

ABSTRACT: Rekrutung via Facebook: Eine Studie mit Hochschulabsolventen.

Kim Sarah Fischer

Unternehmen sind nicht gut beraten, wenn Sie Hochschulabsolventen via Facebook ansprechen wollen

Neben unserem Kerngeschäft nutzen wir auch die Zeit, um an der Hochschule Fresenius Lehre zu betreiben und Studenten mit neuesten Erkenntnissen aus dem Wirtschaftsumfeld zu versorgen. Ab und an werden durch uns auch Studienarbeiten betreut, so auch im Fachbereich "Wirtschaft & Medien" im Studiengang der Wirtschaftspsychologie.

Die Bachelorarbeit von **Kim Sarah Fischer** mit dem Titel "Rekrutung via Facebook: Eine Studie mit Hochschulabsolventen" beschäftigt sich mit dem Nutzungsverhalten und der Einstellung von Hochschulabsolventen gegenüber unterschiedlichen Bewerbungsverfahren. Der Fokus liegt dabei auf dem Einsatz sozialer Netzwerke innerhalb eines Bewerbungsprozesses. Ziel der Studie ist es, anhand der Erkenntnisse des Nutzerverhaltens die modernen Rekrutierungsprozesse entsprechend auszurichten um eine möglichst gezielte Kandidatenerreichbarkeit zu gewährleisten.

Zusammenfassung der Studie

Inhaltlich werden die Entwicklungen und Möglichkeiten des Web 2.0 erläutert, speziell wird dabei auf den Bereich der sozialen Netzwerke anhand von Facebook eingegangen, speziell auf die Entwicklung des klassischen Personalrekrutierungsprozesses hin zum E-Rekrutierung - einem durch elektronische Informationstechnologie unterstützten Prozesses.

Es werden in der Bachelorarbeit einige Untersuchungserkenntnisse im Bezug auf das generelle Nutzungsverhalten des Web 2.0 zusammengetragen, aber auch speziell innerhalb sozialer Netzwerke. Auf Basis dieser Erkenntnisse erfolgt die Ermittlung differenzierter Nutzertypen. Anhand eines Online-Fragebogens wird ermittelt, welche Bewerbungserfahrungen, Erfahrungen mit diversen Unternehmenskarriereseiten innerhalb sozialer Netzwerke, welches Nutzenempfinden der Informationstools und auch die Erfolgseinschätzungen und Präferenzen der Probanden gegenüber verschiedener Bewerbungsverfahren bestehen.

Fazit

Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen, dass sich trotz einer intensiven Nutzung sozialer Netzwerke bevorzugt eine freizeitorientierte Verwendung abzeichnet und im Bezug auf Bewerbungsverfahren eher klassischere Wege präferiert werden. Unternehmen sind also schlecht beraten, wenn sie den Facebook-Kanal zur Bewerberrekrutierung nutzen. Obwohl die diesen Kanal nutzenden Berufseinsteiger viel Zeit mit Facebook und und anderen sozialen Medien verbringen, ist die Nutzung fast ausschließlich privater Natur.

Young-Professionals, die bereits ein jobrelevantes Netzwerk aufgebaut haben (z.B. via Xing oder LinkedIn), sind wahrscheinlich eher die Zielgruppe, die man im Rekrutierung in den sozialen Netzwerken erreichen kann.