Frank
Bärmann

mitp

Social Media
im Personalmanagement

Facebook, Xing, Blogs, Mobile Recruiting und Co. erfolgreich einsetzen

© des Titels »Social Media im Personalmanagement« (ISBN 978-3-8266-9200-0) 2012 by
Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH, Heidelberg. Nähere Informationen unter: http://www.mitp.de

Einleitung

Es begann mit einem Vortrag

Als ich vor einiger Zeit von einem Kunden im Raum Stuttgart gefragt wurde, ob ich für einen Arbeitskreis im HR-Umfeld einen Vortrag über Social Media in der Personalwirtschaft halten wolle, antwortete ich mit der Gegenfrage: Warum will man einen Social-Media-Experten haben und keinen HR-Experten? Als Antwort bekam ich, dass man den externen Blick aus Sicht der Social-Media-Thematik auf die HR-Branche wolle. Ein HR-Experte stecke zu tief im Thema und würde zu viele Dinge wiederholen, die die Zuhörer eh schon wissen. Zudem wäre das Thema Social Media in der Regel nur angelesen und nicht in der Praxis eingesetzt.

Dies war der Tag, an dem ich mich zum ersten Mal sehr intensiv mit dem Thema »Social Media im Personalmanagement« beschäftigte.

An einem Vormittag gab ich den über 20 Personalverantwortlichen kleiner und großer Unternehmen einen Überblick, was Social Media bedeutet, warum auch die Personalwirtschaft diese nicht ignorieren sollte und welche Möglichkeiten für Employer Branding, Recruiting, Personalentwicklung und -kommunikation bestehen.

Nach mehreren Vorträgen und Projekten erkannte ich, dass die Spielregeln, die in der Social-Media-Welt gelten, aus dem Marketing auf die Personalwirtschaft übertragbar sind. Nur die Zielgruppe ist eine andere. Während beim Marketing der Kunde oder Konsument im Mittelpunkt steht, steht in der Personalwirtschaft der potenzielle Interessent und Bewerber im Fokus.

Sowohl die Verantwortlichen im Marketing als auch im Personalbereich müssen lernen, dass sich in Sachen Kommunikation grundlegend etwas verändert hat.

Leider ist die Situation für den Personalbereich deutlich schlimmer als für Marketing und Absatz. Denn neben den veränderten Regeln durch das Web 2.0 wirken sich die demografische Veränderung der Gesellschaft und eine Denk- und Verhaltensweise einer Generation junger Menschen immer deutlicher auf den Arbeitsmarkt aus.

© des Titels »Social Media im Personalmanagement« (ISBN 978-3-8266-9200-0) 2012 by Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH, Heidelberg. Nähere Informationen unter: http://www.mitp.de/9200

Sinn und Zweck des Buches

Was möchte ich nun mit diesem Buch bezwecken?

Ich möchte Ihnen einen Überblick geben über die Chancen und Möglichkeiten von Social Media in Ihrer Branche. Ich möchte Ihnen einzelne Plattformen und Kanäle näher vorstellen und Ihnen zeigen, was Sie damit tun können, um Ihr Employer Branding zu verbessern, um neue Wege im Recruiting zu betreten und Ihre Personalentwicklung und -kommunikation auszubauen. Dafür spielt es weniger eine Rolle, die Funktionsweisen und Zusammenhänge, die Begriffe und Definitionen der Personalwirtschaft im Detail wiederzugeben – die kennen Sie eh alle.

Es spielt viel mehr eine Rolle, Ihnen die Funktionsweisen und Zusammenhänge, die Begriffe und Definitionen der Social-Media-Plattformen und -Kanäle grundlegend und in Bezug zur HR zu erläutern.

Es geht immer um die Fragen:

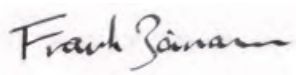
- Was ist es?
- Warum ist es relevant für den HR-Bereich?
- Was bietet es/Was können Sie damit tun?
- Worauf müssen Sie achten?

Was ich in diesem Buch nicht will, ist eine Erklärung der Funktionen von Facebook & Co. im Detail. Sie werden hier keine Anleitung finden, wie Sie eine Fanpage erstellen. Allerdings finden Sie Aussagen dazu, was eine gute Fanpage bieten sollte und wie man eine Fanpage führt. Das Gleiche gilt für Twitter und andere Micro-Blogs, YouTube, Blogs und Wikis.

In den meisten Kapiteln zeige ich Ihnen anhand von anschaulichen Beispielen, wie andere Unternehmen dies oder jenes bereits machen. Dort können Sie sich sicher einige Details abgucken und sie auf Ihr Unternehmen anpassen. Und Sie finden Links zu anderen Experten und Quellen für weitere Informationen. Die zahlreichen Studien machen darüber hinaus deutlich, wie relevant einzelne Themen sind.

Ich hoffe, Ihnen mit diesem Buch die Informationen an die Hand geben zu können, die Ihnen gefehlt haben, um Social Media für Ihr Unternehmen im Personalbereich einsetzen zu können.

Dabei wünsche ich Ihnen viel Erfolg.



Selfkant, im Sommer 2012

© des Titels »Social Media im Personalmanagement« (ISBN 978-3-8266-9200-0) 2012 by Verlagsgruppe Hüthig Jehle Rehm GmbH, Heidelberg. Nähere Informationen unter: http://www.mitp.de/9200