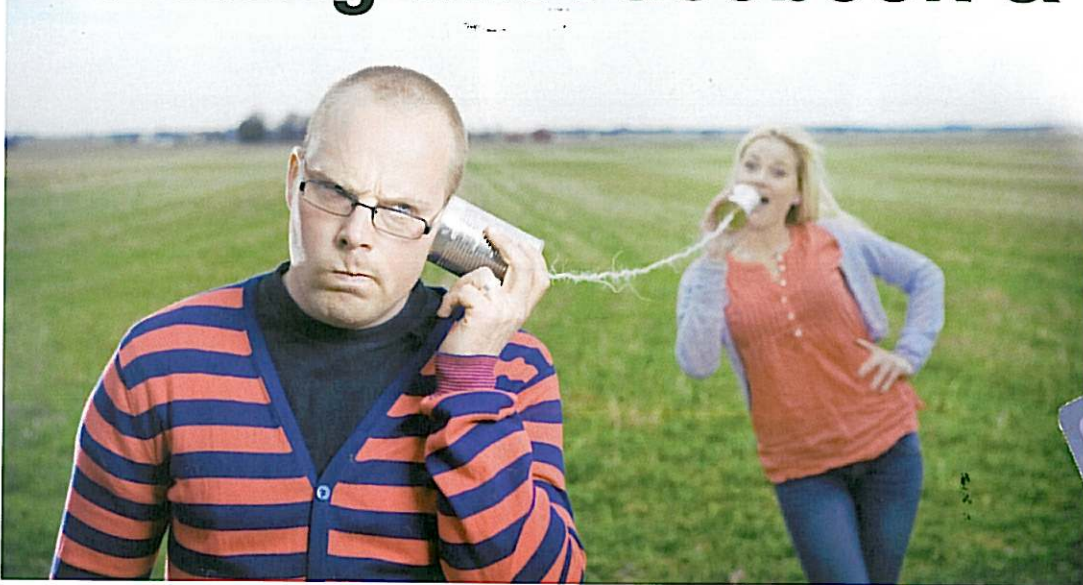


Social Media in der Personalarbeit

Recruiting und Employer Branding mit Facebook & Co



**Kommunizieren
Sie zeitgemäß?**

Welche sozialen Netzwerke gibt es? Welche Kanäle sind die richtigen für mein Unternehmen? Wie nutze ich sie für die Personalarbeit? Diesen Fragen stellen sich sieben Unternehmen im Kooperationsprojekt „Social Media“. Seit Juli 2011 prüfen die Projektteilnehmer die Einsatzmöglichkeiten sozialer Netzwerke im HR und erarbeiten gemeinsam Maßnahmen für die erfolgreiche Nutzung.

Keine Personalzeitschrift ohne Social-Media-Beitrag, kein Tag ohne Einladungen zu Social-Media-Events. Was zeigt, dass die Anwendungen des Web 2.0 wie XING, Facebook, Twitter und Co. auch in der Personalarbeit Einzug gefunden haben. Die Präsentation eines Unternehmens über derartige Kanäle gewinnt immer mehr, an Bedeutung, etwa im Personalmarketing, Recruiting oder Wissensmanagement.

Wo finde ich Fachkräfte und Lehrlinge?

Im Kooperationsprojekt arbeitet die Projektgruppe gemeinsam an einer Strategie, wie sie sich mit Hilfe von sozialen Netzwerken als attraktiver Arbeitgeber positionieren können um auch künftig die richtigen MitarbeiterInnen für das Unternehmen zu finden. Ziel ist es, dass sich alle Projektpartner in ihrem jeweiligen Social Media-Umfeld zurechtfinden und passende Kanäle – im Sinne von „Erreichen der gewünschten Zielgruppe“ – für sich identifizieren. „Wir wollen künftig Fachkräfte, vor allem BautechnikerInnen und Lehrstellen-BewerberInnen noch gezielter ansprechen und mit ihnen in direktem

Austausch über die Vielfältigkeit der spannenden Bauberufe diskutieren. Unser Engagement in Social Media-Plattformen sehen wir als wichtiges Tool in einem guten Personalmarketing-Mix“, meint Mag.^a Margit Bencic, Projektkoordinatorin und HR-Leiterin der Austria Bau Oberösterreich GmbH.

Kein Sprint, sondern ein Dauerlauf

Unternehmen müssen die richtigen Fragen stellen und brauchen Geduld, Konsistenz und Konsequenz um in sozialen Netzwerken erfolgreich zu sein. „Social Media versuchen reale soziale Gebilde im Web abzubilden, insofern ist die Idee von sozialen Netzwerken nicht neu. Neu ist, dass sich Unternehmen mit ihren Dialoggruppen intensiv auseinandersetzen müssen und nur dann erfolgreich kommunizieren können wenn sie interessante, authentische und relevante Inhalte transportieren. Hohles Phrasengedresche funktioniert in Social Media nicht“, erklärt Daniel Friesenecker von der Brands and Friends Markenmanagement GmbH, die das Projektteam begleiten.

Social-Media-Guidelines

Wie bewegt man sich in der Social-Media-Welt? Den richtigen Umgang zu erlernen und zu definieren, wer im Unternehmen in welchem Stil kommunizieren darf ist ein wichtiger Meilenstein, der in gemeinsamen Workshops und Diskussionsrunden erarbeitet wird. Denn um authentisch zu sein und nachhaltig eine gute Beziehung zu Kunden und potenziellen MitarbeiterInnen aufzubauen, bedarf es interner und externer Kommunikationsregeln

(Guidelines). Am wichtigsten aber ist, dass die Personen die mit Social Media arbeiten das gerne tun und gerne Geschichten über ihr Unternehmen erzählen. „Wir wollen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als kompetente Markenbotschafter nutzen und mit ihnen gemeinsam eine sportbegeisterte Community aufbauen“, freut sich Michael Asen, Prokurist der Intersport XL / Sport Asen GmbH aus Vöcklabruck auf den Einsatz von Social Media.

>> INFO-BOX

Projektkoordinator:

Austria Bau Oberösterreich GmbH

Laufzeit: 15. Juli 2011 – 15. Juli 2012

Partner: Austria Bau Oberösterreich GesmbH, Greiner Packaging GmbH, SKF Österreich AG, Sport Asen GmbH, Industrie-Logistik-Linz GmbH & Co KG, Motiv Personal Consulting GmbH, dankl+partner consulting gmbh

Projektvolumen: 237.000 Euro

Fördervolumen: 71.100 Euro

Externe Begleitung: Brands and Friends Markenmanagement GmbH.

Regio 13
Impulse für OÖ
Regionale Wettbewerbsfähigkeit OÖ 2007-2013



Netzwerk-Kooperationsprojekte werden im Rahmen des EU-Programms „Regionale Wettbewerbsfähigkeit OÖ 2007-2013 (Regio 13) aus Mitteln des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) sowie aus Landesmitteln gefördert.