

# Nur keine Hemmungen

Über Facebook, Youtube & Co. knüpfen Personalmanager schneller als je zuvor Kontakt zu jungen Talenten. Aber wer in sozialen Netzwerken auch erfolgreich rekrutieren will, der muss Zeit und Grips investieren.

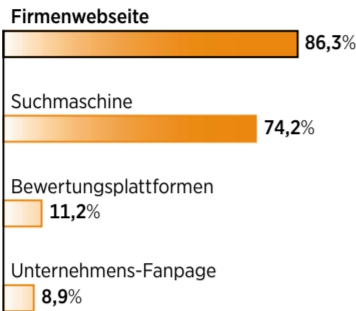
Manuel Heckel  
Köln

Um die neue Stelle zu bekommen, musste Thomas Lerche nicht zuerst einen Personalmanager überzeugen – sondern die Internetgemeinde. Fast einen ganzen Monat bastelte er an seinem Bewerbungsvideo für die „Hamburg-WG“, bei der sich junge Fachkräfte vergangenes Jahr via Internet um einen Job und eine schicke Wohnung auf St. Pauli bewarben. Lerche wollte unbedingt den Job als Junior Social Media Manager beim Versandkonzern Otto. 100 Unterstützer brauchte er, um in die nächste Runde zu kommen. „Die hatte ich innerhalb der ersten zwei Stunden“, berichtet Lerche.

Das Projekt der Hamburg-WG scheiterte zwar, weil die Hamburger Marketinggesellschaft ihre Unterstützung strich. Otto blieb aber an den Kandidaten dran. Und nach

## Unternehmen im Netz

Wo sich junge Bewerber informieren\*



Handelsblatt | n°768; \*Mehrfachnennungen möglich  
Quelle: Ivens & Rauschnabel (2012), Univ. Bamberg

zwei Bewerbungsgesprächen – zuerst via Skype, dann persönlich – bekam der 22-jährige Lerche doch noch den heiß begehrten Job.

Das kreative Projekt steht für einen Trend bei der Personalsuche: Soziale Netzwerke gewinnen rasch

an Bedeutung. Ob Facebook-Karriereseiten, Videokanäle bei Youtube, Gruppen bei Xing oder Mitarbeiter-Blogs: „Im Personalmarketing ist es das ganz große Thema“, sagt Wolf Reiner Kriegler, Geschäftsführer der Deutschen Employer Branding Akademie (DEBA).

„Für uns haben die sozialen Netzwerke eine große Bedeutung“, bestätigt Sonja Königsberg, die bei Otto das Personalmarketing leitet. „So erreichen wir die möglichen Kandidaten da, wo sie sich aufhalten.“ Dabei wählen die Mitarbeiter, die sich um das virtuelle Personalmarketing kümmern, genau aus, welche Inhalte wo gespielt werden: Während sie bei Facebook vor allem den Dialog mit eher jungen Talenten suchen, setzen sie bei Twitter auf mögliche Arbeitnehmer für E-Commerce oder IT.

Wie viel die einzelnen Kanäle den Unternehmen bringen, lässt



Thomas Lerche, Junior Social Media Manager beim Handelskonzern Otto: Auf Facebook berichtet er über seinen Arbeitsalltag.

schenkt Potenzial.“ Besonders bei den Karriereseiten von Facebook prallen die Wunschvorstellungen der Personalabteilungen oft auf eine harte Wirklichkeit.

Ein Viertel aller Deutschen ist bei Facebook registriert – da müsste das Fischen nach Talenten leichtfallen, so die Logik der Personalers. Oft muss dabei die Zahl der Fans herhalten, um eine Seite als erfolgreich auszuzeichnen. Nach diesem Barometer führt der Auftritt von BMW mit fast 55.000 Fans, gefolgt von dem der Bundeswehr mit 40.000 und Audi mit 28.000 Anhängern.

Aber: „Die Fanzahlen sind sehr trügerisch“, sagt Wolf Reiner Kriegler. „Im privaten Bereich wollen die meisten schlicht in Ruhe gelassen werden.“

Eine neue Studie der Universität Bamberg zeigt, dass nur etwa neun Prozent der Uni-Absolventen auf

„Alles, was einen Blick hinter die Kulissen bietet, kommt bei Bewerbern gut an.“

Magda Jasinski  
Stihl

## Der Mittelstand lockt mit kurzen Wegen nach oben

Unternehmen mit wenigen Hierarchiestufen sind für viele Berufs-

einsteiger attraktiv. Vor allem kleinere Firmen können punkten.

ist, für einzelne Projekte Zuständigkeiten zu verteilen. Alternativ können Mitarbeiter darin bestärkt werden, eine Fachkarriere anzustreben – ohne untergeordnetes Team.

Nicht alle Personalabteilungen hätten jedoch heute bereits diese Strategien parat, sagt Berater van Well: „Manchmal geraten Bewerber, die nach Fachkarrieren fragen, aber in den Verdacht, keine Verantwortung übernehmen zu wollen.“

Einen guten Leumund haben häufig mittelständische Unternehmen. Absolventen verbinden kleinere Firmen mit flachen Hierarchien, wie eine Untersuchung von Haniel vergangenes Jahr zeigte. „Hier werden Talente sehr schnell mit Verantwortung betraut“, bestätigt Till Lohmann, Partner bei der Unternehmensberatung PricewaterhouseCoopers (PwC).

In Großkonzernen dagegen ist das Bild differenzierter. Fort-

kern. Stihl platziert Stellenanzeigen auch mal dort, wo die Kandidaten ihre Freizeit verbringen – etwa in Modellbauforen. „Das verlangt mehr Recherche im Vorfeld, aber dafür sind wir ganz nah dran an der Zielgruppe“, sagt Personalreferentin Magda Jasinski.

Beliebt sind vor allem Beiträge, die einen Blick hinter die Kulissen ermöglichen. Maschinenbauer Stihl stattet zum Beispiel Werksstudenten mit Kameras aus und lässt sie mit Fotos von ihrem Arbeitsalltag berichten. Oder die Firma veröffentlicht mal einen Post zum Mitarbeiterfest. „Alles, was einen Blick hinter die Kulissen bietet, kommt gut an“, sagt Jasinski.

Das bestätigt Philipp Rauschnabel: „Der Hauptnutzen ist, ein authentisches Bild vom Unternehmen zu zeigen.“ So könnten sich auch Firmen gut positionieren, die sonst weniger stark als Arbeitgebermarke aufgestellt sind. Prosta, Hersteller von Tiefkühlkost, berichtet im Mitarbeiterblog etwa über die Weihnachtsfeier oder die neuen Fahrradabstellplätze für Mitarbeiter.

Das Profil, mit dem Thomas Lerche seinen Job bei Otto ergattert hat, ist bei Facebook immer noch aktiv. Tauchten anfangs noch Bilder auf, wie er die neue Wohnung in Hamburg renovierte, dominieren nun Beiträge mit Konzernbezug. Abgesehen von den üblichen Social-Media-Richtlinien des Unternehmens sei er völlig frei in der Auswahl seiner Themen: „Da gibt es keine restriktiven Vorgaben, das hat mich anfangs auch überrascht.“

Er nutzt den Account, um Otto als attraktiven Arbeitgeber zu zeigen. Mal postet er Bilder von einem Treffen mit dem Vorstand, mal fotografiert er stolz sein Jobticket für den Nahverkehr, darauf folgt ein Video von einem Bürostuhlrennen. „Manche haben mich schon angeschrieben und gefragt, ob ich den ganzen Tag nur an lustigen Aktionen teilnehme“, sagt der 22-jährige schmunzelnd, „dem ist natürlich nicht so, ich bin auch noch mit vielen anderen Aufgaben beschäftigt.“

# Sie haben den Blick fürs Detail?



Michael Heinemann – begeisterter Modellbauer und Mitarbeiter von Phoenix Contact.

Wenn Sie Phoenix Contact begegnen, sehen Sie ein international agierendes Familienunternehmen mit Stammsitz in Ostwestfalen, das seine Innovationsphilosophie täglich lebt. Sie erleben Menschen, die all ihre Begeisterung in Lösungen für hochwertige elektrische Verbindungstechnik und in grenzenlose Industriekommunikation stecken. Sie begegnen mehr als 12.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die mit ihrem Know-how und persönlichem Engagement Phoenix Contact zu einem richtungsweisenden Unternehmen machen.

## Wir verstärken unser Team

### Einkäufer für Bauteiltechnologie und Entwicklungssupport m/w

[Job-ID: 3171] | Phoenix Contact in Blomberg

### Corporate Controller m/w

[Job-ID: 2966] | Phoenix Contact in Blomberg

### Controller Product Costing m/w

[Job-ID: 3222] | Phoenix Contact in Blomberg

### Division Controller m/w

[Job-ID: 3223] | Phoenix Contact in Blomberg

Mehr Informationen, mehr Jobs, einfach bewerben:  
**www.phoenixcontact.de/jobs**



## Welt der Vakuum-Technologie



## Zum dritten Mal ausgezeichnet.

Verstärken Sie unser Team!



## Key Account Manager/in International

Fokus: Key Account Betreuung Vakuum-Aufspannsysteme, Leitung Produktmanagement

## Internationale/r Branchenmanager/in Flughafen-/Paketlogistik

Fokus: Key Account Betreuung, Branchenanforderungen einbringen, Marketing

## Internationale/r Branchenmanager/in Automobil

Fokus: Key Account Betreuung, Branchenanforderungen einbringen, Marketing

## Entwicklungsingenieur/in Elektronik

Fokus: Entwickeln von Produkten, Automatisierungstechnik

## Vertriebsingenieur/in im Außendienst mit Home-Office

PLZ 75–77, 79

Fokus: Automatisieren mit Vakuum, Flächenvertrieb

## Projektleiter/in Vakuum-Greifsysteme

Fokus: Kundenprojekte Automation, Aufbau Projektmanagement

## Ihre Zukunft in einem starken Team – unser Leistungspaket!

- Flexibles Arbeitszeitmodell
- Interne Academy für Weiterbildung, Freizeit- und Sportaktivitäten
- Innovatives Entgeltsystem mit Gewinnbeteiligung und weitere Erfolgsprämien
- Sichere, moderne Arbeitsplätze in einem nachhaltig engagierten Unternehmen

## Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

- Online unter [www.schmalz.com/stellenmarkt](http://www.schmalz.com/stellenmarkt) oder per Mail an [martin.helbling@schmalz.de](mailto:martin.helbling@schmalz.de)
- Für Fragen und weitere Informationen ist Herr Helbling unter 0171 9761209 für Sie da

J. Schmalz GmbH, Aacher Str. 29, D-72293 Glatten, Landkreis Freudenstadt, T 07443 2403 0, [www.schmalz.com](http://www.schmalz.com)