





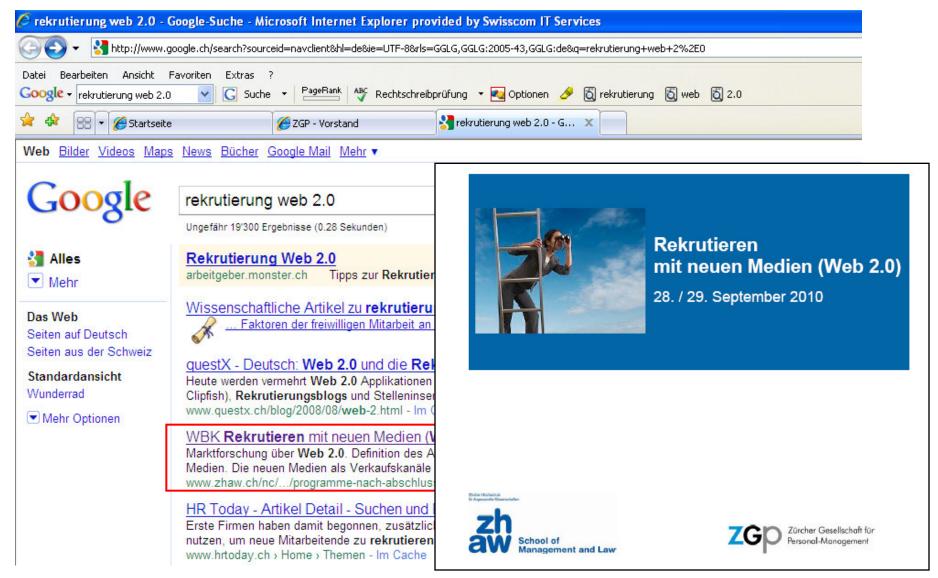
Das Stellenangebot der Schweiz

Hype oder Standard? Rekrutierungsdynamik im WEB 2.0



Yves Mäder **ZGP Mittagsforum** 1. September 2010

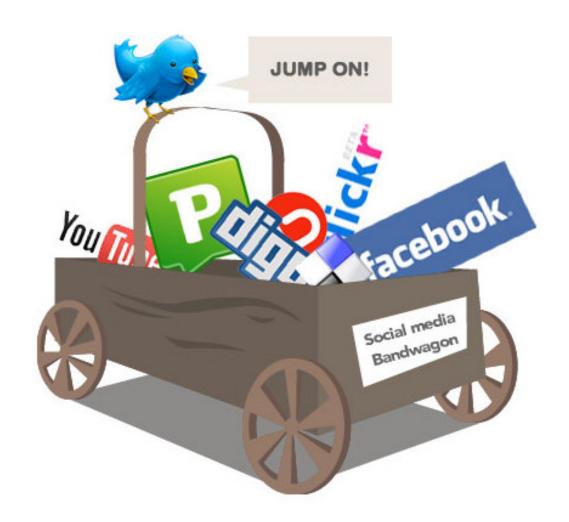
Ein aktuelles Thema...







...muss man als Rekrutierer auf den Wagen aufspringen?



Oder handelt sich hierbei nur um einen Hype?



SOCIAL-MEDIA-BLASE:

Die Überhitzung eines Trends

Martin Weigert, 23. Juli 2010 08:45 Uhr, 38 Kommentare Q

Social Media ist DAS große Thema in Unternehmen. Bei manchen scheint es die Vernunft auszuschalten.



Als vor drei Jahren jeder über das Web 2.0 sprach und unzählige Social Networks und Online-Startups im für diese Ära typisch bunten, verspielten Design online gingen, sprach man schnell von einer Web-2.0-Blase. Dabei bezog man ich auf eine wiedererstarkende, euphorische Internetwirtschaft, in die nach vielen Jahren der Ebbe wieder kräftig Geld investiert wurde, der es

jedoch an tragfähigen Geschäftsmodellen mangelte.

Der große, mit dem New-Economy-Crash vergleichbare Knall blieb zwar aus, aber eine Konsolidierung der Startuplandschaft fand dennoch statt. Eine Reihe ambitionierter Dienste musste sich von den Nutzern verabschieden.

Drei Jahre nach dem Höhepunkt der Web-2.0-Begeisterung arbeitet ein weiterer Hype auf seine Überhitzung hin. "Social Media" ist als Buzzword in aller Munde und hat die Erwähnungen des alternden Web-2.0-Begriffs zum Jahreswechsel überholt (gefühlt jedoch schon deutlich früher).













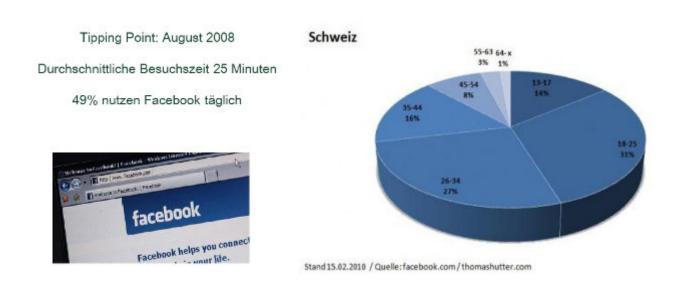
Agenda

- > Rekrutierung via
 - Facebook
 - Twitter
 - Xing
 - kununu
- Wie beeinflusst Social Media den Rekrutierungsprozess
 - Arbeitgeber & -nehmer Seite
- Fazit

Facebook – über 500 Millionen Nutzer weltweit, über 2 Millionen in der Schweiz (fast jeder 2. Internetnutzer der Schweiz)

Februar 2010:

2.010.880 Personen auf Facebook in der Schweiz



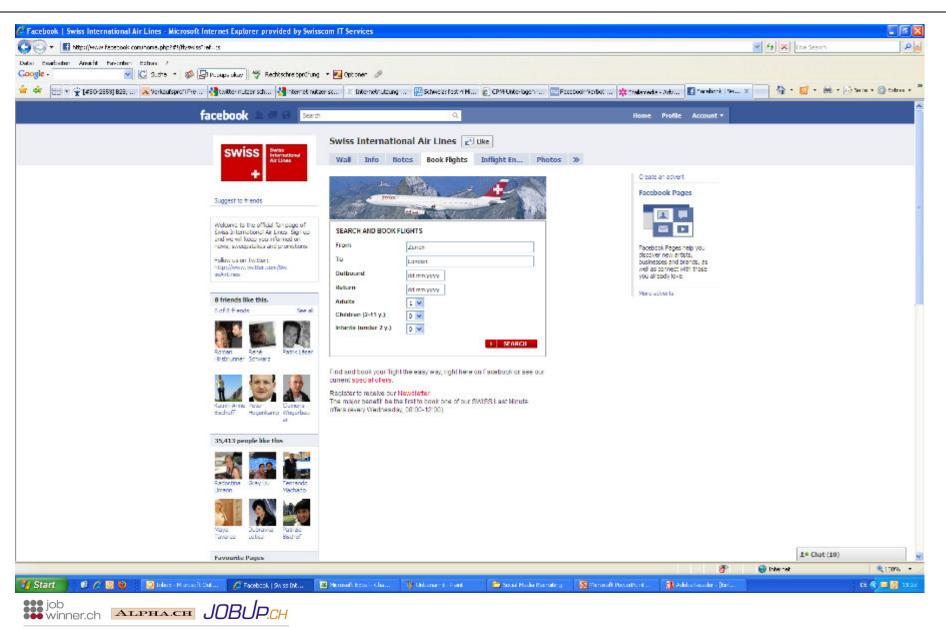
- Monatlich verbringen Facebook Nutzer 500 Milliarden Minuten auf der Seite
- 25 Milliarden Links, News, Blogs, Fotos werden monatlich auf Facebook geteilt*



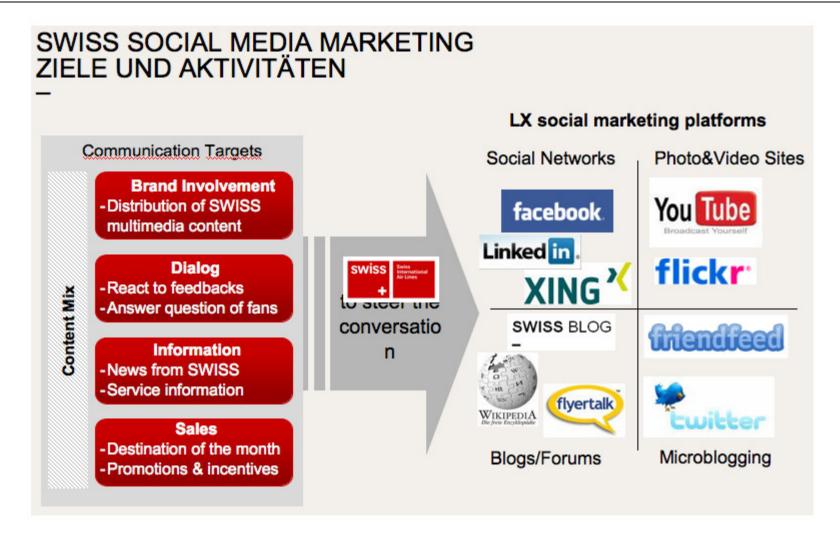
Migros@Facebook – wo ist der Link zu den offenen Stellen?



Swiss@Facebook - Flugverbindungen suchen & buchen



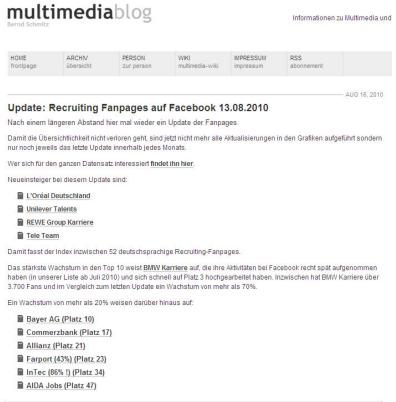
Swiss@Facebook als Teil der Social Media Strategie – Rekrutierung (noch nicht?) als Ziel definiert



Quelle: http://bernetblog.ch/2010/06/02/social-media-gipfel-swiss-air-lines-und-die-vulkankrise/



In Deutschland unterhalten Firmen spezifische Recruiting Fanpages auf Facebook



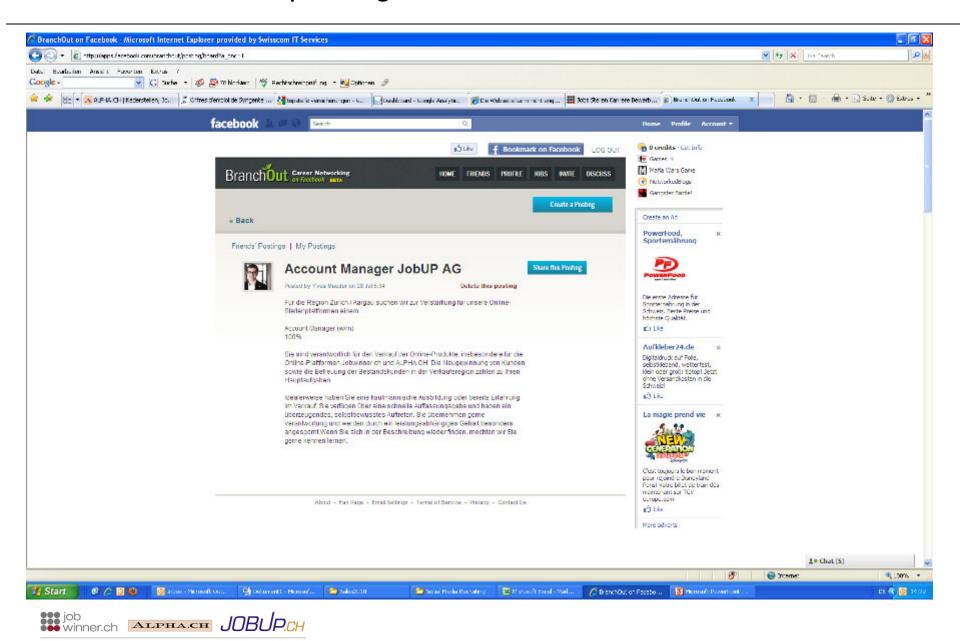


- Bernd Schmitz, Leiter
 Hochschulmarketing Bayer &
 Multimediadozent an der
 rheinischen Fachhochschule Köln,
 verfolgt die "Recruiting Fanpages"
 auf Facebook
- 52 deutschsprachige Recruiting Fanpages in seinem "Index"
- Spitzenreiter ist Lufthansa mit knapp 4'500 Fans (Stand 13. August 2010)

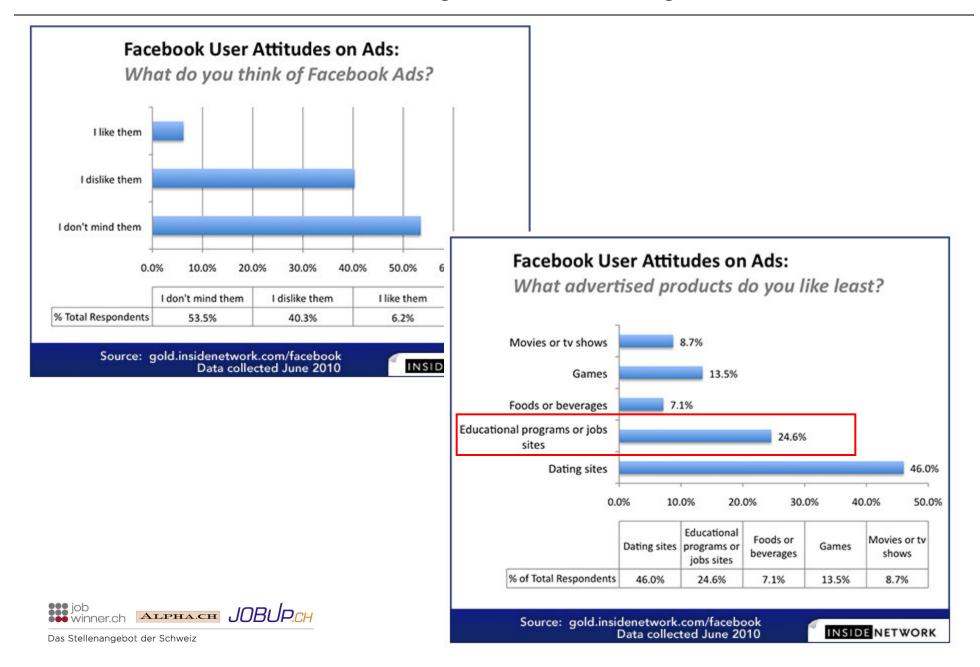
BranchOut – Facebook App à la LinkedIn 5'600 MAU* - Vergleich: Farmville 7.6mio MAU



BranchOut – Job posting kann nicht editiert werden...



1/4 der Facebook Nutzer mag keine Werbung für Jobs



Facebook & Privacy issues....

Hey Nike, get your crap out of my newsfeed

May 23rd, 2010 by Paul.

Last week <u>I learned</u> that if you 'Like' something on Facebook, you give that entity permission to put updates (read: ads) in your newsfeed.

Yesterday a friend emailed me a link to watch the new Nike World Cup 2010 ad. It was recommended from a friend, so I was pretty motivated to watch it - even when they forced me to "Like" it before I had watched it.



No doubt it's a fantastic ad. It's exciting, and football fans the world over are waiting with bated breath for the World Cup to start.

- Immer wieder
 Zwischenfälle, bei denen
 die Privatsphäre der
 Facebook Nutzer
 beeinträchtigt werden
- Bsp Nike: Kampagne zur WM2010: "Like" die Werbung, um den Spot zu sehen -> Nike darf bei Nutzer Werbung schalten

Der transparente Kandidat...



...ruft den intervenierenden Staat!

Facebook-Verbot für Arbeitgeber

In Deutschland hat sich die Regierung auf neue Regeln zum Arbeitnehmer-Datenschutz verständigt. Arbeitgeber dürfen sich in Zukunft nicht mehr über ihre Bewerber via Facebook informieren.

(Berlin, 23.08.2010) Laut Medienberichten von "Die Welt" und "Süddeutsche Zeitung" soll sich die Bundesregierung in Deutschland auf ein Gesetz zum Arbeitnehmer-Datenschutz geeinigt haben. Beschäftigte sollen dadurch in Zukunft besser vor Bespitzelung am Arbeitsplatz geschützt und Unternehmen sollen durch verbindliche Vorschriften besser gegen Korruption gewappnet sein. Die Personalentscheider müssen sich zudem von Facebook verabschieden.

Videoüberwachung und Facebook ade

Die heimliche Videoüberwachung von Mitarbeitern soll nun ausnahmslos verboten werden. Dagegen wird wohl niemand etwas auszusetzen haben. Als etwas schwieriger umsetzbar dürfte sich hingegen die neue Regelung zu Bewerbungsverfahren gestalten. Arbeitgeber dürfen nämlich künftig keine Facebook-Informationen zur Kandidaten-Auswahl heranziehen. Lediglich Internetdienste, die der eigenen Präsentation des Bewerbers gegenüber dem möglichen Arbeitgeber dienen, dürfen in den Jobentscheid mit einfließen. Wie die Einhaltung einer solchen Regelung jedoch überprüft werden soll und ob sich die Unternehmen wirklich daran halten werden, beziehungsweise wie sinnvoll eine solche Restriktion überhaupt ist, sei dahingestellt.



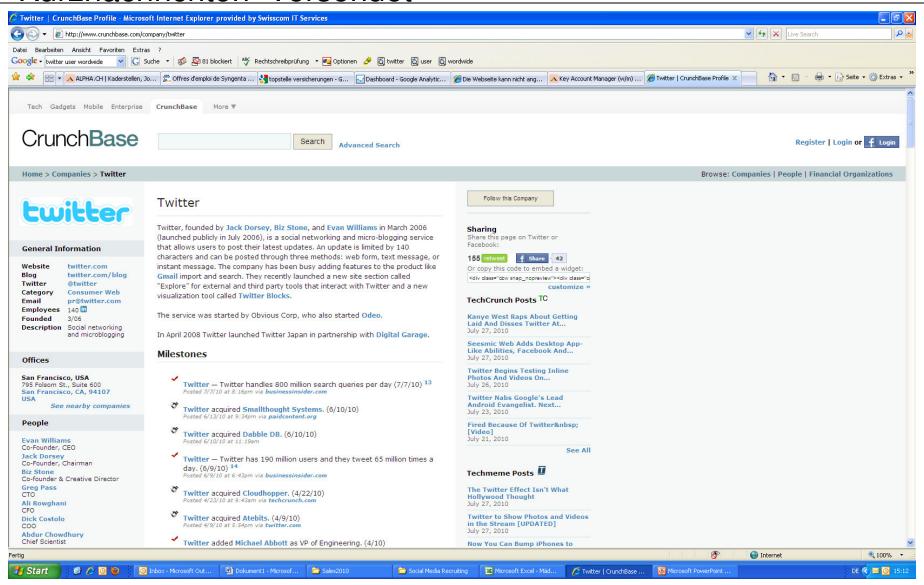




Zwischenfazit Facebook

- In der Schweiz noch kaum als Rekrutierungskanal seitens Arbeitgeber genutzt
- Erste Apps im Jobbereich (z.B. BranchOut) existieren, noch keine grosse Bedeutung fürs Ausschreiben von Stellen
- Als Instrument zur Kommunikation über Unternehmenswerte und –kultur sowie zur Förderung des Dialogs Unternehmen & Interessensgruppen bereits etabliert
- Thema Privatsphäre der Nutzer...

Twitter.com – 190 Millionen Nutzer weltweit, 20 Milliarden Kurznachrichten* versendet

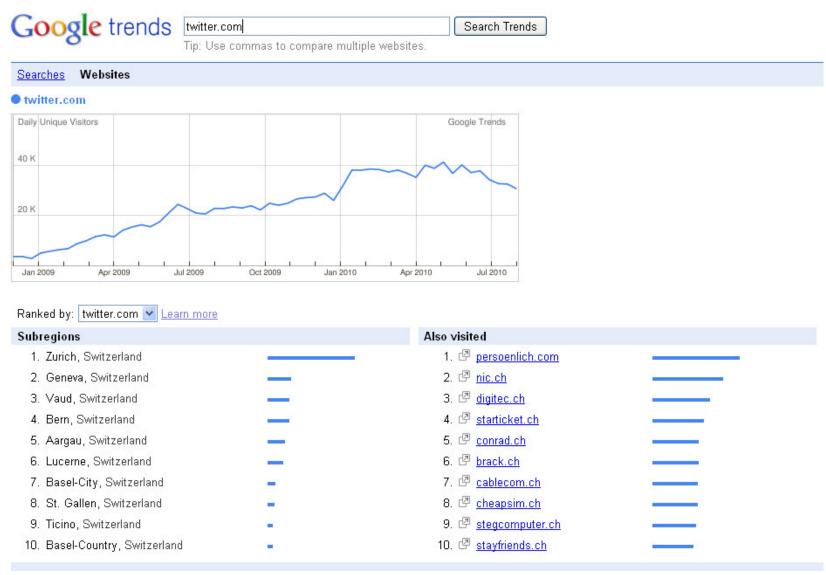




*Meilenstein erreicht am 2. August 2010, nachdem im März 2010 noch 10 Milliarden gefeiert wurden (4 Jahre nach Gründung der Firma)

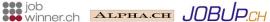
Quelle: http://news.scotsman.com/world/Twitter-user-sends-the-world39s.6451104.jp

Twitter.com – beachtliches Traffic Wachstum seit Jan 2009 Total 200'000 aktive Twitterer in DACH (Feb 2010)

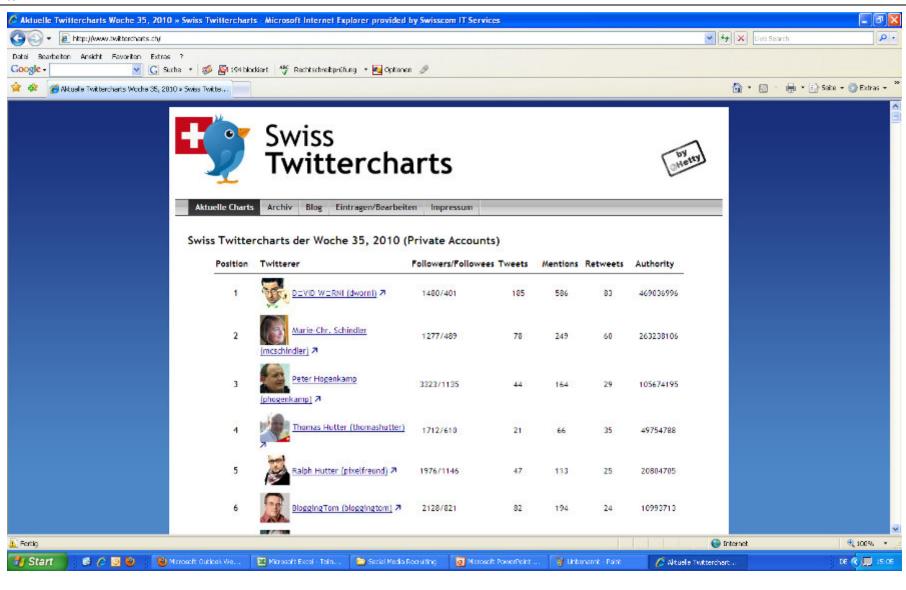








Swiss Twittercharts (twittercharts.ch) zeigt die aktivsten "Zwitscherer" der Schweiz



Twitter.com - in Deutschland knapp 3mio Besucher pro Monat

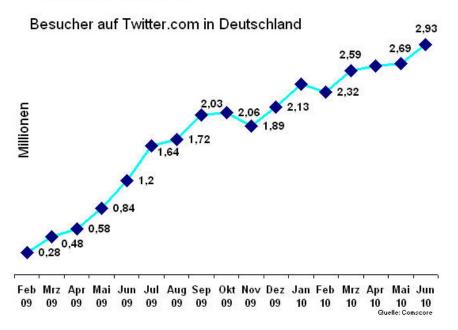
Twitter in Deutschland: 144 **Prozent Wachstum**

■ Artikel-Services

19. Juli 2010, 14:03 Uhr

Twitter hat seine Besucherzahl in Deutschland im Juni kräftig erhöht. Nach Messungen von Comscore stieg die Zahl der Besucher (Unique Visitors) auf Twitter.com gegenüber dem Vorjahresmonat um 144 Prozent auf 2,93 Millionen. Damit scheint Twitter wieder auf einem stabilen Wachstumskurs zu sein. Gegenüber dem Vormonat stieg die Besucherzahl um 9 Prozent oder 240.000. Erfasst wurden nur Personen, die 15 Jahre und älter sind. Nicht erfasst sind die Menschen, die Twitter-Applikationen wie Tweetdeck einsetzen, ohne dabei die Twitter-Website zu besuchen.



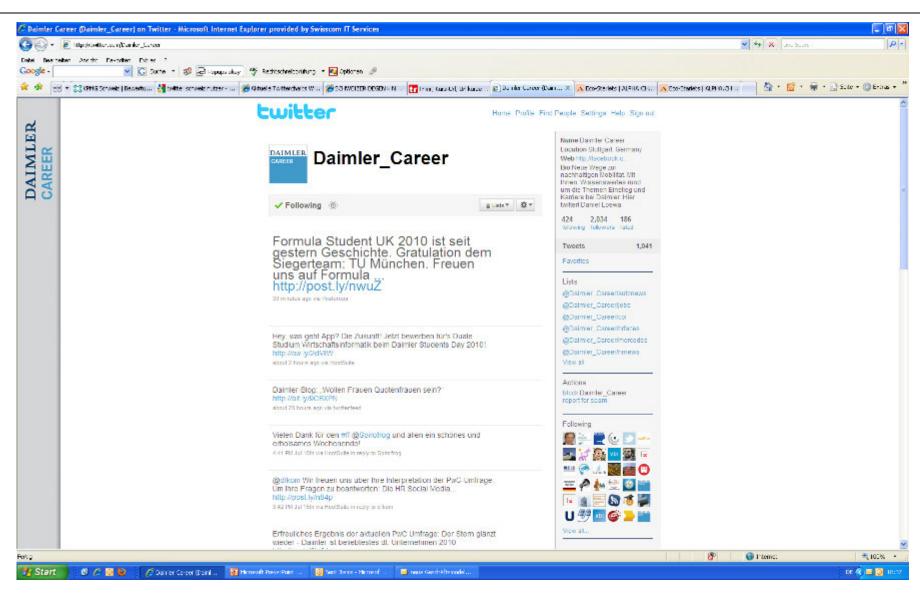




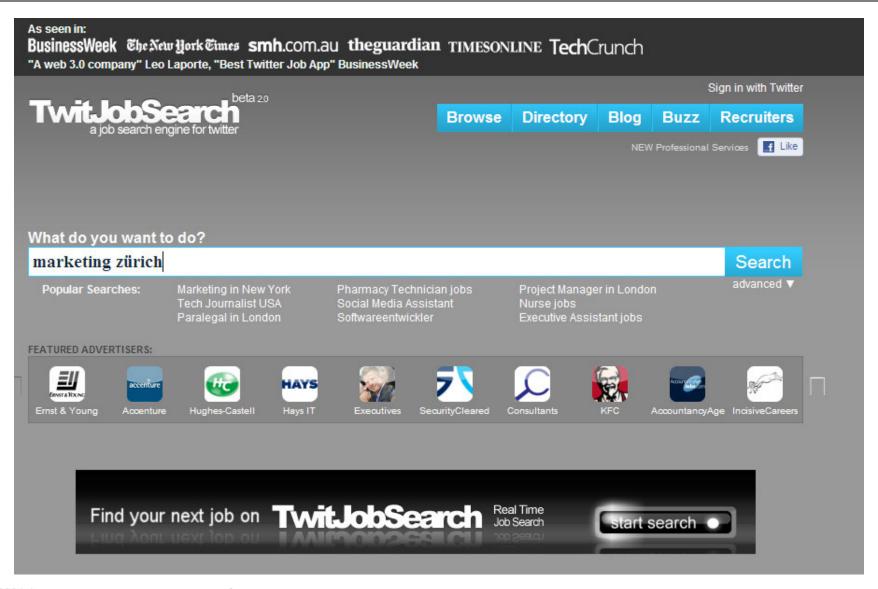




twitter.com/Daimler_Career hat über 2'000 Follower



TwitJobSearch.com – Jobsuchmaschine auf Twitter

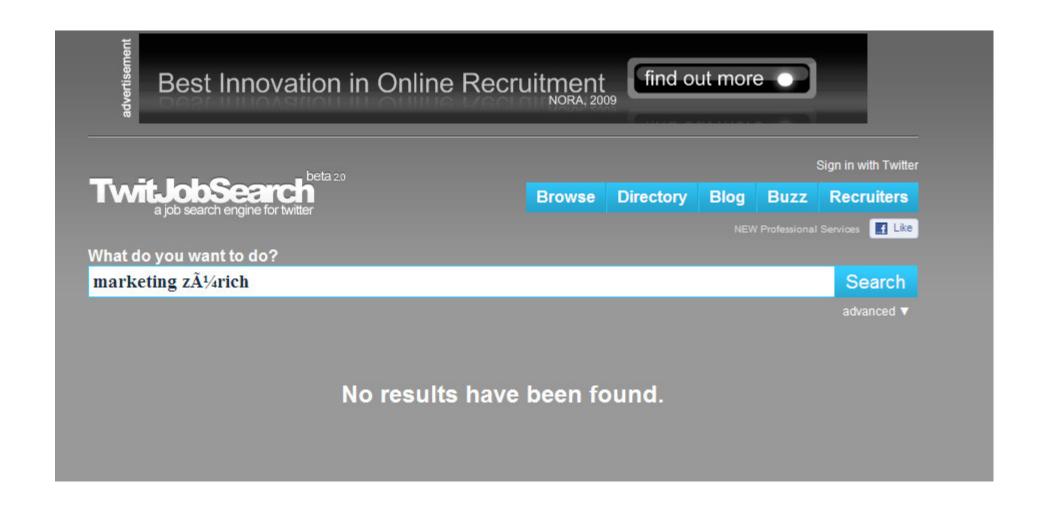






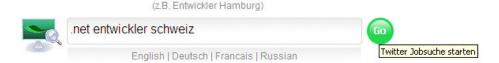


TwitJobSearch.com – Jobsuchmaschine auf Twitter



Jobtweet.de – eine weitere Jobsuchmaschine@Twitter







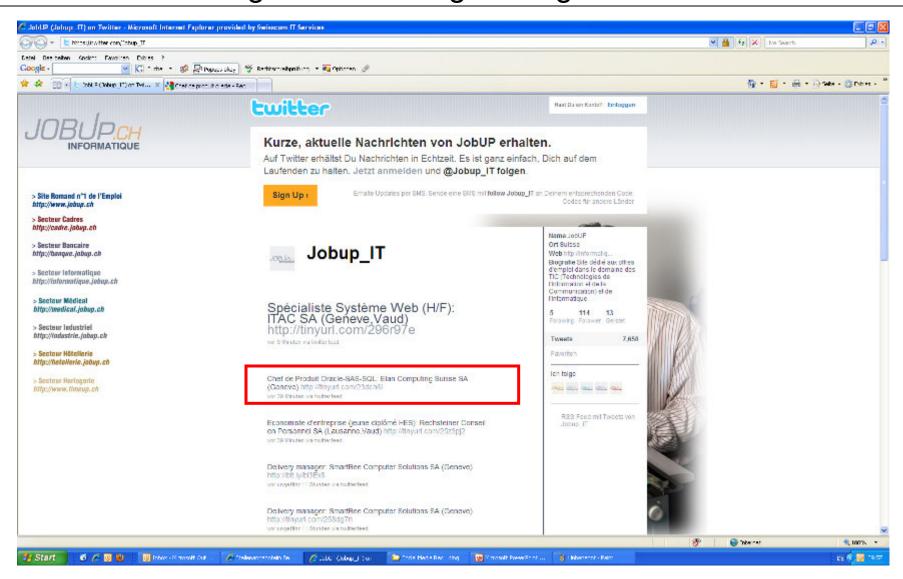


Jobtweet.de – eine weitere Jobsuchmaschine@Twitter

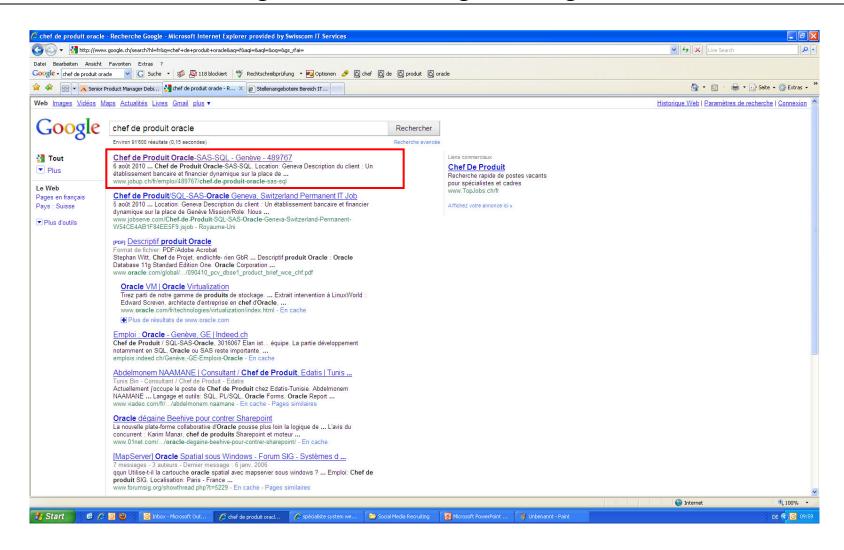




Jobup.ch liefert branchenspezifische Twitter Feeds, die zur schnelleren Google Indexierung beitragen



Jobup.ch liefert branchenspezifische Twitter Feeds, die zur schnelleren Google Indexierung beitragen



Zwischenfazit Twitter

- In der Schweiz (noch) eine Nische
- Stellenausschreibung ist nicht zeitkritisch der Stellensuchende braucht die Info nicht sofort – und die "Lebensdauer" eines Tweets beträgt 5-10min
- Für gewisse Branchen (IT Umfeld) und Stellen (z.B. Projektarbeit, Freelancer) interessant
- Rund um Twitter entsteht ein breites Universum (z.B. paper.li, Flipboard)
- Twitter und andere Protokolle unterstützen eine schnellere Google Indexierung



Xing.com – das Business Netzwerk mit Schwerpunkt DACH

Allgemeine Traffic Daten (monatlich) Mehr als 3 Millionen Unique Visitors Page Mews **Msits** Unique Visitors DACH 278,6 Mio. 31,5 Mio. 3,1 Mio. DE 248,6 Mio. 28,4 Mio. 2.1 Mio. ΑT 15,9 Mio. 1.7 Mio. 0.5 Mio. CH 14.1 Mio. 14 Mio. 0.5 Mio.



Ober 3 Millionen Mitglieder in DACH						
	Gesamt	Premium Mitglieder				
DACH	3,7 Mio.	0,65 Mio.				
DE	3,1 Mio.					
AT	0,30 Mio.					
СН	0,30 Mio.	-				

Altersverteilung der XING-Mitglieder Schweiz						
Land	Alter	%				
Schweiz	18 - 26	821%				
	26 - 30	17,95 %				
	31 - 40	38,70 %				
	41 - 50	24,75 %				
	> 50	10,39 %				

Land	männlich	weiblich
Deutschland	65 %	35 %
Österreich	62 %	38 %
Schweiz	71 %	29%





Für Xing ist e-recruiting einer der 4 strategischen Pfeiler

	DACH			
	Subscriptions	E-Recruiting	Advertising	International
Revenues	€9.7m	€1.4m	€0.7m	€0.4m
Yoy growth in %	+21%	+21%	+39%	-14%
Market position	"Dominant #1"	"Attacker"	"Special Interest Premium Player"	"#1 in focus countries"
& strategic focus	Further drive penetration	Leverage social media trends in e-recruiting to grow share	Improve monetization	Build out leadership positions
Market Size XING share in %	~19m people¹ 20%	200m 2%	€2bn <1%	~17m people¹ 11%

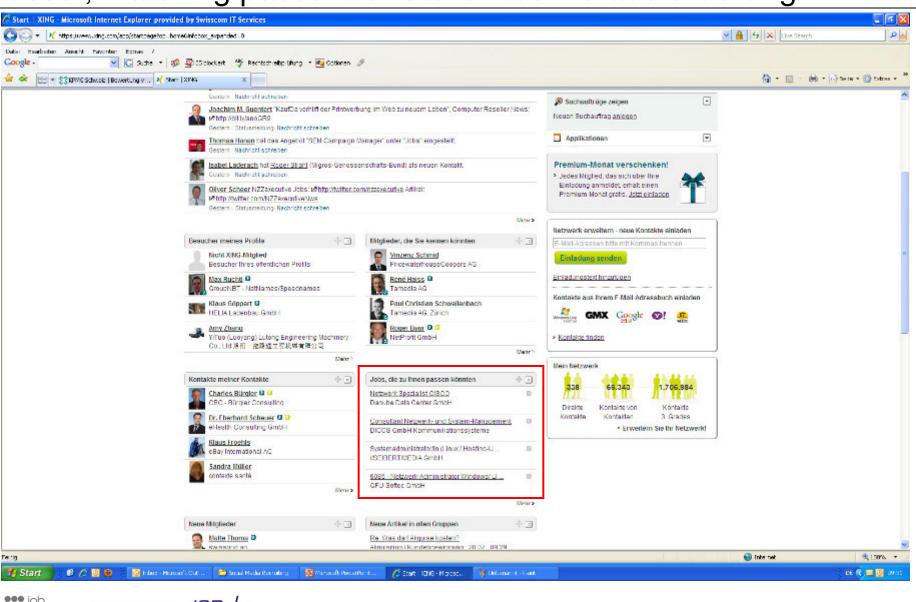
¹ Source: XING analysis of addressable market



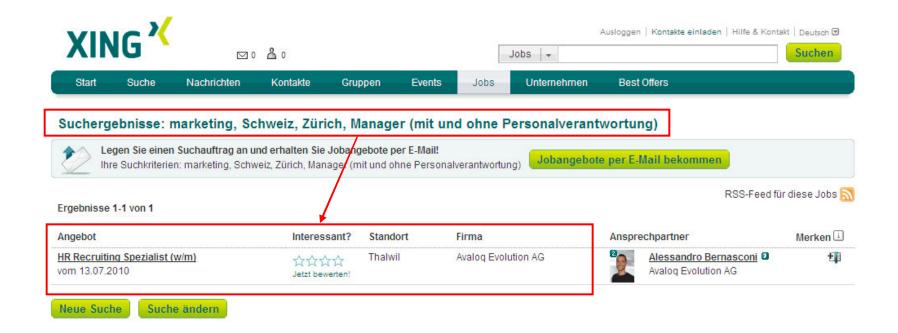




Xing – Aktuelle Profile der meisten Nutzer als grosses Asset, Matching passender Stellen als Herausforderung...



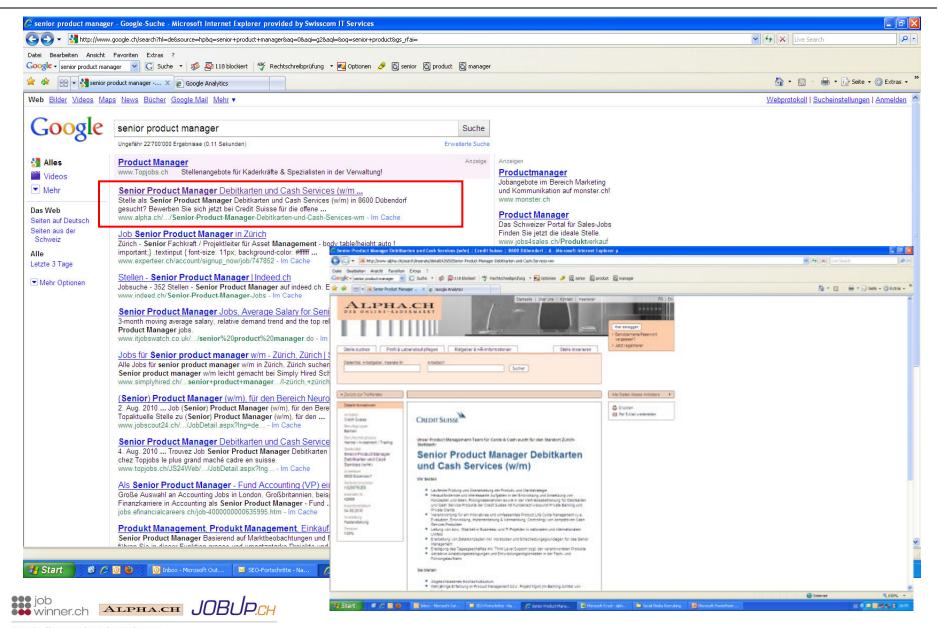
Xing Jobs – Suche verbesserungsfähig



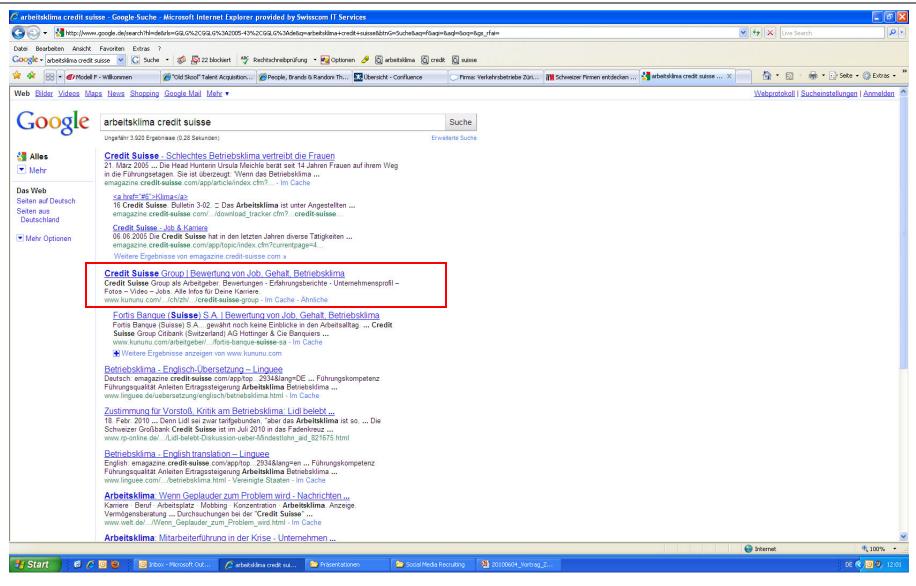
Zwischenfazit Xing

- Xing "sitzt" auf aktuellen Profilen qualifizierter Arbeitskräfte und bietet Instrumente zur Personalrekrutierung an
- Oft genutzt zur aktiven Ansprache von potentiellen Kandidaten
- Ernstzunehmender Konkurrent für etablierte Stellenplattformen, besonders im Kadersegment

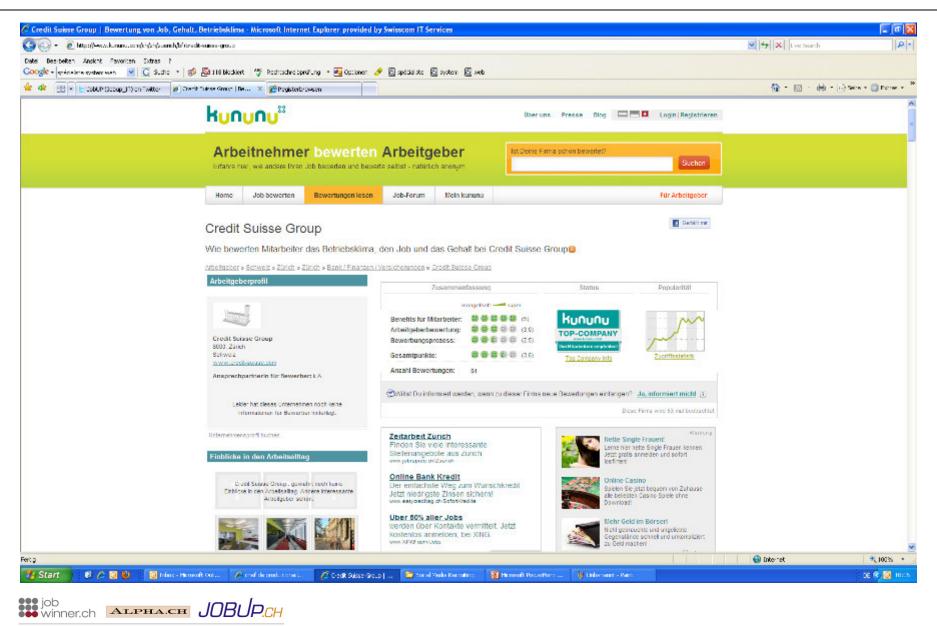
Suche bei Google nach "Senior Product Manager"



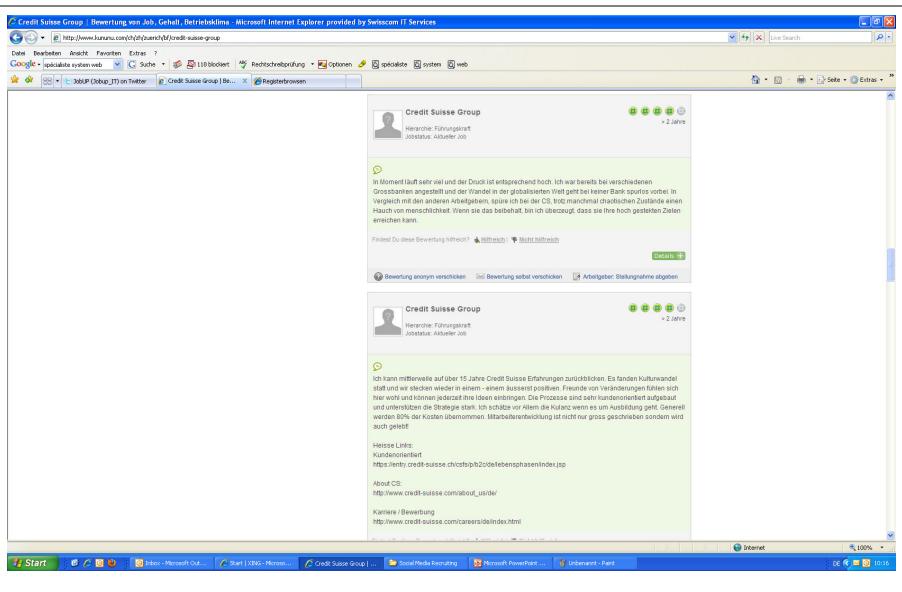
Google Suche "Arbeitsklima Credit Suisse" – als Informationsquelle vor einem Bewerbungsgespräch



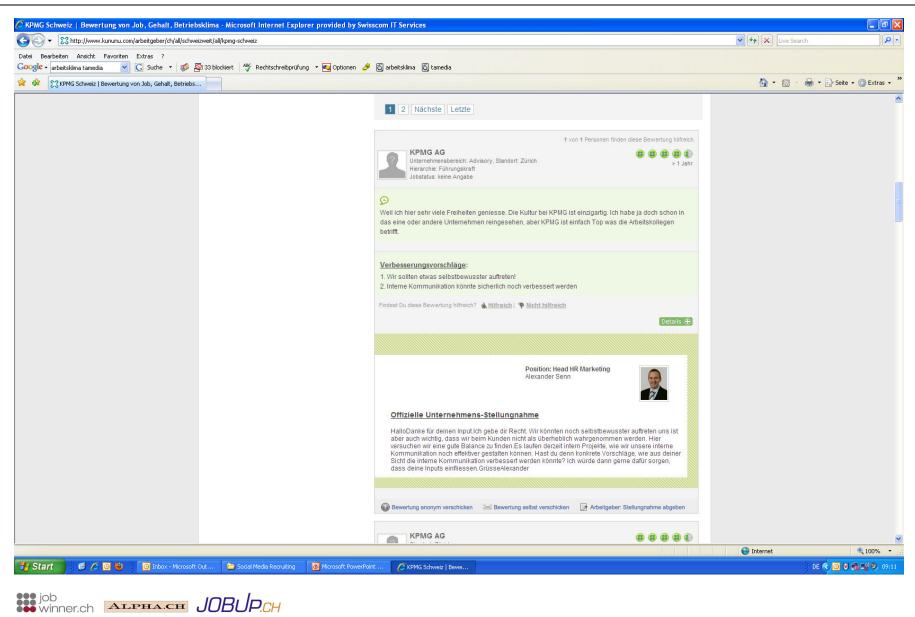
Credit Suisse @ kununu geniesst ein Top-Company Rating



Credit Suisse nutzt die Dialogmöglichkeit mit Firmenbewerter nicht



KPMG Schweiz – aktiver Feedback & Dialog mit Bewerter



Zwischenfazit kununu

- Der Stellensuchende ist bereits im Informationssuche-Modus – nicht mehr im Stellensuche-Modus, wenn er auf kununu stösst
- Daher eher nicht geeignet als Kanal zur Publikation von Stellenangeboten
- Möglichkeit zum Dialog mit Firmenbewerter als Chance zur Erhöhung der Transparenz (auch gegenüber kritischen Stimmen)

Agenda

- Rekrutierung via
 - Facebook
 - Twitter
 - Xing
 - kununu
- > Wie beeinflusst Social Media den Rekrutierungsprozess
 - Arbeitgeber & -nehmer Seite
- Fazit

Social Media als Teil des Medienmix für Rekrutierung – Skillset der Recruiter verändert sich

17. JANUAR 2010...09:12

technologie verändert jobs: erweitertes skillset für recruiter



saatkorn. hat den fokus bislang stets auf die schnittstelle zwischen employer branding und social media zu legen versucht. heute soll mal das thema rekrutierung im fokus stehen. letzten endes betreiben unternehmen ja personalmarketing, um die richtigen, am besten zur stelle und zum unternehmen geeigneten personen zu finden und zu halten.

Skills, die gestern nicht relevant waren, heute zunehmend relevant sind und morgen sehr relevant sein werden:

- Sehr hohe IT-Affinität (Recruiting Website, Jobbörsen, Social Networks, Bewerbersoftware) und Fähigkeit, sich mit ITlern über die weitere Entwicklung der eigenen Website und online-Präsenz auszutauschen
- sehr gute kommunikative Fähigkeiten im Web (twitter, facebook...)
- Vermarktungsgespür für das eigene Unternehmen im Web
- Verständnis von online Markting
- Interesse f
 ür sich schnell und immer schneller wandelnde Marketingplattformen







Marktstudie von Jobsite.co.uk belegt sinkende Aktivität der englischen Firmen im Bereich Social Media Recruiting

Social Media is useless for talent acquisition

Let me make a prediction here: For most companies social media will never play a big part in their quest to attract talent. It's too time-consuming, too fragmented and - in comparison to more traditional methods - it lacks goal orientation: lost revenue through unfilled positions is always more important than cost per hire.

Now granted, social media can bring down the cost per hire as there's no recruitment fee attached to it, but here we are talking about delayed productivity and revenue generation.

Social media might work for big, sexy consumer brands such as Apple, Google, EA etc but didn't they already attract lots of applications before social media, via their website? I suspect that HR people just love having a Facebook fanpage as they can update it independently of IT and don't need to adhere to stringent security policies that forbids, for example, deep linking etc.

But for most companies (big and small) it isn't working. At Jobsite, we track the behaviour and usage of job seekers and recruiters on a quarterly basis and our latest findings show that between August 08 and May 10 the usage of social media as a recruitment channel for business has halved from 18% to 9%. Instead of investing in their own social media campaign, companies are better off in focusing on their core business and core strength and instead give job boards (or as I prefer to call them recruitment retailers) the task to find and attract suitable candidates.

- Jobsite ist eine der Top Stellenbörsen in **England**
- Quartalsauswertung zur Nutzung von Social Media Kanälen in Rekrutierung
- Zwischen August 08 und May 10 hat sich die Anzahl der Nutzer von Social Media zur Rekrutierung von Kandidaten von 18% auf 9% halbiert







Social Media & dessen Einfluss auf den Rekrutierungsprozess – was hat sich verändert?

What Social Networks HAVE Changed In Recruiting

Access and Engagement

It's never been easier in the history of recruiting to find and communicate with potential candidates and we've never had such easy access to them. The "Big 3" social networks afford recruiters with unfettered access to 10's to 100's of millions of people that they can find, communicate with, engage, and build relationships with

For free, That's a BIG deal

Listening

Social media allows recruiters the unprecedented ability to listen to/observe their target talent pool prior to making contact or engaging them.

Marketing

While social networks give companies fantastic new opportunities and mediums for employer branding - that's social media marketing - NOT social recruiting, as far as I am concerned. Although marketing and recruiting often go hand in hand, they are two very separate and distinct concepts

Talent Communities

LinkedIn, Twitter, Facebook and other online social networks can easily and effectively be used to create and/or tap into talent communities of like-skilled/minded professionals

Was hat sich verändert?

- Finden und Ansprache von potentiellen Kandidaten via Social Media (gratis!)
- Erhöhte Transparenz der Unternehmensmarke bei der Zielgruppe und diverse Möglichkeiten, diese auch gezielt zu bearbeiten ("employer branding")
- Mehr Information über potentielle Zielgruppen und deren Interessen
- Zugriff auf "talent communities" via LinkedIn oder andere Plattformen







Social Media & dessen Einfluss auf den Rekrutierungsprozess – was hat sich **nicht** verändert?

What Social Networks Have NOT Changed In Recruiting

Job Posting

Yes - you have many options for posting jobs today aside from the job boards (which are supposed to be dying or dead, just as job boards were supposed to have killed recruiting agencies and executive search 10 years ago).

You can post jobs on Facebook (manually, through services, and apps), on LinkedIn (paid or free in groups and status updates), and Twitter (manually, automatically through feeds, and through services).

Yes - you should be posting your jobs wherever they can be potentially seen by your

However, posting jobs is posting jobs, regardless of where or how they are posted.

As I have written before, posting jobs is a passive and reactive talent acquisition strategy. affords no control over candidate qualifications, attracts active and casual job seekers only (the minority of all people), and is ineffective at snagging passive and non-job

Plus, posting jobs to social networks via social media is not "social recruiting," it's social iob postina. 😃

Would you even say that job posting is really "recruiting" anyway?

Engagement

While social media and social networks do give recruiters a new medium through which

You Still Have to Talk to People

Social media gives recruiters and employers one more medium through which the can interact with notential candidates. However, social networking sites such as LinkedIn. Twitter and Facebook are neither replacements nor prerequisites for telephonic

Just because you can, is it really necessary to use a social network to message or interact with a potential candidate before speaking with them over the phone?

Social

Recruiting has always been social - social networks did NOT put the "social" into

Which is more "social" - having an exchange via Facebook/LinkedIn group or Twitter chat, or talking to someone on the phone or in person?

Talent Identification

While LinkedIn, Facebook, Twitter and other social networking/media sites afford sourcers, recruiters and employers with unprecedented access to millions of potential sources of professional information.

Was hat sich **nicht** verändert?

- Stellen ausschreiben = Stellen ausschreiben
- Soziale Interaktion / Kommunikation mit Kandidaten (was ist sozialer: ein 160-Zeichen Tweet oder ein Telefongespräch?)
- Talent Identifikation: Zugang zu Millionen von Facebook Nutzern erleichtert die Identifikation der passenden Kandidaten nicht, im Gegenteil, es erschwert sie eigentlich nur...







Social Media im Recruiting aus Bewerbersicht Jobbörsen in Frankreich Top, soziale Netzwerke werden relevanter

Online-Recruiting.net - Neue(r) Artikel



Social Media im Recruiting aus Bewerbersicht – ein Vergleich

Posted: 23 Jun 2010 03:26 AM PDT

Der Social Media Hype im Recruiting ist seit Ende 2009 kräftig am Kochen, Während sich einige, meistens große, Unternehmen bereits mit Facebook, Twitter, XING und Konsorten vertraut gemacht haben, beginnen die kleineren und Mittelständler, sich dafür zu interessieren. Sehr aut, denn der Zug ist noch nicht abgefahren!

Doch wie sieht das aus Bewerbersicht aus? Nutzen Kandidaten die neue Vielfalt an (online) Jobsuch-Kanälen aus, die ihnen geboten werden? Die Antwort ist derzeit (noch) kurz und schmerzvoll: Nein!

Und gilt das lediglich für Deutschland? Nein, denn in Frankreich ist das Ergebnis ähnlich, wie eine im April und Mai 2010 durchgeführte Befragung unter 2,208 potenziellen Bewerbern des französischen regionalen Spezialisten Regionsjob ergab.

So stehen bei der Arbeitssuche der Franzosen die Jobbörsen ganz oben (97 Prozent), während gerade mal 36 Prozent ihre Fühler ebenfalls in Sozialen Netzwerken ausstrecken. Besser im Kurs (66 Prozent) si hier sogar der nationale Pôle Emploi, also das Pendant der Bundesagentur für Arbeit, der im Land der Gallier einen besseren Ruf als in der Bundesrepublik genießt. Für Frankreich ebenfalls typisch ist die Nutzu und Wichtigkeit des persönlichen Netzwerks, um eine neue Arbeitsstelle zu finden (44 Prozent).

Ebenfalls ersichtlich wird, dass die sozialen Medien bei der Jobsuche als "Zusatz-Schmankerl" eingesetzt werden. Die Bewerber, die sich auf dem Social Media Marktplatz tummeln, sind wesentlich aktiver als n Stellenportal-Gucker. Erstere verwenden bis zu fünf verschiedene Kanäle, um Jobangebote zu durchforsten und relevante HR-Kontakte zu knüpfen.

Dennoch: Den Kandidaten ist bewusst, dass Social Media bei der Personalsuche relevant wird. Mehr als 50 Prozent gehen davon aus, dass sich der Trend in Zukunft verstärken wird (mit anderen Worten: die Zielgruppen kommen! Be prepared!).

Facebook ist bei den Franzosen mit 92 Prozent am bekanntesten, jedoch bringen sie Karrierethemen und Soziale Netzwerke mit dem hiesigen Viadeo (dem XING Frankreichs) und der US-Plattform LinkedIn i Verbindung. Twitter und Blogs werden nur 15 beziehungsweise 14 Porzent Bedeutung beigemessen. Dies erklärt sich damit, dass zuletzt genannte Plattformen arbeits- und zeitaufwendiger sind als Sites, auf denen ein statisches Profil eingestellt werden kann.

In Deutschland belegt die aktuelle Monster Studie Bewerbungspraxis (bestellbar per E-Mail unter studien@monster.de) ebenfalls, dass die Stellenbörsen als wichtigster Kanal bei der Jobsuche angesehen wird (70 Prozent bei mehr als 9,000 Befragten). Danach folgen - mit einigem Abstand - die firmeneigenen HR-Seiten (hört, hört!). Print verliert an Bedeutung und liegt damit genauso im Abwärtstrend wie in Frankreich und E-Mailbewerbungen werden bevorzugt.

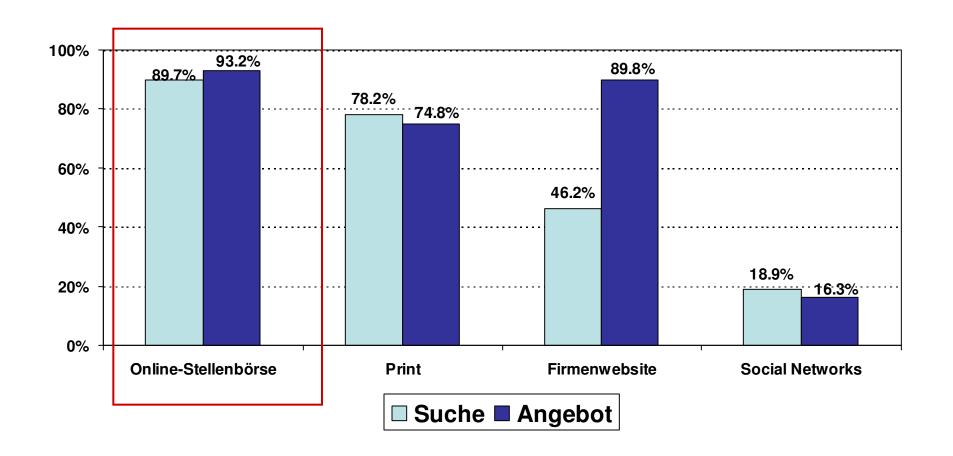
Lediglich ein geringer Anteil nutzt Web 2.0 Angebote, um sich zum einen über potenzielle Arbeitgeber oder neue Jobs zu informieren. Aber wenn ein Netzwerk genannt wird, dann ist dies auf jeden Fall XING. Arbeitgeber Bewertungsportale werden hingegen relativ selten genutzt und als irrelevant eingestuft.



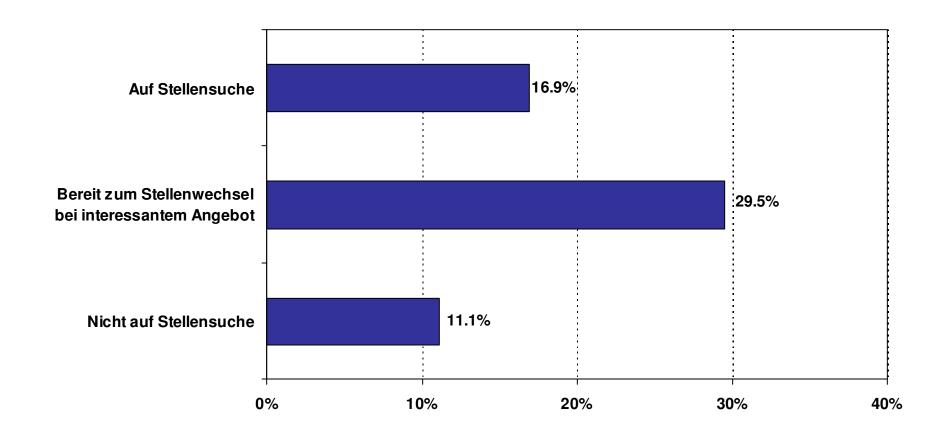




Beliebtestes Instrument für Stellensuche & Stellenangebot in der CH sind die online Stellenbörsen: 9 von 10 Arbeitnehmer & -geber nutzen sie.



Hauptsächlich die "latent Wechselwilligen" nutzen Social Networks, wohl primär als Informationsquelle über potentielle Arbeitgeber



Agenda

- Rekrutierung via
 - Facebook
 - Twitter
 - Xing
 - kununu
- Wie beeinflusst Social Media den Rekrutierungsprozess
 - Arbeitgeber & -nehmer Seite
- > Fazit

Fazit – zum Stellen ausschreiben sind die Social Media Plattformen nur teilweise geeignet (eher Hype), für Employer Branding wird es Standard



^{*}Employer Branding ist eine unternehmensstrategische Maßnahme, bei der Konzepte aus dem Marketing insbesondere der Markenbildung angewandt werden, um ein Unternehmen insgesamt als attraktiven Arbeitgeber darzustellen und von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abzuheben (zu positionieren). Quelle: wikipedia













Das Stellenangebot der Schweiz

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Vortrag abrufbar: www.jobupag.ch/zgp



yves.maeder@jobupag.ch **ZGP Mittagsforum**

1. September 2010