

## Social Media Report HR 2010:



### HR-Manager gehen online

Social Media hat endgültig Einzug in die Personalabteilungen gehalten. Dies ist das Ergebnis der bislang größten Studie zum Einsatz von Social Media in der Personalarbeit "Social Media Report HR 2010", die im Februar 2010 erschienen ist. Wie HR-Manager das Thema behandeln und in welcher Weise sie es dieses Jahr vorantreiben wollen, haben insgesamt 651 Personaler beantwortet – 548 aus Deutschland und 103 aus Österreich.

Im Dezember 2009 und Januar 2010 haben die Online-Portale HRM.de und HRM-Austria.at, Stepstone Solutions sowie das Magazin personal manager auf Initiative des Social-Media-Experten Thorsten zur Jacobsmühlen gemeinsam Personaler aus Deutschland und Österreich zu ihrem Umgang mit Social Media im Unternehmen befragt. Für klassische Recruitinganbieter ist das Ergebnis eine weniger gute Nachricht:



**Thorsten zur Jacobsmühlen**

Geschäftsführer  
jacobsmuehlen.de

Unternehmen planen, beispielweise auf Kosten von Zeitungsstellenmärkten und Personalvermittlern in Social Media zu investieren. Die Nase vorn haben hingegen solche, die mit dem Thema auf einer Linie liegen, wie unter anderem Online-Stellenmärkte.

Grundsätzlich ist das Thema Social Media in den HR-Abteilungen verankert. Rund 39 Prozent der Personaler aus Deutschland und 27 Prozent aus Österreich gaben an, dass sie Social Media schon in ihrem Recruiting oder für das Personalmarketing einsetzen. 37 Prozent der österreichischen HR-Manager wollen in 2010 endlich mit Social Media anfangen, in Österreich sind es 27 Prozent. Fast alle Teilnehmer möchten in diesen Bereich investieren. Deutsche sehen dafür bis zu 53 Prozent mehr Budget vor und Österreicher bis zu 51 Prozent. In beiden Ländern wollen 45 Prozent aller Studienteilnehmer ihre bisherigen Investitionen beibehalten. Insbesondere in puncto Karrierewebsite planen in Deutschland 45 Prozent und im Nachbarland 49 Prozent der Betriebe, mehr Geld in die Hand zu nehmen.

Die Unternehmen, die Social Media schon nutzten, scheinen damit erfolgreich gewesen zu sein. Immerhin konnten 65 Prozent der deutschen Organisationen und 54 Prozent der Firmen in der Alpenrepublik Bewerber mittels Social Media einstellen. In 2009 belief sich die durchschnittliche Einstellungsquote auf zwei Kandidaten pro Firma. Interessant ist, dass in Deutschland 59 Prozent der Befragtenangaben, per Internet die Reputation eines Kandidaten zu prüfen. In Österreich ist die Quote mit 55 Prozent ähnlich. Die Teilnehmer der Studie checken vor allem die Vita von von Managern und Fachkräften aus Verwaltung, Vertrieb, Marketing und Entwicklung. Angesichts der Präsenz von Personalern in Online-Netzwerken, ist dieses Ergebnis wenig überraschend: 90 Prozent der deutschen und 83 Prozent der österreichischen Befragten besitzen ein Profil in Social-Media-Diensten wie Xing, Facebook und LinkedIn, welche zu den Favoriten laut Studienergebnis gehören.

Ein weiterer Forschungsaspekt der Studie war, inwieweit Personalern Richtlinien zur Nutzung von Social Media vorliegen. Ergebnis: 64

Prozent der deutschen und 66 Prozent der österreichischen HR-Manager verneinen diese Frage, ob sie solche Richtlinien bei sich im Unternehmen haben. Immerhin sind es in beiden Ländern aber 18 Prozent, die sich jetzt schon mit einer eigenen Social-Media-Policy absichern. Weitere 11 Prozent in Deutschland und 9 Prozent in Österreich arbeiteten im Zeitraum der Befragung an einer solchen Richtlinie.

Die Frage nach Richtlinien ist in der Praxis gekoppelt mit der Frage nach Zugriffsmöglichkeiten innerhalb der Unternehmen: 45 Prozent der Firmen in Deutschland und 48 Prozent in Österreich erlauben die Nutzung von Social-Media-Diensten ohne Auflagen, der Zugriff ist dort also generell möglich. Verboten ist er grundsätzlich und auf breiter Basis bei 6 Prozent der deutschen und 11 Prozent der österreichischen Unternehmen. Allerdings wird der Zugriff bei 18 Prozent beziehungsweise 19 Prozent der Unternehmen nur für bestimmte Zugriffe verboten. Dazu kommen zeitliche Zugriffseinschränkungen (zum Beispiel nur in Mittagspausen oder nach der Arbeit), in Deutschland zu 17 Prozent und zu 11 Prozent in Österreich.

Die Verlierer im Bereich zukünftiger Investitionen scheinen Print-Stellenmärkte und Personalberatungen zu sein. Zwar stellen in 2010 immer noch 51 Prozent der deutschen und 52 Prozent der österreichischen Unternehmen ein unverändertes Budget für Printmedien zur Verfügung, allerdings werden andererseits auch 46 Prozent beziehungsweise 47 Prozent der Personalener dort weniger investieren. Das entspricht dem höchsten Wertverlust bei allen abgefragten Methoden für das Jahr 2010. Verluste müssen demnach künftig auch Headhunter und Personalberater künftig einstecken. Denn 23 Prozent der deutschen und 28 Prozent der österreichischen Personalverantwortlichen wollen an dieser Stelle sparen.

Interessierte können die Studie [hier](#) kostenfrei herunterladen.