
Vorwort von Ralph Dannhäuser

Liebe Leserin,
lieber Leser,

es ist längst allgemein akzeptiert: Der Fachkräftemangel zwingt Unternehmen dazu, neue Wege im Recruiting zu gehen. Social Media spielen dabei eine immer bedeutsamere Rolle. Dennoch fehlte es vor gut vier Jahren an aktueller und praxisorientierter Literatur, die das Thema Social Media Recruiting umfassend beleuchtet. Meine Idee war es, diese Lücke zu schließen – und aus der Idee entstand in Zusammenarbeit mit meinem hochgeschätzten Autorenteam dieses Praxishandbuch, das sich mittlerweile als führendes Standardwerk im deutschsprachigen Raum etabliert hat. Dies wird nicht nur durch die große Nachfrage nach der Printversion dokumentiert, sondern auch durch über 160.000 registrierte Onlinezugriffe auf einzelne Buchkapitel der 2. Auflage bei SpringerLink (www.link.springer.com), eine Zahl, die im Vergleich zu anderen Fachbüchern in diesem Genre sehr hoch ist. Für die anhaltend hohe Nachfrage und das große Interesse bedanke ich mich herzlich bei allen Käufern, Lesern, Studenten, Multiplikatoren, Meinungsführern und Rezensenten! Meine Mitautoren und ich haben das Feedback und die vielen konstruktiven Anmerkungen unserer Leser gesammelt, ausgewertet und in die Beiträge der 3. Auflage einfließen lassen.

Was ist neu und was wurde in der 3. Auflage aktualisiert?

Neu aufgenommen wurde das Kapitel „Active Sourcing in der Praxis“. Innerhalb der letzten drei Jahre war deutlich zu beobachten, dass viele Unternehmen auf den „Zug“ der neuen „Recruiting-Tools“ von Social-Media-Plattformbetreibern aufspringen. Allerdings bedeutet der Erwerb dieser „Recruiting-Tools“ nicht automatisch, dass diese auch erfolgreich im Unternehmen angewendet werden. Es gibt eine große „Wissens- und Könnenbandbreite“ auf Seiten der Nutzer. In diesem Kapitel beleuchten wir anhand des „7-Säulen-Modells“ die kritischen Erfolgsfaktoren im Active Sourcing.

Darüber hinaus gibt es neue Interviews und Gastbeiträge mit den Titeln „Recruiting muss heute hochflexibel und agil sein“, „Big Data hält Einzug im HR“, „Recruiting von ausländischen Fach- und Führungskräften“, „Candidate Experience: Kandidatenorientierung zum Nutzen von Bewerber und Arbeitgeber“, „Cultural Fit: Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor in der Personalgewinnung“ oder „Contentmarketing im Recruiting“. Die

meisten Buchkapitel der 3. Auflage – insbesondere die umfangreichen Kapitel „XING“ und „LinkedIn“ – wurden aktualisiert. Beispielsweise haben wir im Kapitel „XING“ ein weiteres Anwendungsszenario aus Recruitersicht neu aufgenommen. In dieser Auflage werden zudem auch erstmals die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und deren in der gesamten EU zwingend zu beachtende Auswirkungen vorgestellt. Das von vielen Lesern gewünschte Stichwortverzeichnis haben wir in der 3. Auflage ebenfalls integriert.

Das Praxishandbuch

Social Recruiting gewinnt für Personalsuchende zunehmend an Bedeutung! Aus der Praxis für die Praxis zeigen in dieser 3. Auflage 14 erfahrene Experten, wie man die wichtigsten Social-Media- Kanäle für das Personal-Recruiting erfolgreich nutzen kann. Die Autoren offenbaren ihre Erfolgsgeheimnisse und zeigen auf, wie Sie mit aktiver Personalsuche mehr und besser qualifizierte Bewerber finden. Auch erfahren Sie, welche Möglichkeiten es mit „Employer Branding“ für Ihr Unternehmen gibt, um im „War for Talents“ den Wettbewerbern einen Schritt voraus zu sein. Rechtshinweise, Praxisbeispiele, Interviews, Checklisten und Leitfäden sowie eine klare und systematische Gliederung bieten Ihnen bei der Personalbeschaffung mit Hilfe von Social Media wichtige Hilfestellungen.

Wer und was erwartet Sie in diesem Buch?

Daniela Chikato ist seit Jahren spezialisiert auf Personalsuche und Personalmarketing mit neuen Medien und Internettechnologien – insbesondere unter Einsatz von XING. Aus ihrer täglichen Praxis kennt sie die Vorzüge von XING im anzeigengestützten sowie aktiven Recruiting und weiß die facettenreichen, oft sogar kostenfreien Möglichkeiten bestmöglich zu nutzen. Diese Erfahrung gibt sie seit mehreren Jahren als Trainerin weiter. Im gemeinsamen Buchbeitrag „Zünden Sie mit XING Ihren Recruiting-Turbo!“ skizziert sie zusammen mit mir die verschiedenen Einsatzszenarien von XING für die Personalarbeit. Dazu liefern wir Ihnen Profitipps für die Entwicklung und Umsetzung Ihrer Recruiting-Strategie mit optimalen Rücklaufquoten in der Ansprache von aktiv und latent Jobsuchenden.

Wolfgang Brickwedde beleuchtet auf Basis seiner langjährigen Berufserfahrung im Management von Recruitment-Abteilungen bei Philips und SAP die Möglichkeiten von LinkedIn für das Recruiting. In seinem Beitrag zum „fortgeschrittenen Recruiting“ zeigt er, wie man Kandidaten findet, die nicht bei XING oder LinkedIn aktiv sind, und wie man das „Active Sourcing“ automatisieren kann. Schließlich geht er in einem Kapitel auf die Frage ein, wie man Erfolge im (Social Media) Recruiting erzielt und bewertet.

Im Kapitel zu Facebook erhalten Sie einen fünfstufigen Fahrplan, mit dem Sie Ihr Engagement systematisch aufbauen können. Zentrales Anliegen des Autors, **Prof. Dr. Martin Grothe**, ist es, Arbeitgeber davor zu bewahren, allzu unüberlegt oder unvorbereitet bei Facebook aktiv zu werden. Entlang dieses Fahrplans geben Expertenbeiträge, Fallstudien und Interviews einen tiefen Einblick in die notwendigen Online- und Inhouse-Überlegungen und -Prozesse. Durch diese Beiträge von Adecco, Bertelsmann/Medienfabrik, BMW,

DEBA, EY, Siemens, wbpr und aus dem complexium-Team entsteht ein facettenreicher Blick auf die zielgerichtete Nutzung von Facebook für Employer Branding und Recruiting.

Michaela Schröter-Ünlü beschreibt in ihrem Beitrag die Chancen des Corporate Bloggings für Employer Branding und Recruiting. Aus zahlreichen Beratungsprojekten weiß sie, dass ein Blog mit einer zielgerichteten Strategie und durchdachtem Konzept den „lebendigen“ Dreh- und Angelpunkt einer integrierten Social-Media-Personalmarketingstrategie darstellt und damit zum Recruiting-Erfolg eines Unternehmens beiträgt. Die Autorin interviewt für ihren Beitrag Experten aus der Praxis und bietet so wertvolle Einblicke in die Blogging-Realität erfolgreicher Unternehmen.

Die „Reputation“ hat sich über die letzten Jahre zu einer „harten Währung“ im Internet entwickelt. Der gute Ruf, insbesondere als potenzieller Arbeitgeber, hat heute einen signifikanten Einfluss auf die Qualität und Quantität der eingehenden Bewerbungen. Unabhängige Online-Arbeitgeberbewertungsportale agieren dabei als Filter und begünstigen oder konterkarieren die Bemühungen im Wettbewerb um Talente. **Nikolaus Reuter**, Gründer und Vorstandsvorsitzender des auf IT-Freelancer spezialisierten Personaldienstleisters Etengo (Deutschland) AG, teilt zusammen mit **Caroline Junge**, Senior Marketing Manager bei Etengo (Deutschland) AG, sein umfangreiches Wissen für den optimalen Umgang mit Arbeitgeberbewertungsportalen. Die Autoren erläutern, wie man diese effektiv nutzt. In einem weiteren Kapitel zeigen Nikolaus Reuter und Caroline Junge auf, dass ein professionelles Verknüpfen aller Social-Media-Aktivitäten wie ein Turbo wirkt, sowohl für den ROI als auch das User-Erlebnis.

Die HR-Bloggerin und Jobbörsen-Expertin **Eva Zils** zeigt in ihrem Beitrag, wie bedeutende Online-Stellenmärkte die sozialen Medien zur Verbreitung von Stellenanzeigen einsetzen. Da Jobbörsen sowohl für Recruiter als auch für Bewerber das beliebteste Medium zur Personal- und Jobsuche darstellen, ist es sehr sinnvoll, die verschiedenen Mechanismen, Kooperationen und Möglichkeiten der Social-Media-Anbindung von Jobbörsen zu kennen, zu verstehen und zu nutzen. Das Kapitel zeigt die Vorgehensweisen relevanter Online-Stellenbörsen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die soziale Netzwerke gezielt einsetzen, um mehr Reichweite für Stellenausschreibungen ihrer Kunden zu generieren. Weiterhin werden Möglichkeiten und Produkte aufgezeigt, die Jobbörsen und Jobsuchmaschinen den Unternehmen anbieten, um mit sozialen Medien und Communitys geeignete Mitarbeiter zu finden und Kandidatenpools aufzubauen.

Tobias Kärcher bringt uns in seinem Beitrag das Videoportal YouTube näher – mit über einer Milliarde Nutzern im Monat das Synonym für Online-Video schlechthin. Wer immer heute Bewegtbild in Digital-Kampagnen einsetzen möchte, wird YouTube nutzen müssen. Mehr über die technischen Hintergründe, das Nutzerverhalten und die Chancen des Personalmarketings auf dieser Plattform erfahren Sie im Kapitel „YouTube“.

Rechtsanwalt **Dr. Carsten Ulbricht**, langjähriger Experte für Internet und soziale Medien, beleuchtet die rechtlichen Implikationen, die im Bereich Social Media Recruiting beachtet und umgesetzt werden sollten. Er erklärt die rechtlichen Anforderungen von Social-Media-Präsenzen und gibt Antworten auf grundsätzliche Fragen des Arbeitnehmerdatenschutzes (wie also in und über soziale/n Netzwerke/n nach Bewerbern recherchiert

und was an Daten erhoben werden darf). Rechtsanwalt Dr. Ulbricht zeigt zudem auf, welche rechtlichen Grenzen keinesfalls überschritten werden sollten. Dieser Teil des Buches gibt damit einen guten Überblick über die wichtigsten rechtlichen „Stolpersteine“ sowie notwendige Maßnahmen und hilft damit, entsprechende Risiken zu vermeiden.

Barbara Braehmer ist Talentfinderin und Social Recruiting Coach und damit eine herausragende Expertin im Finden und Gewinnen talentierter Mitarbeiter. Ihre langjährige Erfahrung als Personalmanagerin in renommierten Industrieunternehmen und als Partnerin bei Top-10-Personalberatungen lässt sie in dieses Praxishandbuch einfließen. Im gemeinsamen Kapitel „Steigerung des Wirkungsgrades durch Social Recruiting in der Praxis“ erfahren Sie von uns beiden, mit welchen Stufen Sie Schritt für Schritt Ihren persönlichen Wirkungsgrad mit Social Recruiting deutlich steigern können. Durch die Erklärung und Definition der einzelnen Stufen können Sie durch eine Art Selbstreflexion eruieren, wo Sie stehen, über welches Wissen sowie Anwendungskönnen Sie bereits verfügen und wo es noch Lern- und Entwicklungsbedarf gibt.

Im neuen Kapitel „Active Sourcing in der Praxis“ beleuchten wir anhand des „7-Säulen-Modells“ die kritischen Erfolgsfaktoren.

Im Kapitel „Warum Sie heutzutage im Recruiting nicht auf Twitter verzichten können“ zeigt Barbara Braehmer die grundsätzlichen Einsatzmöglichkeiten von Twitter auf und hält zahlreiche Praxistipps für Sie bereit.

Hans Fenner bringt seine eigene Managementenerfahrung als Direktor eines globalen Unternehmens sowie sein Wissen als internationaler Berater, Trainer und Coach ein. In seinem Beitrag „Erfolgsfaktoren für Social Media Recruiting in Unternehmen“ setzt sich Hans Fenner unter anderem mit den Anforderungen an den „Recruiter 2.0“ auseinander. Die Art und Weise, geeignete Kandidaten zu finden, hat sich verändert, ebenso die Art und Weise, wie man diese Kandidaten für das Unternehmen und ihre zukünftigen Aufgaben begeistert sowie sie professionell integriert, um sie nicht wieder zu verlieren, bevor sich die Recruiting-Investition amortisiert hat.

Gero Hesse, langjähriger Berater und Blogger im Themenfeld Social Media, stellt heraus, wie Social Media Recruiting zum Treiber für Change-Management und Kulturwandel in Organisationen werden kann. Angefangen bei relevanten Trends im Kontext Recruiting über die Bedeutung langfristiger Talentbeziehungen bis hin zum Dialog auf Augenhöhe, skizziert Gero Hesse die Notwendigkeit für einen Kulturwandel in vielen Organisationen. Welche Implikationen haben Transparenz und Authentizität für die Rolle der Kommunikations- und Personalabteilungen, wo liegen Chancen und Risiken einer Enterprise-2.0-Organisation? Dieses Buchkapitel verdeutlicht, dass es mit dem alleinigen Einsatz von Social Media nicht getan ist, sondern eine Enterprise 2.0 ermöglichende Unternehmenskultur eine Voraussetzung dafür ist.

Hinweis:

Sollte in diesem Buch nur die männliche Form der Inhalte und Begriffe genannt sein, so möchte ich darauf hinweisen, dass in jedem Fall sowohl das weibliche als auch das männliche Geschlecht gemeint ist.

Danksagung

Ein herzliches Dankeschön geht zunächst an alle Mitautoren, die es geschafft haben, einen Teil ihrer kostbaren Freizeit der Erstellung dieses Fachbuches zu widmen und ihr Wissen – ganz im Sinne des Social-Media-Gedankens – zu teilen. Des Weiteren möchte ich mich bei Herrn Prof. Dr. Tim Weitzel für die sehr guten Anregungen und den inspirierenden Gedankenaustausch bedanken. Auch meinen beiden Hauptansprechpartnerinnen vom Springer Gabler Verlag, Sabine Bernatz und Juliane Wagner, gebührt für die tolle Unterstützung und super Zusammenarbeit mein Dank!

Ich wünsche Ihnen viele praktische Impulse beim Lesen dieses Kompendiums und viel Erfolg beim Finden und Gewinnen Ihres Wunschkandidaten im „War for Talents“! Über Ihr Feedback und Ihre Anregungen freue ich mich.

Stuttgart-Filderstadt, Sommer 2017

Ralph Dannhäuser

Geschäftsführer on-connect

Recruiting | Beratung | Vortrag

www.on-connect.de



<http://www.springer.com/978-3-658-16280-1>

Praxishandbuch Social Media Recruiting

Experten Know-How / Praxistipps / Rechtshinweise

Dannhäuser, R. (Hrsg.)

2017, XXIV, 605 S. 211 Abb., 203 Abb. in Farbe. Mit

überarb. u. erw., Hardcover

ISBN: 978-3-658-16280-1