



# Social Media Recruiting Studie\_2015

## Auswertung Deutschland

Teilnehmer: 423

Laufzeit: 13/01/2015 -> 21/02/2015

powered by



mit freundlicher Unterstützung von



kostenfreie Studie – die  
kostenpflichtige Verbreitung ist  
ausgeschlossen.  
© Online-Recruiting.net 2015

 **SOCIALMEDIA-RECRUITING.COM**



# Über...

## ... diese Studie

Die Social Media Recruiting Studie wird seit 2011 jährlich erhoben und hat sich seither als Stimmungsbarometer für innovative Recruiting Methoden in Deutschland etabliert.

Bei der 2015 Ausgabe wurden während Mitte Januar und Ende Februar 2015 mehr als 15.000 deutsche Personaler mittels quantitativer Online-Befragung direkt kontaktiert. 423 haben den Fragebogen ausgefüllt oder zumindest einen Teil der Fragen beantwortet. Vielen Dank für Ihre aktive Teilnahme!

Unterstützt wurde ich bei der Verbreitung von der Online-Jobbörse stellenanzeigen.de. Ich bedanke mich herzlich für die tatkräftige Hilfe. Ein ebenfalls sehr großes Dankeschön gilt der Netigate Deutschland GmbH, die mir erneut die Nutzung ihrer exzellenten Umfrage Software gewährt hat.

## ... Online-Recruiting.net

Online-Recruiting.net ist mein Beratungsunternehmen. Als dreisprachige HR Technologie Beraterin unterstütze ich seit 2004 Unternehmen bei der strategischen und inhaltlichen Konzeption ihrer (internationalen) Online HR-Kommunikation.

In meinen HR Informationsplattformen – u.a. [www.online-recruiting.net](http://www.online-recruiting.net) kommentiere ich die globalen Märkte mit einem kritischen Blick auf die Trends und Entwicklungen.

Als Autorin habe ich im Springer Gabler Verlag erschienenen "Praxishandbuch Social Media Recruiting" das Kapitel zur Social Media Anbindung von Jobbörsen in der DACH-Region verfasst. Mehr Informationen, Rezensionen und Bestellhinweise zur neuen zweiten Auflage hier: <http://astore.amazon.de/onlinerecruit-21/detail/3658065729>

Ich lebe in Straßburg, Frankreich, und berate Firmen in englischer, deutscher und französischer Sprache.

Eva Zils

Kontakt: <http://www.socialmedia-recruiting.com/kontakt-impressum.html>



# Management Zusammenfassung - I

Social Media Recruiting – der **Hype ist nach wie vor vorbei**, wobei das nicht bedeutet, dass Social Recruiting tot ist. Vielmehr sind diese Medien Teil eines größeren Recruiting Konzepts geworden.

Im Vergleich zur letztjährigen Studie hat sich wenig verändert, was die Nutzung der verschiedenen Medien angeht: **Jobportale** (92%) und die eigene **Karriereseite** (87%) führen den Reigen an, erst um einiges später, bei 56% und 53%, sind Wege wie **Mitarbeiterempfehlung** und das **eigene Netzwerk** zu finden. Wobei die Methode, das eigene Netzwerk zum Recruiting heranzuziehen, im Vergleich zu 2014 um 8 Prozentpunkte (von 45% auf 53%) gestiegen ist.

Der Einsatz von **Dienstleistern** wie Personalberater und Zeitarbeitsfirmen ist im Vergleich zu 2014 wieder auf das 2012 Niveau **gesunken**: von 44% zurück auf 35%.

Ein Trend Richtung mehr **proaktives Recruiting** in deutschen Personalabteilungen? **Nicht wirklich**, denn wenn man aus den Teilnehmern der Umfrage diejenigen ausschließt, welche für eine Personalberatung arbeiten, bleiben **40%** Nutzung von Personaldienstleistern.

Auch die Nutzung von Social Media zur **Direktansprache** („Active Sourcing“) sinkt, wenn man die HR-Dienstleister ausklammert: 46% (Gesamt Teilnehmer) va. 40% (Teilnehmer ohne Personalberater).

Zur Verwaltung von **Bewerbungseingängen** vertrauen die meisten Teilnehmer (51%) auf den **E-Mail Posteingang** oder auf ein **Bewerbermanagementsystem** (34% interne Lösung, 29% externe Lösung), dicht gefolgt von den allseits beliebten **Excel** Auswertungen (27%). Das Duo „Posteingang und Excel“ ist natürlich **der Renner!**

43% der Befragten haben konkret dank Social Media **Stellen besetzen** können, 24% davon zwischen **1-5 Jobs**. 28% haben **keinerlei Stellen** mittels sozialer Medien besetzt und 30% der Teilnehmer **weiß es nicht!**

Nach wie vor ist **XING** das am intensivsten eingesetzte Netzwerk, wobei hier das **Firmenprofil** am häufigsten genannt wird: 61% nutzen es gelegentlich oder regelmäßig. Das Posten von **Jobs** auf XING findet sich mit 47% auf dem 2. Platz. Etwas gesunken ist die Nutzung des **Intranet**: von 53% auf 46%. LinkedIn hat dagegen ein wenig zugelegt, von 22% auf 29% für gelegentliche und regelmäßige Nutzung.

----- Fortsetzung nächste Seite

# Management Zusammenfassung - II

Für Social Recruiting wird im Schnitt **etwas mehr Zeit** aufgewendet als im vergangenen Jahr: Die wöchentliche Stundenzahl liegt durchschnittliche bei **1,88 Stunden** im Vergleich zu 1,46 Stunden 2014.

Um herauszufinden, über **welche Kanäle** sich Kandidaten beworben haben, bevorzugen deutsche Personaler die konkrete **Nachfrage im Bewerbungsgespräch**: 41% gehen auf diese Weise vor, während sie ebenfalls (39%) **manuelle Auswertungen** aus den jeweiligen Bewerbungen vornehmen. Immerhin 27% erheben Auswertungen über das **Bewerbermanagementsystem**.

**Budget** gibt es nach wie vor eher keines für Social Media: 54% müssen **ohne Budget** auskommen. Im Vergleich zu 2014 fällt dennoch auf, dass die größeren Budgets leicht angestiegen sind. Die ganz großen Budgets von 2011 gibt es jedoch immer weniger.

**Mobile Recruiting** ist besser vorangeschritten als zu vermuten war, wobei sich das so genannte „**Responsive Design**“ durchzusetzen scheint: Zwischenzeitlich sind 44% der Karriereseiten mobile-optimiert, davon 30% im Responsive Design.

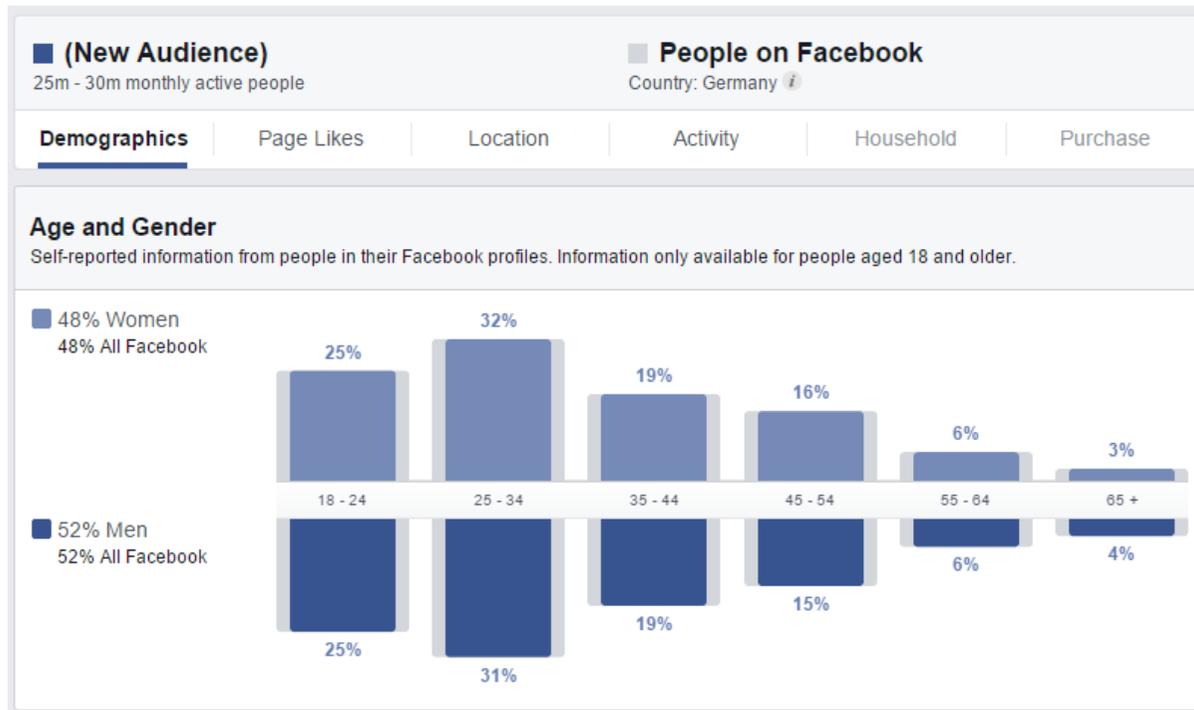
Die größten Recruitment **Herausforderungen** der kommenden drei Jahre sind für die Mehrheit Themen wie **Fachkräftemangel / War for Talent** (60%), **Mitarbeiterbindung** (58%) und **Arbeitgeberimage / -attraktivität** (56%).

Wenig erstaunlich in Anbetracht des befragten Publikums: Die **Medien**, die Personaler selbst verwenden, um sich persönlich zu HR (Technologie) Themen auf dem Laufenden zu halten, sind die Lektüre von **Online-HR-Fachpresse** Portalen (77%), HR- bzw. **Recruiting Blogs** (58%) und **Online Business Netzwerken** (53%).

# Gastbeitrag: Facebook – unendliche Reichweiten für das Personalmarketing I

Ich bin der festen Überzeugung, dass Facebook aktuell das am meisten unterschätzte und vernachlässigte Personalmarketing-Instrument ist.

In der Zeit von ca. 2010 bis 2014 erlebten wir den unaufhaltsamen Aufstieg von Facebook zum führenden sozialen Netzwerk der Welt. Auch in Deutschland mauserte sich Facebook zum absoluten Spitzenreiter und lässt sämtliche Konkurrenten seit Jahren weit hinter sich. Zur Erinnerung, Ende 2014 gab es in Deutschland rund 28 Millionen Facebook-Nutzer und weltweit etwa 1,4 Milliarden. Aktuelle Schätzungen gehen davon aus, dass monatlich ca. 25-30 Millionen deutsche Nutzer bei Facebook sind. Laut Selbstauskunft fallen davon rund 90 Prozent in die arbeitenden bzw. arbeitsfähigen Altersgruppen zwischen 18 und 55 Jahren.



Fortsetzung auf nächster Seite

# Facebook – unendliche Reichweiten für das Personalmarketing II

Warum führe ich diese langweiligen Daten hier auf, könnte der Leser fragen. Weiß man ja schon alles längst. Nun, wenn ich mir das Verhalten der Unternehmen heute anschau, bin ich mir da nicht so sicher.

Als Facebook ab 2010, nicht zu Unrecht, zu einem absoluten gesellschaftlichen und medialen Hype gepusht wurde, sprang ein Unternehmen nach dem anderen auf den fahrenden Zug auf. Jeder in der Hoffnung, schnell und einfach etwas von der unerschöpflichen Reichweite abzubekommen. Ob für Employer Branding, Personalmarketing, oder einfach so, ohne jeglichen Plan. Klar, es gab ja angeblich etwas umsonst. Dachte man. Schon bald durften viele feststellen, dass auch kostenlose Reichweite ohne den zur Ansprache nun mal notwendigen Arbeitsaufwand, nicht viel bringt. Der anfängliche Enthusiasmus wurde langsam aber sicher von Enttäuschung verdrängt. „Wie, es geht nicht einfach so?“

Noch größer wurde die Enttäuschung der Unternehmen, als Facebook 2014 plötzlich das Konzept änderte und das imaginäre Schild über der Tür von „Soziales Netzwerk“ in „Professionelle Kommunikations- und Werbepattform“ änderte. „Wie, jetzt kostet das auch noch Geld?“. Und als die Medien dann auch noch behaupteten, junge Leute mögen Facebook nicht mehr, war es ganz vorbei. Facebook war plötzlich „tot“. Die Personalmarketer verloren das Interesse. Facebook wurde nicht mehr „gekauft“.

Doch in Wirklichkeit geschah etwas völlig anderes, als der tiefe Fall eines gehypten Giganten. Mit der Änderung des Konzepts erlöste Facebook die Unternehmen von der Notwendigkeit des Community-Aufbaus zur Erschließung der Reichweite und den lästigen Redaktionspflichten (Fanpages, Apps, Gewinnspiele usw.).

In kürzester Zeit wurden vielfältige Werbeformate entwickelt und die Instrumente der gezielten Ansprache (Targeting) deutlich verbessert und erweitert. Facebook stellte seine gesamte Reichweite jedem zur Verfügung, der bereit war, wenigstens ein paar Cent auszugeben. Damit wurden wesentlich bessere und einfachere Bedingungen für werbetreibende Unternehmen geschaffen, als das noch zu den Zeiten des Hypes der Fall war.

Fortsetzung auf nächster Seite



# Facebook – unendliche Reichweiten für das Personalmarketing III

Und so kann heute jeder Tante-Emma-Laden gezielt dafür sorgen, dass seine Werbe- Stellen-, Image-Anzeigen genau den Leuten vor die Nase gehalten werden, die der Tante-Ema-Laden gerne bei sich sehen möchte. Dieses Zielgruppentargeting nach Alter, Region und Interessen ist im Web einmalig.

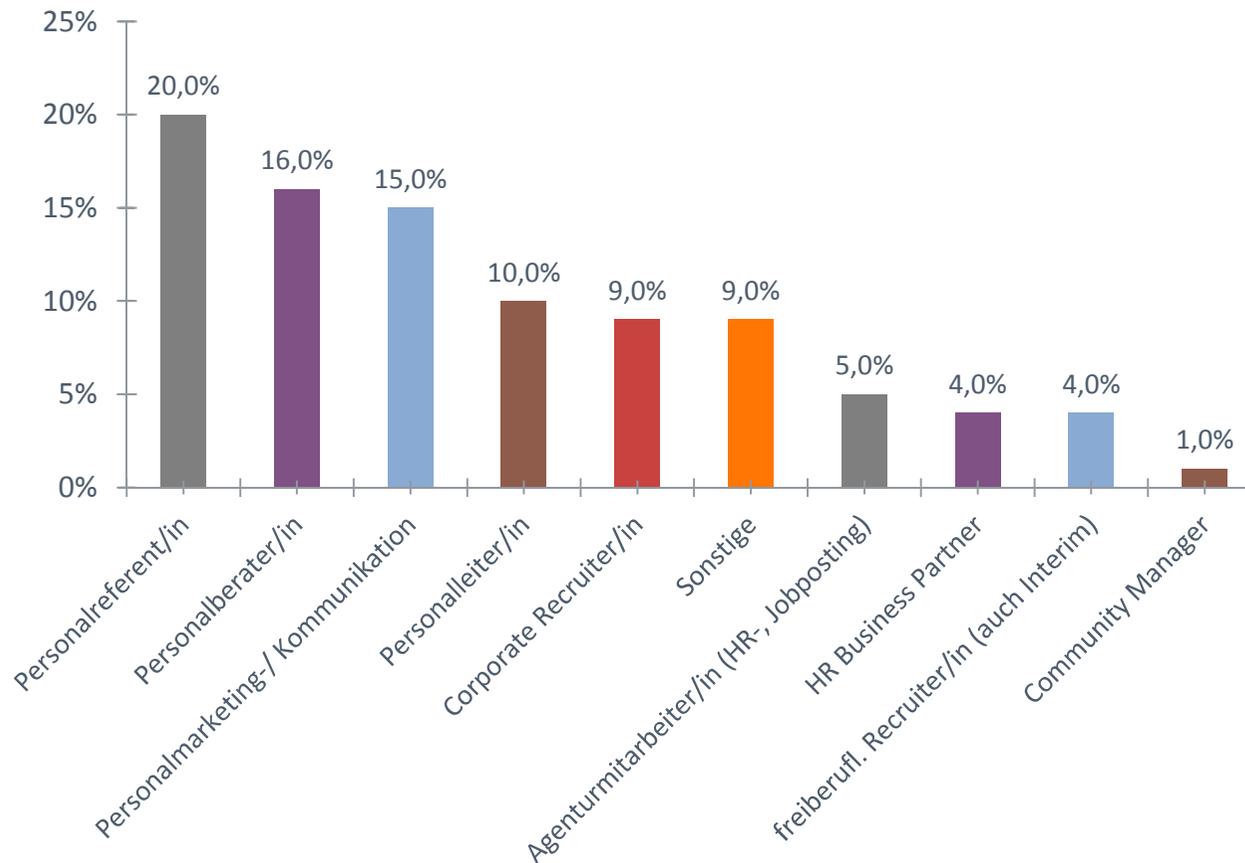
Dank der Menge und Ausführlichkeit der Nutzerdaten, die Facebook zur Verfügung stehen, liegen die Möglichkeiten gerade im Personalmarketing weit über allen anderen Möglichkeiten der Zielgruppenansprache im Netz. Und da die meisten Arbeitgeber diese Chance nicht zu nutzen wissen, erreichen Sie (als cleveres Unternehmen) Ihre Zielgruppen auf Facebook heute einfacher und günstiger als anderswo. Noch!

Autor:

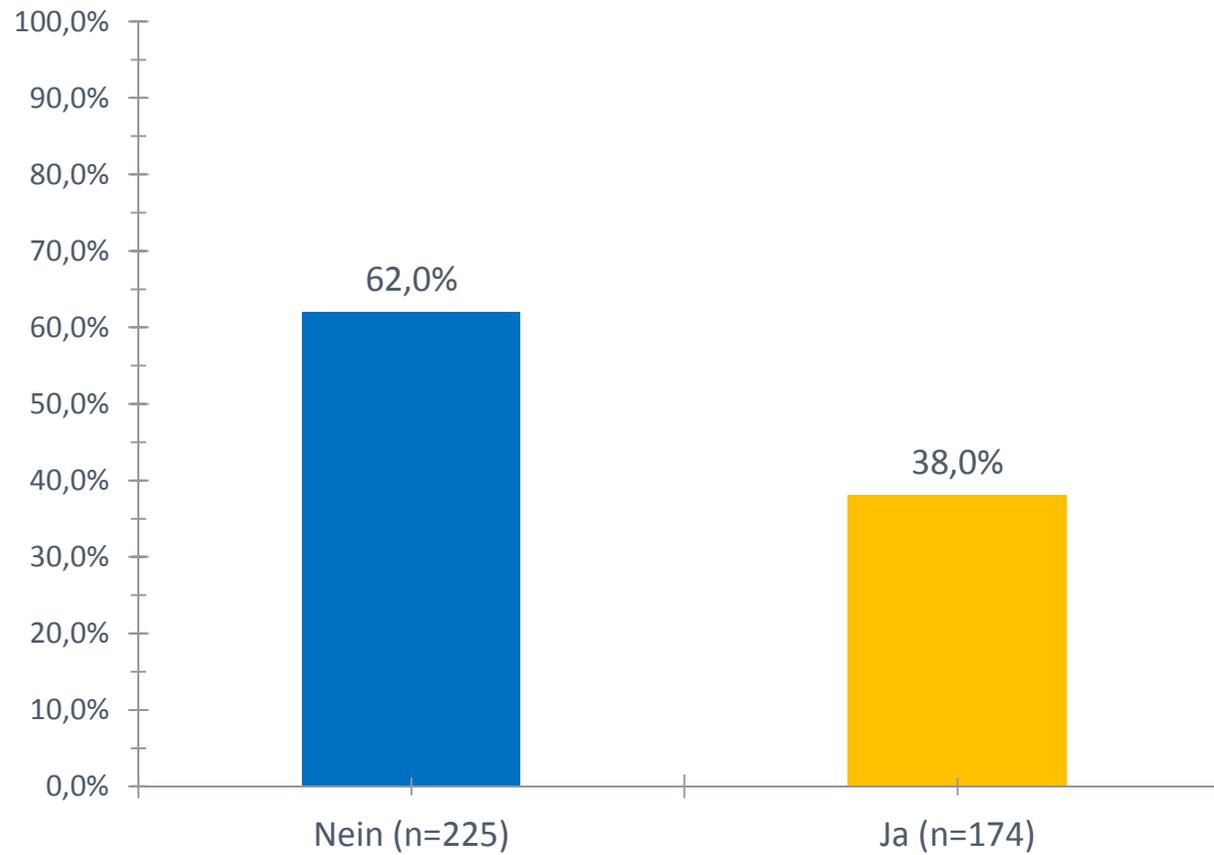
**Alexander Fedossov** ist Geschäftsführer der auf Employer Branding und Personalmarketing spezialisierten Digitalagentur Wollmilchsau GmbH. Seine aktuellen Lieblingsthemen sind Realtime-Bidding und HR-Analytics. Fragen gerne an: [alex@wollmilchsau.de](mailto:alex@wollmilchsau.de)



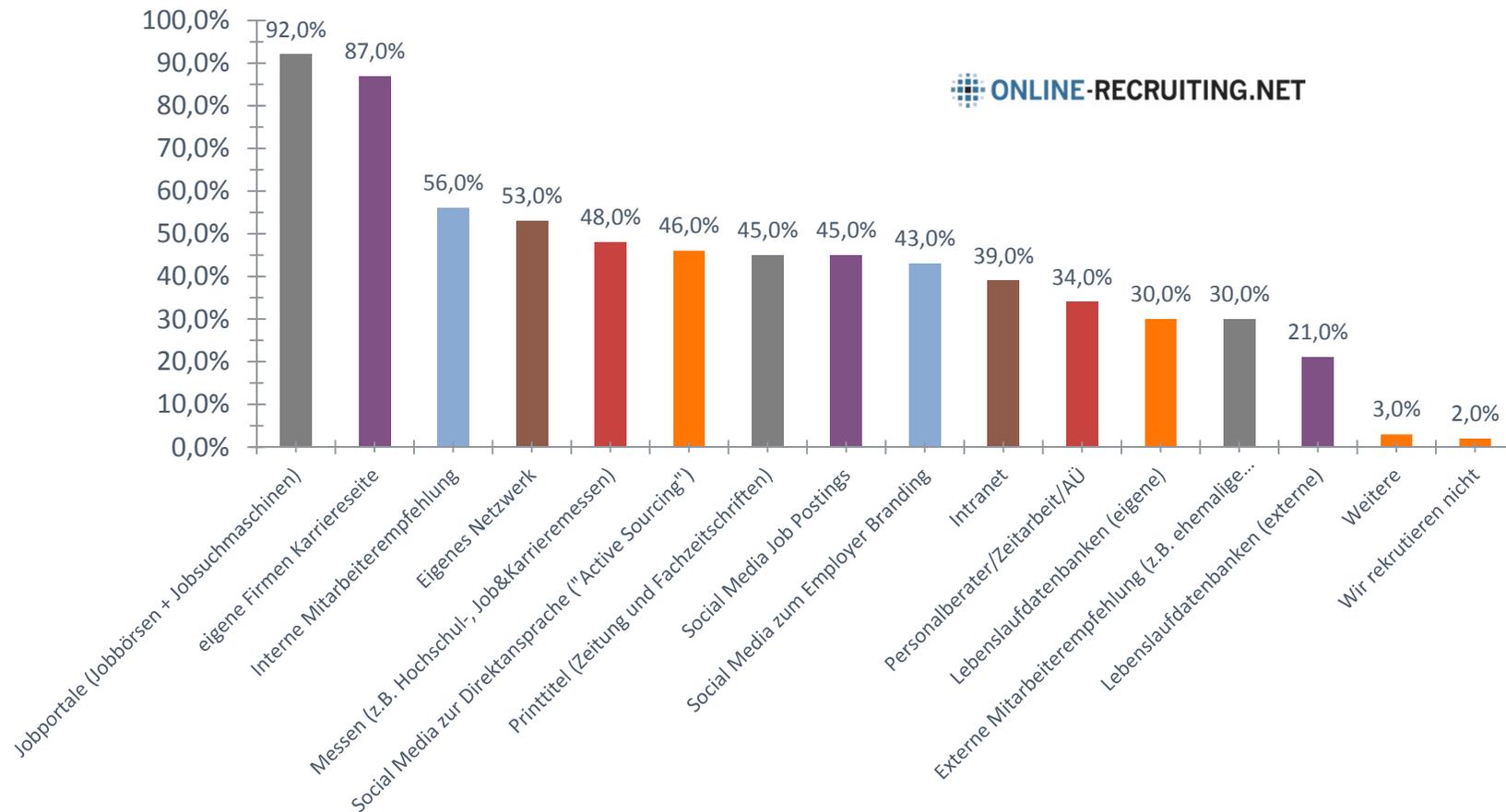
# 1. Welcher Berufsgruppe ordnen Sie sich am ehesten zu?



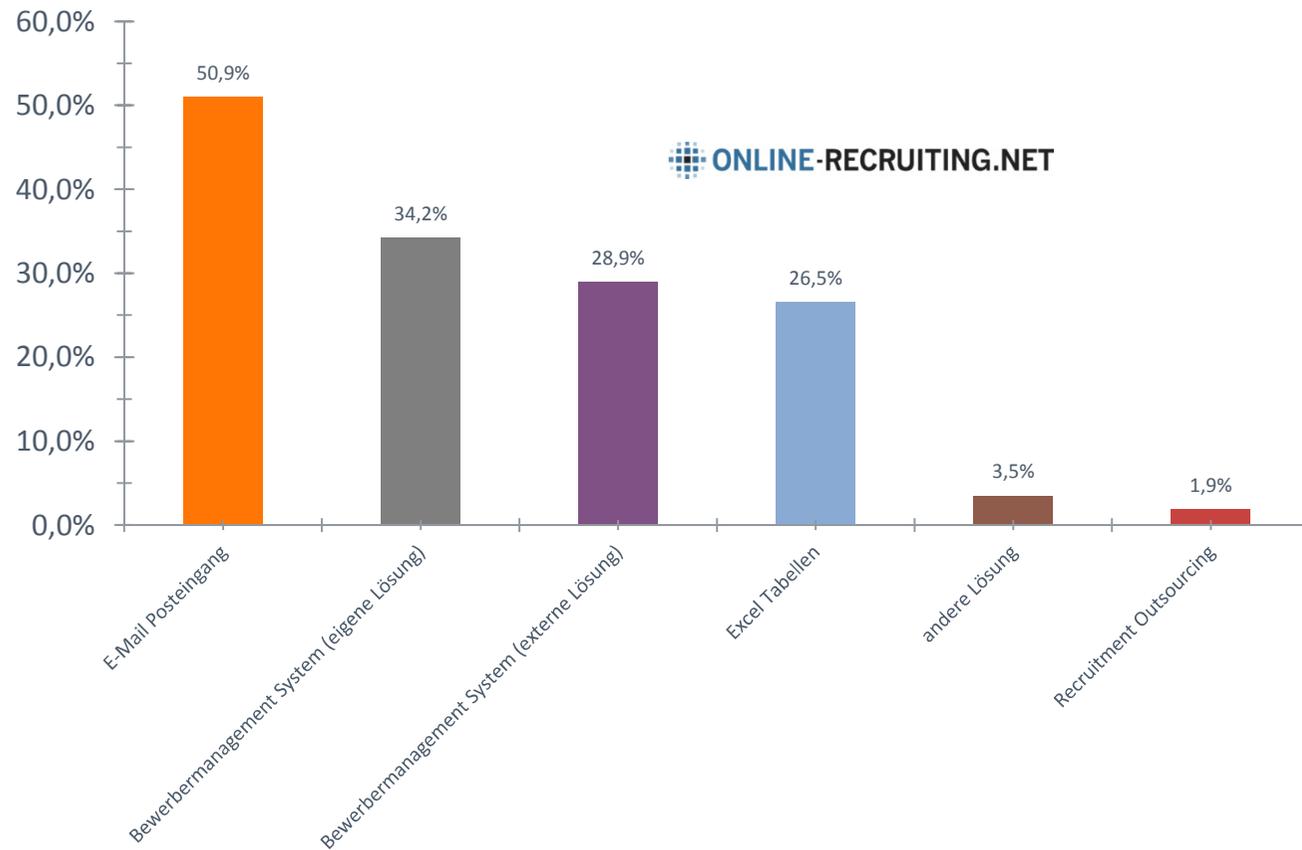
## 2. Haben Sie Personalverantwortung?



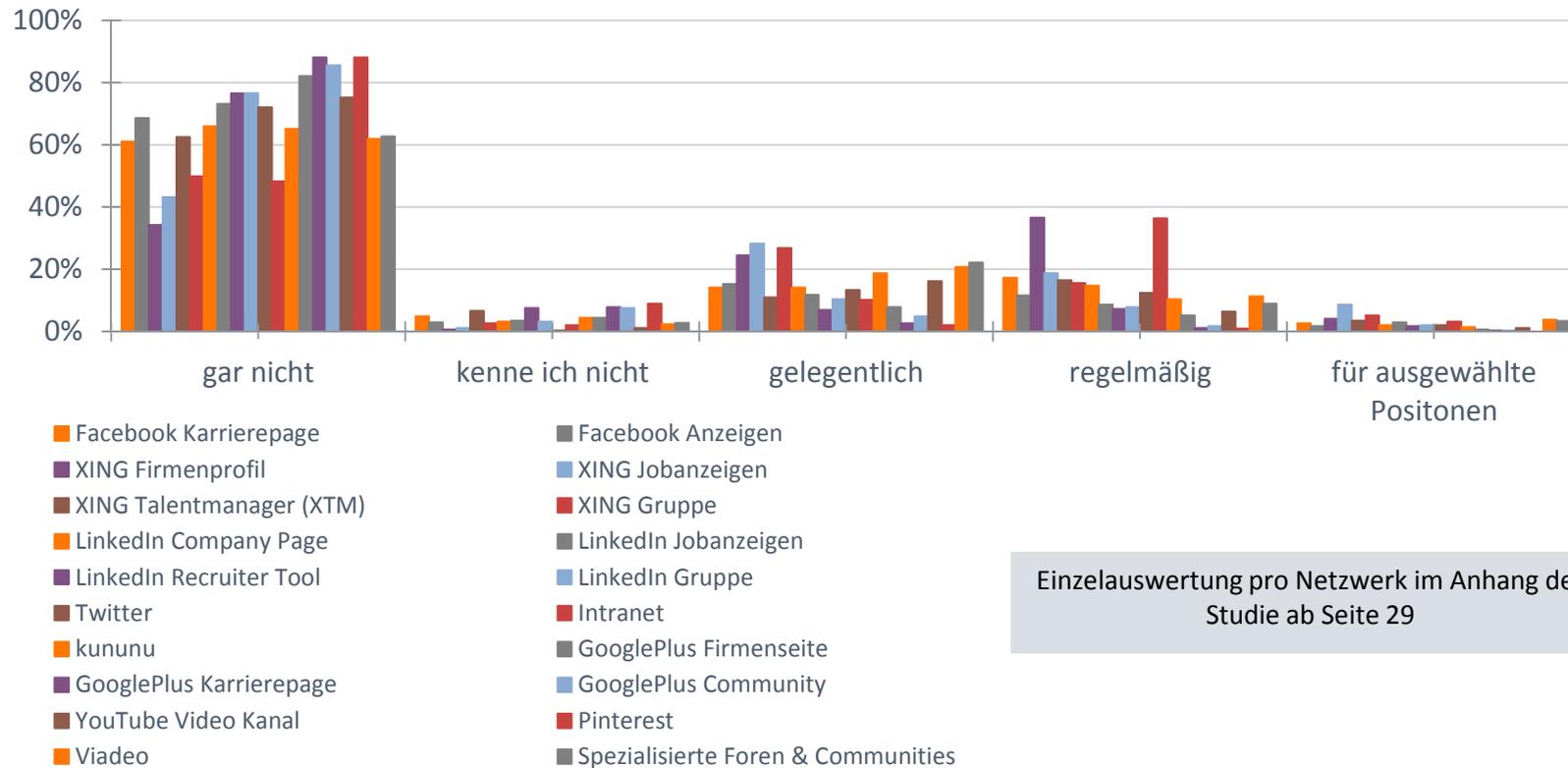
### 3. Welche Kanäle nutzen Sie heute, um Kandidaten auf Ihre Stellen/ Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen?



#### 4. Wie verwalten Sie eingehende Bewerbungen?

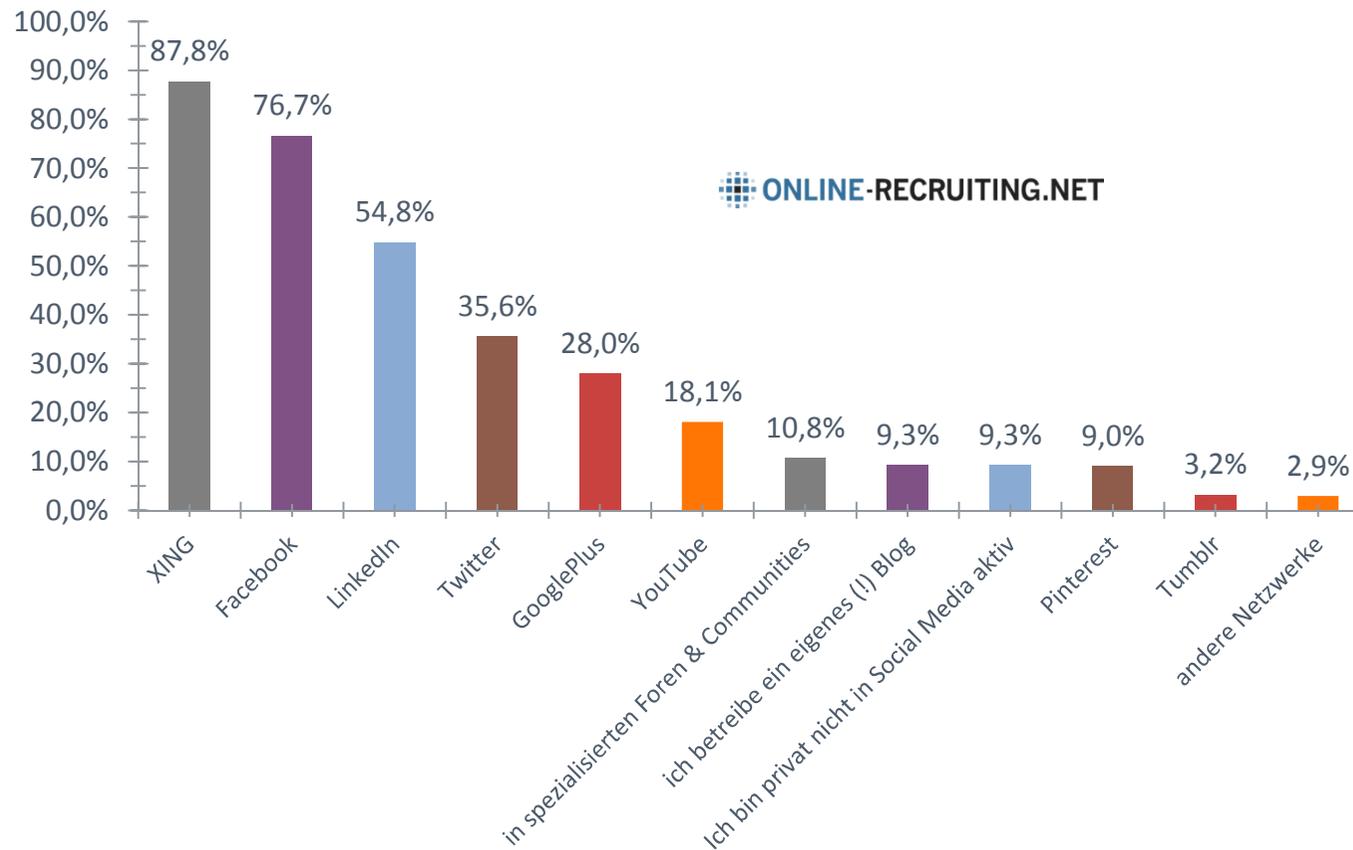


## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?

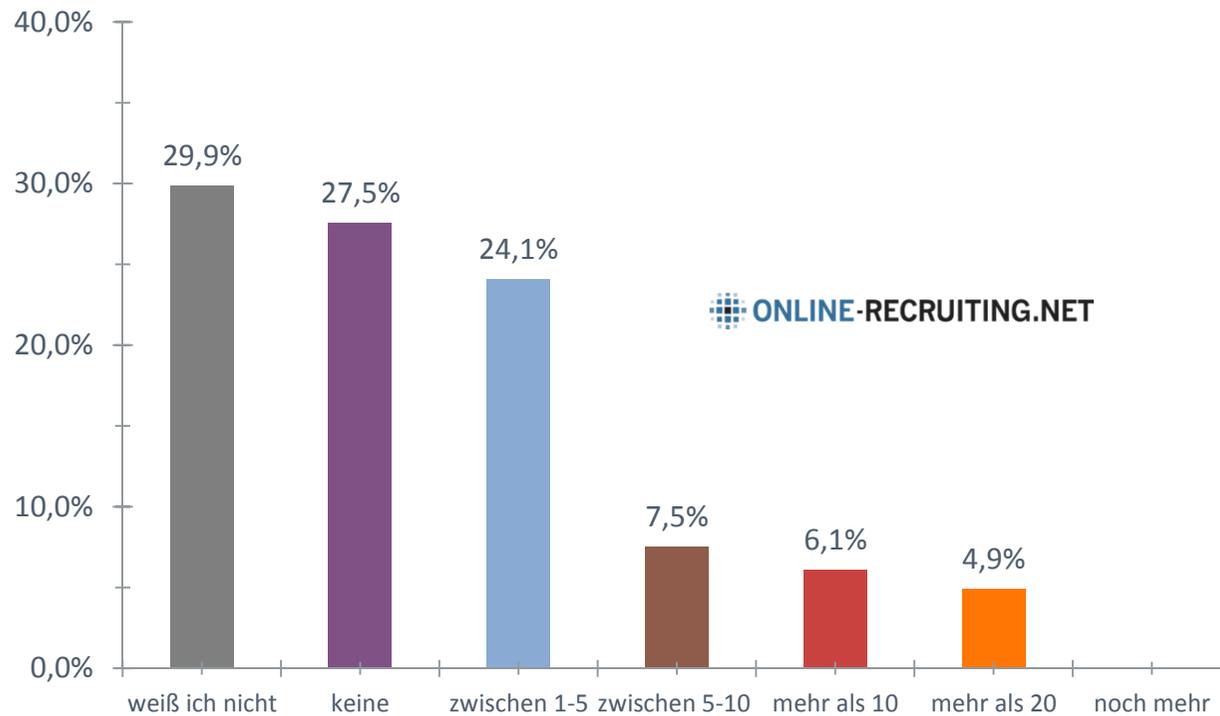


Einzelauswertung pro Netzwerk im Anhang der Studie ab Seite 29

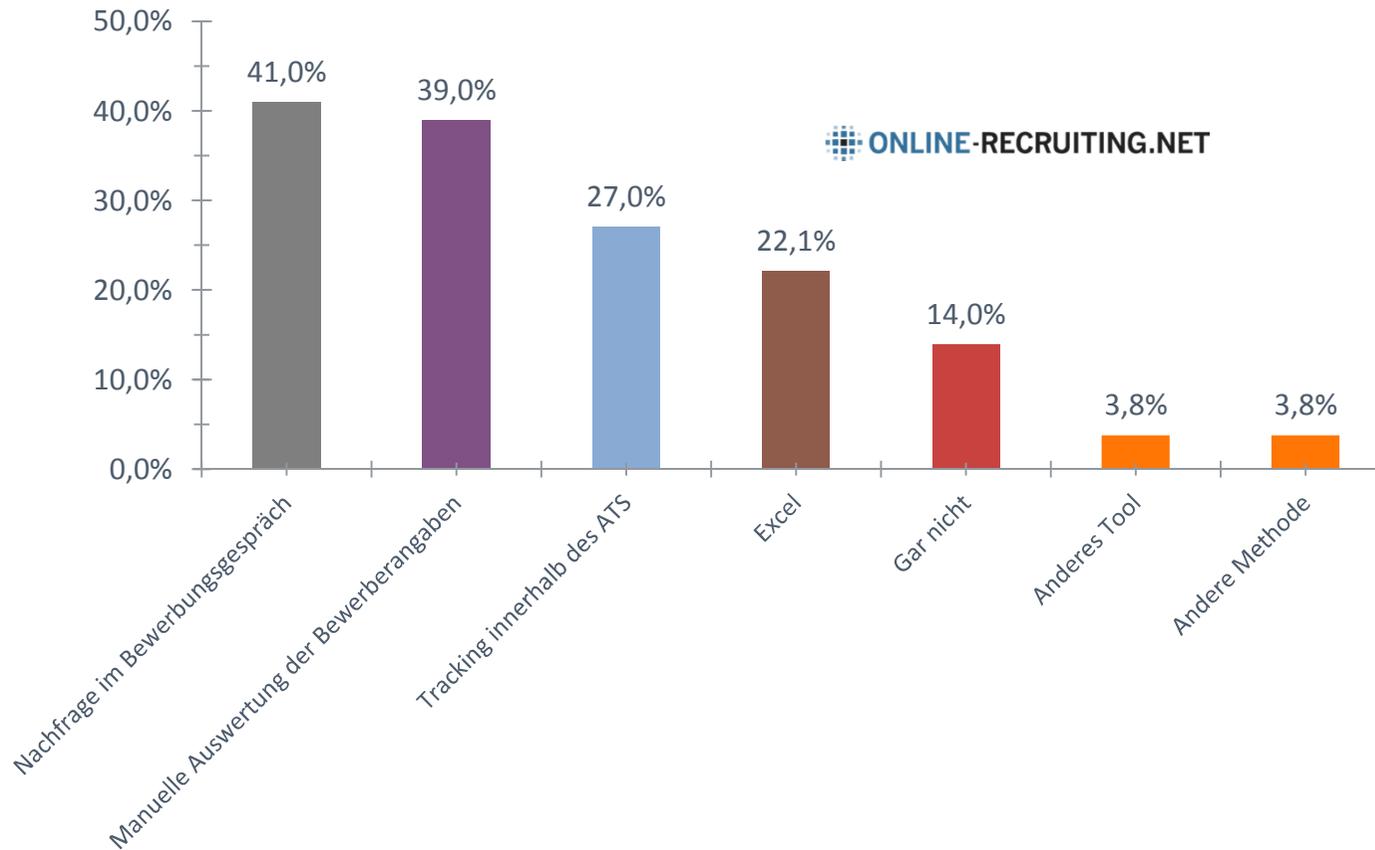
## 6. In welchen sozialen Netzwerken sind Sie privat aktiv?



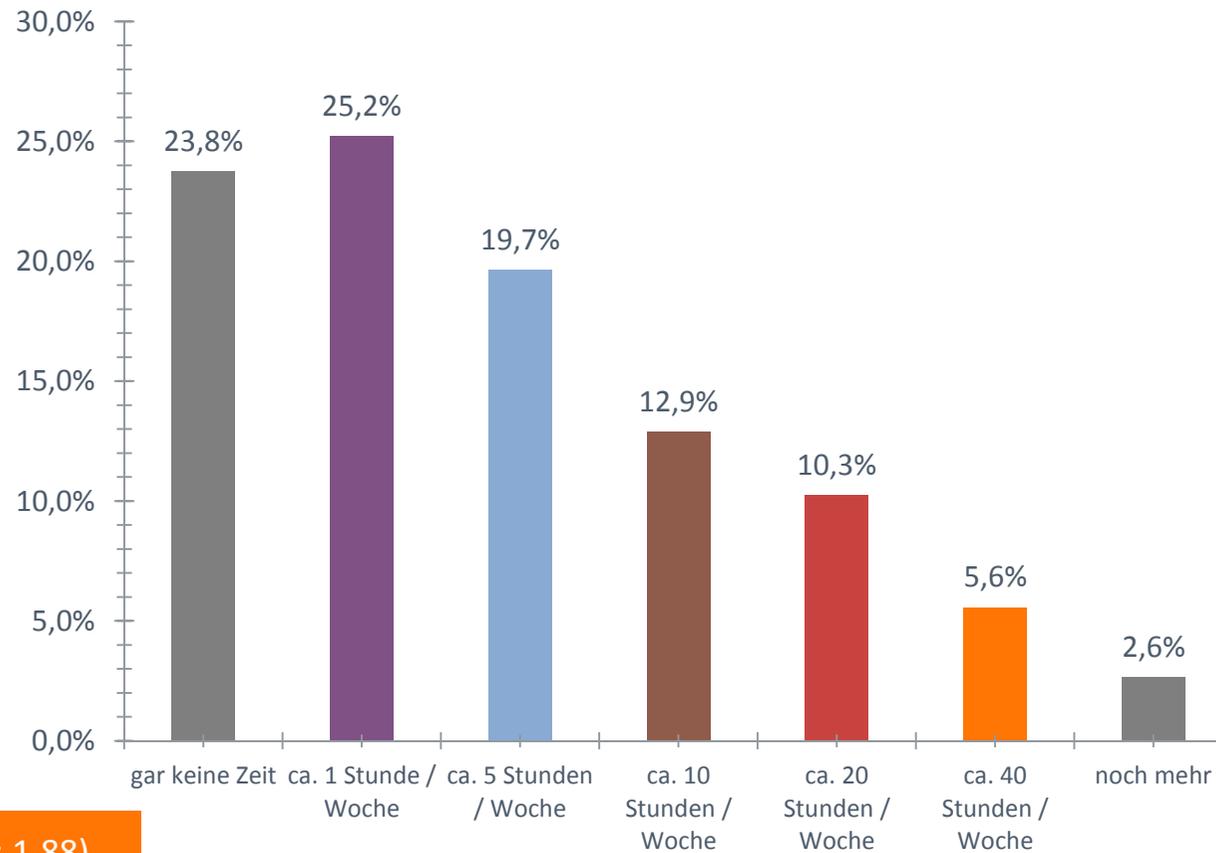
## 7. Wie viele Stellen haben Sie anhand von Social Recruiting konkret in den letzten 6 Monaten besetzt?



## 8. Wie verfolgen Sie nach, über welche Kanäle sich Kandidaten beworben haben?

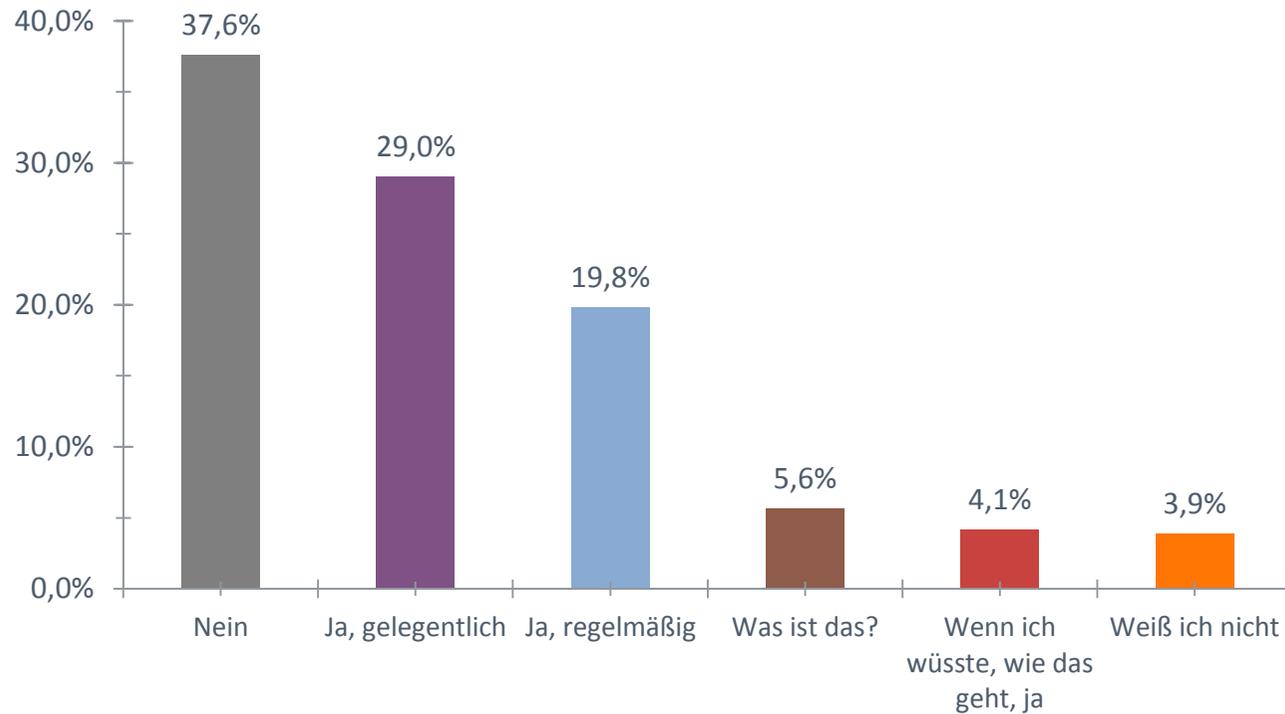


## 9. Wie viel Zeit (kumuliert) verbringen Mitarbeiter Ihres Unternehmens im Schnitt für Social Media Recruiting Aktivitäten?

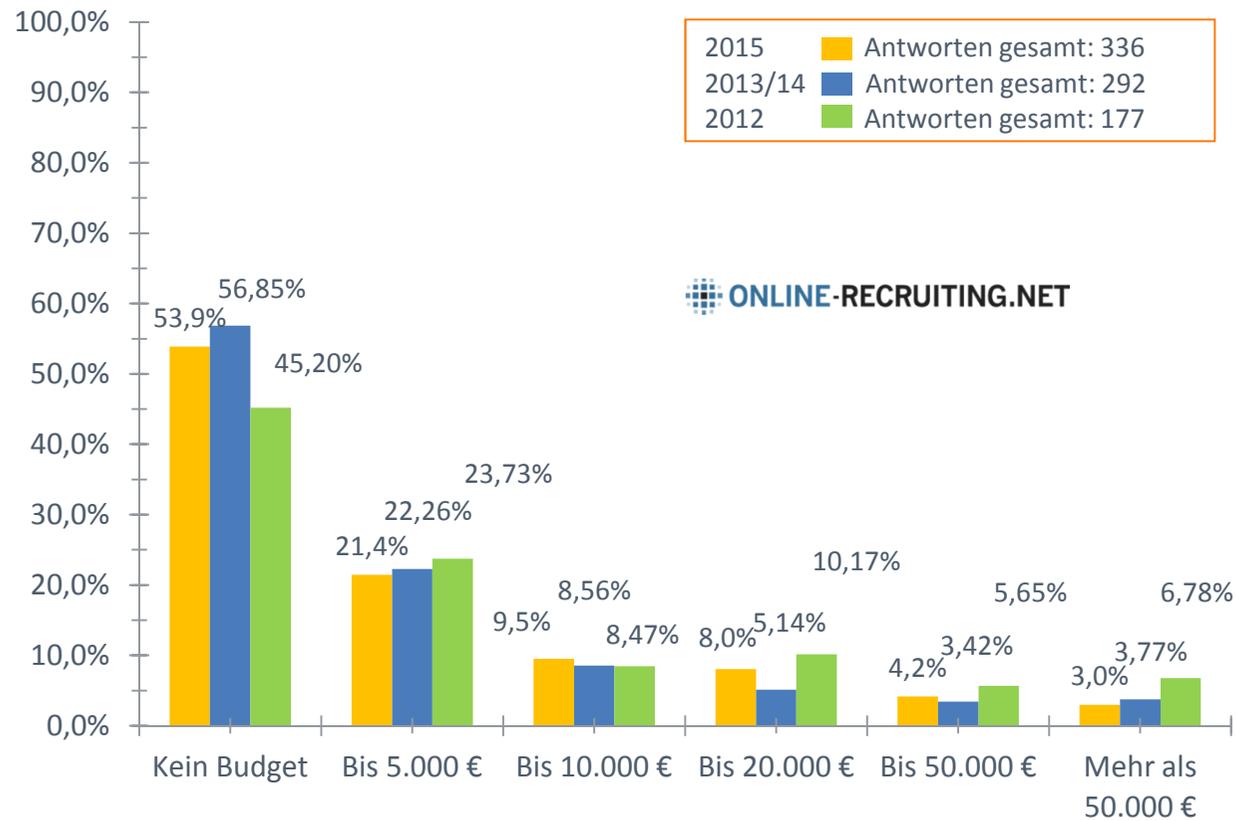


(Avg: 1.88)

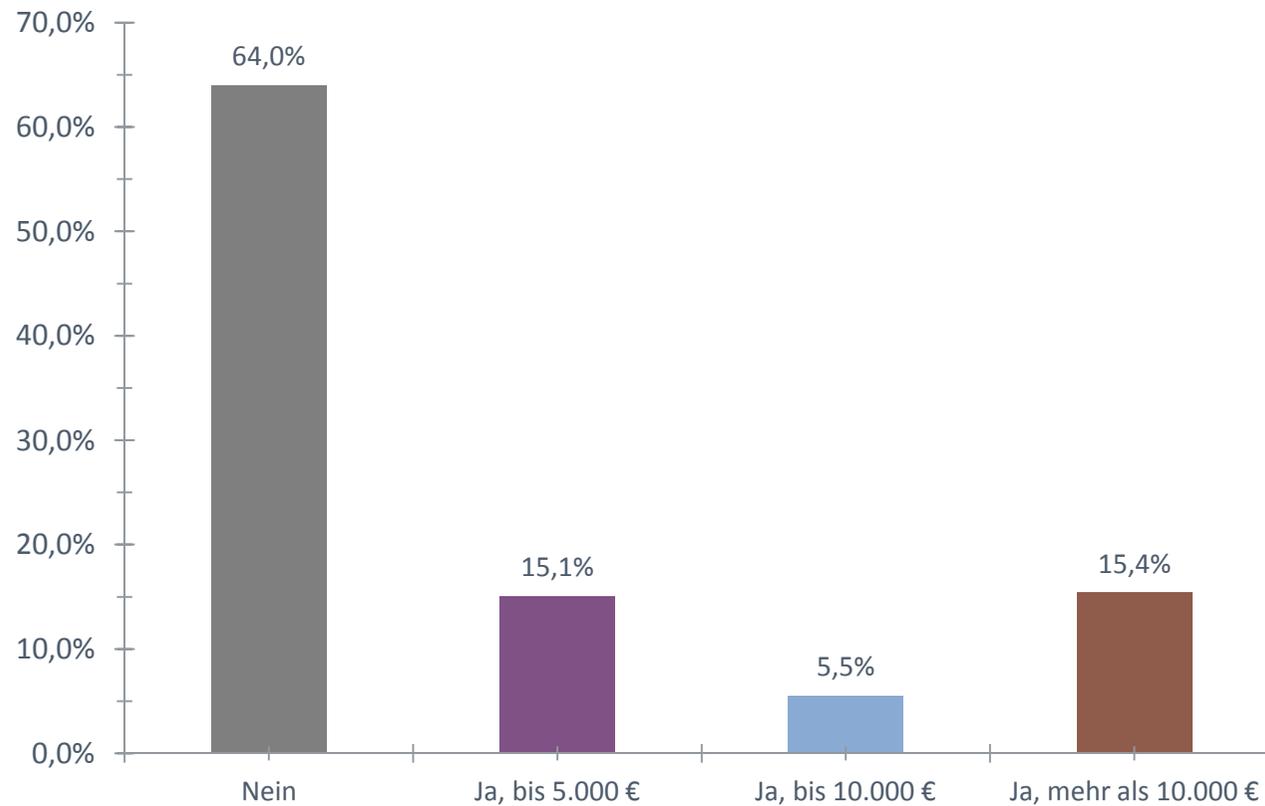
## 10. Betreiben Sie aktives (Social Media) Monitoring zu Ihrem Unternehmen, bzw. zu Ihrer Arbeitgebermarke im Internet?



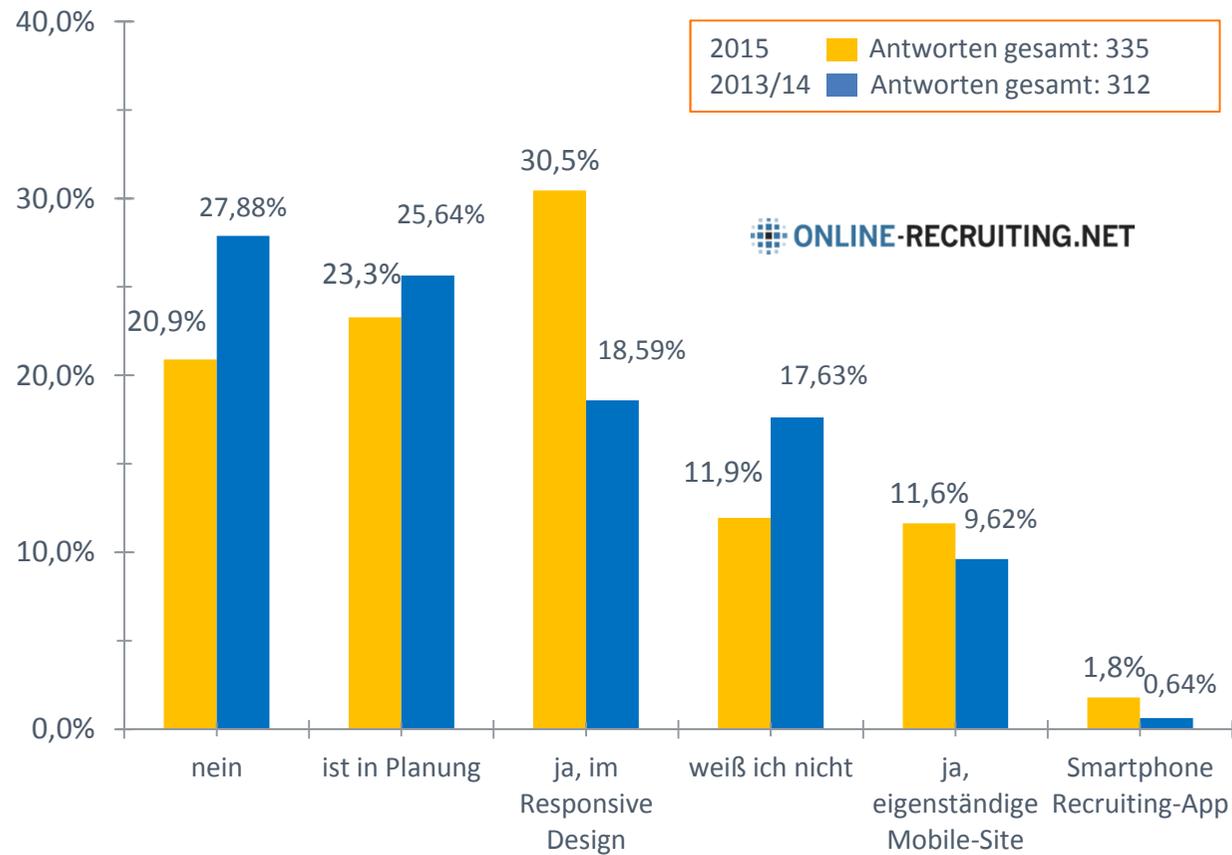
## 11. Wie hoch ist Ihr Social Media Recruiting Budget für 2015?



## Können Sie Budgetentscheidungen treffen?



## 12. Ist Ihre Karriere Website für mobile Endgeräte optimiert (Smartphone/Tablet)?

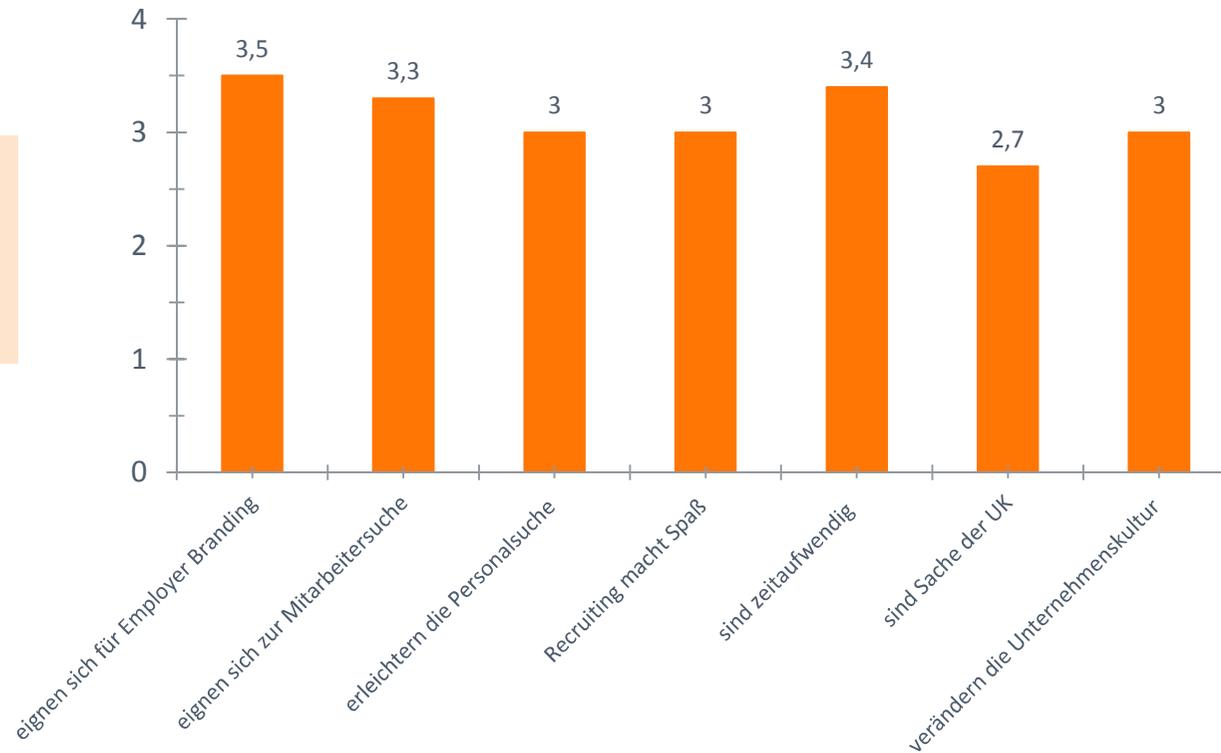


### 13. Welche der folgenden Aussagen trifft in welchem Maße zu

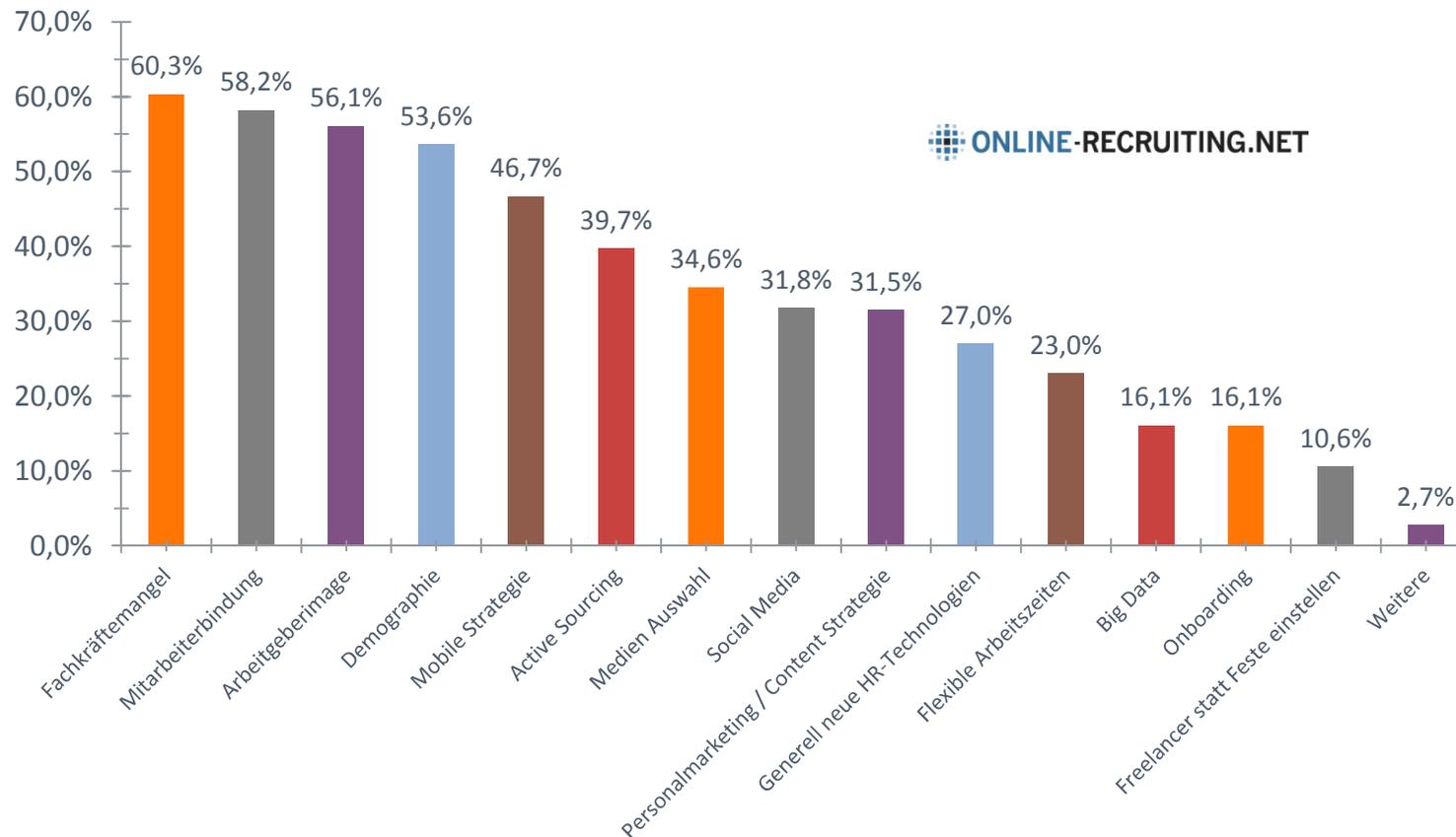
#### „Social Media ...

**Gewichtung:**

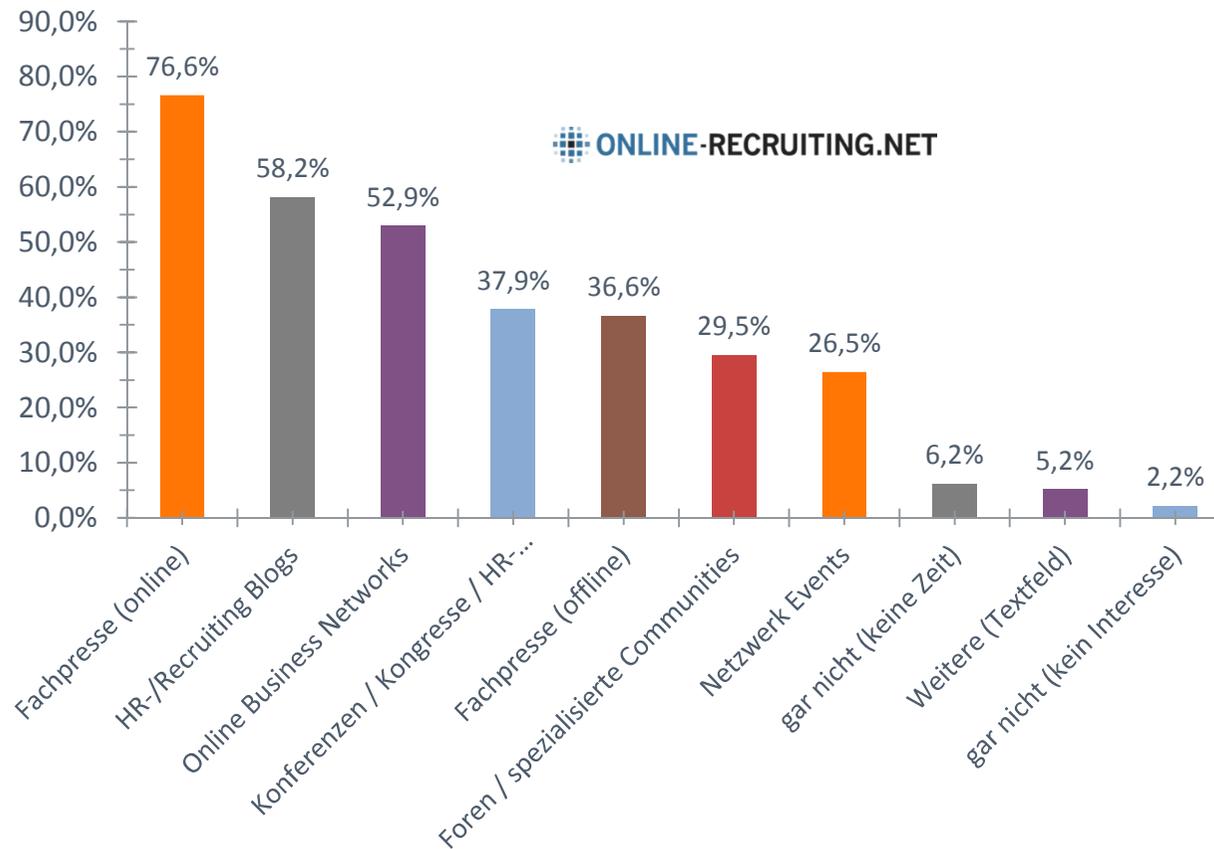
- 4 – trifft voll zu
- 3 – trifft eher zu
- 2 – trifft eher nicht zu
- 1 – trifft gar nicht zu



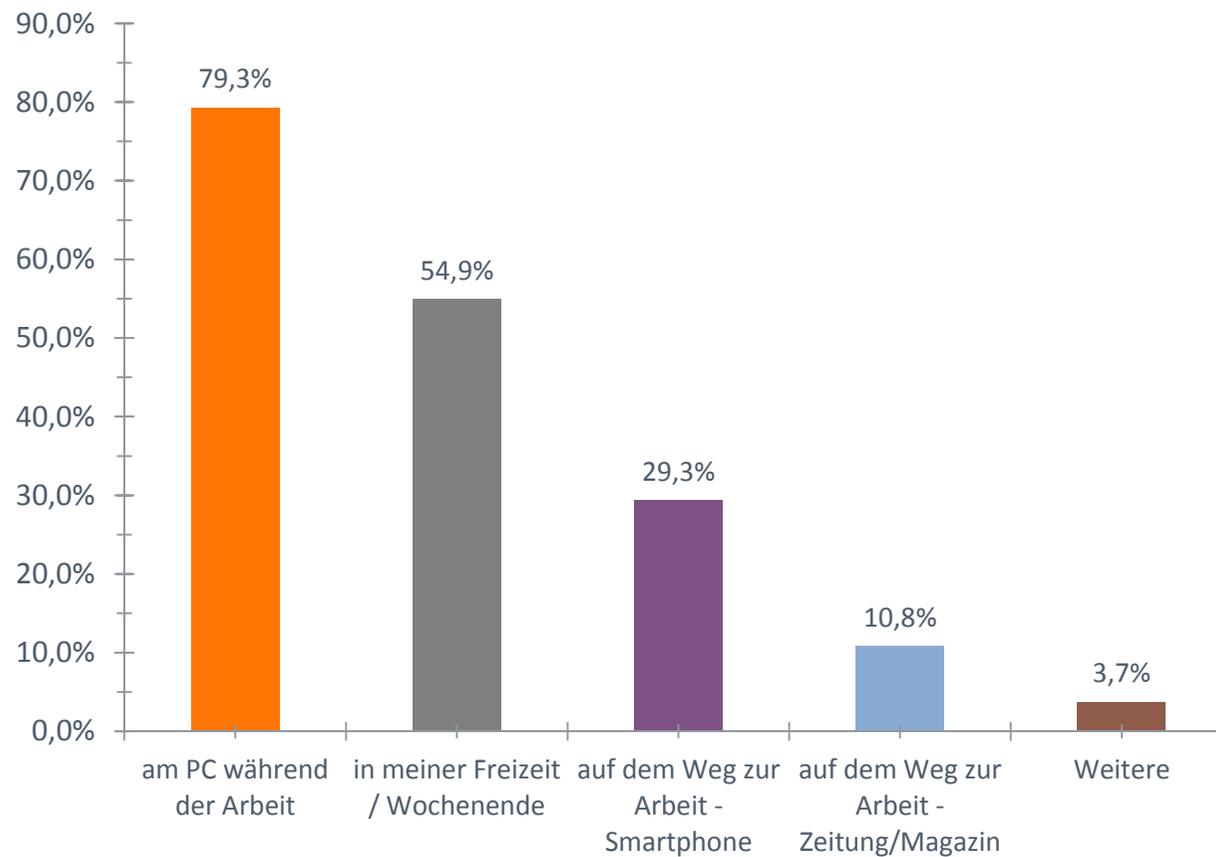
## 14. Welche sind Ihrer Meinung nach die größten Online Recruitment Herausforderungen in den kommenden 3 Jahren?



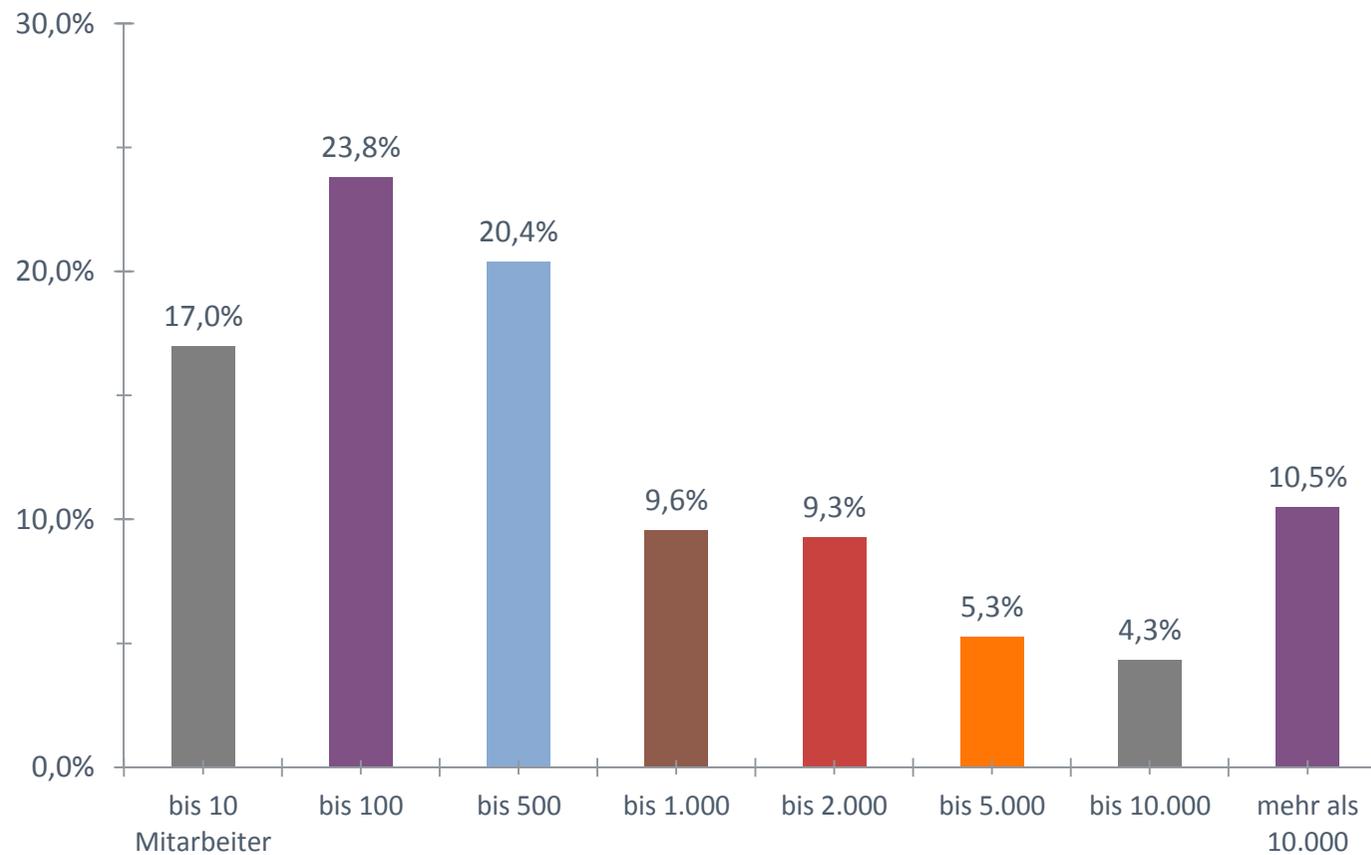
## 15. Wie halten sich über technologische Neuigkeiten im HR-Umfeld auf dem Laufenden?



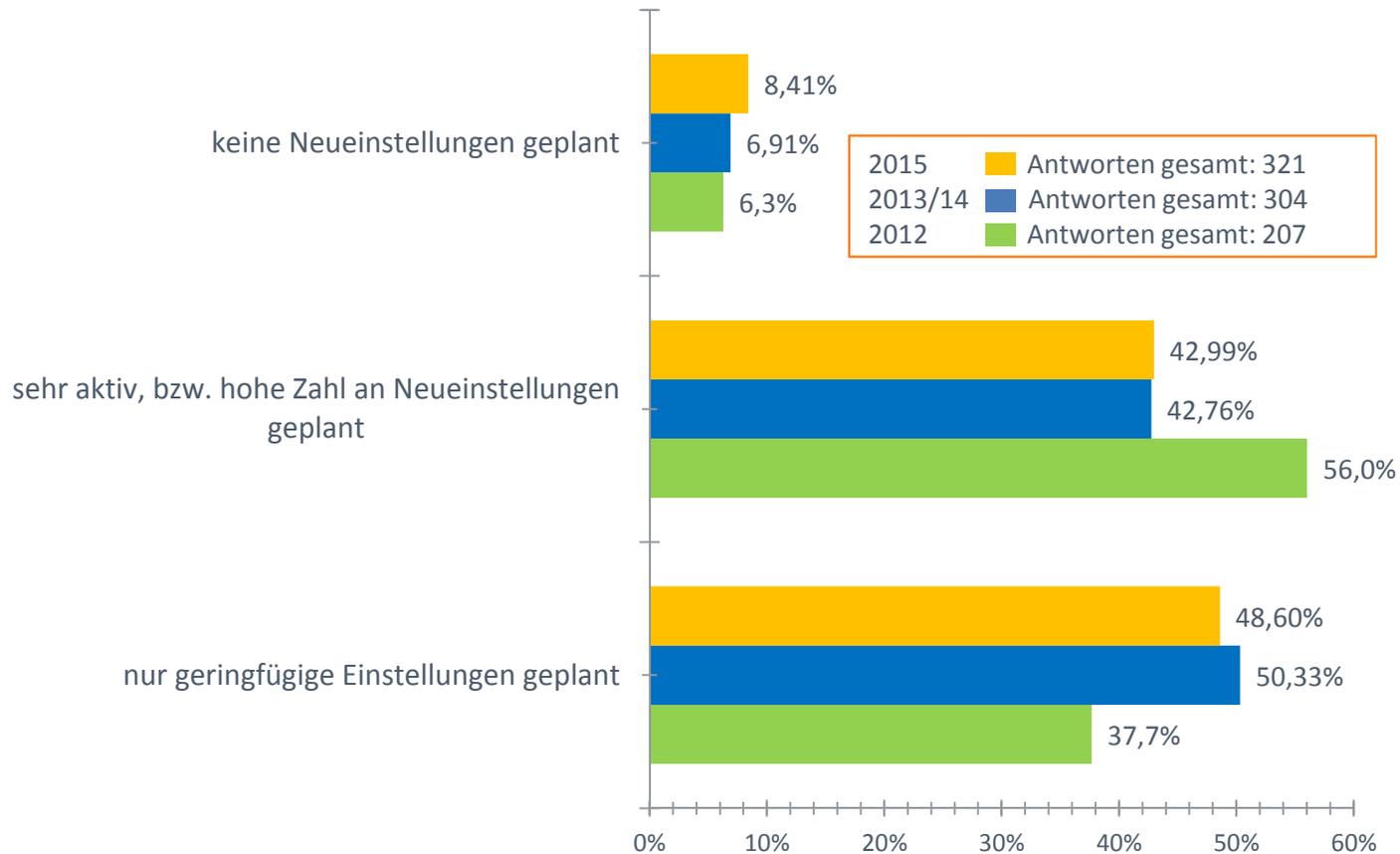
## 16. Wenn Sie sich über HR Technologie Themen informieren, wie und wann gehen Sie dabei vor?



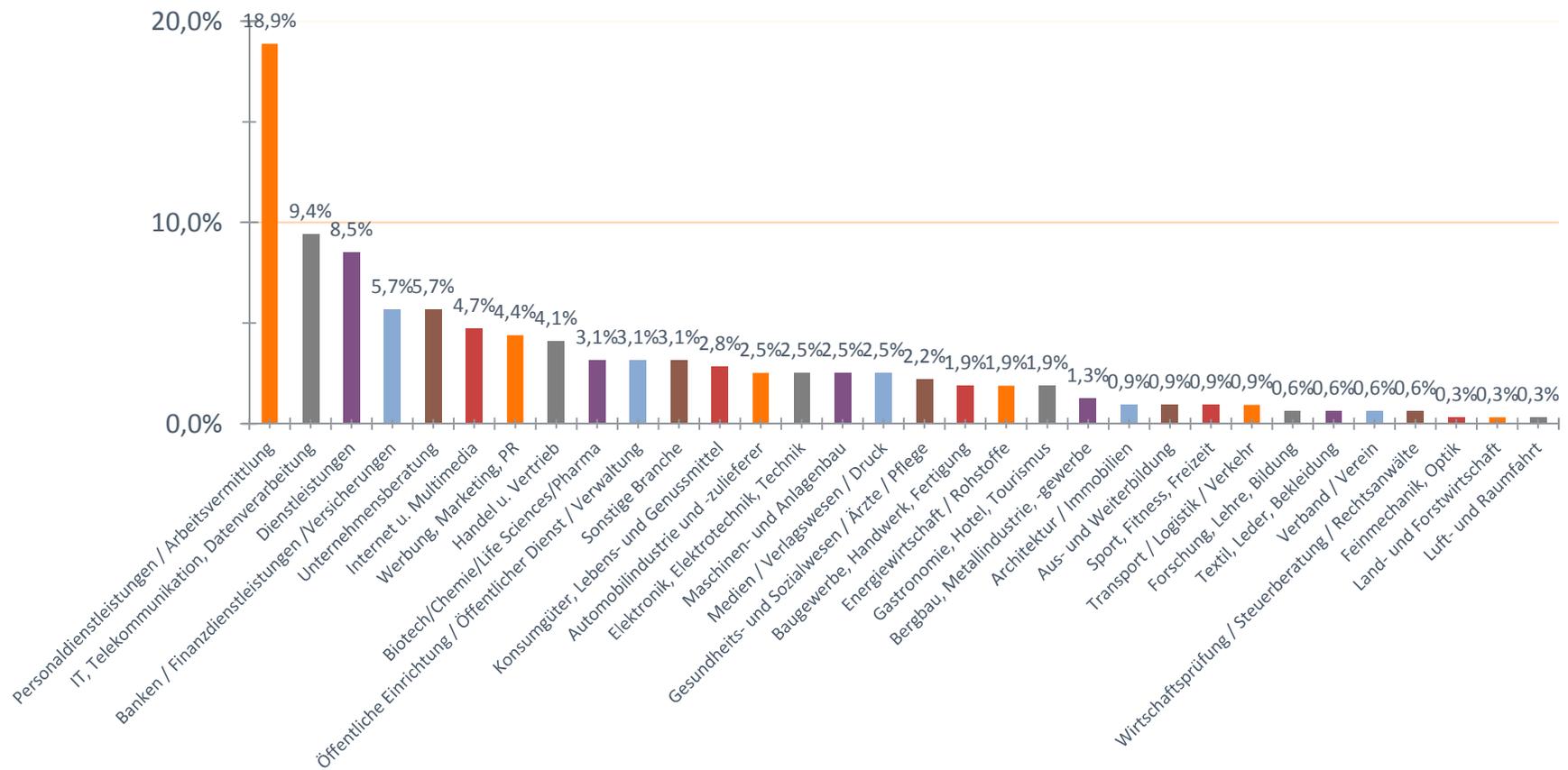
## 17. Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen tätig?



## 18. Geben Sie uns bitte eine Einschätzung zu den geplanten Neueinstellungen Ihres Unternehmens 2015



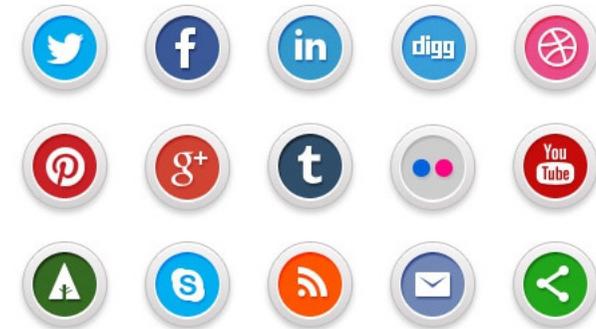
## 19. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?



## Kontakt

Eva Zils  
4, rue de Vendenheim  
F – 67000 Strasbourg  
[eva.zils@online-recruiting.net](mailto:eva.zils@online-recruiting.net)  
Telefon: +33 (0)6 84 88 98 33

[www.online-recruiting.net](http://www.online-recruiting.net)  
[www.socialmedia-recruiting.com](http://www.socialmedia-recruiting.com)



XING: [www.xing.com/profile/Eva\\_Zils](http://www.xing.com/profile/Eva_Zils)  
LinkedIn: [www.linkedin.com/in/evazils/de](http://www.linkedin.com/in/evazils/de)  
Viadeo: [www.viadeo.com/fr/profile/eva.zils](http://www.viadeo.com/fr/profile/eva.zils)

Facebook: [www.facebook.com/onlinerecruiting.net](http://www.facebook.com/onlinerecruiting.net)  
Google+ : <https://plus.google.com/+Online-recruitingNet/>  
Twitter: [http://twitter.com/eva\\_zils](http://twitter.com/eva_zils)



**Anhang – Einzelauswertung  
Nutzungsintensität bestimmter sozialer Medien  
für das Recruiting  
(s. Frage 5)**

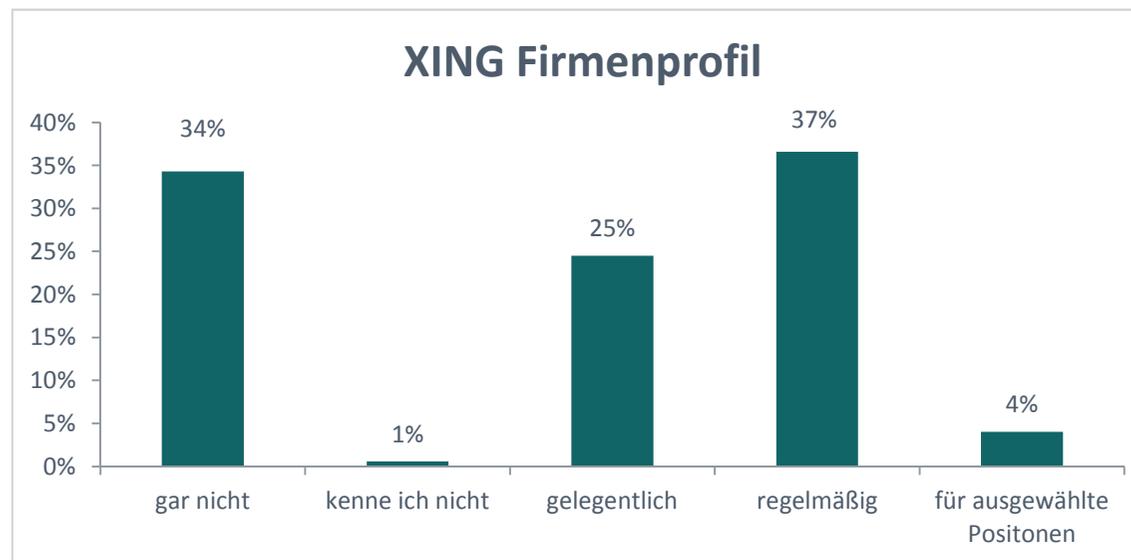
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



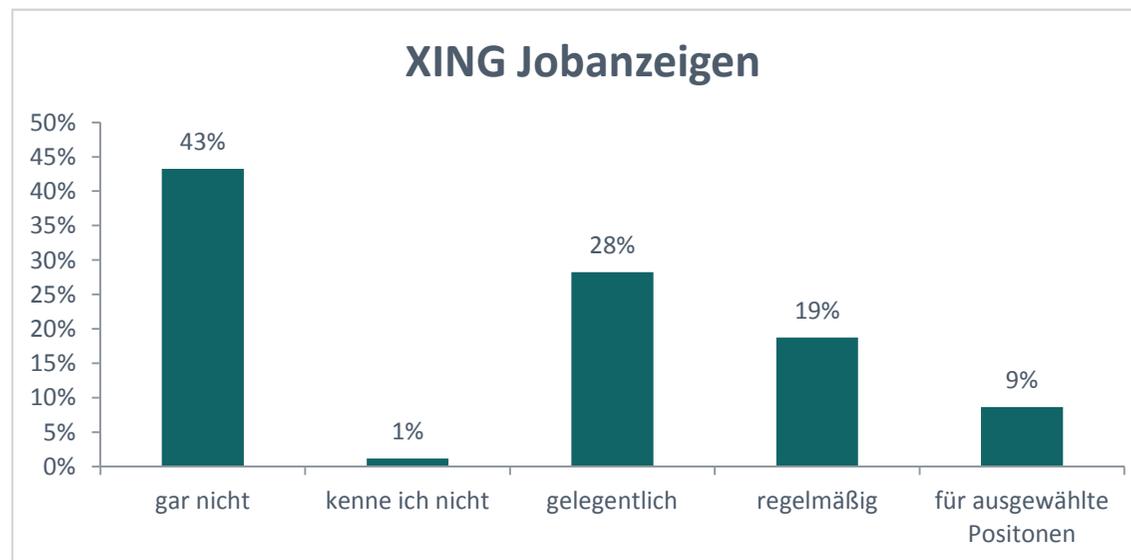
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



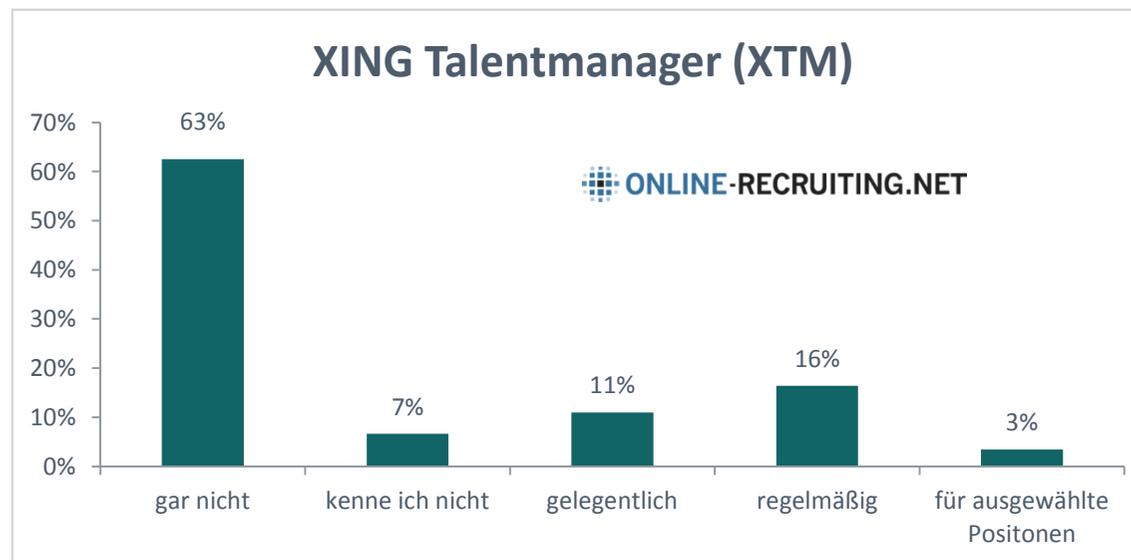
5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



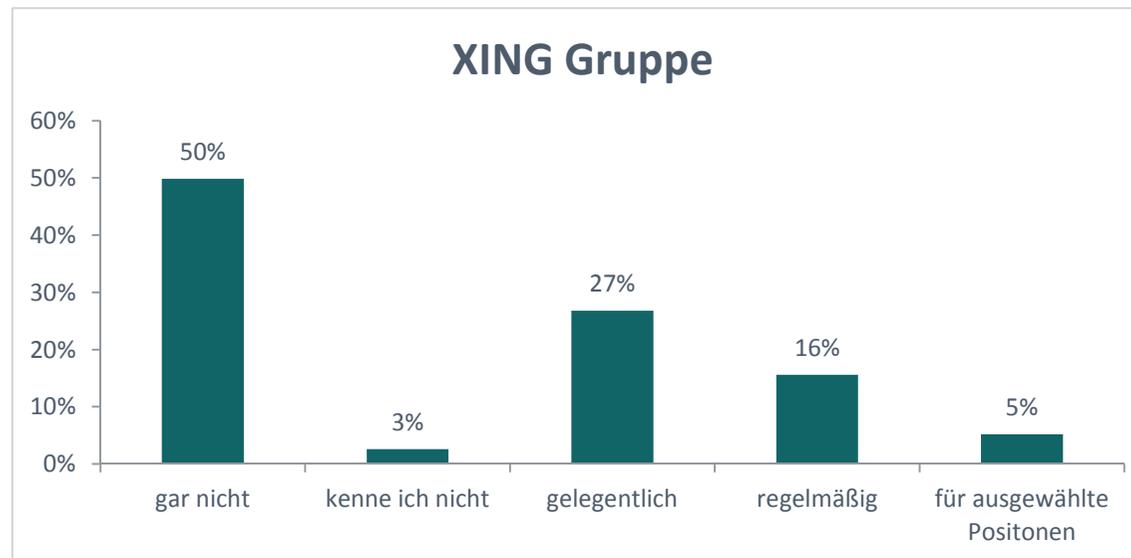
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



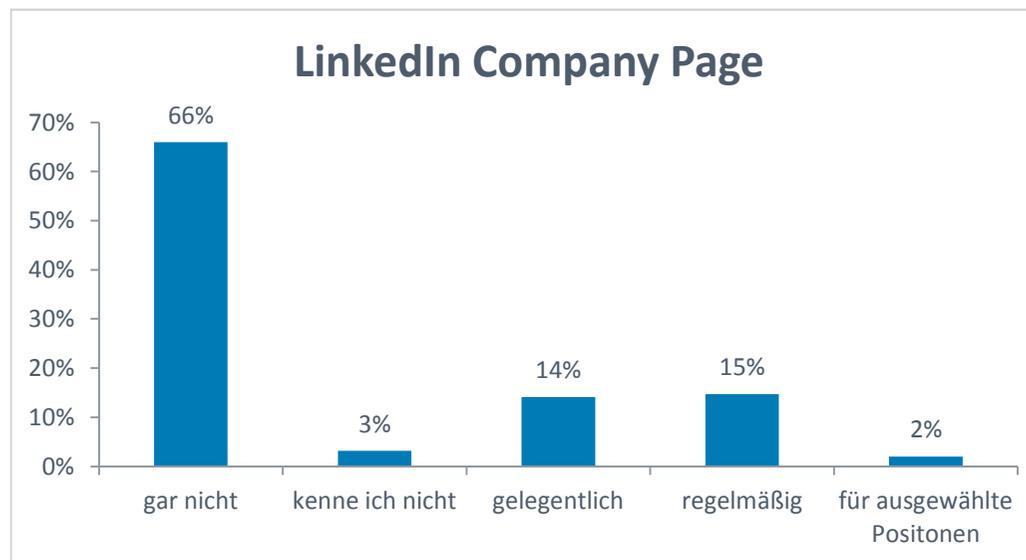
5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



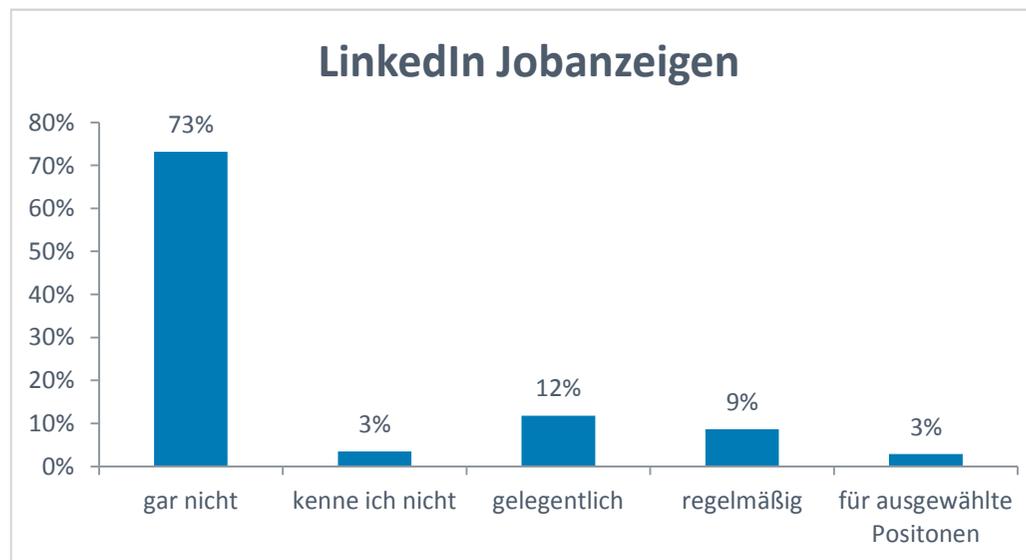
5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



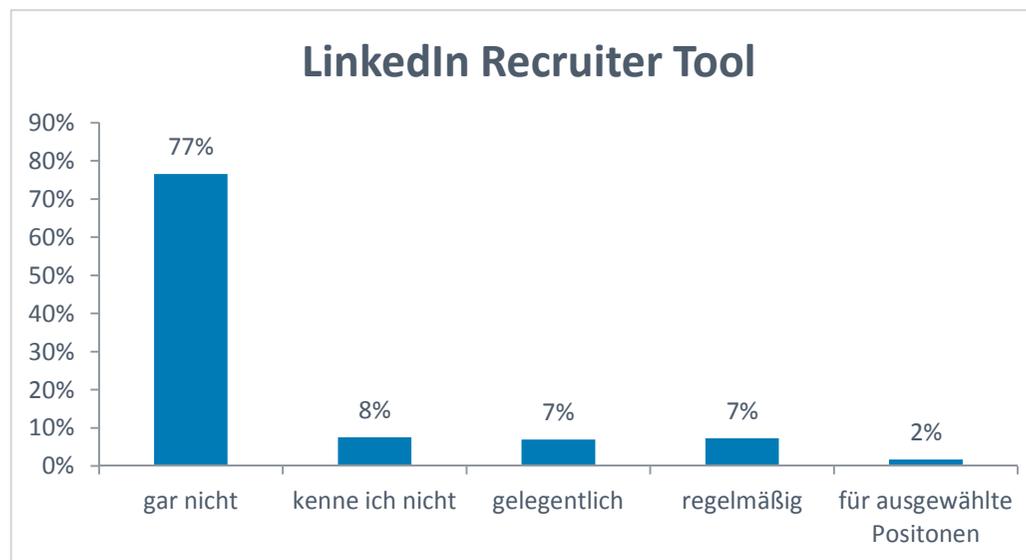
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



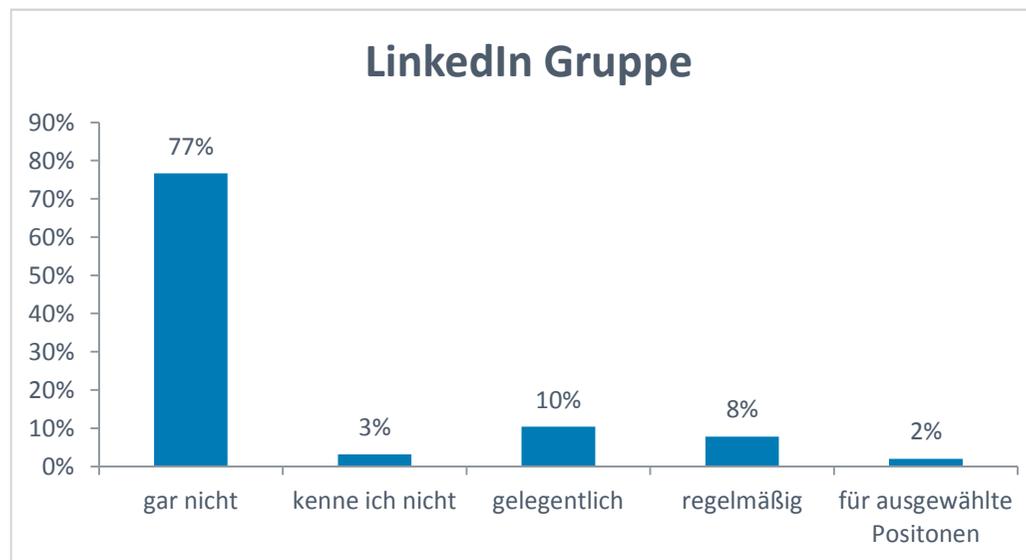
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



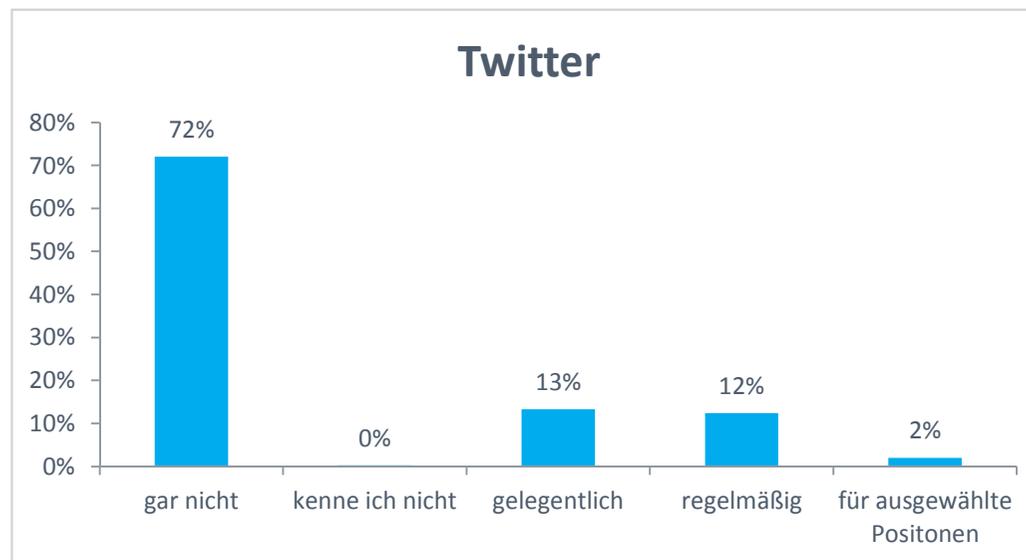
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



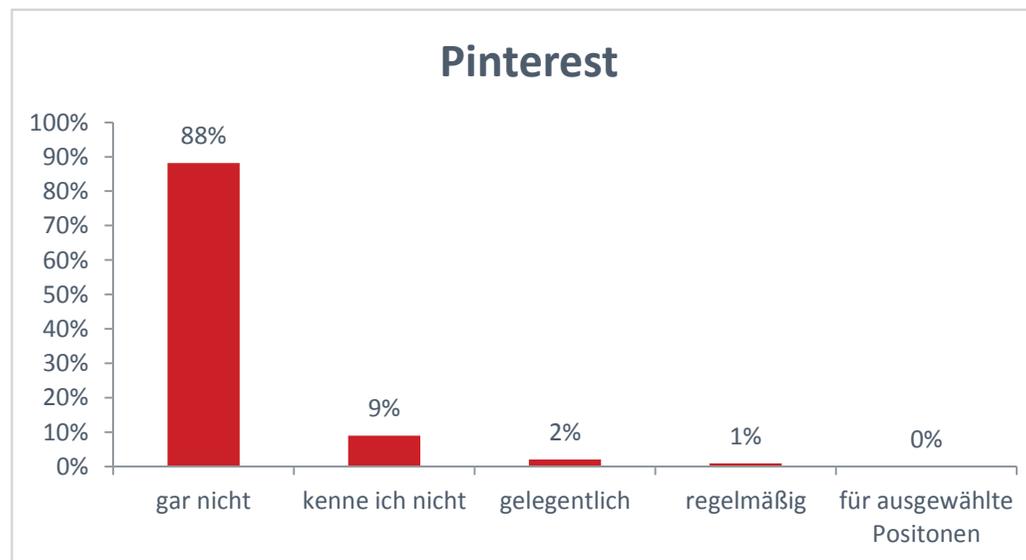
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



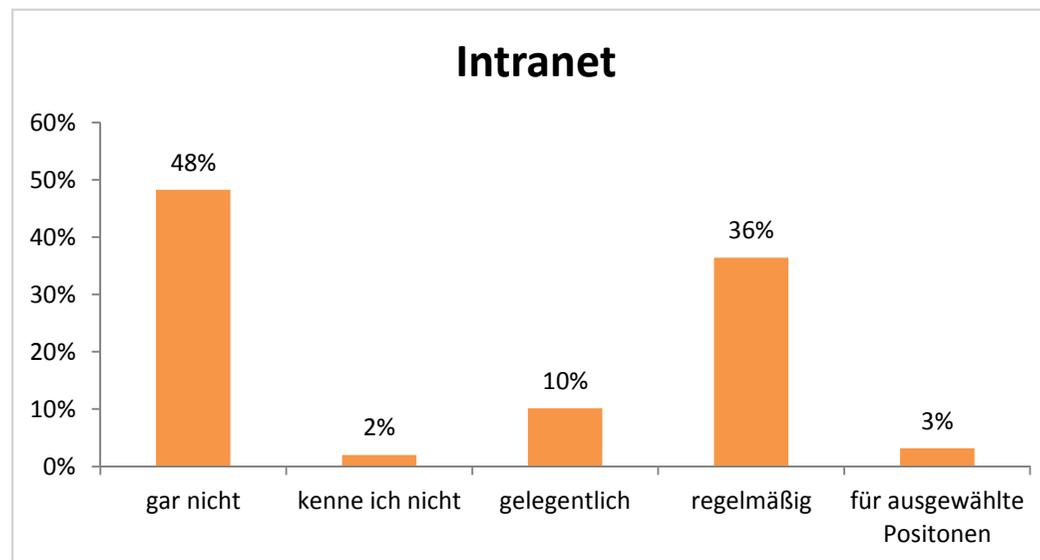
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



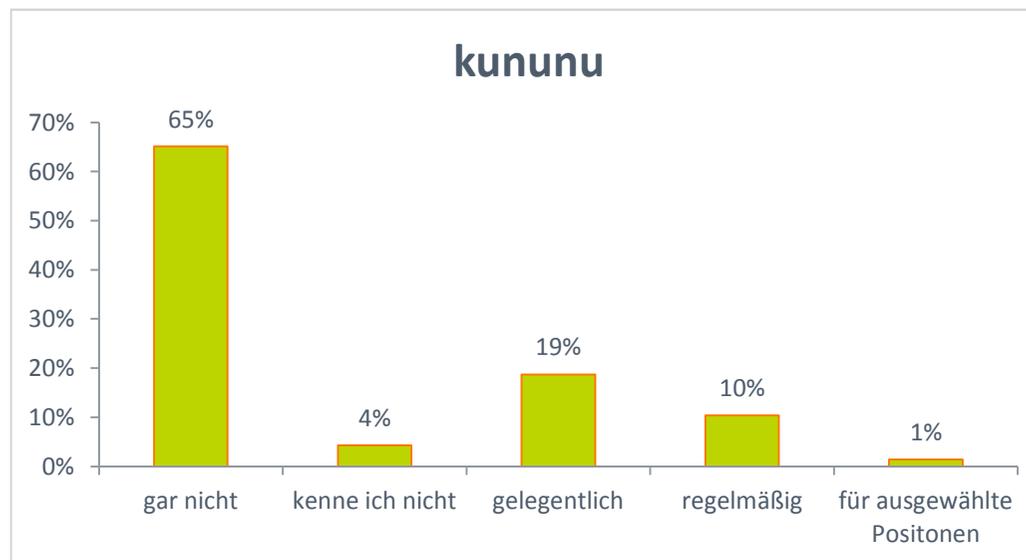
5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



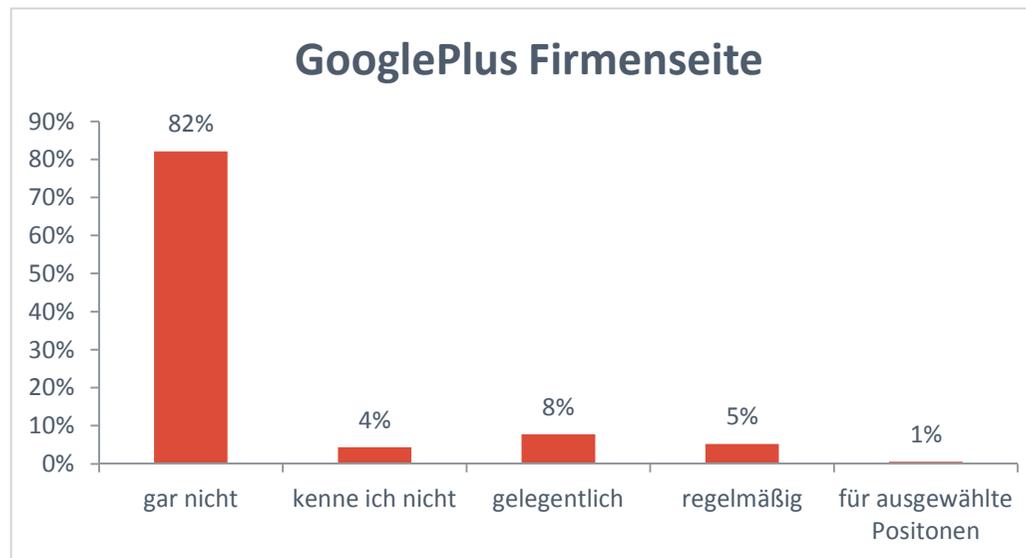
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



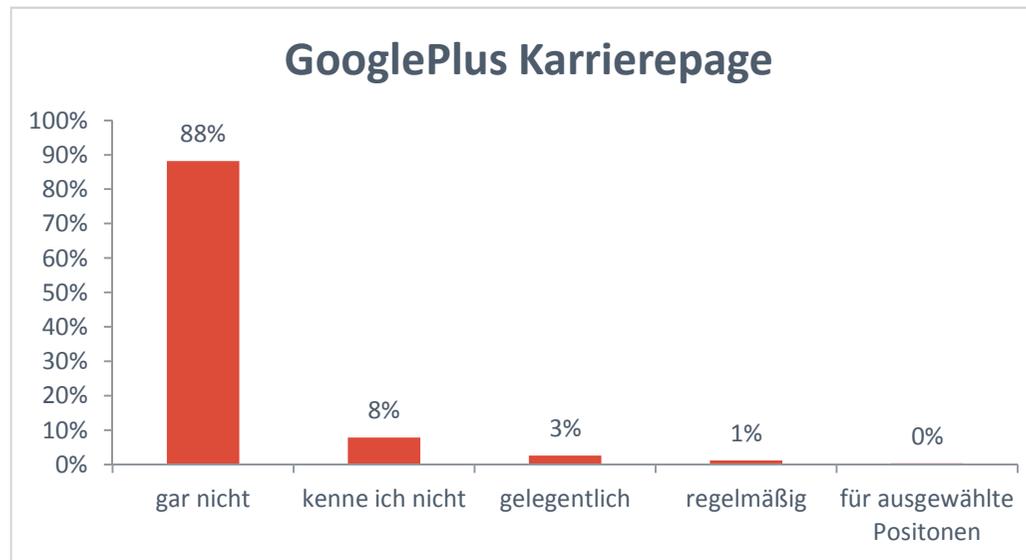
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



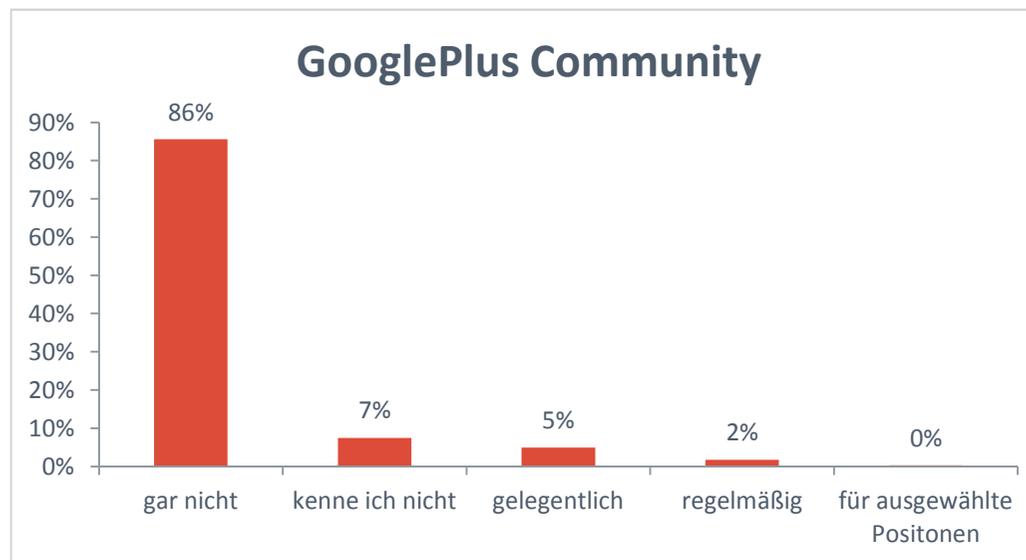
## 5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



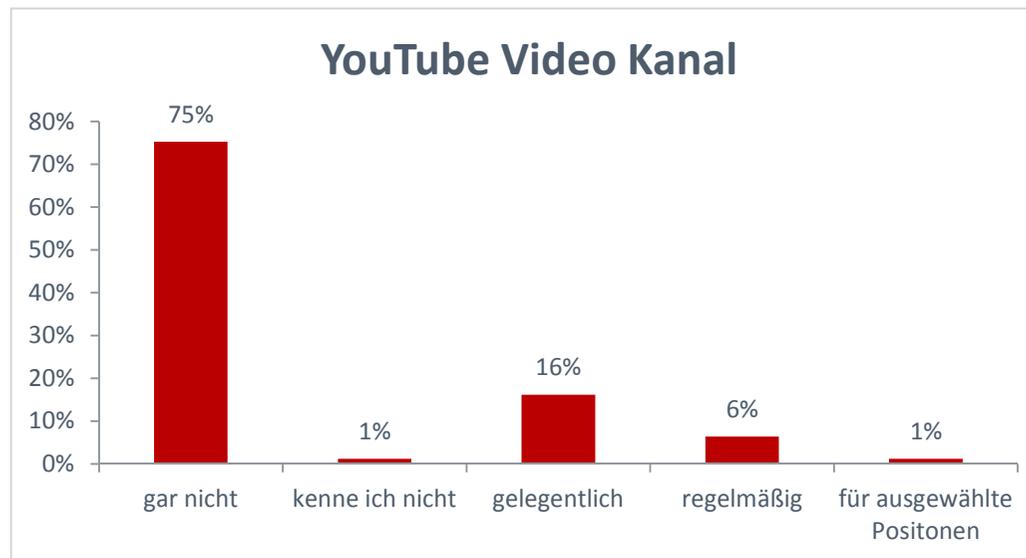
5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



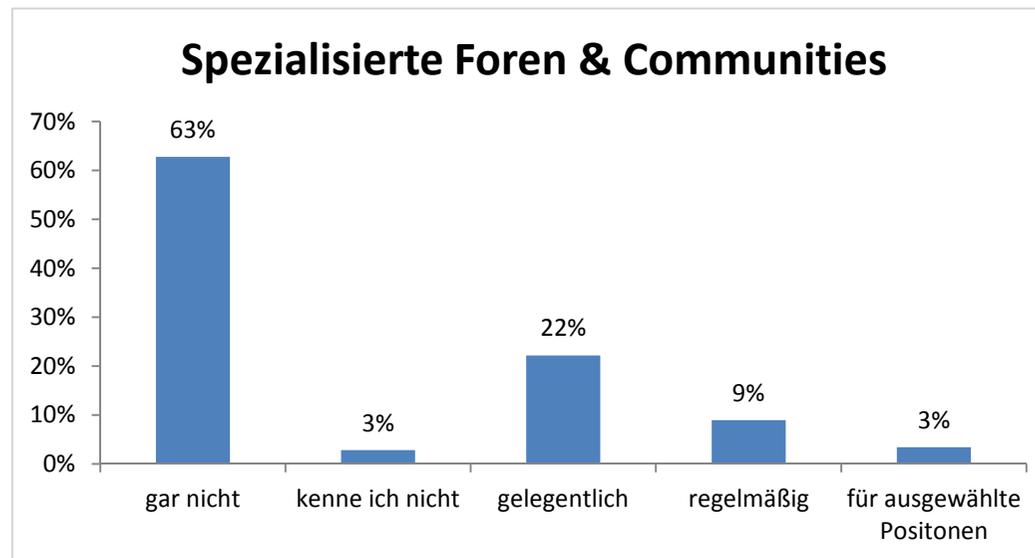
5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



5. Wie häufig und wie intensiv nutzen Sie welche Social Media zur Kandidatenansprache bzw. Personalgewinnung?



# Fragen, Anfragen und Anregungen

Wie zum Beispiel:

- Spezifische Einzelauswertungen nach vorgegebenen Kriterien (Länder, Benchmark, Berufsgruppe, etc.)
- Vortragstätigkeit zu den Gesamt- oder Teilergebnissen auf Ihren Veranstaltungen
- Artikel für Ihr Fachmagazin (on- und offline)

Bitte senden Sie eine E-Mail an:

[info@online-recruiting.net](mailto:info@online-recruiting.net)

Oder rufen Sie mich an:

+33 (0) 684 88 98 33