

# AK E-Recruiting Protokoll

„Recruiting 2.0“ - Die Herausforderungen für  
Bewerber und Recruiter in den Zeiten von Web 2.0.  
07.11.2007

AK E-Recruiting 07.11.07

Version 1.01

eco  
Verband der deutschen  
Internetwirtschaft e.V.  
Lichtstr. 43h  
50825 Köln

Fon: +49 (0) 221-70 00 48-0  
Fax: +49 (0) 221-70 00 48-11  
info@eco.de  
www.eco.de

## Recruiting 2.0

Der AK-Leiter Michael Weideneder begrüßte die ca. 35 Teilnehmer. Die Teilnehmer-Runde war auch zu diesem Thema wieder eine kompetente und interessante Mischung aus personalsuchenden Unternehmen, Internet-Jobbörsen, Personalberatungen, Software-Herstellern und weiteren Unternehmen aus dem Marktumfeld des E-Recruitings.

Anschließend stellte Frau Kerst den eco Verband vor, der über mittlerweile 360 Mitglieder verfügt und sich auf die Bereiche politische Lobby-Arbeit, Networking und Services konzentriert.

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde der Teilnehmer wurde direkt zu dem einleitenden Vortrag von Christian Meser, DJM Consulting GmbH übergeleitet. Herr Meser hatte im Rahmen seiner Diplomarbeit eine Studie zum Thema Web 2.0 durchgeführt und stellte die Ergebnisse vor.

Ziel der Studie war, profunde Aussagen darüber zu erhalten, inwieweit Web 2.0 bereits in den HR-Abteilungen großer und attraktiver deutscher Arbeitgeber angekommen ist, welche Erfahrungen bereits gemacht wurden, welche Aktionen in Planung sind und welche Bedeutung der verschiedenen Web 2.0-Anwendungen im Personalmarketing zugeschrieben wird.

Die durchgeführte anonyme Online-Befragung ergab, dass Web 2.0 bei vielen der großen und attraktiven deutschen Arbeitgeber ein Thema ist und zahlreiche Unternehmen bereits relativ gute Erfahrungen mit Web 2.0 im Personalmarketing gemacht haben. Weitere Unternehmen mit entsprechenden Anwendungen und Aktivitäten in den Startlöchern stehen, sich viele nur noch unsicher sind, insbesondere was den tatsächlichen Nutzen von Web 2.0 im Personalmarketing angeht.

Sicher ist, dass die Bedeutung von Web 2.0 im Personalmarketing künftig stark zunehmen wird und das Personalmarketing als solches zunehmend beeinflusst.

Die genauen Ergebnisse der Studie finden Sie in den Vortragsfolien von Herrn Meser unter [http://www.eco.de/dokumente/071107\\_Meser\\_DJM\\_Consulting.pdf](http://www.eco.de/dokumente/071107_Meser_DJM_Consulting.pdf)

Nach der Einführung in das Thema wurde zu dem Vortrag von Herrn Carsten Franke, Vorstand milch & zucker AG, zum Thema „Recruiting 2.0 – Die Herausforderungen für Bewerber und Recruiter in Zeiten von Web 2.0“ übergeleitet. Der Vortrag findet sich unter [http://www.eco.de/dokumente/071107\\_Carsten\\_Franke\\_milch\\_zucker.pdf](http://www.eco.de/dokumente/071107_Carsten_Franke_milch_zucker.pdf)

Hr. Franke ging zunächst intensiv auf die aktuell zu spürenden Veränderungen ein. Die Veränderungen durch die Globalisierung und die Konjunktur in der Arbeitsbiografie der Bewerber einerseits und die Veränderung in den Unternehmen, die einen neuen Typus Mitarbeiter erfordern andererseits, haben den Personalmarkt stark verändert. Bewerber haben sich vom Arbeiter zum symbolanalytischen Wissensarbeiter entwickelt, die zahlreiche

Möglichkeiten haben, sich in der Berufswelt zu orientieren. Dabei stehen das private Netzwerk, Suchportale wie Google und Social Networks stark im Vordergrund.

Aber auch die Nutzung von Mobile-Services steigt stetig an. Wo das Web 1.0 eher ein betrachtendes Medium war, wandelte es sich im Web 2.0 zu einem öffentlichen Medium, das noch über Umwege zum Nutzer kommt. Erst im Web 3.0 wird die Persönlichkeit und die direkte Kommunikation im Vordergrund stehen.

Abschließend ging Herr Franke noch auf das Cluetrain-Manifest ein, das eine Sammlung von 95 Thesen über das Verhältnis von Unternehmen und ihren Kunden im Zeitalter des Internets und der New Economy ist und 1999 von zahlreichen bekannten Experten unterschrieben wurde.

Zahlreiche Inhalte des Manifests sind tatsächlich eingetreten. Wie zum Beispiel das 1:1 Verhältnis zwischen Mensch und Internet, die Renaissance der Mundpropaganda, die Unglaubwürdigkeit von Testimonials, die Informationstransparenz und die Werbeüberflutung (mehr Infos unter <http://www.cluetrain.de>).

Insgesamt sind sowohl Unternehmen, als auch Bewerber gefordert, sich mit den modernen Medien auseinander zu setzen um eine optimale und wirkungsvolle Nutzung zu realisieren.

Die aus den Vorträgen resultierende intensive Diskussion und der Austausch der Standpunkte und Erfahrungen unter den Teilnehmern waren sehr interessant.

Dabei wurde auf das Thema Social Communities und Social Networks nochmals intensiv eingegangen. Die Erfahrungen mit Recruitingmaßnahmen waren in diesem Bereich sehr ähnlich. Die aktiven Stellenausschreibungen in Social Networks hatten bisher nur geringen Erfolg. Dennoch können Social Networks für die aktive Personalsuche und –recherche ein hilfreiches Tool sein. Wichtig ist nur, dass der Kontakt dabei immer über die persönliche Ebene laufen muss, um es optimal einzusetzen.

Denn auch wenn die aktive Jobsuche derzeit etwas rückläufig ist, ist die Wechselbereitschaft erhöht und somit ist die Bereitschaft, sich auf persönliche Ansprache einzulassen gestiegen.

Auch das Thema User Generated Content wurde von den Teilnehmern im Vordergrund des Austausches gesehen. Dr. Hans-Christoph Kürn, Siemens AG, sah gerade den Bereich der Blogs als einen äußerst spannenden Bereich, der jedoch sehr wohl überlegt aufgesetzt und durchgeführt werden muss, da er sehr komplex werden kann. Dabei wies Carsten Franke, milch & zucker AG, darauf hin, dass das Thema nicht nur schwarz/weiß gesehen werden darf. Es gibt auch relativ unkritische Bereiche, in denen der Einsatz von Blogs zwar kontrolliert werden muss, es sich allerdings vom Aufwand her in Grenzen hält. Daher sollte das Thema nicht zu kritisch angegangen werden. Entscheidend ist am Ende, dass Blogs authentisch sein müssen und sehr zielgerichtet und kontrolliert eingesetzt ein gutes Tool sind. Insgesamt fehlte jedoch etwas die Überzeugung für einen erfolgreichen Einsatz von Blogs im E-Recruiting.

Das Gesamtfazit aus der lebhaften Diskussion war, dass wir schon mitten im Web 2.0 sind, aber gerade Unternehmen aus dem Bereich Mittelstand bei den Kenntnissen der Möglichkeiten, Chancen und Risiken einen sehr großen Nachholbedarf haben.

Recruiter müssen mit der Zeit gehen, das bedeutet, die modernen Mittel der Kommunikation kennen um die Zielgruppen gezielt ansprechen zu können.

Die Mitglieder des Arbeitskreises (jeder Teilnehmer ist ab der ersten Teilnahme automatisch Mitglied in diesem Verteiler) können sich über die E-Mail-Adresse [members-erecruiting@lists.eco.de](mailto:members-erecruiting@lists.eco.de) jederzeit über die AK-Sitzungen hinaus untereinander austauschen.

Die nächste AK-Sitzung wurde in ca. 6 Monaten avisiert. Die Einladungen hierzu erfolgt wie immer ca. 2 Monate vorab.

Köln, 07.11.2007

Michael Weideneder