



HRBC-Abend (v. l.): Martin Sternberger (Agentur.net), Raimund Lainer (HRBC-Präsident), Stefanie Gerhofer (karriere.at), Andrea Starzer (Skidata) und Günther Schadenbauer (vi knallgrau).



Führende Personalverantwortliche aus namhaften Salzburg Unternehmen (siehe Firmenleiste unten) folgten der Einladung des Human Resources Business Club (HRBC).

Social Networks: Neue Chancen im Recruiting

Kommunikation. Facebook, Twitter & Co. stellen die Personalabteilungen der Firmen vor ganz neue Herausforderungen. Wer an die geeigneten Mitarbeiter herankommen will, muss daher auch auf diesen Plattformen vertreten sein.

SALZBURG (SN-sb). Social Networks nennt sich die virtuelle Wirklichkeit, die Personalabteilungen vor neue reale Herausforderungen stellt. Facebook, Twitter, Xing oder LinkedIn heißen diese Plattformen im Internet, die vor allem ein Ziel haben: Kommunikation zwischen den einzelnen Mitgliedern.

„Social Networks sind ein sogenannter ‚Umbrella term‘, unter dem alle Tools mit dem markanten Merkmal, Inhalte zu teilen, bezeichnet werden“, sagt Günther Schadenbauer von vi knallgrau bei einer Veranstaltung des Human Resources Business Club (HRBC) am Dienstag in Salzburg. Er ist Experte in diesem Metier und berät Firmen bei der besten Strategie, in diesen Foren präsent zu sein.

Milliarden Zugriffe

Er hat auch gleich ein paar imposanten Zahlen zur Hand: So sind zwei Drittel der globalen Internetbenutzer bereits regelmäßig auf Social-Media-Plattformen

vertreten. Pro Woche gibt es bereits fünf Milliarden Facebook-Meldungen, täglich

Man sollte dort fischen, wo die Fische sind.

Günther Schadenbauer, vi knallgrau

werden von den Usern ebenfalls fünf Milliarden Minuten in Facebook verbracht. Dazu kommen zwei Milliarden Google-Suchanfragen.

Angesichts dieser Zahlen rät der Experte den Firmen, nicht ziellos in solche Plattformen zu gehen, sondern vorher ein klares Konzept auszuarbeiten, was man wo und mit welchen Mitteln erreichen will. Gerade im Bereich Human Resources sei es wichtig, „dort zu fischen, wo auch die Fische sind“.

Dafür müsse man die richtige Plattform finden, um die Zielgruppenverteilung optimal zu nutzen. „Internatio-

nal agierende Firmen sind zumindest auf einer Plattform vertreten“, sagt Schadenbauer. Gute Jobkanäle finde man etwa auf Twitter aber auch auf Xing.

Guter Rat ist wichtig

Martin Sternberger von Agentur.net empfiehlt Firmen, und vor allem Personalisten, sich an einige zentrale Regeln zu halten, wenn man in solche Netzwerke geht bzw. dort Personal rekrutieren will.

Auch er rät zu einem genauen Konzept, was man denn im Web 2.0 machen will und empfiehlt dringend, die Reaktion auf die eigenen Aktivitäten auch zu messen.

„Nutzen Sie Jobportale wie Monster, Stepstone oder karriere.at“, betont Sternberger: „Und nutzen Sie Jobinserate über Xing oder LinkedIn.“ Wichtig ist es aber vor allem, sich selbst sichtbar zu machen. Man könne seine Marke stärken, wenn die richtigen Unternehmensprofile eingerichtet sind, sagt der Experte. Und

man benötige dann klare Internetchrichtlinien, wie das Unternehmen mit diesen Plattformen umgeht. Denn was nützt die Präsenz, wenn dann nicht regelmäßig der eigene Status überprüft und gegebenenfalls korrigiert wird?

„In einschlägigen Gruppen sollte man durchaus mitdiskutieren“, lautet ein weiterer Tipp. Wer ein eigenes Karriereportal betreibt, sollte dafür sorgen, dass dieses in den Suchmaschinen auch auffindbar ist. Für die

Personal-Suchprofile erstellen und aktiv nutzen.

Martin Sternberger, Agentur.net

aktive Mitarbeitersuche empfiehlt Sternberger, genaue Suchprofile zu definieren, etwa auf Xing, und dann aktiv zu nutzen, ohne aber Interessenten zu bedrängen.



Andrea Starzer, Skidata.



Stefanie Gerhofer, karriere.at.



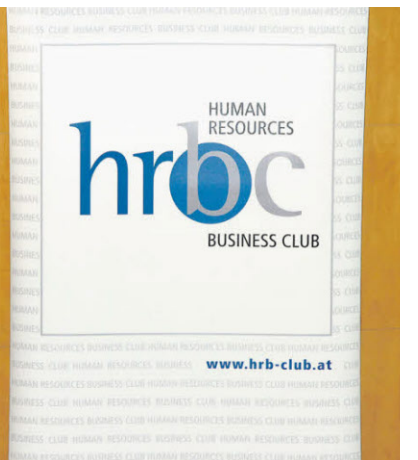
Martin Sternberger, Agentur.net.



Günther Schadenbauer, vi knallgrau.



Andrea Starzer von Skidata moderierte für den HRBC den Themenabend Personalsuche via Web 2.0.



Alle Bilder: SN/SB