



PERSONALIA

ABRECHNUNG ADMINISTRATION RESTRUKTURIERUNG

Den Personalern einen Schritt voraus

Bewerber und Angestellte bei Xing

Personaler nutzen Online-Plattformen wie Facebook, StudiVZ oder Twitter kaum für ihre Arbeit. Zwar ist sich die Mehrheit von ihnen einig, dass Social Media zunehmend wichtiger wird, doch die Wenigsten sind auf die neue Form der Kommunikation vorbereitet.

Nutzen deutsche Personalexperten Social Media für ihre Arbeit? Haben sie die Chancen und Risiken erkannt, die Soziale Netzwerke für sie und ihr Unternehmen bergen? Welche Instrumente sind ihnen wichtig, welche strategische Bedeutung weisen sie ihnen zu? Zu diesen und anderen Fragen hat das Beratungsunternehmen IFOK mehr als 800 Personalverantwortliche und -experten aus unterschiedlichen Branchen befragt.

Zentrale Ergebnisse der Studie: Obwohl 60 Prozent der Befragten Social Media eine große strategische Bedeutung für den Bereich Human Resources (HR) beimessen, gibt es in zwei von drei der befragten Unternehmen keine geregelte Zuständigkeit für das Thema. In 70 Prozent der Unternehmen gibt es keine unternehmensweite Social-Media-Strategie und nur 15 Prozent haben Richtlinien für den Umgang mit Social Media. Auch im Bereich Weiterbildung ist das Thema noch nicht angekommen: Weniger als ein Zehntel der Befragten bietet Schulungen zum Umgang mit Social Media an.

„Das zeigt: Trotz der enorm wachsenden Bedeutung Sozialer Netzwerke, wie Facebook, StudiVZ oder XING, haben sich deutsche Personalexperten auf die neuen Formen der Kommunikation bisher kaum eingestellt“, so Arne Klempert, Leiter des Geschäftsfelds Digitale Kommunikation bei IFOK. „Social Media bietet ein immenses Potenzial für die Personalarbeit – das Personaler bislang jedoch nur begrenzt nutzen.“

Dabei zeigen die Ergebnisse der Studie ein durchaus ambivalentes Verhältnis der befragten Personalexperten zum Thema Social Media. Die klassischen und bereits etablierten Businessnetzwerke wie Xing oder LinkedIn gehören inzwischen zum Alltag von vielen Personalern: 80 Prozent der Befragten haben sie im Zusammenhang mit ihrer Personalarbeit zumindest schon einmal besucht.

Immerhin 60 Prozent der Befragten informieren sich gelegentlich oder selten auf einschlägigen Plattformen über potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aber: Das Netz wird kaum als Spiegel für das Unternehmen genutzt. Nicht einmal jeder vierte Personalexperte hat schon einmal von Beurteilungen auf Arbeitgeber-Bewertungsplattformen Kenntnis genommen. Nur vier Prozent der Befragten beobachten systematisch, was über ihr Unternehmen – unter anderem von den eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – auf Social-Media-Plattformen geschrieben wird. Mehr als ein Drittel der Befragten nutzt diese Möglichkeit nie.

„Damit vergeben erstaunlich viele Unternehmen eine der größten Chancen, die digitale Gespräche bieten: Erfahren, was und wie über das Unternehmen kommuniziert wird“, so Klempert. „Personaler können daran arbeiten, Social Media gezielt einzusetzen und deren sinnvolle Anwendung durch die eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu fördern. Darin liegen große Chancen, die Unternehmenskultur zu fördern, die Produktivität der Mitarbeitenden zu steigern, die Zusammenarbeit in und zwischen Organisationen zu verbessern – und die „Talentpipeline“ zu füllen.“

Die Studie „Social Media und Personalarbeit: Potenzial erkannt. Und genutzt?“ ist im Internet abrufbar unter www.ifok.de/socialmedia-hr.