personen anstelle von Stellenanzeigen

Stellenanzeigen werden lebendig, Jobs bekommen ein Gesicht.

The screenshot displays the Jobster website interface. At the top, the Jobster logo is accompanied by the tagline "meet your future". Below the logo is a search bar with two tabs: "search jobs" and "search people". The "search jobs" tab is active, and the search input field contains the text "job title, company, or keyword". To the right of the input field is a "SEARCH" button with a magnifying glass icon. Below the search bar, there is a navigation bar with the text "Create a profile and get found by employers. Post your resume on Jobster today." and a link "already have an account? sign in".

The main content area features a profile for Chris LaCaze. On the left is a vertical banner image of a woman in a black dress. The profile itself includes a photo of Chris LaCaze, his name "Chris LaCaze", his location "Lynnwood, WA", and the status "currently: My group is hiring!". Below this, there are "Superstar tags" which include "engineer", "recruiter", "project management", "self starter", and "bgi technical services". To the right of the profile is a "Make a connection" box with two buttons: "Add to bookmarks" and "Add to contacts". Below the profile, it states "Chris has 30 contacts." and a red banner at the bottom of the profile area says "Chris is hiring!".

At the bottom right of the page, there are two promotional sections: "Dubai Job Offers" with the text "Recruiters In Dubai Send Job Offers Based On Your CV. Send Yours Now!" and a link to "www.TeleportMyJob.com/Dubai_Jobs", and "Jobs for Veterans" with the text "Thousands of Employers Looking For Your Experience. Sign Up & Seal".

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Podcasting bezeichnet das Produzieren und Anbieten von Mediendateien in einem Newsfeed (meistens RSS) über das Internet. Der Begriff setzt sich aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. für „Rundfunk“) zusammen. Größte Nutzergruppe sind „junge Leute“ (16 – 29 Jahre).

The screenshot displays the iTunes application window. The main content area shows a podcast player for 'Annik Rubens' with a 'Kostenlos ABONNIEREN' button. Below this is a large red promotional banner for IKEA with the headline 'BEI UNS KANN AUS EINEM SEIFENSPENDER EINE KETCHUPFLASCHE WERDEN. UND WAS WIRD AUS DIR?'. Underneath the banner, there is a section titled 'ALLE MAL HERHÖREN:' featuring a woman wearing headphones and a description of a podcast about education and career. The bottom of the screenshot shows a progress bar for 'FOLGE 4/4' and the text 'Du möchtest die Sendung nicht mehr verpassen?'.

Info:

- iTunes ist das bedeutendste Podcast-Portal
- In der Rubrik „Wirtschaft“ finden sich bereits einige Angebote von Unternehmen und Usern zum Thema Karriere etc.
- Zahlenmaterial zur Nutzung ist noch spärlich

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Mitarbeiter-Blogs, nicht unter Firmenregie.

The image shows three overlapping screenshots of Blogger blogs:

- Top screenshot:** A Blogger post titled "Mit-Macher für Accenture" with a sub-header "Spannende Themen". The text discusses work-life balance and organizational structure at Accenture.
- Middle screenshot:** A Blogger post titled "XOOGLERS" with the sub-header "A GATHERING". The text discusses the Merriam-Webster Online (OED) and the term "googling".
- Bottom screenshot:** A Blogger post titled "BLOGNIC" with the sub-header "Kostenloses Blog von Blognic.net - Administration". The main content is an article by "WAZsolls" dated "07 Aug, 2006" titled "Tarnkappe bei der WAZ". The article discusses the WAZ newspaper's presence in the blogosphere and the author's anonymity. The article text includes: "Es ist doch nicht zu glauben, kaum einen Tag in der Blogosphäre unterwegs (nun ja, vor einer Woche hat man mir versucht zu erklären, was ein Blog ist) und schon wird man wahrgenommen. Na gut, die große WAZ und ihr bisher kleiner Anfang im Blog-Dorf bewegt natürlich die Gemüter der online-Gurus. Und wenn dann auch noch eine der Ihren auf die Kommandobrücke des Tankers WAZ geholt wird...". The article also includes a search bar, a menu, and a list of categories and archives.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

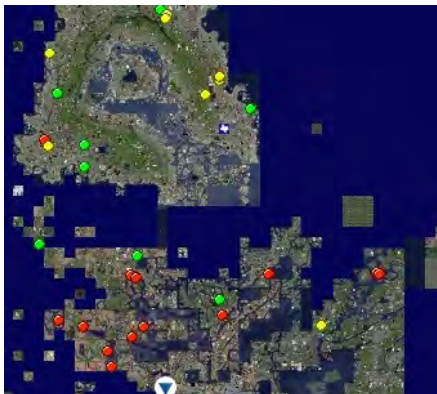
Recruiting Blogs „unter dem Firmendach“.

The screenshot shows the Bosch Trainee Blog interface. At the top, it says 'Technik fürs Leben' and 'BOSCH'. The main content area features a post titled 'Was macht eigentlich ein Personalreferent den ganzen Tag lang?' by Janica, dated 16. Oktober, 2007. The post text discusses the challenges of being a personal referent, mentioning tasks like handling rumors, interviews, and employee development. A sidebar on the left contains navigation links for 'Willkommen im Bosch Trainee Blog', 'Allgemein', 'Meta', 'Kategorie / Traineeprogramm', and 'Archiv'. A 'Schlagwörter' (tags) section lists various topics like 'Alltag', 'Auslandsstation', 'Erste Station', etc. On the right, there is a search bar and sections for 'Kategorien', 'Autorenprofile', 'Links', and 'Meta'.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Second Life & Co. Die virtuelle (Recruiting-)Welt?

- Online seit 2003
- Server für den Betrieb, ca. 5.500
- Mitarbeiter der Betreiberfirma, ca. 120
- Registrierte Anwender, ca. 3,2 Mio.
- Aktive User über 60 Tage, ca. 1,1 Mio.
- Aktive User täglich, ca. 90.000
- Dauerhafte „Einwohner“, ca 0,6 Mio.
- Wachstum ca. 20% im Monat



Recruiting 2.0: Stand der Dinge

**Second Life & Co.
Die virtuelle (Recruiting-)Welt?**

Positive, interessante Aspekte

- Volle Gestaltungsmöglichkeit der eigenen Marke
- Breite Interaktionsmöglichkeiten (z.B. Testing)
- Virtuelle, „unpersönliche“ Kontaktmöglichkeiten
- Interessante (?) Zielgruppe(n)
- Möglicher Prototyp für zukünftige Entwicklungen

Negative, bedenkenswerte Aspekte

- „Umwelt“ wird von vielen Interessen geprägt (Business, Rotlichtbereiche, etc.)
- Aufwand im Verhältnis zu konkretem (Recruiting-)Nutzen
- Intransparenz in Bezug auf die Zielgruppe (Maskierungen)



Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Web 1.0 vs. Web 2.0: Wichtige Änderungen



Web 1.0	Web 2.0
Unternehmen	Menschen
Ort	Gemeinschaft
klar und übersichtlich	offen, amorph
umfassend/oberflächlich	unauslotbar tief
Inhalt	Ausdruck
monologisch	dialogisch
Langsam, in Geschäftszeit	schnell/Blog-, Echtzeit
geschlossen	partizipativ
anonym	persönlich
unpersönlich	sensibel, menschlich
breit	Nische



Zur Anzeige wird der QuickTime™ Dekompressor „TIFF (Unkomprimiert)“ benötigt.

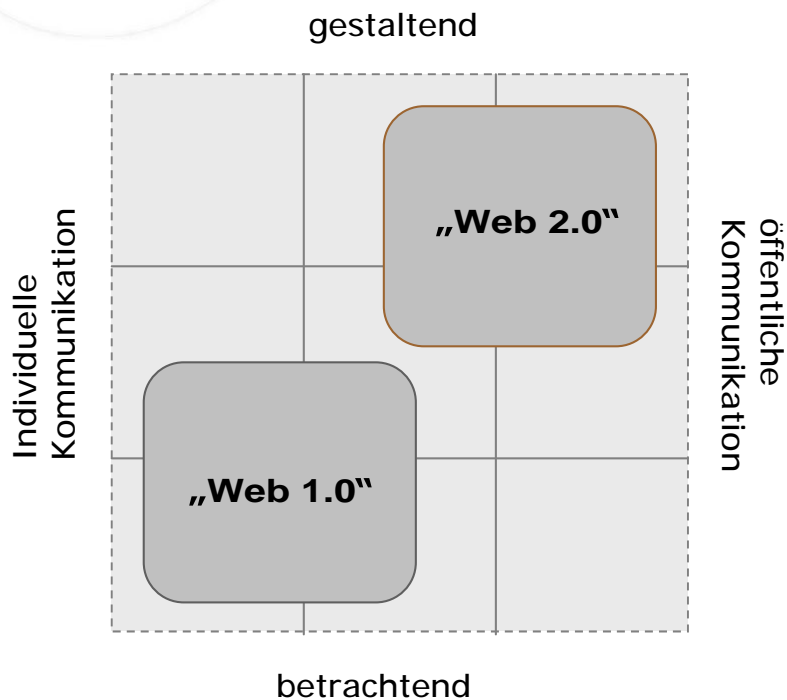


Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Aktiv partizipierende Nutzer
 Passiv partizipierende Nutzer

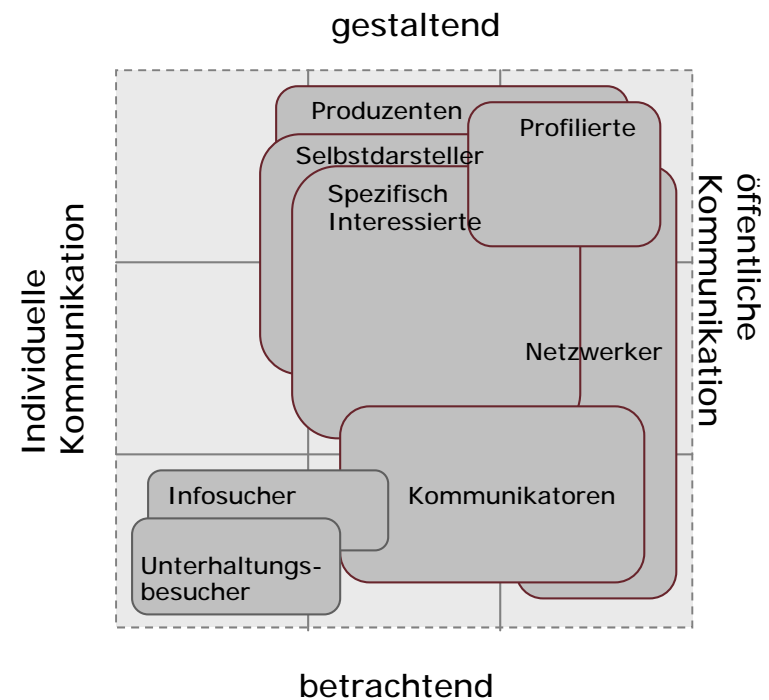
Typologie der Web 2.0er

Web 2.0 in zwei Dimensionen



Der Web 2.0 Nutzer ist aktiver als der Web 1.0 Nutzer ...

Typologie der Nutzer Web 2.0

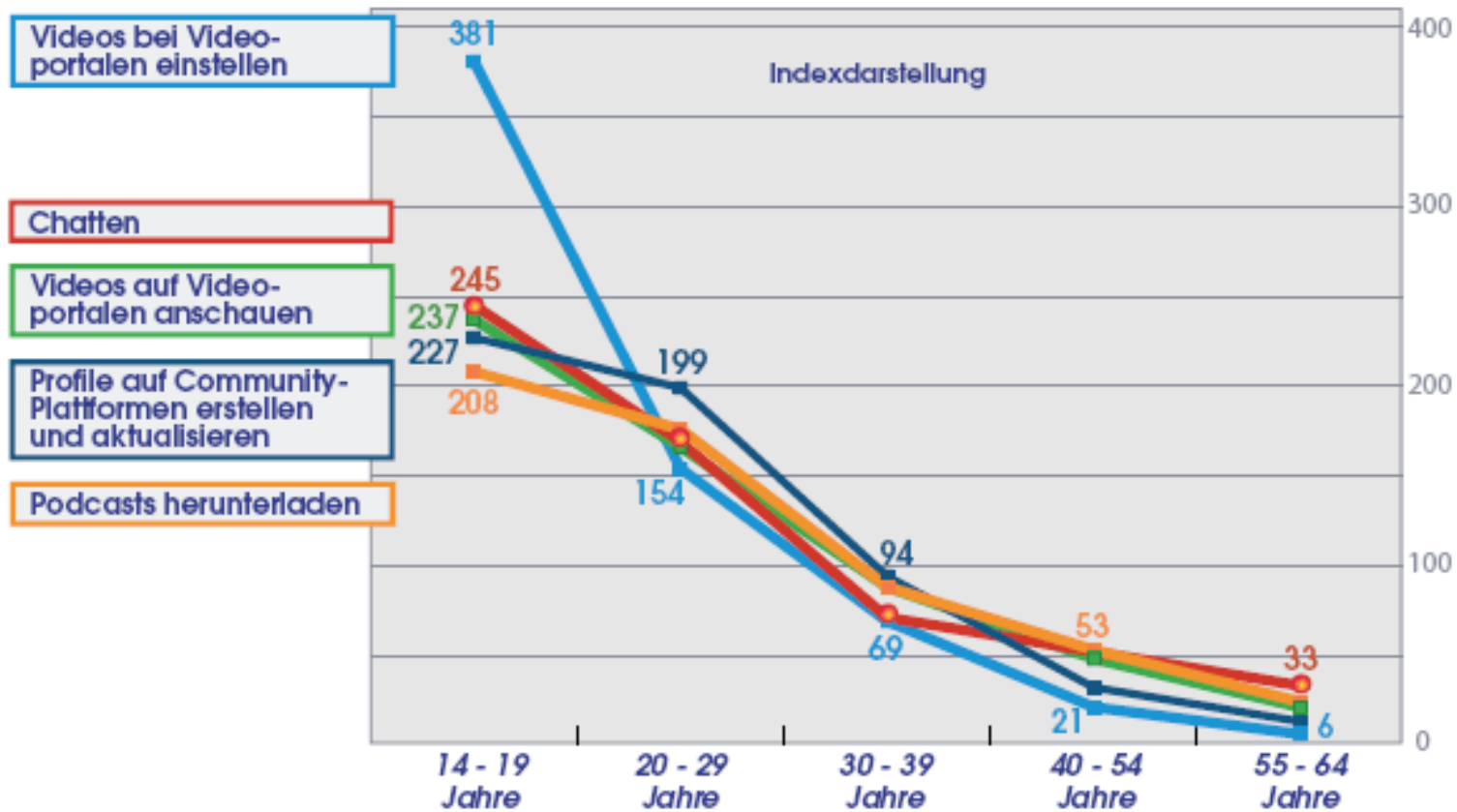


... und bringt mehr Eigenschaften eines interessanten Bewerbers mit.

Quelle: Result, 01/2007

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

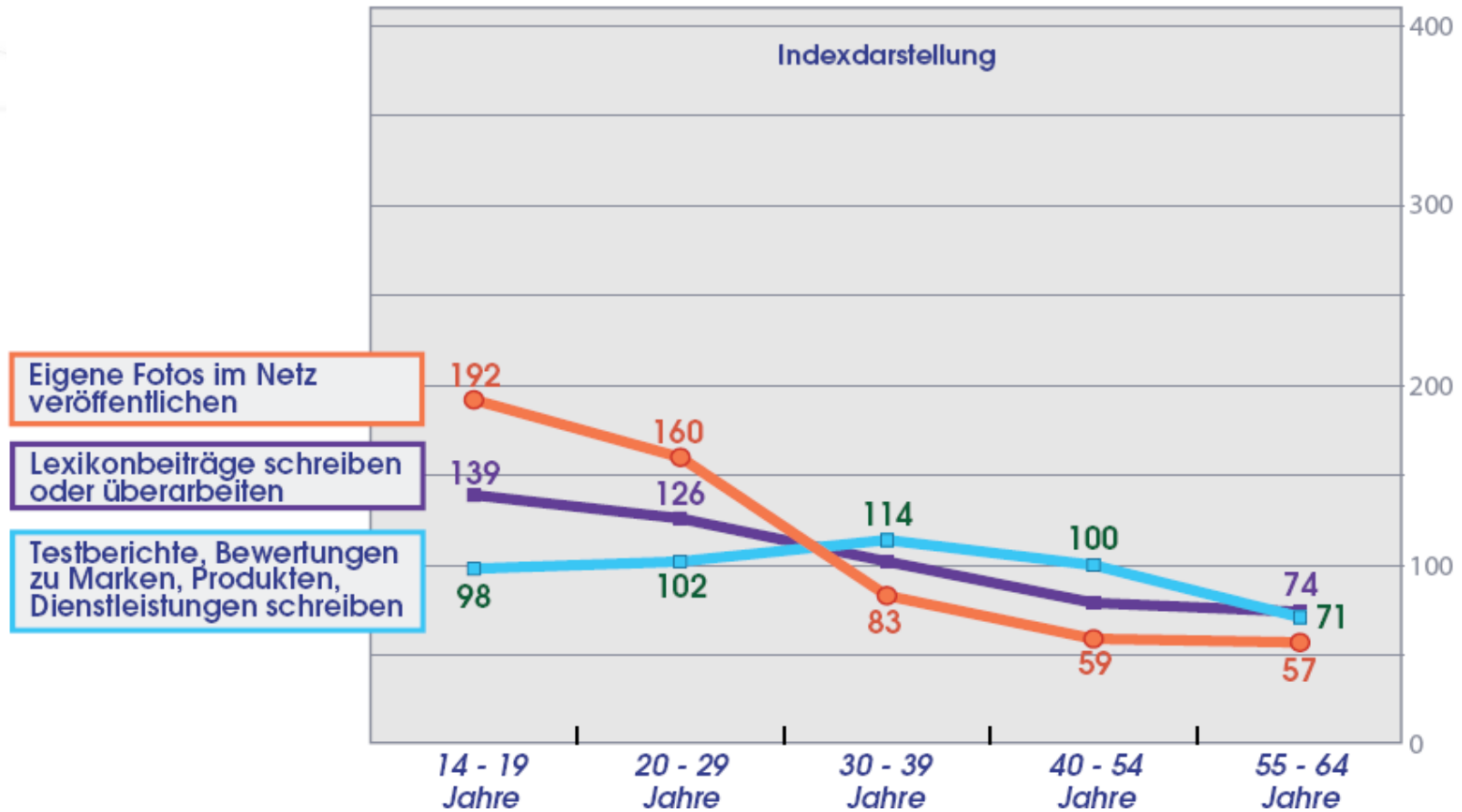
Altersgebundene Nutzung von Web 2.0 - Features



Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2007

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

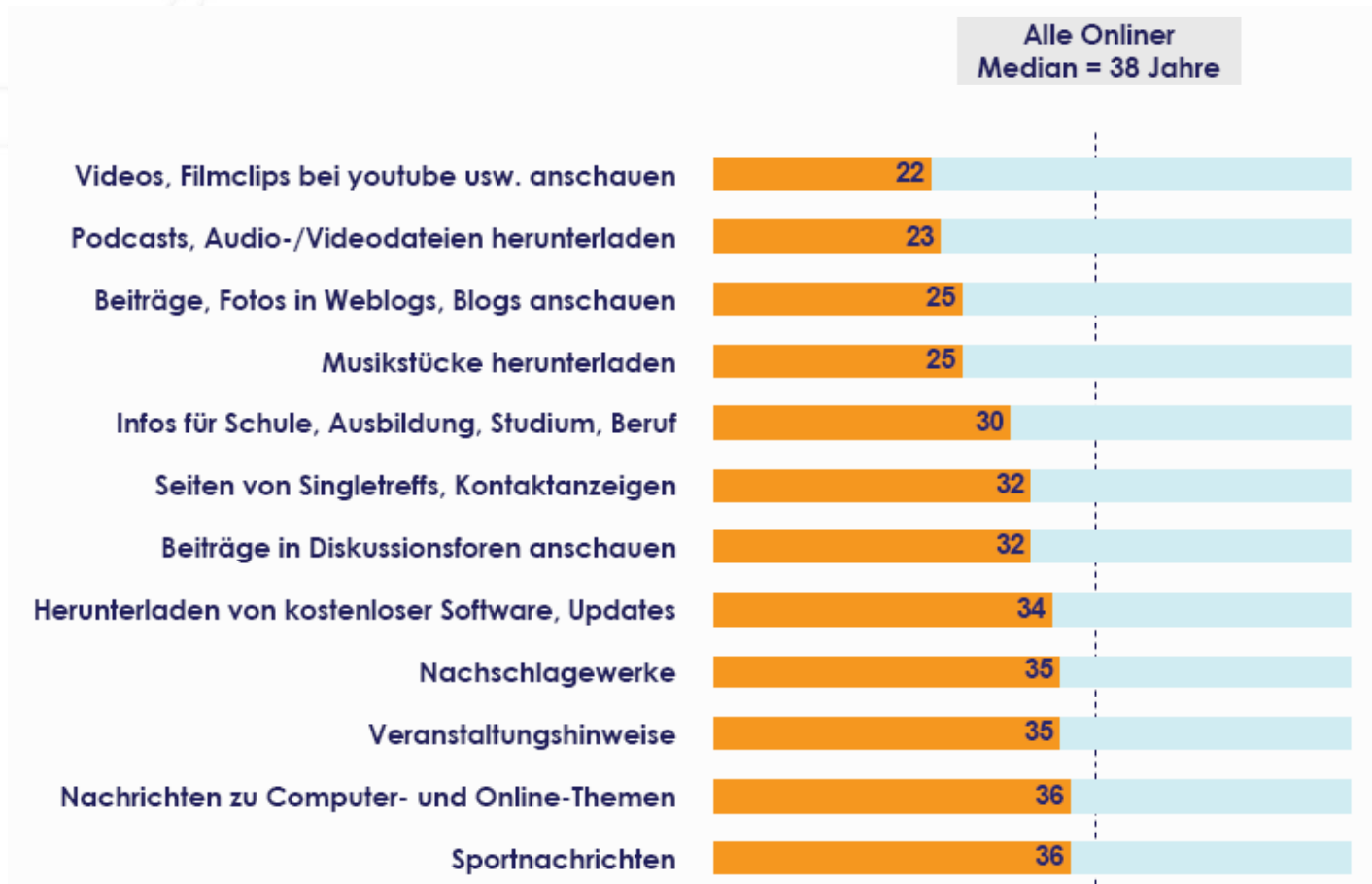
Nicht altersgebundene Nutzung von Web 2.0 - Features



Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2007

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Nutzungsschwerpunkte von Web 2.0 - Features nach Alter

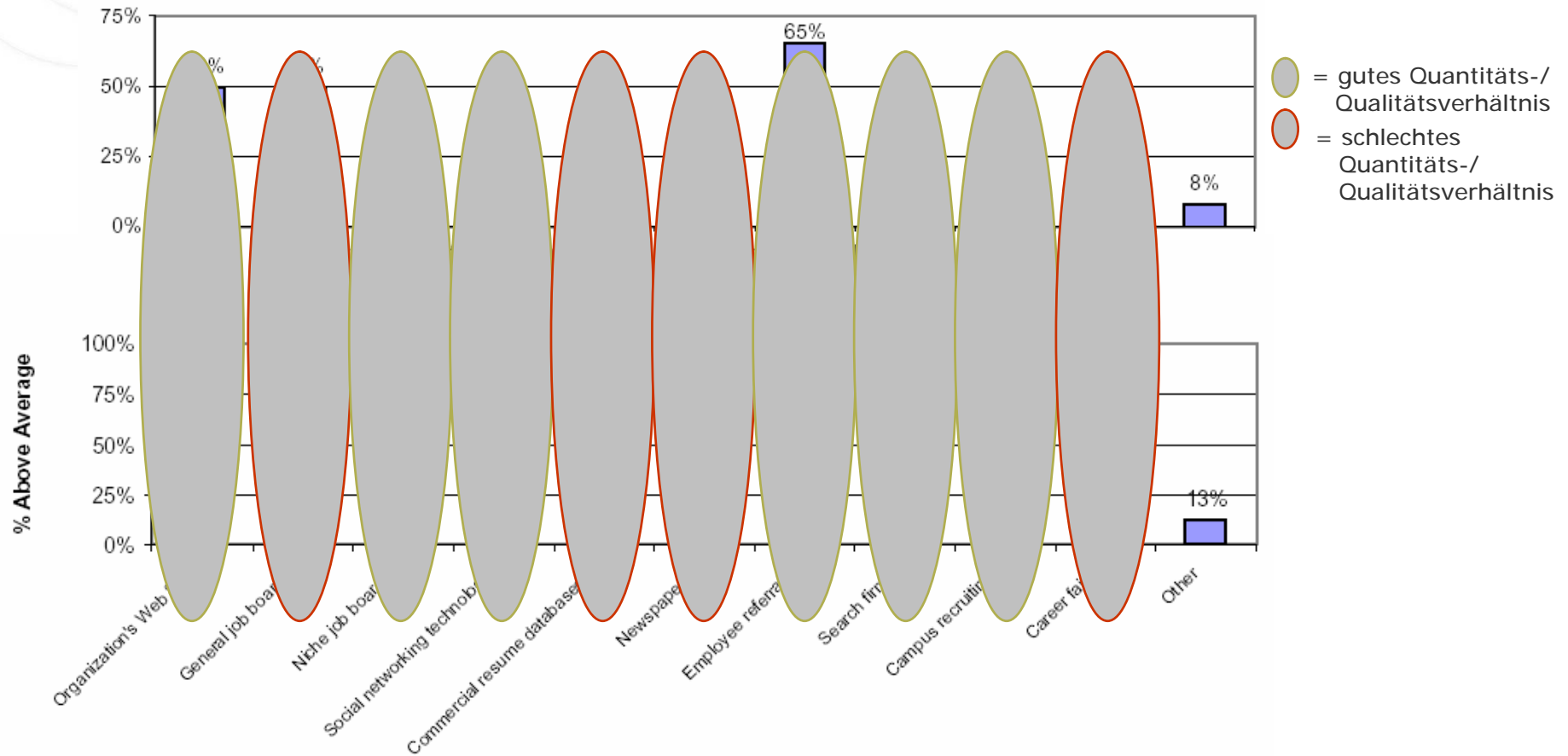


Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse, ACTA 2007

Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Quantität und Qualität der Recruiting-Kanäle: Ein Abgleich.

Rate each of the following sources with regard to the volume of applicants (i.e. QUANTITY) that your organization received in 2005



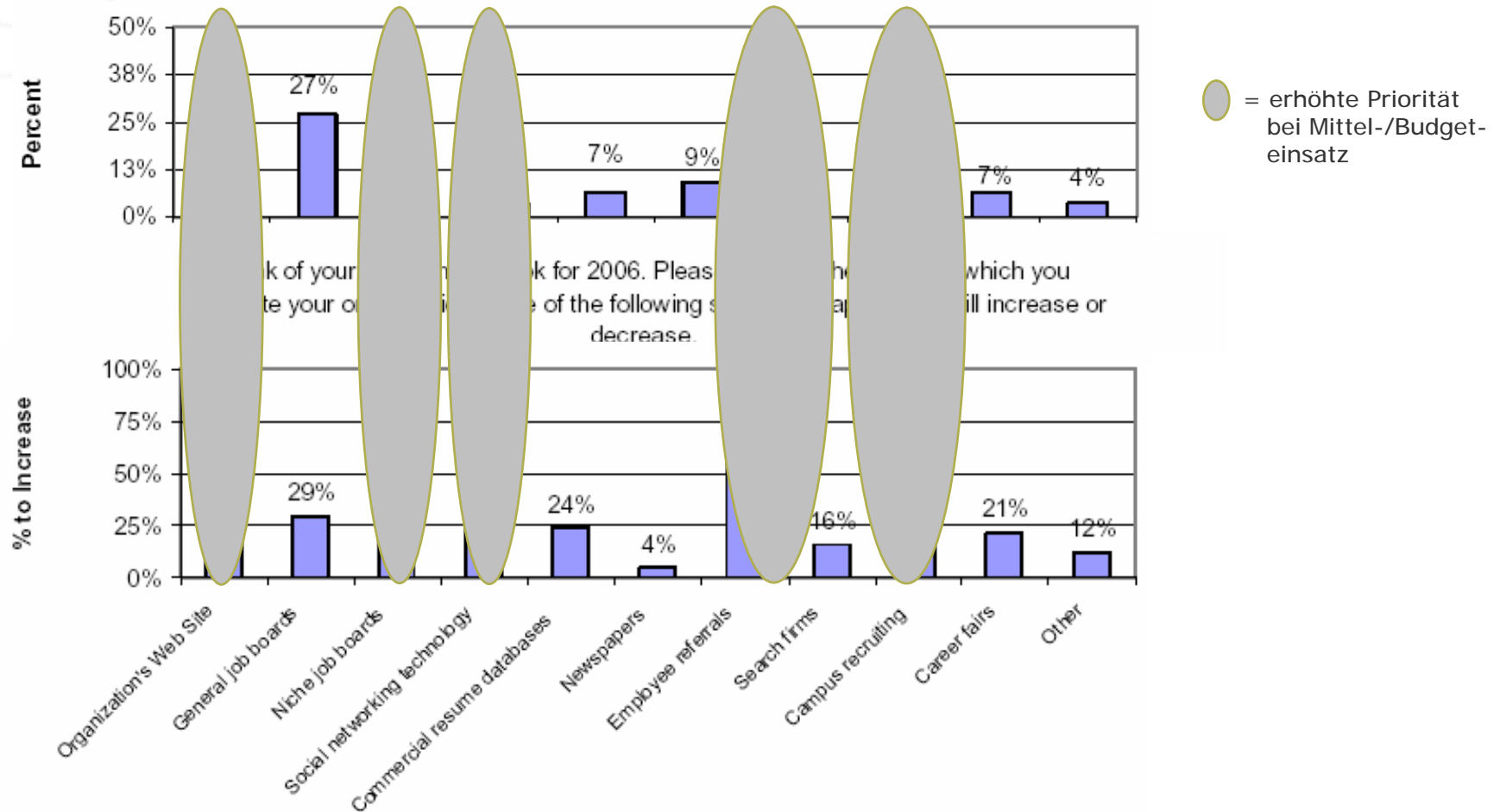
Quelle: Booz, Allan, Hamilton: „2006 DirectEmployers Ass. Recruiting Trends Survey“



Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Investment und Nutzung: Recruiting-Kanäle im Wandel.

Approximately what percentage of your recruitment advertising/attraction budget is devoted toward utilizing the following sources



Quelle: Booz, Allan, Hamilton: „2006 DirectEmployers Ass. Recruiting Trends Survey“

milch & zucker
THE MARKETING SOFTWARE COMPANY

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

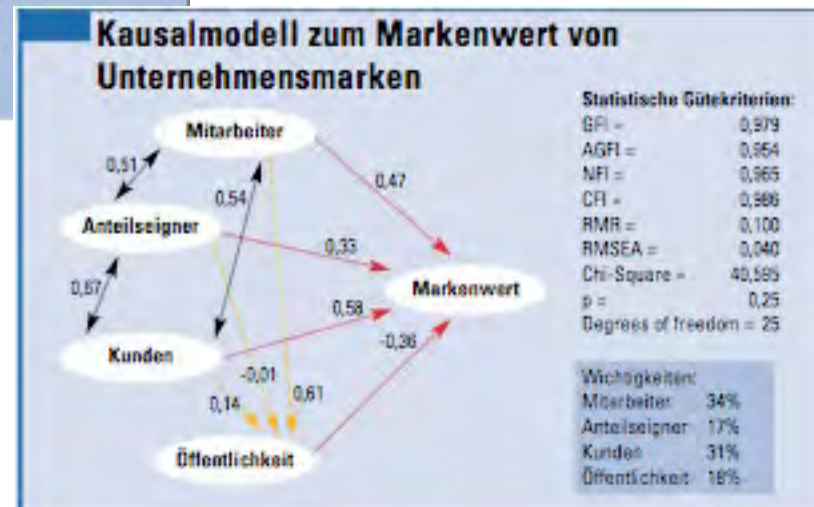
Web 2.0 Im HRM							
	Communities, Foren, Blogs, etc.	Corporate Blogs, Podcasts, Videoclips, Social Networks, RSS etc.	Mitarbeiter/Alumnis: Blogs, Podcasts, Videoclips, Social Networks, RSS etc.	Corporate & MA-Medien vernetzt: Corporate Blogs, Podcasts, Vodcasts, Social Networks, RSS, etc.	Social Communities, Webcasts, Wikis	Recruiting Blogs, Stellenanzeigen als Video- und Podcast, Rich Media Testimonials	Social Communities Blogs, Podcasts, RSS, Wikis
	Intern/Sounding Board	Corporate Topics vermitteln	Arbeits-themen und -umfeld präsentieren	Vernetzung mit Social Networks/Blogosphäre	Talentpools, Initiativbewerber	Ansprache v. Bewerbern und Meinungsbildnern	Erfahrungsaustausch, Zusammenarbeit, Learning
	Breite Erarbeitung in Arbeitsgruppe	AG-Position. Bzw. EVP anhand Themen vermitteln	Authentizität Mitarbeiter zu Botschaftern machen, Empfehlungen	Themenverbreitung, Visibility in Networks & Suchmaschinen	Aufbau und Pflege von Kontakten	Rekrutierung /Filter	Teamwork-Kultur, ökonom. Austausch
	Zeit und Gremium limitieren	Wenige, Klare fokussierte Botschaften	Authentizität, Meinungsbildner fördern, klare Policies	Trennung & Vernetzung von Corporate & MA-Komm.	Redaktion u. Ablauf erforderlich. MA integrieren!	Authentizität, Lebendigkeit, Diversity	Verantwortliche/Treiber bestimmen, Anreize setzen
	Meinungsabgleich, interne Mafo	Profilierung der AG-Positionier.	Authentische persönliche, sympath. Kommunik.	Authentischer Mix aus Botschaft und Meinung, Vermehrung der „Touch-points“	Interesse bekunden. Pool aus relevanten Kandidaten aufbauen. Opt. v. Time-to-hire	Glaubwürdigkeit, Einblicke transportieren	Produktivität Wissens- und Meinungsverteilung

Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Employer Branding vs. Employee Branding: Marken vs. Kontrollverlust



Was können Manager tun, damit ihr Unternehmen zu einer geschätzten und damit wertvollen Marke wird? Eine Studie belegt, dass es weniger darauf ankommt, die Analysten vom Markenwert eines Unternehmens zu überzeugen. Die wichtigsten Markenbotschafter sind Mitarbeiter und Kunden – Analysten werden ihrer Wertung folgen.



Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Employer Branding vs. Employee Branding: Marken vs. Kontrollverlust

- Mit dem Internet und insbesondere dem Web 2.0 startete eine neue Entwicklung



Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Employer Branding vs. Employee Branding: Marken vs. Kontrollverlust

Cluetrain Manifest, 95 Thesen

Zur Anzeige wird der QuickTime™
Dekompressor „TIFF (LZW)“
benötigt.

Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Versetzen Sie sich in die Lage eines Bewerbers

Sie suchen eine neue berufliche Herausforderung.

Welche Quelle ist für Sie am interessantesten?

- Die Website eines interessanten Unternehmens ?
- Der Mitarbeiter eines Unternehmens der Ihnen über sein Arbeitsumfeld berichtet?

Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Employer Branding vs. Employee Branding: Marken vs. Kontrollverlust

Das Web 2.0 bringt neue Herausforderungen und definiert vieles neu:



- Employer Branding → Employee Branding
- Recruiting 1.0 → Recruiting 2.0

Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Employer Branding vs. Employee Branding > Instrumentarium

Anwendung	Web 1.0	Web 2.0
Employer Branding	Corporate Communication	Employee Branding
Personalmarketing	Medien d. Unternehmen	Medien v. (Ex-)MA/Bewerber
HR-/Karrierewebsite	Website der Unternehmen	Blogs d. MA/Bewerber etc.
Testimonial Kommunikat.	Website (Text, Bild)	Blogs, Podcasts
Stellenausschreibungen	Veröffentlich./Schaltungen	Blogs/Permiss. Marketing
Stellensuche	Stellenbörsen, Suchmaschinen	Verteilung v. Profilen, Matching v. Profilen
Bewerbung	E-Mail, Bewerbungs- formular, Account	Business Blogs (implizit), Standard CV (explizit)
Talentmanagement/-Pools	Bewerbermgmt./Jobbörse	Social Networks zu Projekten, Themen etc.
Alumni-Management	Foren und Websites der Unternehmen	Social Networks von Mitarbeitern/Ehemalige

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Web 1.0, 2.0. 3.0 Was kommt auf uns zu?

Web 1.0	Web 2.0	Web 3.0
Unternehmen	Menschen	Intelligenz (menschl./techn.)
Ort	Gemeinschaft	virtuelle Welt
klar und übersichtlich	offen, amorph	kontextuell
umfassend/oberflächlich	unauslotbar tief	Intelligent/intuitiv
Inhalt	Ausdruck	Real – auf virtuelle Art
monologisch	dialogisch	Multi-logisch (Mensch/Maschine)
Langsam, in Geschäftszeit	schnell/Blog-, Echtzeit	Im direkten Erleben
geschlossen	partizipativ	embedded
anonym	persönlich	integrierend
unpersönlich	sensibel, menschlich	persönlich
breit	Nische	Breit & Nische


















Recruiting 2.0: Stand der Dinge.

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

Der Bewerber > Kernpotentiale für das Recruiting

	Quantität	Qualität	Erreichbarkeit	Zugang/ Medien
Die Jungen				Medien/Lebensphasen, Freizeitumfeld, Freunde, Handy, Netzwerke, Web 2.0
Frauen				Medien/Lebensphasen, Lebensumfeld, Familie, Handy, Internet, Web 2.0
Berufserfahrene				Medien/Lebensphasen, beruflicher Kontext, Netzwerke, Handy, Internet, Web 2.0
Ausländische Fachkräfte				Medien/Lebensphasen, Studium/beruflicher Kontext, Netzwerke, Internet, Web 2.0
Die Älteren				Medien/Lebensphasen, Erfahrungskontext, Netzwerke, Pers. Gespräch, Internet

Recruiting 2.0: Stand der Dinge

**Bachelor an Universität/
Fachhochschule**

Berufspraxis im Unternehmen

**Master an Universität/
Fachhochschule**

Wiedereinstieg in das Unternehmen

Bachelor- & Master Relations

Start Relationship

- Recruiting 2.0
- Pull/Push in Social Networks (SN)
- Aufbau Kandidatenpool

Bindungsphase

- Qualifizierung/Auswahl Kandidaten
- Förderung Networking (Closed SN)
- Bindung durch Integr./Gesamtprog.

3er Kooperation (Kand./HS/Unt.)

- Sponsorship (PPP, Kandidat)
- Praxisarbeiten/Rec. V. Kommilitonen
- Social Network (Kandidat/Unternehm.)

Re-Recruiting

- lfd. Kontakt fördert Wiedereinstieg
- Optimale Re-Integration
- Recruiting von Kommilitonen