

- Umfrage –

Social Media-Strategie im HR-Bereich

durchgeführt im November 2012

durch

Cisar - consulting & solutions GmbH

im Auftrag von



Stand: 05.12.2012

1. Hintergrund

- Cisar hat im Auftrag von ADP bei 50 klein-, mittleren und Großunternehmen in Deutschland eine Umfrage zum Thema «Social Media Strategie im HR-Bereich» durchgeführt.
- Zielsetzung war zu erheben, inwieweit die Potenziale von sozialen Netzen von den Personalverantwortlichen in den Unternehmen gesehen und genutzt werden.
- Die Unternehmen wurden aus verschiedenen Branchen ausgewählt.
- Die Umfrage erfolgte im November 2012 telefonisch auf Ebene der HR-Leiter.
- Der Fragekatalog umfasste 6 geschlossene Fragen.

2. Potenziale von Sozialen Medien für das HR-Management

Die Sozialen Medien und die jeweiligen HR-Unternehmenswebseiten sind starke Hilfsmittel bei der Bewältigung von HR-Herausforderungen wie:

- Rekrutierung von Führungs- und Fachkräften im «War for Talents»
- Employer Branding - Arbeitgeberattraktivität
- Mitarbeiterbindung

Mit Hilfe von Sozialen Medien kann die Kommunikation intern wie extern gefördert und verbessert werden.

Verschiedene Zielgruppen können breit und rasch mit spezifischen Inhalten angesprochen werden.

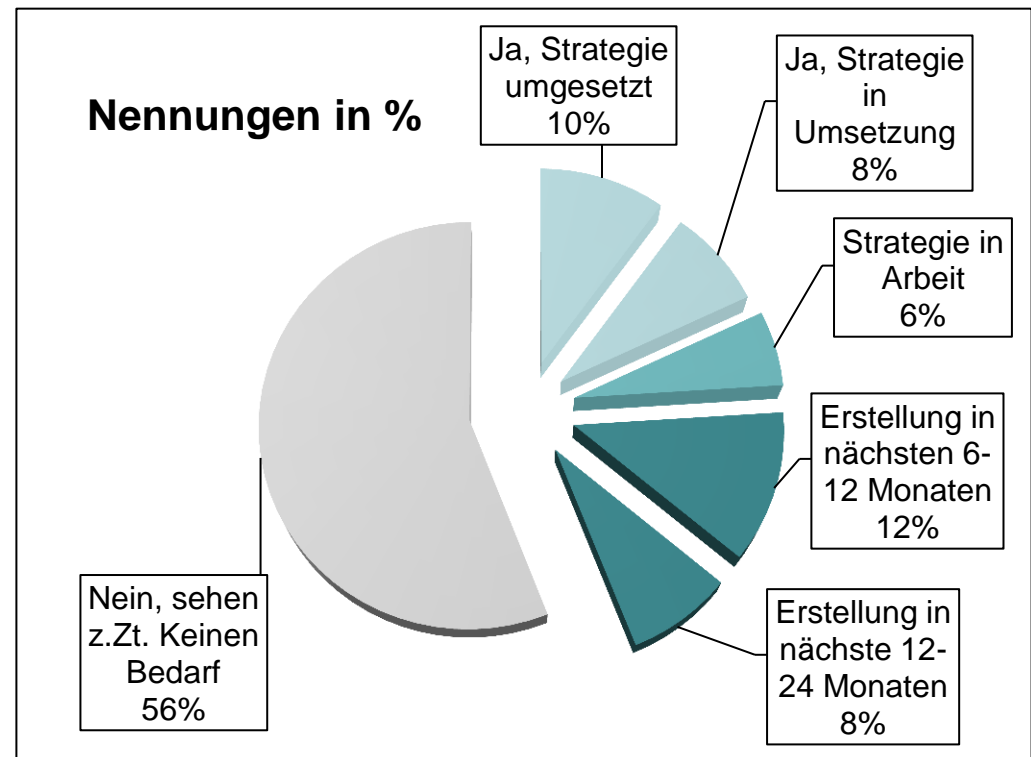


Aktuelle HR-Trends und Schlagwörter

Die meisten deutschen Unternehmen sehen (noch) keinen Bedarf für eine Social Media Strategie.

Frage 1: Haben Sie eine Social Media-Strategie für den HR-Bereich?

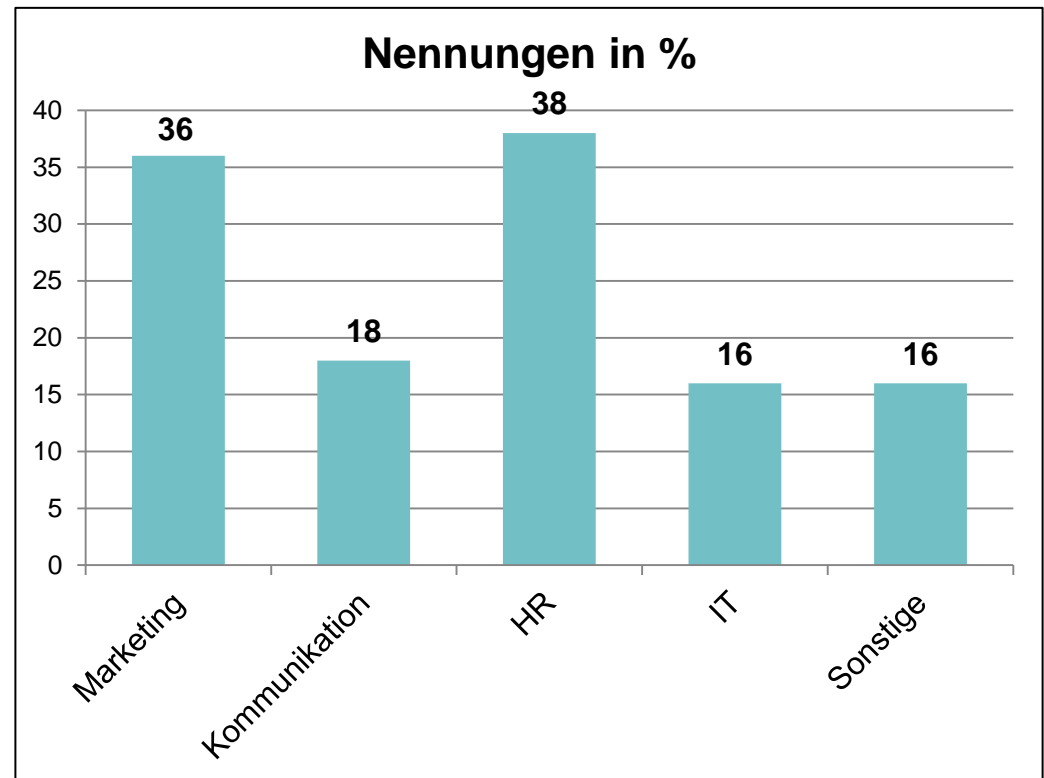
- 56% der Unternehmen sehen keinen Bedarf für eine Social Media-Strategie für den HR-Bereich
- 24% haben eine Strategie bzw. arbeiten aktuell daran
- 20% wollen in den nächsten 2 Jahren eine Strategie erstellen
- Nur 10% haben eine Strategie und diese umgesetzt.



Verschiedene Abteilungen sind in den Unternehmen für Social Media verantwortlich, die Verantwortlichkeiten sind zersplittert.

Frage 2: Wer ist im Unternehmen für die Sozialen Medien (mit-) verantwortlich?

- Nur in 38% der Unternehmen ist der HR-Bereich bzgl. des Social Media-Auftrittes aktiv und (mit-) verantwortlich.
- Social Media wird in den Unternehmen insbesondere vom Marketing getrieben.
- Unter den 16 % „Sonstige“ wurde ausgesagt, dass niemand als „Verantwortlicher“ definiert ist.

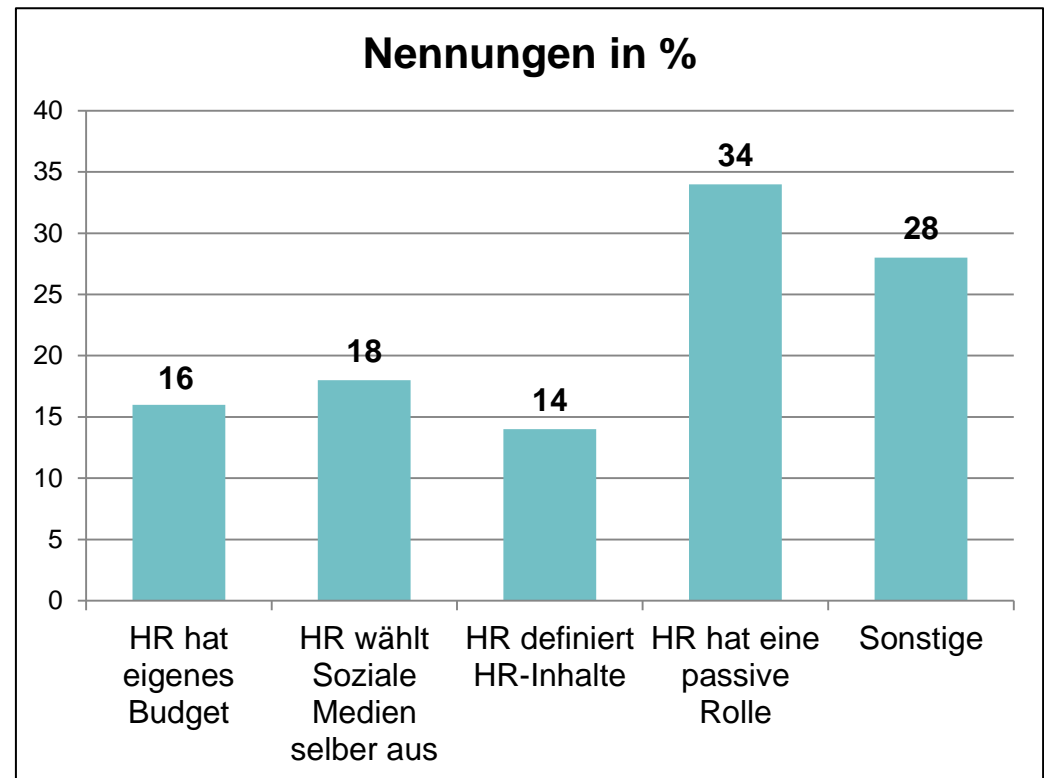


Nur 14 Prozent der HR-Bereiche definieren die personalbezogenen Inhalte in den Sozialen Medien selber.

Frage 3: Rolle des HR-Bereiches in Bezug auf die Sozialen Medien?

(Mehrfachnennungen möglich)

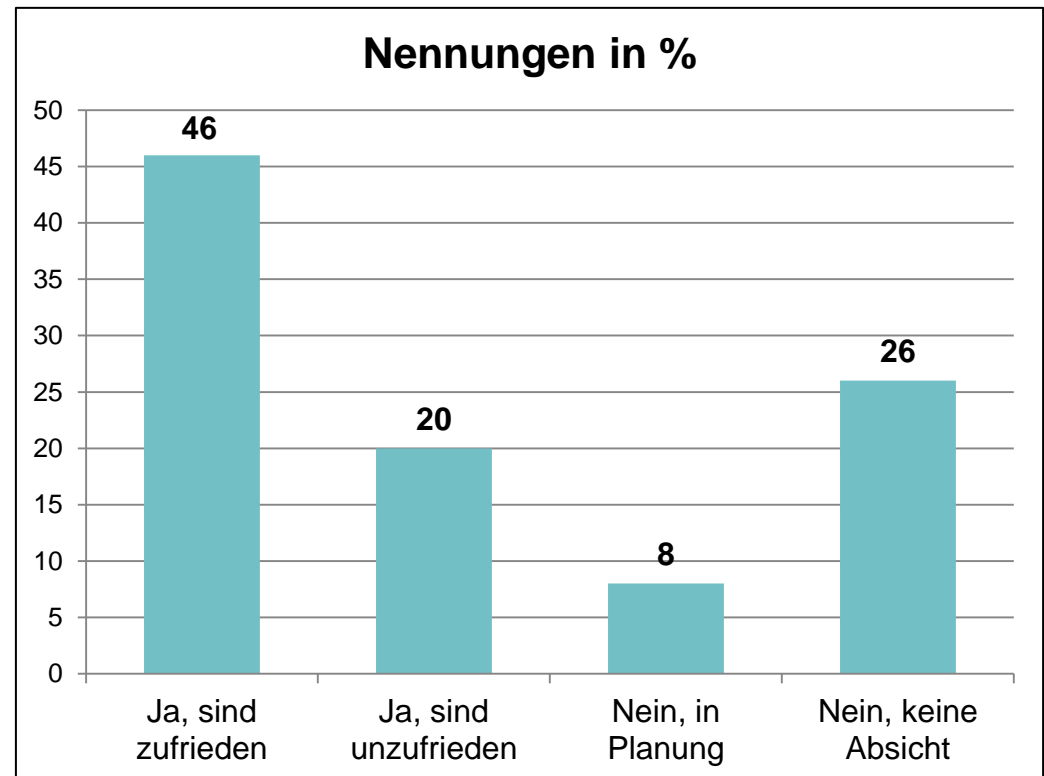
- 34% der HR Bereiche haben eine passive Rolle und die Sozialen Medien werden durch eine andere Abteilung bearbeitet.
- Unter den 28% „Sonstige“ sind mehrheitlich Firmen enthalten, die keine Sozialen Medien nutzen.
- Nur 14% der HR-Leiter geben an, dass sie die HR-Inhalte selber definieren.



34 Prozent der Unternehmen haben noch keine HR-Inhalte auf der Unternehmenswebseite. Das Potenzial bleibt ungenutzt.

Frage 4: Haben Sie auf der Unternehmenswebseite eine eigene HR-Webseite für den Personalbereich und wie zufrieden sind Sie damit?

- 46% der Unternehmen sind mit ihrer HR-Webeseite zufrieden
- 26% sehen keine Notwendigkeit für den Aufbau einer HR-Webseite

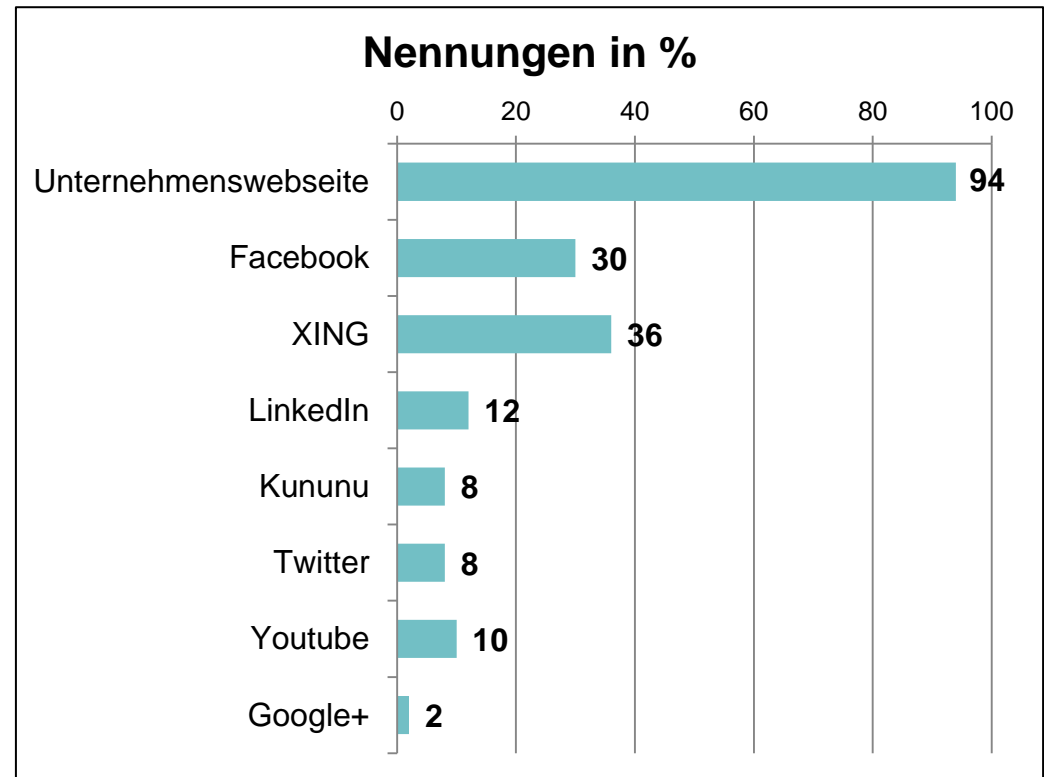


Die Potenziale der Sozialen Medien liegen brach, sowohl im Hinblick auf Employer Branding als auch eRecruiting.

Frage 5: Nutzen Sie die Sozialen Medien für den HR-Bereich und zur Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber?

(Mehrfachnennungen möglich)

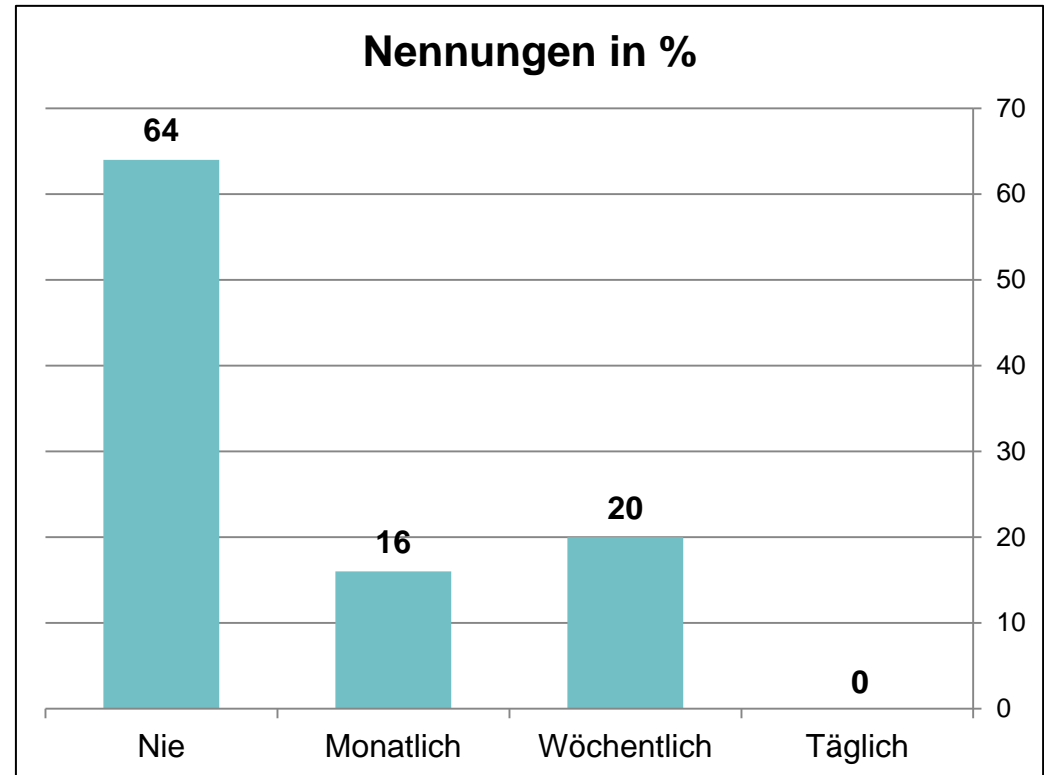
- Lediglich 30% der Unternehmen nutzen Facebook und 36% XING
- Insgesamt werden die Sozialen Medien im HR-Bereich sehr wenig genutzt



64% der HR-Bereiche überprüfen die Inhalte in den Sozialen Medien nie!

Frage 6: Überprüft der HR-Bereich regelmäßig die Einträge in den Sozialen Medien (Kommentare, Bewertungen, Chats, Foren)?

- Nur 34% der HR-Bereiche überprüfen die über ihr Unternehmen bzw. HR-Bereich gemachten Kommentare und Bewertungen regelmäßig.
- Die meisten Unternehmen bekommen nicht mit, wenn negative Informationen bzgl. Führung, Personalentwicklung etc. im Internet stehen.



Key Findings

Die meisten HR-Bereiche haben Berührungspunkte mit den Sozialen Medien - die Potenziale bleiben weitestgehend ungenutzt - trotz vielfach kommunizierter „best practice“-Beispiele.

- 64% der HR-Bereiche überprüfen nie, was in den Sozialen Medien gepostet wird, bzw. welche Kommentare und Bewertungen abgegeben werden.
- Bei den Unternehmen, die keine explizite Social Media-Strategie haben, nutzen nur 28% die Soziale Medien für den Personalbereich.
- Nur 24% der Unternehmen haben eine Social Media Strategie, 10% der Unternehmen haben sie umgesetzt.
- Die Mehrheit der deutschen Unternehmen (56%) sieht keinen Bedarf eine Social Media-Strategie zu erstellen.
- Nur bei 38% der Unternehmen hat der Personalbereich eine aktive Rolle bei der Erstellung und Pflege der HR-Inhalte.