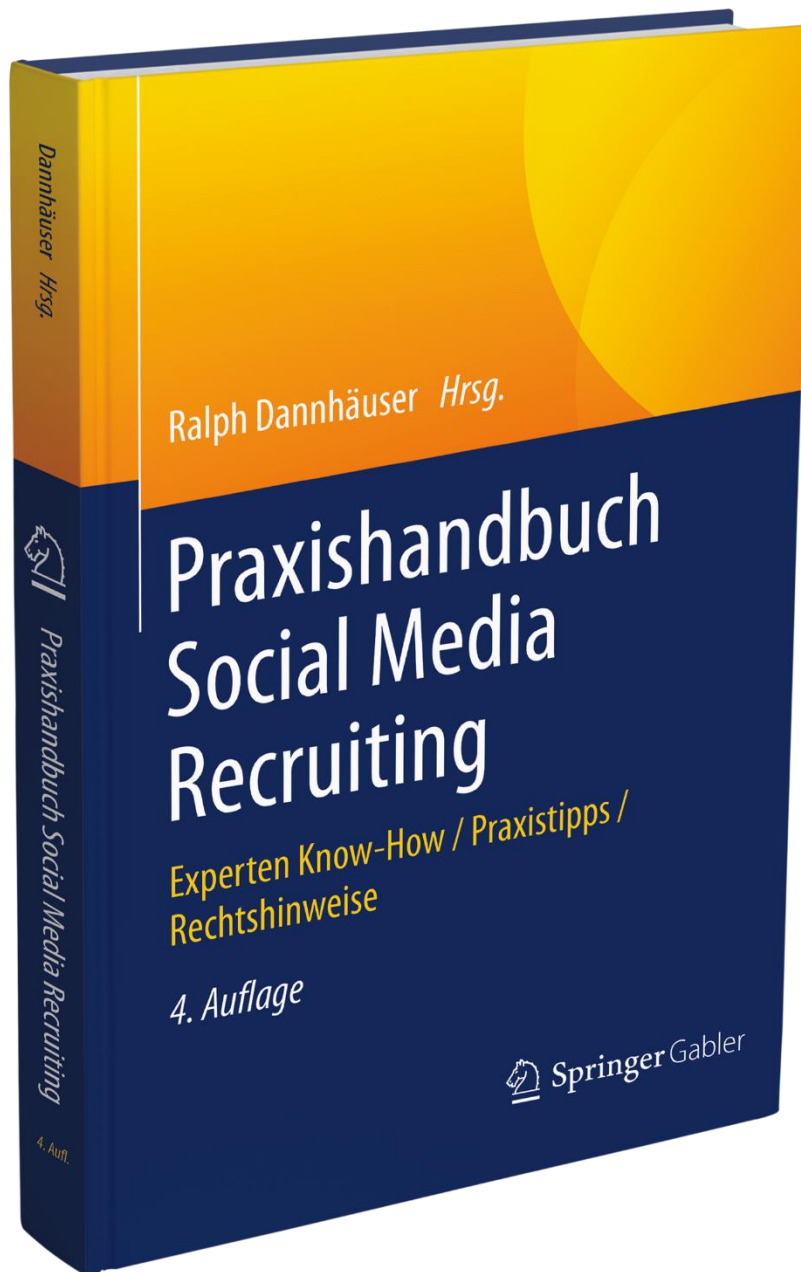



# Standardwerk

Praxishandbuch Social Media Recruiting, 4. Auflage

Exzerpt: Was erwartet Sie in diesem Buch?



Praxishandbuch Social Media Recruiting, 4. überarbeitete. u. erweiterte. Auflage. 2020, Hrsg. Ralph Dannhäuser  
ISBN 978-3-658-29437-3 (Print), ISBN 978- 3-658-29438-0 (eBook), 846 Seiten mit 272 Abbildungen in Farbe  
© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2013, 2015, 2017, 2020

 JETZT BESTELLEN!

## Vorwort von Herausgeber Ralph Dannhäuser

Es ist längst allgemein akzeptiert: Der Fachkräftemangel zwingt Unternehmen dazu, neue Wege im Recruiting zu gehen. Social Media ist mittlerweile aus den Kinderschuhen herausgewachsen und ist heute – zu Beginn des neuen Jahrzehnts – fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation und der Personalgewinnung. Anders noch vor ein paar Jahren – im Jahr 2012 fehlte es 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 700.000 registrierte Onlinezugriffe auf einzelne Buchkapitel der ersten drei Auflagen bei SpringerLink ([www.link.springer.com](http://www.link.springer.com)). Eine Zahl, die im Vergleich zu anderen Fachbüchern in diesem Genre sehr hoch ist. Für den anhaltend hohen Bedarf, das große Interesse, die vielen Social Media Kontakte und Anfragen bedanke ich mich herzlich auch im Namen meiner Mitautoren bei allen Käufern, Lesern, Studenten, Multiplikatoren, Meinungsführern, Rezensenten und Pressevertretern! Meine Mitautoren und ich haben das Feedback und die zahlreichen konstruktiven Anmerkungen unserer Leser gesammelt, ausgewertet und in die Beiträge dieser neu überarbeiteten 4. Auflage einfließen lassen.

### Was ist neu und was wurde in der 4. Auflage aktualisiert?

Neu aufgenommen wurden Themenkapitel wie „Social Media Recruiting mit Instagram“, „Social Media Recruiting mit Videos“, „Tschüss Post & Pray: Wie Analytics, Arbeitsmarktdaten und Automatisierung das Recruiting revolutionieren – eine Praxis-Anleitung“, „Recruiting und Employer Branding mit den Mitarbeitern: Corporate Influencer als Unternehmensbotschafter“, „Desinformationsangriffe gegen die eigene Arbeitgebermarke“ oder „Heute war gestern noch morgen: ein Blick in die Zukunft von Social Media Recruiting“.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche neue oder überarbeitete Interviews (z.B. Google for Jobs) sowie Gast-beiträge mit Praktikern aus der HR-Welt oder Führungspersönlichkeiten von kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen. Das von vielen Lesern gewünschte Stichwortverzeichnis wurde überarbeitet und an die neuen Inhalte angepasst.

### Das Praxishandbuch Social Media Recruiting

Social Media Recruiting gewinnt für Personalsuchende weiterhin an Bedeutung! Gerade bei Engpasszielgruppen. Aus der Praxis für die Praxis zeigen in dieser 4. Auflage 21 erfahrene Experten, wie Sie die wichtigsten Social-Media-Kanäle für das Personal-Recruiting erfolgreich nutzen können. Die Autoren offenbaren ihre Erfolgsgeheimnisse und zeigen u. a. 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 Talent“ Ihren 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?

Zunächst eröffne ich das Kompendium mit dem Kapitel **„Allgemeine und besondere Trends im Recruiting“**. Dazu beschreibe ich meine Beobachtungen und Wahrnehmungen aus unserem Recruiting-Alltag. Des Weiteren führe ich mit einigen Experten kurzweilige Praxisinterviews, so dass Sie einen besseren Überblick für die aktuelle Situation und für Ihre eigene Personalgewinnung gewinnen können.

**Daniela Chikato** ist seit 20 Jahren spezialisiert auf Personalsuche, Personalmarketing und Employer Branding mit neuen Medien und Internettechnologien – insbesondere unter Einsatz von XING. Aus ihrer täglichen Praxis kennt sie die Vorzüge von XING im anzeigengestützten Recruiting sowie Active Sourcing und weiß die facettenreichen Möglichkeiten bestmöglich zu nutzen sowie in Trainings und Tutorial-Videos zu vermitteln. Im gemeinsamen Buchbeitrag **„So zünden Sie mit XING Ihren Recruiting-Turbo!“** skizziert sie zusammen mit mir die verschiedenen Einsatzszenarien von XING für Ihre 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.

**Barbara Braehmer** ist Talentfinderin und Social Recruiting Coach und damit eine herausragende Expertin im Finden und Gewinnen besonders qualifizierter Mitarbeiter. Ihre langjährige Erfahrung als Personalmanagerin in renommierten Industrieunternehmen und als Partnerin bei Top-10-Personalberatungen lässt sie in dieses Praxishandbuch einfließen. Im Kapitel **„Social Recruiting Erfolg mit LinkedIn – von Zero to Hero!“** geht Barbara Braehmer auf die Anwendungsszenarien des weltgrößten Karrierenetzwerks aus Recruitersicht ein. Im gemeinsamen Kapitel **„Steigerung des Wirkungsgrades durch Social Recruiting in der Praxis“** erfahren Sie von Barbara Braehmer und mir, 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 ermitteln, wo Sie stehen, über welches Wissen sowie Anwendungskönnen Sie bereits verfügen und wo es noch Lern- und Entwicklungsbedarf gibt. Im Kapitel **„Active Sourcing in der Praxis“** beleuchten wir beide 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.

Im Kapitel zu **„Wie Sie Facebook richtig verankern“** 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 sowie -Prozesse. Durch diese Beiträge von namhaften Firmen entsteht ein facettenreicher Blick auf die zielgerichtete Nutzung von Facebook für Employer Branding und Recruiting. In seinem neuen Kapitel **„Desinformationsangriffe gegen die eigene Arbeitgebermarke“** beschäftigt sich Prof. Dr. Grothe mit der digitalen Schädigung von Arbeitgebermarken. Cyber-Angriffe können u. a. auf die eigene Online-Reputation, aber auch auf die Kandidatenpipeline zielen. Wie Sie in solchen Fällen am besten vorgehen, erfahren Sie in diesem Kapitel.

**Stefan Scheller** beschreibt in seinem Beitrag **„Karriere-Blogs“** die Chancen des Corporate Bloggings für Employer Branding und Recruiting. In seinem Hauptberuf ist Stefan Scheller als HR-Manager verantwortlich für die Arbeitgeberkommunikation der DATEV eG. Daneben betreibt er unter Persoblogger.de eines der bedeutendsten deutschsprachigen Portale für HR-Praktiker. Dort schreibt er kritisch zu den Themen Personalmarketing, Recruiting, Employer Branding, der Digitalisierung von HR sowie über aktuelle Personaler-Trends. Neben Experten-Beiträgen weiterer Fachautoren finden Leser dort alle wichtigen HR-Veranstaltungen im DACH-Raum sowie ihren neuen HR-Job. Aus zahlreichen Projekten weiß er, 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.

**Maren Kaspers** ist selbstständige Expertin für Online-Marketing, mit den Schwerpunkten Social Media und Performance Marketing. **Melanie Marquardt** verantwortet seit 2011 zunächst das Azubimarketing regional und seit 2013 das Employer Branding und Personalmarketing national bei REWE und führt dort ein kleines, schlagkräftiges Team. Beide Autorinnen betreiben seit 2016 den Blog [www.team-hr.de](http://www.team-hr.de). Dort schreiben sie regelmäßig zu Personalmarketing in Social Media, analysieren Best Cases und werten aktuelle Entwicklungen für die Nutzung im Employer Branding aus. In ihrem Beitrag „**Social Media Recruiting mit Instagram**“ beschäftigen Sie sich mit den Chancen und Grenzen von Instagram für das Personalmarketing.

**Susanne Rodeck** beschäftigt sich seit zehn Jahren als Geschäftsführerin einer Filmproduktionsgesellschaft erfolgreich mit dem Thema „Bewegtild“. Durch den Fachkräftemangel können gezielt eingesetzte Recruiting-Videos den entscheidenden Unterschied machen, um mehr qualifizierte Bewerbungen zu erhalten. In ihrem Beitrag „**Social Media Recruiting mit Videos**“ geht die Autorin auf das praktische Recruiting und den damit verbundenen Besetzungserfolg an Hand von Filmbeispielen ein. U. a. gibt sie auch Hinweise zu Zielerreichungszahlen sowie zu Recruiting-SEO, die heute absolute Bedingungen für professionelles Video-Recruiting sind.

**Prof. Dr. Anja Lüthy** ist seit 2001 BWL-Professorin mit den Schwerpunkten Dienstleistungsmanagement und -marketing am Fachbereich Wirtschaft der TH Brandenburg. Nebenberuflich berät Prof. Dr. Lüthy seit über 20 Jahren Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens zu den Themen Employer Branding, Entwicklung einer mitarbeiterzentrierten Unternehmenskultur, Aufbau einer Arbeitgebermarke, Personalmarketing, Recruiting via Social Media und digitale Unternehmenskommunikation. In ihrem Beitrag „**Recruiting und Employer Branding mit den Mitarbeitern: Corporate Influencer als Unternehmensbotschafter**“ zeigt die Autorin u. a. auf, wie Unternehmen das Mitarbeiterengagement aktiv fördern und die Potentiale von Corporate Influencern nutzen können.

Dass man sich als Unternehmen heutzutage auch um seine „Online-Reputation“ kümmern muss, ist mittlerweile common sense. Dass gilt umso mehr mit Blick auf das Image als Arbeitgeber. Für viele Bewerber ist es mittlerweile geübter Standard, den potenziellen Arbeitgeber recht früh im Prozess einfach mal zu „googeln“ um zu schauen, was man über diesen im Netz so findet. Der gute Ruf hat nachweislich einen signifikanten Einfluss auf die Qualität und Quantität der eingehenden Bewerbungen. Kein Wunder, denn in wenigen Minuten und mit wenigen Klicks entscheiden Jobinteressierte mittlerweile, ob das Unternehmen etwas für einen sein könnte. Diese Chance gilt es für sich zu nutzen. Ein wichtiger Baustein für diesen ersten Eindruck sind Arbeitgeberbewertungsportale.

Im Kapitel „**Mehr Erfolg im Recruiting durch Arbeitgeberbewertungsportale**“ teilt **Nikolaus Reuter** sein umfangreiches Wissen für den optimalen Umgang mit Arbeitgeberbewertungsportalen. Dabei greift der Arbeitsmarktexperte auf seinen großen Erfahrungsschatz im Bereich der spezialisierten Personaldienstleistung zurück. Gemeinsam mit seiner Co-Autorin **Carolin Junge** liefert das Autorenduo wertvolle und praxisrelevante Kniffe, wie Sie Arbeitgeberbewertungsportale effektiv nutzen und so das volle Potenzial ausschöpfen können. Carolin Junge bringt dabei gekonnt ihre Expertise im Segment der internen und externen Kommunikation – vom strategischen Marken-Management über die Content-Strategie und PR bis hin zur Employer-Branding-Kampagne ein. Im Kapitel „**Multichannel User Experience Design**“ zeigen Carolin Junge und Nikolaus Reuter spannende Optionen auf, wie man die unterschiedlichen Aktivitäten im Bereich Social Media bzw. Employer Branding geschickt miteinander verknüpfen kann um den maximalen Erfolg zu erzielen. Gerade das Verknüpfen aller Employer-Branding-Aktivitäten ist ein Wirkungsverstärker, sowohl für

den ROI als auch ein überzeugendes und schlüssiges User-Erlebnis.

In seinem Kapitel **„Growth Hacking für Recruiter: Copywriting, Recruiting Funnels und Recruiting Automatisierung“** startet **Thorsten Kreutz** mit dem Aufhänger „Was tun, wenn es das Berufsbild bzw. den Job noch gar nicht gibt?“ Also wie betreiben Sie Ihr Recruiting für Aufgaben/Berufe, die aufgrund ihrer Neuheit oder Schnelligkeit (noch) nicht an der Uni gelehrt werden (können) und teilweise erst während der Beschäftigung im Projekt entstehen? Um die richtige Person zu finden, bedarf es für diese Stellen neuartiger Tools und außergewöhnlicher Methoden. Der Autor gehört zu den führenden Experten für digitale Businessmodell-Skalierung und zur Automatisierung auch hochkomplexer, digitaler Akquiseprozesse. Gerade im digitalen Direct-Marketing arbeitete er u. a. auch für die Gründer des größten europäischen Marktplatz für Digitale Produkte, Digistore24, und befähigte die Führungsetage darin, mit modernen Online-Recruiting Methoden ein starkes Team aufzubauen und den Sprung von der Ortsabhängigkeit in die effektiv-effiziente Remotearbeit bei gleichzeitigem Rekordwachstum zu meistern.

**Jubin Honarfar** ist ein echter Wiener mit iranischen Wurzeln und gründete 2012 die Karriereplattform whatchado. Seit 2010 beschäftigt er sich mit den Themen „Wandel am Arbeitsmarkt durch neue Generationen“ und Employer Branding im Videoformat. Ausgezeichnet u. a. durch den Deutschen Preis für Onlinekommunikation, den HR Excellence Award als auch den UN World Summit Award setzt Honarfar den Schwerpunkt auf Innovation im HR. In seinem Kapitel **„Social Media Recruiting in Österreich“** setzt sich der Autor u. a. mit den aktuellen Recruitingtrends sowie den länderspezifischen Unterschieden in seiner Heimat auseinander. Im Beitrag gibt er anhand von Beispielen Handlungsempfehlungen und Lösungen für die Personalgewinnung in Österreich.

**Andreas Martin** ist Senior HR-Spezialist in Social Media Recruiting, Outplacement und Job Coach für berufliche Neuorientierung. Mit langjähriger HR-Erfahrung als Leiter Personal und Ausbildung beschäftigt er sich seit über 30 Jahren mit HR-Fragen im Personal-Management bei namhaften Unternehmen. Im Oktober 2010 gründete Andreas Martin die HR effizienz GmbH. Er unterstützt Unternehmen beim Auf- und Ausbau sowie Gründungen von Geschäftstätigkeiten in der Schweiz mit den Schwerpunkten HR, Outplacement, Digital Recruiting und Active Sourcing. In seinem Länderkapitel **„Social Media Recruiting in der Schweiz“** schreibt der Autor u. a. über aktuelle Recruitingtrends sowie die länderspezifischen Besonderheiten seiner Heimat. Im Beitrag gibt er anhand von Beispielen Handlungsempfehlungen und Lösungen für die Personalgewinnung in der Schweiz.

**„Tschüss Post & Pray: Wie Analytics, Arbeitsmarktdaten und Automatisierung das Recruiting revolutionieren – eine Praxis-Anleitung“** lautet der Name des Kapitels über HR-Analytics. Die beiden Autoren, Jan Kirchner und Kathrin Hennings, zeigen in ihrem Beitrag auf, wie Sie den Durchblick in Ihren Recruiting-Prozessen behalten und warum HR-Analytics ein unverzichtbarer Teil einer erfolgreichen Recruiting-Strategie ist. Des Weiteren erfahren Sie im Beitrag, wie Sie dank der richtigen Kennzahlen die passendsten Bewerber ansprechen und welche praktischen Anwendungsbeispiele im Bereich HR-Analytics Licht ins Dunkel bringen. **Jan Kirchner** ist Geschäftsführer der Wollmilchsau GmbH in Hamburg, HR-Blogger und Speaker für alle Themen rund um HR und Personalmarketing. Zuvor war er einige Jahre selbst als Recruiter und Personalberater tätig. **Kathrin Hennings** ist Redakteurin bei der Wollmilchsau GmbH. Im firmeneigenen Blog ([www.wollmilchsau.de/blog/](http://www.wollmilchsau.de/blog/)) schreibt sie regelmäßig über ein breites Spektrum aktueller HR-Themen und veröffentlicht Studien sowie Whitepaper zum Thema Personalmarketing.

**Wolfgang Brickwedde** gibt im Kapitel „**Online Jobportale mit Social Media Anbindung**“ auf Basis seiner langjährigen Berufserfahrung im Management von Recruitment-Abteilungen bei Philips und SAP wertvolle Einblicke in das Recruiting. Er zeigt auf, wie bedeutende Online-Stellenbörsen die Social Media Kanäle zur Verbreitung von Jobanzeigen einsetzen. Da Online-Stellenbörsen sowohl für Kandidaten als auch für Recruiter immer noch einer der beliebtesten Kanäle zur Job- bzw. Personalsuche darstellen, ist es für Sie wichtig, die verschiedenen Mechanismen und Möglichkeiten der Social-Media-Anbindung von Jobbörsen zu verstehen und gewinnbringend zu nutzen. Darüber hinaus gibt der Autor einen Ausblick zu „Programmatic Job Advertising“, einer Technologie, die Steuerung, Ausspielung und Optimierung von Online-Stellenanzeigen automatisch und performance-datenbasiert übernimmt. Wolfgang Brickwedde ist Leiter des Institute for Competitive Recruiting (ICR). Das ICR unterstützt und berät Unternehmen bei der Verbesserung der Ergebnisse ihrer Recruitingprozesse mit dem Ziel, ihre Wettbewerbsfähigkeit im Wettbewerb um Talente zu steigern.

Rechtsanwalt **Dr. Carsten Ulbricht**, langjähriger Experte für Internet und soziale Medien, beleuchtet die rechtlichen Rahmenbedingungen, die im Bereich Social Media Recruiting beachtet 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. Dr. Ulbricht zeigt zudem auf, welche rechtlichen Grenzen keinesfalls überschritten werden sollten. Sein Kapitel „**Social Media Recruiting & Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen bei der Recherche und Gewinnung von Mitarbeitern über XING, Facebook & Co.**“ Dieser Teil des Buches gibt Ihnen damit einen guten Überblick über die wichtigsten rechtlichen „Stolpersteine“ der aktuellen DSGVO sowie notwendige Maßnahmen und hilft damit, entsprechende Risiken zu vermeiden.

**Hans Fenner** bringt seine Managementenerfahrung als Direktor eines globalen Unternehmens sowie sein Wissen als international tätiger Berater, Trainer und Coach in dieses Sammelwerk ein. In seinem Beitrag „**Erfolgsfaktoren für Social Media Recruiting in Unternehmen**“ setzt sich Hans Fenner u. a. mit den Anforderungen an den „Recruiter 2.0 bis 5.0“ 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 und wie man sie professionell integriert, um sie nicht wieder zu verlieren, bevor sich die Recruiting-Investition amortisiert hat. In der Beratungspraxis von Hans Fenner bestätigt sich immer wieder, dass sich Personen zu einem Unternehmen hingezogen fühlen und früher oder später wegen der unmittelbaren Vorgesetzten zum Wettbewerb wechseln. Deshalb zielt seine Recruiting-Beratung auf eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit ab, was bedeutet: Die idealen Kandidaten für das Unternehmen zu interessieren, effizient zu suchen und zu finden, die Besten auszuwählen, einzustellen und sie aktiv zu integrieren, um deren Potenzial voll und ganz auszuschöpfen und sie langfristig an das Unternehmen zu binden.

**Gero Hesse** ist Managing Director von TERRITORY EMBRACE, der Employer Branding-, Personalmarketing- und Recruiting-Einheit von TERRITORY. Schon nach seinem BWL-Studium entdeckte Hesse seine Leidenschaft für das Thema Arbeitgeberattraktivität. Zunächst für das Employer Branding bei einer Unternehmensberatung zuständig, übernahm er im Jahr 2000 die globale Verantwortung für das Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting von Bertelsmann. Zudem betreibt der Autor den mehrfach ausgezeichneten Blog [saatkorn.com](http://saatkorn.com) und ist in den Themenfeldern Employer Branding, Personalmarketing, Recruiting und Digitalisierung als Autor und Speaker unterwegs. Sowohl 2011 als auch 2013 wurde Hesse vom Personalmagazin in



die Liste der „40 führenden Köpfe im Personalwesen“ aufgenommen. Mit seinem Kapitel **„Heute war gestern noch morgen: ein Blick in die Zukunft von Social Media Recruiting“**, wagt Gero Hesse eine mutige, aber gekonnte Vorhersage der nächsten fünf bis zehn Jahre im Social Media Recruiting. Er spannt somit den Bogen, ausgehend von dem Geleitwort von Prof. Dr. Tim Weitzel über das gesamte Werk bis hin zu diesem letzten Kapitel.

**Hinweis:**

Sollte in diesem Fachbuch einfachheitshalber nur die männliche oder weibliche Form der Inhalte und Begriffe genannt sein, so möchte ich explizit darauf hinweisen, dass in jedem Fall **alle denkbaren Geschlechtertypen** gemeint sind.