

Mehrwertpotenziale von Online-Social-Business-Netzwerken für die Personalbeschaffung von Fach- und Führungskräften

Timo Schäuble¹, Thomas Mandl², Joachim Griesbaum²

¹iProCon GmbH
Wahrhausenweg 26a
D-31199 Diekholzen
t.schaeuble@iprocon.de

²Institut für Informationswissenschaft und Sprachtechnologie
Universität Hildesheim
Marienburger Platz 22
D-31141 Hildesheim
mandl@uni-hildesheim.de
joachim.griesbaum@uni-hildesheim.de

Der Mangel an qualifizierten Mitarbeitern stellt – nicht nur heute, sondern auch in Zukunft – eine der größten Herausforderungen deutscher Unternehmen dar. Neben bewährten Personalbeschaffungsinstrumenten müssen Unternehmen daher gezielt innovative Wege gehen, um besonders das Reservoir passiver, latent-wechselwilliger Arbeitnehmer zu erschließen. Dieser Beitrag diskutiert die Potenziale von Online-Social-Business-Netzwerken für die Personalbeschaffung von Fach- und Führungskräften. Dazu werden zunächst Mehrwertpotenziale von sozialen Netzwerken und Empfehlungen für die Personalbeschaffung dargestellt. Darauf aufbauend werden neue Möglichkeiten der Unterstützung von Personalbeschaffungsmaßnahmen durch Online-Social-Business-Netzwerke herausgearbeitet. Mehrwertpotenziale sind u.a. Nachrichtenfunktion, Visualisierung sozialer Verbindungen oder die Erschließung des passiven, latent-wechselwilligen Arbeitnehmerpotenzials. Außerdem werden für eine möglichst ganzheitliche Betrachtung erfolgskritische Nutzungsfaktoren beschrieben. Darunter sowohl datenschutzrechtliche Beschränkungen als auch ethische Bedenken.

Die im Beitrag präsentierten Ideen zur aktiven Personalbeschaffung über Online-Social-Business-Netzwerke sind im Rahmen einer Studie mit Experten für Personalbeschaffung auf ihre Potenziale für den betrieblichen Alltag und ihre Umsetzbarkeit untersucht worden. Das übergeordnete Ziel der Studie lag in der Beantwortung der Frage, ob sich die aktive Personalbeschaffung über Online-Social-Business-Netzwerke für die Rekrutierung von Fach- und Führungskräften eignet. Als Methode zur Datenerhebung sind offene, mündliche und leitfaden-gestützte Experteninterviews gewählt worden.

Ergebnis dieses Artikels ist die Aussage, dass das Web 2.0 mit seinen Kommunikationstechnologien und -plattformen auch für das Human-Ressource-Management vielfältige Möglichkeiten eröffnet, um innovative Prozesse und Methoden für die Personalbeschaffung zu entwickeln.