

Ralph Dannhäuser *Hrsg.*

Praxishandbuch Social Media Recruiting

Experten Know-How / Praxistipps /
Rechtshinweise

4. Auflage

 Springer Gabler



Praxishandbuch Social Media Recruiting

Ralph Dannhäuser
(Hrsg.)

Praxishandbuch Social Media Recruiting

Experten Know-How / Praxistipps /
Rechtshinweise

4., überarbeitete und erweiterte Auflage

Hrsg.
Ralph Dannhäuser
Filderstadt, Deutschland

ISBN 978-3-658-29437-3 ISBN 978-3-658-29438-0 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-29438-0>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2013, 2015, 2017, 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Ann-Kristin Wiegmann

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort von Ralph Dannhäuser

Es ist längst allgemein akzeptiert: Der Fachkräftemangel zwingt Unternehmen dazu, neue Wege im Recruiting zu gehen. Social Media ist mittlerweile aus den Kinderschuhen herausgewachsen und ist heute – zu Beginn des neuen Jahrzehnts – fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation und der Personalgewinnung. Anders noch vor ein paar Jahren – im Jahr 2012 fehlte es an aktueller und praxisorientierter Literatur, die das Thema Social Media Recruiting umfassend beleuchtet. Meine Idee war es, diese Lücke zu schließen – und aus der Idee entstand in Zusammenarbeit mit meinem hoch geschätzten Autorenteam dieses Praxishandbuch, das sich mittlerweile **als führendes Standardwerk im deutschsprachigen Raum etabliert hat**. Dies wird nicht nur durch die große Nachfrage nach der Printversion dokumentiert, sondern auch durch über 700.000 registrierte Online-Zugriffe auf einzelne Buchkapitel der ersten drei Auflagen bei SpringerLink (www.link.springer.com). Eine Zahl, die im Vergleich zu anderen Fachbüchern in diesem Genre sehr hoch ist. Für den anhaltend hohen Bedarf, das große Interesse, die vielen Social-Media-Kontakte und Anfragen bedanke ich mich herzlich auch im Namen meiner Mitautoren bei allen Käufern, Lesern, Studenten, Multiplikatoren, Meinungsführern, Rezensenten und Pressevertretern! Meine Mitautoren und ich haben das Feedback und die zahlreichen konstruktiven Anmerkungen unserer Leser gesammelt, ausgewertet und in die Beiträge dieser neu überarbeiteten 4. Auflage einfließen lassen.

Was ist neu und was wurde in der 4. Auflage aktualisiert?

Neu aufgenommen wurden Themenkapitel wie „Social Media Recruiting mit Instagram“, „Social Media Recruiting mit Videos“, „Tschüss Post & Pray: Wie Analytics, Arbeitsmarktdaten und Automatisierung das Recruiting revolutionieren – eine Praxis-Anleitung“, „Recruiting und Employer Branding mit den Mitarbeitern: Corporate Influencer als Unternehmensbotschafter“, „Die dunkle Seite: Angriffe gegen die Arbeitgebermarke und was zu tun ist“ oder „Heute war gestern noch morgen: ein Blick in die Zukunft von Social Media Recruiting“.

Darüber hinaus gibt es zahlreiche neue oder überarbeitete Interviews (z. B. Google for Jobs) sowie Gastbeiträge mit Praktikern aus der HR-Welt oder Führungspersönlichkeiten von kleinen, mittelständischen und großen Unternehmen. Das von vielen Lesern gewünschte Stichwortverzeichnis wurde überarbeitet und an die neuen Inhalte angepasst.

Das Praxishandbuch Social Media Recruiting

Social Media Recruiting gewinnt für Personalsuchende weiterhin an Bedeutung! Gerade bei Engpasszielgruppen. Aus der Praxis für die Praxis zeigen in dieser 4. Auflage 21 erfahrene Experten, wie Sie die wichtigsten Social-Media-Kanäle für das Personal-Recruiting erfolgreich nutzen können. Die Autoren offenbaren ihre Erfolgsgeheimnisse und zeigen u. a. auf, wie Sie mit aktiver Personalsuche mehr und besser qualifizierte Bewerber finden. Auch erfahren Sie, welche Möglichkeiten es mit „Employer Branding“ für Ihr Unternehmen gibt, um im „War for Talents“ Ihren Wettbewerbern einen Schritt voraus zu sein. Rechtshinweise, Praxisbeispiele, Interviews, Checklisten und Leitfäden sowie eine klare und systematische Gliederung bieten Ihnen bei der Personalbeschaffung mithilfe von Social Media wichtige Hilfestellungen.

Wer und was erwartet Sie in diesem Buch?

Zunächst eröffne ich das Kompendium mit dem Kapitel **„Trends im Recruiting“**. Dazu beschreibe ich meine Beobachtungen und Wahrnehmungen aus unserem Recruiting-Alltag. Des Weiteren führe ich mit einigen Experten kurzweilige Praxisinterviews, sodass Sie einen besseren Überblick für die aktuelle Situation und für Ihre eigene Personalgewinnung entwickeln können.

Daniela Chikato ist seit 20 Jahren spezialisiert auf Personalsuche, Personalmarketing und Employer Branding mit neuen Medien und Internettechnologien – insbesondere unter Einsatz von XING. Aus ihrer täglichen Praxis kennt sie die Vorzüge von XING im anzeigengestützten Recruiting sowie Active Sourcing und weiß die facettenreichen Möglichkeiten bestmöglich zu nutzen sowie in Trainings und Tutorial-Videos zu vermitteln. Im gemeinsamen Buchbeitrag **„So zünden Sie mit XING Ihren Recruiting-Turbo!“** skizziert sie zusammen mit mir die verschiedenen Einsatzszenarien von XING für Ihre Personalarbeit. Dazu liefern wir Ihnen Profitipps für die Entwicklung und Umsetzung Ihrer Recruiting-Strategie mit optimalen Rücklaufquoten in der Ansprache von aktiv und latent Jobsuchenden.

Barbara Braehmer ist Talentfinderin und Social Recruiting Coach und damit eine herausragende Expertin im Finden und Gewinnen besonders qualifizierter Mitarbeiter. Ihre langjährige Erfahrung als Personalmanagerin in renommierten Industrieunternehmen und als Partnerin bei Top-10-Personalberatungen lässt sie in dieses Praxishandbuch einfließen. Im Kapitel **„Social-Recruiting-Erfolg mit LinkedIn – von Zero to Hero!“** geht Barbara Braehmer auf die Anwendungsszenarien aus Recruiter-Sicht des weltgrößten Karrierenetzwerks ein. Im gemeinsamen Kapitel **„Steigerung des Wirkungsgrades durch Social Recruiting und Active Sourcing in der Praxis“**

erfahren Sie von Barbara und mir, mit welchen Stufen Sie Schritt für Schritt Ihren persönlichen Wirkungsgrad mit Social Recruiting deutlich steigern können. Durch die Erklärung und Definition der einzelnen Stufen können Sie ermitteln, wo Sie stehen, über welches Wissen sowie Anwendungskönnen Sie bereits verfügen und wo es noch Lern- und Entwicklungsbedarf gibt. Im Kapitel **„Active Sourcing in der Praxis“** beleuchten wir beide anhand des „7-Säulen-Modells“ die kritischen Erfolgsfaktoren. Im Kapitel **„Warum Sie auf Twitter im Recruiting nicht verzichten können“** zeigt Barbara Braehmer die grundsätzlichen Einsatzmöglichkeiten von Twitter auf und hält zahlreiche Praxistipps für Sie bereit.

Im Kapitel zu **„Wie Sie Facebook richtig verankern“** erhalten Sie einen fünfstufigen Fahrplan, mit dem Sie Ihr Engagement systematisch aufbauen können. Zentrales Anliegen des Autors, **Prof. Dr. Martin Grothe**, ist es, Arbeitgeber davor zu bewahren, allzu unüberlegt oder unvorbereitet bei Facebook aktiv zu werden. Entlang dieses Fahrplans geben Expertenbeiträge, Fallstudien und Interviews einen tiefen Einblick in die notwendigen Online- und Inhouse-Überlegungen sowie -Prozesse. Durch diese Beiträge von namhaften Firmen entsteht ein facettenreicher Blick auf die zielgerichtete Nutzung von Facebook für Employer Branding und Recruiting. In seinem neuen Kapitel **„Desinformationsangriffe gegen die eigene Arbeitgebermarke“** beschäftigt sich Prof. Dr. Grothe mit der digitalen Schädigung von Arbeitgebermarken. Cyber-Angriffe können u. a. auf die eigene Online-Reputation, aber auch auf die Kandidatenpipeline zielen. Wie Sie in solchen Fällen am besten vorgehen, erfahren Sie in diesem Kapitel.

Stefan Scheller beschreibt in seinem Beitrag **„Karriere-Blog als Element im Social Media Mix“** die Chancen des Corporate Bloggings für Employer Branding und Recruiting. In seinem Hauptberuf ist Stefan Scheller als HR-Manager verantwortlich für die Arbeitgeberkommunikation der DATEV eG. Daneben betreibt er unter **Persoblogger.de** eines der bedeutendsten deutschsprachigen Portale für HR-Praktiker. Dort schreibt er kritisch zu den Themen Personalmarketing, Recruiting, Employer Branding, der Digitalisierung von HR sowie über aktuelle Personaler-Trends. Neben Experten-Beiträgen weiterer Fachautoren finden Leser dort alle wichtigen HR-Veranstaltungen im DACH-Raum sowie ihren neuen HR-Job. Aus zahlreichen Projekten weiß er, dass ein Blog mit einer zielgerichteten Strategie und einem durchdachten Konzept den „lebendigen“ Dreh- und Angelpunkt einer integrierten Social-Media-Personalmarketingstrategie darstellt und damit zum Recruiting-Erfolg eines Unternehmens beiträgt.

Maren Kaspers ist selbstständige Expertin für Online-Marketing mit den Schwerpunkten Social Media und Performance-Marketing. **Melanie Marquardt** verantwortet seit 2011 zunächst das Azubimarketing regional und seit 2013 das Employer Branding und Personalmarketing national bei REWE und führt dort ein kleines, schlagkräftiges Team. Beide Autorinnen betreiben seit 2016 den Blog www.team-hr.de. Dort schreiben sie regelmäßig zu Personalmarketing in Social Media, analysieren Best Cases und werten aktuelle Entwicklungen für die Nutzung im Employer Branding aus. In ihrem Beitrag **„Social Media Recruiting mit Instagram“** beschäftigen sie sich mit den Chancen und Grenzen von Instagram für das Personalmarketing.

Susanne Rodeck beschäftigt sich seit zehn Jahren als Geschäftsführerin einer Filmproduktionsgesellschaft erfolgreich mit dem Thema „Bewegtbild“. Durch den Fachkräftemangel können gezielt eingesetzte Recruiting-Videos den entscheidenden Unterschied machen, um mehr qualifizierte Bewerbungen zu erhalten. In ihrem Beitrag **„Social Media Recruiting mit Videos“** geht die Autorin auf das praktische Recruiting und den damit verbundenen Besetzungserfolg anhand von Filmbeispielen ein. Unter anderem gibt sie auch Hinweise zu Zielerreichungszahlen sowie zu Recruiting-SEO, die heute absolute Bedingungen für professionelles Video-Recruiting sind.

Prof. Dr. Anja Lüthy ist seit 2001 BWL-Professorin mit den Schwerpunkten Dienstleistungsmanagement und -marketing am Fachbereich Wirtschaft der TH Brandenburg. Nebenberuflich berät Prof. Dr. Lüthy seit über 20 Jahren Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens zu den Themen Employer Branding, Entwicklung einer mitarbeiterzentrierten Unternehmenskultur, Aufbau einer Arbeitgebermarke, Personalmarketing, Recruiting via Social Media und digitale Unternehmenskommunikation. In ihrem Beitrag **„Recruiting und Employer Branding mit den Mitarbeitern: Corporate Influencer als Unternehmensbotschafter“** zeigt die Autorin u. a. auf, wie Unternehmen das Mitarbeiterengagement aktiv fördern und die Potenziale von Corporate Influencern nutzen können.

Dass man sich als Unternehmen heutzutage auch um seine „Online-Reputation“ kümmern muss, ist mittlerweile Common Sense. Das gilt umso mehr mit Blick auf das Image als Arbeitgeber. Für viele Bewerber ist es mittlerweile geübter Standard, den potenziellen Arbeitgeber recht früh im Prozess einfach mal zu „googeln“, um zu schauen, was man über diesen im Netz so findet. Der gute Ruf hat nachweislich einen signifikanten Einfluss auf die Qualität und Quantität der eingehenden Bewerbungen. Kein Wunder, denn in wenigen Minuten und mit wenigen Klicks entscheiden Jobinteressierte mittlerweile, ob das Unternehmen etwas für einen sein könnte. Diese Chance gilt es für sich zu nutzen. Ein wichtiger Baustein für diesen ersten Eindruck sind Arbeitgeberbewertungsportale.

Im Kapitel **„Mehr Erfolg im Recruiting durch Arbeitgeberbewertungsportale“** teilt **Nikolaus Reuter** sein umfangreiches Wissen für den optimalen Umgang mit Arbeitgeberbewertungsportalen. Dabei greift der Arbeitsmarktexperte auf seinen großen Erfahrungsschatz im Bereich der spezialisierten Personaldienstleistung zurück. Gemeinsam mit seiner Co-Autorin **Carolin Junge** liefert das Autorenduo wertvolle und praxisrelevante Kniffe, wie Sie Arbeitgeberbewertungsportale effektiv nutzen und so das volle Potenzial ausschöpfen können. Carolin Junge bringt dabei gekonnt ihre Expertise im Segment der internen und externen Kommunikation – vom strategischen Marken-Management über die Content-Strategie und PR bis hin zur Employer-Branding-Kampagne ein. Im Kapitel **„Multichannel User Experience Design“** zeigen Carolin Junge und Nikolaus Reuter spannende Optionen auf, wie man die unterschiedlichen Aktivitäten im Bereich Social Media bzw. Employer Branding geschickt miteinander verknüpfen kann, um den maximalen Erfolg zu erzielen. Gerade

das Verknüpfen aller Employer-Branding-Aktivitäten ist ein Wirkungsverstärker, sowohl für den ROI als auch für ein überzeugendes und schlüssiges User-Erlebnis.

In seinem Kapitel **„Growth Hacking für Recruiter: Copywriting, Recruiting Funnels und Recruiting-Automatisierung“** startet **Thorsten Kreutz** mit dem Aufhänger „Was tun, wenn es das Berufsbild bzw. den Job noch gar nicht gibt?“. Also wie betreiben Sie Ihr Recruiting für Aufgaben/Berufe, die aufgrund ihrer Neuheit oder Schnelllebigkeit (noch) nicht an der Uni gelehrt werden (können) und teilweise erst während der Beschäftigung im Projekt entstehen? Um die richtige Person zu finden, bedarf es für diese Stellen neuartiger Tools und außergewöhnlicher Methoden. Der Autor gehört zu den führenden Experten für digitale Businessmodell-Skalierung und der Automatisierung auch hochkomplexer, digitaler Akquise-Prozesse. Gerade im digitalen Direct-Marketing arbeitete er u. a. auch für die Gründer des größten europäischen Marktplatzes für digitale Produkte, Digistore24, und befähigte die Führungsetage darin, mit modernen Online-Recruiting-Methoden ein starkes Team aufzubauen und den Sprung von der Ortsabhängigkeit in die effektiv-effiziente Remotearbeit bei gleichzeitigem Rekordwachstum zu meistern.

Jubin Honarfar ist ein echter Wiener mit iranischen Wurzeln und gründete 2012 die Karriereplattform whatchado. Seit 2010 beschäftigt er sich mit den Themen „Wandel am Arbeitsmarkt durch neue Generationen“ und Employer Branding im Videoformat. Ausgezeichnet u. a. durch den Deutschen Preis für Onlinekommunikation, den HR Excellence Award und auch den UN World Summit Award setzt Honarfar den Schwerpunkt auf Innovation im HR. In seinem Kapitel **„Social Media Recruiting in Österreich“** setzt sich der Autor u. a. mit den aktuellen Recruiting-Trends sowie den länderspezifischen Unterschieden in seiner Heimat auseinander. Im Beitrag gibt er anhand von Beispielen Handlungsempfehlungen und Lösungen für die Personalgewinnung in Österreich.

Andreas Martin ist Senior HR-Spezialist in Social Media Recruiting, Outplacement und Job Coach für berufliche Neuorientierung. Mit langjähriger HR-Erfahrung als Leiter Personal und Ausbildung beschäftigt er sich seit über 30 Jahren mit HR-Fragen im Personal-Management bei namhaften Unternehmen. Im Oktober 2010 gründete Andreas Martin die HR effizienz GmbH. Er unterstützt Unternehmen beim Auf- und Ausbau sowie Gründungen von Geschäftstätigkeiten in der Schweiz mit den Schwerpunkten HR, Outplacement, Digital Recruiting und Activ Sourcing. In seinem Länderkapitel **„Social Media Recruiting in der Schweiz“** schreibt der Autor u. a. über aktuelle Recruiting-Trends sowie die länderspezifischen Besonderheiten seiner Heimat. Im Beitrag gibt er anhand von Beispielen Handlungsempfehlungen und Lösungen für die Personalgewinnung in der Schweiz.

„Tschüss Post & Pray: Wie Analytics, Arbeitsmarktdaten und Automatisierung das Recruiting revolutionieren – eine Praxis-Anleitung“ lautet der Name des Kapitels über HR-Analytics. Die beiden Autoren, Jan Kirchner und Kathrin Hennings, zeigen in ihrem Beitrag auf, wie Sie den Durchblick in Ihren Recruiting-Prozessen behalten und warum HR-Analytics ein unverzichtbarer Teil einer erfolgreichen Recruiting-Strategie ist. Des Weiteren erfahren Sie im Beitrag, wie Sie dank der richtigen Kennzahlen die

passendsten Bewerber ansprechen und welche praktischen Anwendungsbeispiele im Bereich HR-Analytics Licht ins Dunkel bringen. **Jan Kirchner** ist Geschäftsführer der Wollmilchsau GmbH in Hamburg, HR-Blogger und Speaker für alle Themen rund um HR und Personalmarketing. Zuvor war er einige Jahre selbst als Recruiter und Personalberater tätig. **Kathrin Hennings** ist Redakteurin bei der Wollmilchsau GmbH. Im firmeneigenen Blog (www.wollmilchsau.de/blog/) schreibt sie regelmäßig über ein breites Spektrum aktueller HR-Themen und veröffentlicht Studien sowie Whitepaper zum Thema Personalmarketing.

Wolfgang Brickwedde gibt im Kapitel **„Online-Jobportale mit Social-Media-Anbindung“** auf Basis seiner langjährigen Berufserfahrung im Management von Recruitment-Abteilungen bei Philips und SAP wertvolle Einblicke in das Recruiting. Er zeigt auf, wie bedeutende Online-Stellenbörsen die Social-Media-Kanäle zur Verbreitung von Jobanzeigen einsetzen. Da Online-Stellenbörsen sowohl für Kandidaten als auch für Recruiter immer noch einer der beliebtesten Kanäle zur Job- bzw. Personalsuche darstellen, ist es für Sie wichtig, die verschiedenen Mechanismen und Möglichkeiten der Social-Media-Anbindung von Jobbörsen zu verstehen und gewinnbringend zu nutzen. Darüber hinaus gibt der Autor einen Ausblick zu „Programmatic Job Advertising“, einer Software, die Steuerung, Ausspielung und Optimierung von Online-Stellenanzeigen automatisch und performance-datenbasiert übernimmt. Wolfgang Brickwedde ist Leiter des Institutes for Competitive Recruiting (ICR). Das ICR unterstützt und berät Unternehmen bei der Verbesserung der Ergebnisse ihrer Recruiting-Prozesse mit dem Ziel, ihre Wettbewerbsfähigkeit im Wettbewerb um Talente zu steigern.

Rechtsanwalt **Dr. Carsten Ulbricht**, langjähriger Experte für Internet und soziale Medien, beleuchtet die rechtlichen Rahmenbedingungen, die im Bereich Social Media Recruiting beachtet werden sollten. Er erklärt die rechtlichen Anforderungen von Social-Media-Präsenzen und gibt Antworten auf grundsätzliche Fragen des Arbeitnehmerdatenschutzes, wie also in und über soziale/n Netzwerke/n nach Bewerbern recherchiert und was an Daten erhoben werden darf. Dr. Ulbricht zeigt zudem auf, welche rechtlichen Grenzen keinesfalls überschritten werden sollten. Sein Kapitel lautet **„Social Media Recruiting & Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen bei der Recherche und Gewinnung von Mitarbeitern über XING, Facebook & Co“**. Dieser Teil des Buches gibt Ihnen damit einen guten Überblick über die wichtigsten rechtlichen „Stolpersteine“ der aktuellen DSGVO sowie notwendige Maßnahmen und hilft damit, entsprechende Risiken zu vermeiden.

Hans Fenner bringt seine Managementenerfahrung als Direktor eines globalen Unternehmens sowie sein Wissen als international tätiger Berater, Trainer und Coach in dieses Sammelwerk ein. In seinem Beitrag **„Erfolgsfaktoren für Social Media Recruiting in Unternehmen“** setzt sich Hans Fenner u. a. mit den Anforderungen an den „Recruiter 2.0 bis 5.0“ auseinander. Die Art und Weise, geeignete Kandidaten zu finden, hat sich

verändert, ebenso die Art und Weise, wie man diese Kandidaten für das Unternehmen und ihre zukünftigen Aufgaben begeistert und wie man sie professionell integriert, um sie nicht wieder zu verlieren, bevor sich die Recruiting-Investition amortisiert hat. In der Beratungspraxis von Hans Fenner bestätigt sich immer wieder, dass sich Personen zu einem Unternehmen hingezogen fühlen und früher oder später wegen der unmittelbaren Vorgesetzten zum Wettbewerb wechseln. Deshalb zielt seine Recruiting-Beratung auf eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit ab, was bedeutet: die idealen Kandidaten für das Unternehmen zu interessieren, effizient zu suchen und zu finden, die besten auszuwählen, einzustellen und sie aktiv zu integrieren, um deren Potenzial voll und ganz auszuschöpfen und sie langfristig an das Unternehmen zu binden.

Gero Hesse ist Managing Director von TERRITORY EMBRACE, der Employer-Branding- Personalmarketing- und Recruiting-Einheit von TERRITORY. Schon nach seinem BWL-Studium entdeckte Hesse seine Leidenschaft für das Thema Arbeitgeberattraktivität. Zunächst für das Employer Branding bei einer Unternehmensberatung zuständig, übernahm er im Jahr 2000 die globale Verantwortung für das Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting von Bertelsmann. Zudem betreibt der Autor den mehrfach ausgezeichneten Blog saatkorn.com und ist in den Themenfeldern Employer Branding, Personalmarketing, Recruiting und Digitalisierung als Autor und Speaker unterwegs. Sowohl 2011 als auch 2013 wurde Hesse vom *Personalmagazin* in die Liste der „40 führenden Köpfe im Personalwesen“ aufgenommen. Mit seinem Kapitel „**Heute war gestern noch morgen: ein Blick in die Zukunft von Social Media Recruiting**“ wagt Gero Hesse eine mutige, aber gekonnte Vorhersage der nächsten fünf bis zehn Jahre im Social Media Recruiting. Er spannt somit den Bogen ausgehend von dem Geleitwort von Prof. Dr. Tim Weitzel über das gesamte Werk bis hin zu diesem letzten Kapitel.

Hinweis

Sollte in diesem Fachbuch einfachheitshalber nur die männliche oder weibliche Form der Inhalte und Begriffe genannt sein, so möchte ich explizit darauf hinweisen, dass in jedem Fall **alle denkbaren Geschlechtertypen** gemeint sind.

Danksagung

Ein herzliches Dankeschön geht zunächst an alle Mitautorinnen und Mitautoren, die an der Erstellung dieses Sammelbandes mitgewirkt haben und hier ihr Wissen – ganz im Sinne des Social-Media-Gedankens – mit Ihnen teilen. Des Weiteren möchte ich mich bei **Prof. Dr. Tim Weitzel** für die sehr guten Anregungen und den inspirierenden Gedankenaustausch bedanken.

Ein großes Dankeschön für viele kluge Impulse geht auch an meinem Autorenbeirat rund um **Barbara Braehmer, Daniela Chikato** und **Nikolaus Reuter**.

Ich wünsche Ihnen, liebe Leserinnen und liebe Leser, viele praktische Impulse beim Anwenden und Studium dieses Kompendiums sowie viel Erfolg beim Finden und Gewinnen Ihrer Wunschkandidaten im „War for Talents“. Über Ihr Feedback und Ihre Anregungen freuen wir uns sehr!

Mit den besten Grüßen

Filderstadt
April 2020

Ihr
Ralph Dannhäuser
Geschäftsführer on-connect GmbH
www.on-connect.de | rd@on-connect.de

Vorwort von Prof. Dr. Tim Weitzel

Social Media Recruiting gestern, heute und morgen

„Social Media“ haben in der Rekrutierung in den letzten zehn Jahren einen Sprung von ungeliebtem Technik-Thema zu unverzichtbarem Werkzeug der Bewerberkommunikation gemacht. Nach anfänglicher Skepsis zeigte sich bald, dass ein professionelles Social-Media-Engagement ein mächtiges Tool im War for Talents sein kann, wenn es richtig eingesetzt wird. Viele Vorreiter, die auch in diesem Buch ihre Erfahrungen teilen, haben geholfen, dass wir heute ein realistisches Bild und gute Kenntnis der Erfolgs- und Scheiter-Faktoren von *Social Media Recruiting* haben.

Vieles hat sich in den letzten zehn Jahren geändert, von den konkreten Plattformen und Kanälen bis zu Einsichten, was Social Media wirklich bedeuten und wie Mitarbeiter und Kandidaten mit ihnen umgehen können. Unsere jährlichen Unternehmens- und Kandidatenstudien am Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) an der Uni Bamberg zusammen mit Monster zeigten, dass das „Web 2.0“ bereits 2009 ein Recruiting-Thema war, die meisten aber nicht viel damit anzufangen wussten. So berichtete damals fast ein Viertel der Großunternehmen von Diskussionsgruppen im Internet zu ihnen als Arbeitgeber. Gleichzeitig wusste aber die Hälfte gar nicht, ob solche Foren existierten, geschweige denn, wie damit – oder dem damals stärker als Facebook genutzten studiVZ – umzugehen sei.

Es wurde bald klar, dass Social Media für die Personalbeschaffung tatsächlich wertvoll sein können, aber professionell betrieben werden müssen und umfassende Veränderungen erfordern. Als wichtige Erfolgsfaktoren für erfolgreiches Social Media Recruiting zeigten sich seitdem

- Zielgruppenorientierung (Zielgruppen verstehen, respektieren, angemessen ansprechen),
- Dialog (authentisches Kommunizieren) und
- Change (Organisation zu Recruiting 2.0 umbauen).

Dies umfasst so schwierige Herausforderungen wie die Abstimmung der Social-Media mit anderen Aktivitäten oder eine explizite, integrierte und gelebte Social-Media-Strategie

und -Implementierung. Gero Hesse betonte schon in einer Fallstudie in den *Recruiting Trends 2012* entsprechend, dass der Social-Media-Erfolg bei Bertelsmann auf den Säulen Authentizität (Mentalität auch leben), Dialog statt Broadcasting (Dialog auf Augenhöhe; Social Media sind nicht nur ein weiterer Broadcasting-Kanal) und Kombination von On- und Offline-Maßnahmen (Maßnahmenportfolio) besteht. Diese Einsichten haben sich durchweg bestätigt, und heute hat laut den *Recruiting Trends 2019* immerhin gut die Hälfte der deutschen Top-1000-Unternehmen den Einsatz von Social Media mit anderen Personalbeschaffungsaktivitäten strategisch abgestimmt und dedizierte Mitarbeiter, die Social-Media-Kanäle pflegen und Inhalte platzieren.

Erfolg mit *Social Media Recruiting* kann also nicht aus einer Reihe von Einzelmaßnahmen entstehen, sondern erfordert eine umfassende Organisations- und Teamgestaltung. Das impliziert einerseits anspruchsvolles Change- und Implementierungsmanagement, gleichzeitig aber auch, dass Unternehmen, die dieses meistern, einen umso nachhaltigeren und schwieriger kopierbaren Wettbewerbsvorteil aus ihrer Social-Media-Recruiting-Kompetenz aufbauen können. Eine noch heute einsichtsreiche Fallstudie mit Roche in den *Recruiting Trends 2012* zeigt anhand eines Social-Media-Vorgehensmodells klar auf, wie das Zusammenspiel verschiedener Elemente zu einem erfolgreichen Social-Media-Engagement führen kann:

1. Festlegen/Hinterfragen der strategischen Ziele
2. Definition von Zielgruppen
3. Auswahl von Social-Media-Plattformen für die Zielgruppen
4. Themenkatalog/Redaktionsplan entwickeln
5. Verantwortlichkeiten festlegen
6. Kommentar-Management aufbauen und weiterentwickeln
7. Social-Media-Controlling (zurück zu 1)

Dieses Vorgehensmodell erwies sich als fundamental richtig, und aktuelle Erfahrungen unterstreichen die Bedeutung von wohlgestalteten und abgestimmten Social-Media-Prozessen. Entsprechend zeigen unsere aktuellen Benchmarks, dass die in der Rekrutierung erfolgreichsten Unternehmen auch „Social-Media-Champions“ sind und hierzu umfassende, explizite Prozesse aufgebaut haben (mit expliziten Verantwortlichkeiten, Budgets, Redaktionsplan, Strategie).

Inzwischen sind Social-Media-Kanäle also bei deutschen Großunternehmen nach Unternehmenswebsite und Internet-Stellenbörsen zusammen mit Mitarbeiterempfehlungen die Hauptkanäle zu Kandidaten, die Mehrheit hat ihre Social-Media-Aktivitäten mit anderen Maßnahmen abzustimmen begonnen und organisationale Verantwortung für Social Media benannt. Was früher ein Wettbewerbsvorteil war, ist inzwischen Normalität geworden, und neue Chancen und Herausforderungen zeigen sich, von wachsender Unsicherheit vieler Zielgruppen im sozialen Netz bis zu Automatisierung und Digitalisierung auf Kandidaten- wie Unternehmensseite. Daher bietet das *Praxishandbuch Social Media Recruiting* in seiner 4. Auflage den aktualisierten Stand des Wissens maßgebender Experten zu allen wichtigen Fragen um dieses so wichtige wie wandelvolle Thema. Hochaktuelle Fragen

von „Wie finde ich Kandidaten, die nicht auf den populären Plattformen aktiv sind?“ über „Wie lässt sich Active Sourcing automatisieren?“ und „Was bedeutet Mobile für uns?“ bis zur Diskussion der Rolle von *Social Media Recruiting* als Treiber von Kultur- und Organisationswandel adressieren wichtige Herausforderungen der Rekrutierungspraxis und erlauben einen Blick in die Kristallkugel, wohin der Weg geht.

Prof. Dr. Tim Weitzel ist Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsinformatik und Dienstleistungen an der Universität Bamberg und Leiter des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS).

Bamberg
im Frühjahr 2020

Prof. Dr. Tim Weitzel

Inhaltsverzeichnis

1	Trends im Recruiting	1
	Ralph Dannhäuser	
2	So zünden Sie mit XING Ihren Recruiting-Turbo!	37
	Daniela Chikato und Ralph Dannhäuser	
3	Social Recruiting Erfolg mit LinkedIn – von Zero to Hero!	149
	Barbara Braehmer	
4	Wie Sie Facebook richtig verankern	205
	Martin Grothe	
5	Karriere-Blog als Element im Social-Media-Mix	251
	Stefan Scheller	
6	Warum Sie auf Twitter im Recruiting nicht verzichten dürfen	283
	Barbara Braehmer	
7	Social Media Recruiting mit Instagram	315
	Melanie Marquardt und Maren Kaspers	
8	Social Media Recruiting mit Videos	345
	Susanne Rodeck	
9	Recruiting und Employer Branding mit den Mitarbeitern: Corporate Influencer als Unternehmensbotschafter	377
	Anja Lüthy	
10	Mehr Erfolg im Recruiting durch Arbeitgeberbewertungsportale	413
	Nikolaus Reuter und Carolin Junge	
11	Steigerung des Wirkungsgrades durch Social Recruiting und Active Sourcing in der Praxis	487
	Barbara Braehmer und Ralph Dannhäuser	

12 Active Sourcing in der Praxis	531
Ralph Dannhäuser und Barbara Braehmer	
13 Growth Hacking für Recruiter: Copywriting, Recruiting-Funnel und Recruiting-Automatisierung	561
Thorsten Kreutz	
14 Social Media Recruiting in Österreich	581
Jubin Honarfar	
15 Social Media Recruiting in der Schweiz	621
Andreas Martin	
16 Multichannel User Experience Design	641
Nikolaus Reuter und Carolin Junge	
17 Tschüss Post & Pray: Wie Analytics, Arbeitsmarktdaten und Automatisierung das Recruiting revolutionieren – eine Praxis-Anleitung	665
Jan Kirchner und Kathrin Hennings	
18 Wie kommen Ihre Stellenangebote in Social Media?	693
Wolfgang Brickwedde	
19 Social Media Recruiting & Recht – Rechtliche Rahmenbedingungen bei der Recherche und Gewinnung von Mitarbeitern über XING, Facebook & Co.	721
Carsten Ulbricht	
20 Die dunkle Seite: Angriffe gegen die Arbeitgebermarke und was zu tun ist	747
Martin Grothe	
21 Erfolgsfaktoren von Social Media Recruiting in Unternehmen	759
Hans Fenner	
22 Gestern war heute noch morgen: Social Media Recruiting 2030	801
Gero Hesse	
Stichwortverzeichnis	819

Herausgeber- und Autorenverzeichnis

Über den Herausgeber



Ralph Dannhäuser, Jahrgang 1975, ist einer der führenden Experten für Social Recruiting sowie langjähriger Herausgeber des Bestsellers „Praxishandbuch Social Media Recruiting“ (Springer Gabler), das sich mittlerweile zum Standardwerk im deutschsprachigen Raum in diesem Bereich etabliert hat.

Darüber hinaus veröffentlichte er zusammen mit Prof. Dr. Martin-Niels Däfler bereits in 2. Auflage das Sachbuch „Glücklicher im Beruf...mit der Kompass-Strategie“ (Springer Gabler) sowie in Eigenregie den praxisnahen Recruiting-Ratgeber „Stellenbesetzung leicht gemacht – Die 9 wichtigsten Erfolgsfaktoren“ als erfolgreiches eBook. Ralph Dannhäuser ist ein ausgewiesener Kenner der deutschen Recruiting-Szene und ein anerkannter Meinungsführer im Bereich Social Media Recruiting. Er liebt es, mit Weitblick zu denken, schreibt und referiert regelmäßig zu spannenden wie aktuellen Karriere- und Social Media-Themen. Sein erworbenes Wissen gibt er zudem auch mit großer Leidenschaft als Speaker weiter. Beispielsweise beim Live-Event „Karriereführerschein“, den er in den letzten Jahren zusammen mit Prof. Dr. Martin-Niels Däfler bereits bei über 70 Veranstaltungen vor über 10.000 Auszubildenden, Studenten und Berufseinsteigern durchgeführt hat.

Seine ersten beruflichen Erfolge hatte der gelernte Bankfachwirt zwischen 2001 und 2009 beim Deutschen Sparkassenverlag. Hier initiierte und verantwortete er als Projektleiter flankierend zur Fußball-WM im eigenen Land zunächst den „Sparkassen Soccer Cup 2006“, das mit 35.000 Teilnehmern größte pyramidale Straßenfußballturnier aller Zeiten. Daraufhin folgten weitere große Eventserien, wie

zum Beispiel mit dem roten Sparkassen-Hubschrauber, der einer breiten Öffentlichkeit durch TV-Werbung bekannt wurde, sowie die „D! Sparkassen Dance Tour 2009“, bei der vom TV-Juror und Star-Choreograf Detlef D! Soost an 75 Eventtagen mehr als 25.000 Kids höchst persönlich motiviert und gecoacht wurden.

Dannhäuser ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der on-connect GmbH in Stuttgart-Filderstadt. Seit 2009 gewinnt on-connect Fach- und Führungskräfte in Festanstellung für mittelständische Unternehmen. Die Mission ist es, den Besetzungsaufwand der Kunden um mehr als 50 % zu senken und die Recruiting-Prozesse nachhaltig zu optimieren. Die Kunden sagen „Recruiting mit on-connect macht Spaß und bringt Erfolg!“. Und genau diesem Credo fühlt sich on-connect verpflichtet.

Der Autor lebt mit seiner Familie in der Region Stuttgart und geht in seiner Freizeit zum Ausgleich verschiedenen sportlichen Aktivitäten nach. Unter anderem liebt er das alpine Bergwandern. 2019 unternahm er zu seinem zehnjährigen Firmenjubiläum seine erste Alpenüberquerung zu Fuß von Garmisch (DE) nach Leutasch (IT). 2020 plant er gemeinsam mit Freunden eine siebentägige Dolomitentour.

www.on-connect.de | www.xing.to/dannhaeuser | www.de.linkedin.com/in/dannhaeuser

Autorenverzeichnis



Barbara Braehmer ist pragmatische Talentfinderin, Expertin im Finden talentierter Mitarbeiter, Talent Acquisition Expert, Master-Sourcerin und Digital HR-Consultant. Als anerkannte Vordenkerin ist sie führend in Deutschland, wenn es um das Thema Modern Talent Acquisition und Active Sourcing geht, und gehört zu den gefragtesten Experten zu Digital HR in D-A-CH.

Die Diplom-Kauffrau, die in Deutschland und Großbritannien studiert hat, blickt auf 30 Jahre praktische HR- und Recruiting-Berufserfahrung zurück. Ihre Kernkompetenzen sind heute modernes Talent-Management und Digital HR. Ihr fundiertes Know-how erwarb sie sich zehn Jahre als langjährige Personalmanagerin und Führungskraft in zwei Qualitätsunternehmen der

Industrie sowie neun Jahre als Personalberaterin und Partnerin in zwei der Top-Ten-Personalberatungen im Executive Search.

Barbara Braehmer bloggt im Intercessio-Blog (<https://intercessio.de/blog>) über die Themen Active Sourcing, Social Recruiting und Digital HR. Der Blog gehört zu den beliebtesten HR-Blogs in Deutschland mit über 16.000 Besuchern monatlich. 2005 gründete sie die Intercessio GmbH – The Talentfinder Company (<https://intercessio.de>).

Intercessio ist ein Recruiting- und Digital-Human-Resources-Consulting- und Service-Unternehmen mit der Kernkompetenz Social Recruiting und Talent Sourcing. Als Human-Resources-Enabling-Partner berät und trainiert das Intercessio-Team Unternehmen, die richtigen, neuen Personalbeschaffungsprozesse, -systeme und -werkzeuge zu finden und zu implementieren, und unterstützt seine Kunden ebenso durch seinen speziellen, agilen Tandem-Recruiting- und Sourcing-Service, Talent Pipelines auf- und auszubauen und Stellen zu besetzen.

Das Unternehmen hat sowohl eine angeschlossene Trainingsakademie, die Spezialtrainings zu Modern Talent Acquisition, Social Recruiting und Active Sourcing anbietet (Anfänger- und Fortgeschrittenen-Trainings, Active-Sourcing-Kommunikation u. v. a.). Ebenso bietet es mit DigiPros (<https://digipros.de>) eine E-Learning-Plattform, die mit Online-Trainings und Micro-Certifications Menschen in der Professionalisierung ihrer digitalen Fitness unterstützt.

Barbara Braehmer ist Fachautorin des Kompendiums „Praxiswissen Talent Sourcing“ sowie Co-Autorin des Bestsellers „Praxishandbuch Social Media Recruiting“ und hält auch europaweit Vorträge (z. B. HR-Safari, Hands-on-Hiring, Sourcing Summit Europe, Deutscher Personalberaterstag des BDU, Forum Marketing & Recruiting des IGZ u. v. a.).

Sie lebt Social Responsibility vor, spendet seit Jahren für ihre bedürftigen Patenkinder in Indonesien und Malaysia, rettet als aktive Tierschützerin Hunde und Katzen aus Notlagen und leitet den europaweit tätigen Verein Fellgesichter e. V.

Website <https://intercessio.de>

Website <https://digipros.de>

Blog: <https://intercessio.de/blog/>

XING: https://www.xing.com/profile/Barbara_Braehmer

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/barbarabraehmer/>

Twitter: <https://twitter.com/BarbaraBraehmer>



Wolfgang Brickwedde ist Leiter des Institutes for Competitive Recruiting (ICR). Das ICR unterstützt und berät Unternehmen bei der Verbesserung der Ergebnisse ihrer Recruiting-Prozesse mit dem Ziel, ihre Wettbewerbsfähigkeit im Kampf um Talente zu steigern. Das ICR bildet eine Plattform, die das Ziel verfolgt, das Recruitment in Deutschland insgesamt zu verbessern. Dazu werden Studien zum Status des Recruitments (ICR Recruiting Reports) und Benchmarks zur Nutzung und Zufriedenheit mit Recruiting-Lösungen wie z. B. Jobbörsen (<https://www.deutschlandsbestejobportale.de>), Bewerbermanagementsystemen (<http://competitiverecruiting.de/Deutschlands-Beste-Bewerbermanagement-software-2019-2020.html>) oder Personalmarketingagenturen durchgeführt. Das ICR hat darüber hinaus die Jobbörse www.RecruitingJobs.de gegründet und mit CandidateReach (<http://www.candidatereach.de>) das erste Multi-Channel-Posting speziell für KMUs in Deutschland eingeführt. Seit 2017 ist Wolfgang Brickwedde einer der Initiatoren der Active Sourcing Awards und organisiert den jährlichen Future of Recruiting Summit mit mehr als 3000 Teilnehmern.

Bis Ende 2009 verantwortete Wolfgang Brickwedde bei SAP die Personalbeschaffung und das operative Personalmarketing in der Region EMEA. Vor seiner Zeit bei SAP war Wolfgang Brickwedde bei Royal Philips Electronics in unterschiedlichen Management-Funktionen in den Bereichen Employer Branding, Recruitment und Management Development für verschiedene Länder verantwortlich.

Er ist Gründungsmitglied und war von 2007 bis 2009 Sprecher des Vorstandes des queb (www.queb.org) und Vorstandsmitglied der HR Alliance (www.hr-alliance.eu) von 2008 bis 2009. In seiner Zeit sowohl bei Philips als auch bei SAP hat sich Wolfgang Brickwedde mit den Themen (Social Media)Recruitment, Active Sourcing, Employer Branding und Talent-Management beschäftigt.



Daniela Chikato, geboren 1973, ist Betriebswirtin und Verlagskauffrau und lebt in Hamburg. Sie verfügt über mehr als 20 Jahre Expertise im E-Recruiting, im Personalmarketing sowie im Vertrieb. Seit gut über zehn Jahren ist sie auf Social Media Recruiting spezialisiert.

2009 gründete Daniela Chikato ihr Beratungsunternehmen mit Spezialisierung auf Sales & Recruitment Consulting: Sie unterstützt Internet-Start-ups in der Monetarisierung ihrer Geschäftsmodelle sowie beim Auf- und Ausbau ihrer Vertriebsorganisationen und entwickelt E-Recruiting-Strategien. Zudem rekrutiert sie operativ Fach- und Führungskräfte für mittelständische Unternehmen.

Daniela Chikato nutzt XING seit Jahren als Recruiting-Kanal sowie zur Generierung neuer Aufträge und Geschäftskontakte. Ihre Erfahrung gibt sie als Trainerin weiter und agierte beispielsweise von 2009 bis 2015 als lizenzierte Trainerin der offiziellen „XING-Recruiter-Seminare“ in D-A-CH. Sie produzierte Tutorials zum Recruiting mit XING und referierte u. a. für die DGFP e. V. (Deutsche Gesellschaft für Personalführung) sowie für die ZfU International Business School.

Entspannung vom multimedialen Alltag findet Daniela Chikato beim Schlagzeug- und Klavierspielen; als Seglerin genießt sie Wind und Wellen.

www.chikato.de | www.xing.to/danielachikato



Hans Fenner, geboren 1950, ist Elektrotechniker, diplomierter Biologe, selbstständiger, internationaler Unternehmensberater, Trainer, Mentor und Coach. In seine Beratung bringt er seine umfangreiche Erfahrung aus unterschiedlichen Management-Funktionen kleiner und globaler Unternehmen mit einer Umsatzverantwortung von bis zu 400 Mio. EUR ein. Seine internationale Verantwortung umfasste die Bereiche Geschäftsführung, Entwicklung, Produktion, Qualitätsmanagement, Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Weiterbildung. Er rekrutierte Fachkräfte für viele Länder und sorgte für deren professionelle Einarbeitung, Weiterentwicklung und Kontinuität.

Seit 20 Jahren ist Hans Fenner selbstständiger Unternehmensberater der Capita-Consulting GmbH und bildet Manager aller Kulturen in 40 Ländern in den Bereichen

moderner Unternehmens- und Menschenführung aus. Die globalen Kunden der Capita-Consulting GmbH können inzwischen auf ein professionelles Partnernetzwerk in 77 Ländern zugreifen.

In der Beratungspraxis von Hans Fenner bestätigt sich immer wieder, dass sich Personen zu einem Unternehmen hingezogen fühlen und früher oder später wegen des Managements zum Wettbewerb wechseln. Deshalb zielt seine Recruiting-Beratung auf eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit ab, das bedeutet: die idealen Kandidaten für das Unternehmen zu interessieren, effizient zu suchen und zu finden, die besten auszuwählen, einzustellen und sie aktiv zu integrieren, um deren Potenzial voll und ganz auszuschöpfen und sie langfristig an das Unternehmen zu binden. Jedes Unternehmen muss Lösungen entwickeln, um diejenigen Leistungsträger, die ein hohes Potenzial haben und die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens steigern, langfristig an das Unternehmen binden zu können.

www.Capita-Consulting.com

www.xing.com/companies/capita-consultingmbh

www.linkedin.com/in/hans-fenner-b096581/



Prof. Dr. Martin Grothe ist Gründer und Geschäftsführer der complexium GmbH und Honorarprofessor an der Universität der Künste UdK in Berlin.

Das technologiebasierte Beratungsunternehmen complexium unterstützt seit 2004 renommierte Klienten darin, ihre Zielgruppen besser zu verstehen und neue Entwicklungen früher zu erkennen. Grundlage sind innovative Algorithmen und Analysten, die die öffentliche digitale Kommunikation inhaltlich erschließen, schwache Signale erkennen und Zielgruppen pragmatisch entschlüsseln. Arbeitsfelder sind Personalmarketing, Market Intelligence und Unternehmenssicherheit.

Als Honorarprofessor an der UdK für das Fach „Digitale Kommunikation/Leadership, Social Media Management“ steht das berufsbegleitende Master-Programm „Leadership in digitaler Kommunikation“ im Mittelpunkt.

Mit zahlreichen Vorträgen und Publikationen wurden in den letzten Jahren Beiträge geleistet, um für Unternehmen die notwendige Weiterentwicklung ihrer Strukturen und Abläufe

zu konzipieren und zu beschreiben. Hier stehen der Band „Personalmarketing für die Generation Internet: Explore – Elaborate – Enable – Establish – Enter“ und eine Studie zu Desinformationsangriffen gegen Unternehmen im Mittelpunkt.

2019 startete der Aufbau eines eigenen ACADEMY-Programms: Professionals trainieren in einer Werkstattatmosphäre konkrete Abläufe.

Prof. Grothe war zudem einige Jahre Beirat von Quality Employer Branding (Queb) e. V. Alma Mater ist die Wissenschaftliche Hochschule für Unternehmensführung WHU.

Website: <https://www.complexium.de/>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/prof-dr-martin-grothe-5016171/>



Kathrin Hennings ist Redakteurin bei der Wollmilchsau GmbH in Hamburg. Im firmeneigenen Blog unter www.wollmilchsau.de/blog/ schreibt sie regelmäßig über ein breites Spektrum aktueller HR-Themen und veröffentlicht Studien sowie Whitepaper zum Thema Personalmarketing.

Um Stellenanzeigen und Bewerber schnell und effizient zusammenzubringen, hat das Wollmilchsau-Team den Jobspreader entwickelt – eine Software von Profis für Profis. Der Jobspreader automatisiert zeitraubende Personalmarketing-Prozesse und sorgt für garantierten Bewerber-Rücklauf.

www.jobspreader.de



Gero Hesse ist Managing Director von TERRITORY EMBRACE, der Employer-Branding- Personalmarketing- und Recruiting-Einheit von TERRITORY.

Schon nach seinem BWL-Studium entdeckte Hesse seine Leidenschaft für das Thema Arbeitgeberattraktivität. Zunächst verantwortlich für Employer Branding bei einer Unternehmensberatung, übernahm er im Jahr 2000 die globale Verantwortung für das Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting von Bertelsmann. 2011 wechselte Hesse als Geschäftsführer zur Bertelsmann-Tochter Medienfabrik und gründete die Employer Branding Agentur Embrace, welche seit Mai 2016 zur TERRITORY Gruppe (Gruner + Jahr und damit auch Bertelsmann) gehört.

Zudem betreibt er den mehrfach ausgezeichneten Blog saatkorn.com und ist in den Themenfeldern Employer Branding, Personalmarketing, Recruiting und Digitalisierung als Autor und Speaker unterwegs. Sowohl 2011 als auch 2013 wurde Hesse vom „Personalmagazin“ in die Liste der „40 führenden Köpfe im Personalwesen“ aufgenommen. Der passionierte Familienvater lebt mit seiner Frau und seinen vier Kindern in Gütersloh und ist leidenschaftlicher Outdoor- und Rockmusik-Fan.

saatkorn.com | [linkedin.com/in/gerohesse](https://www.linkedin.com/in/gerohesse) | [xing.com/profile/Gero_Hesse](https://www.xing.com/profile/Gero_Hesse)



Jubin Honarfar, geboren 1982, ist echter Wiener mit iranischen Wurzeln und gründete 2012 die Karriereplattform namens [whatchado](http://whatchado.com). Seit 2010 beschäftigt er sich mit den Themen „Wandel am Arbeitsmarkt durch neue Generationen“ und Employer Branding im Videoformat.

Er verantwortet die strategische Ausrichtung und leitet ein Team aus über 30 Persönlichkeiten, mit dem er den Arbeitsmarkt für immer verändern möchte. Als Studienabbrecher galt er zunächst als Systemfehler. Nach einigen Jahren bei den Vereinten Nationen, beschließt er, mit Jugendfreunden aus einer Kindheitsidee Realität werden zu lassen: [whatchado](http://whatchado.com) war geboren. Dadurch ist Jubin Honarfar ein Pionier in diesem Bereich. Ausgezeichnet u. a. durch den Deutschen Preis für Onlinekommunikation, dem HR Excellence Award und auch dem UN World Summit Award, setzt Honarfar weiterhin den Schwerpunkt auf Innovation in HR und das Thema Digitalisierung. Mittlerweile ist er viel beachteter Keynote Speaker und Start-up-Enthusiast.

<http://whatchado.com/> | honarfar.com | <https://www.linkedin.com/in/jubin-honarfar/>



Carolin Junge, geboren 1989, ist als selbstständige Marketingberaterin tätig.

Nach dem wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudium mit Fokus auf die Musik- und Kreativwirtschaft etablierte sie in ihrer Funktion als Head of Marketing & Sales das Fashion-Start-up „von Jungfeld“. Spätestens mit dem öffentlichkeitswirksamen Auftritt in der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ erreichte das Unternehmen deutschlandweite Bekanntheit und konnte sich schnell und nachhaltig erfolgreich im hart umkämpften Fashion-Retailmarkt in der D-A-CH-Region etablieren. Gemeinsam mit ihrem Team betreute sie Großkunden wie z. B. KaDeWe, Galeries Lafayette oder Breuninger. Durch den zügigen Ausbau der Markenpräsenz am POS und das damit verbundene schnelle Wachstum des Labels sammelte sie wertvolle Erfahrungen im Zusammenspiel und der Wechselwirkung zwischen Marketing und Personalrekrutierung.

Zuletzt verantwortete sie drei Jahre lang den Bereich Marketing bei der Etengo (Deutschland) AG und damit die gesamte interne und externe Kommunikation des Unternehmens – vom strategischen Marken-Management über Content-Strategie und PR bis hin zur Employer-Branding-Kampagne. Einer ihrer Schwerpunkte war die gezielte Weiterentwicklung von Employer Branding, Social Media und Content Marketing und die gekonnte Einbindung dieser Teildisziplinen in den übergreifenden Marketing-Mix.

www.xing.com/profile/Carolin_Junge | <https://www.linkedin.com/in/carolin-junge-28987397>



Maren Kaspers ist Expertin für Online-Marketing, mit den Schwerpunkten Social Media und Performance Marketing. Beide Disziplinen konnte sie bereits sowohl im B2C- als auch im B2B-Marketing schärfen und vereint derzeit in ihrer Funktion als Performance Marketing Manager in einem Software Start-up diese zwei Leidenschaften: die Konzeption und Generierung von Content sowie dessen Steuerung und digitale Umsetzung.

Kaspers kommt aus der klassischen Werbung und hat gemeinsam mit Melanie Marquardt das digitale Personalmarketing für die REWE Markt GmbH erfolgreich auf- und

ausgebaut. Dabei hat sie erfolgreich bewiesen, wie man die Kanäle Facebook, Snapchat und YouTube effektiv im Personalmarketing nutzen kann. Zusammen mit Melanie Marquardt schreibt sie außerdem für den erfolgreichen HR-Blog www.team-hr.de über Themen rund um Personalmarketing, Employer Branding und Social Media, engagiert sich als Autorin und Dozentin und gibt Trainings für Arbeitgeber.

www.linkedin.com/in/maren-kaspers/ | www.twitter.com/maryjane1337



Jan Kirchner ist Geschäftsführer der Wollmilchsau GmbH, HR-Blogger und Speaker für alle Themen rund um HR und Personalmarketing. Zuvor war er einige Jahre selbst als Recruiter und Personalberater tätig. Aus der praktischen Erfahrung heraus ist der Jobspreader entstanden – eine Personalmarketing-Software, die Recruiting-Profis dabei hilft, komplexe und zeitraubende Personalmarketing-Prozesse zu automatisieren und zielsicher mehr passende Bewerber zu erreichen.

www.jobspreader.de



Thorsten Kreutz gehört zu den führenden Experten für digitale Businessmodell-Skalierung und der Automatisierung auch hochkomplexer, digitaler Neukundenakquise-Prozesse. Nach seinem begonnenen Studium als Diplom-Informatiker in Aachen wechselte er zu angewandter Arbeits- und Organisationspsychologie. Statt dem fertigen Master-Abschluss und einer Beschäftigung als Vollzeit-Human-Resources-Spezialist folgte er aber bereits während des Studiums dem immer lauter werdenden Ruf des Unternehmertums.

Durch seine über 13 Jahre als Unternehmer zieht sich wie ein roter Faden die Ermächtigung seiner Kunden zu mehr Lebensqualität: Mit seinem Erfolgsprojekt Schlankr.de, eine von Deutschlands größten rein digitalen Abnehm-Plattformen, half er über 266.000 Kunden auf ihrem Weg zu ihrem gesunden Idealgewicht. Seit 2015 als Berater tätig, reichen seine Kundenkreise von Solopreneuren und kleinen und mittelständischen Unternehmen bis hin zu Weltmarktführern und Fortune-450-Milliardenkonzernen. Seine

Themen decken u. a. von digitalem Performance-Marketing über Aufbau und Skalierung von digitalen Geschäftsmodellen bis hin zur Gewinnung und Führung von örtlich verteilten Teams unterschiedlichste Schwerpunkte ab.

Speziell im Thema digitales Direktmarketing für Recruiting arbeitete er u. a. auch für die Gründer des größten europäischen Marktplatzes für digitale Produkte, Digistore24, und befähigte die Führungsetage darin, mit modernen Online-Recruiting-Methoden ein starkes Team mit gemeinsamen Werten aufzubauen und den Sprung von der Ortsabhängigkeit in die effektiv-effiziente Remotearbeit bei gleichzeitigem Rekordwachstum zu meistern.

Heute ist das Thema Recruiting für ihn präsenter denn je. In der zunehmend komplexer werdenden Welt des allgegenwärtigen digitalen Wandels – wo neuartige Anforderungsprofile schneller entstehen als Universitäten und unternehmensinterne Trainingsprogramme mithalten können – setzt er hoch targetiertes Direkt-Response Recruiting für seine Klienten sowie seine eigenen Unternehmen ein, um die richtige Person selbst dann zu finden, wenn sich das Tätigkeitsprofil und die Kompetenzanforderungen gerade erst – und ständig weiter – entwickeln.

Mehr über Thorsten Kreuzt aktuelle Projekte erfahren Sie unter:

<https://thorstenkreutz.com>



Prof. Dr. Anja Lüthy, Dipl.-Psychologin, Dipl.-Kauffrau (FH), BWL-Professorin an der TH Brandenburg, geboren 1962, studierte an der Universität Regensburg Psychologie. 1986 ging sie als VW-Stipendiatin an das Berliner Max-Planck-Institut für Bildungsforschung und promovierte 1989 an der TU Berlin. Nach einigen Jahren Berufstätigkeit in der Pharmaindustrie und am Deutschen Herzzentrum Berlin studierte sie nebenberuflich Betriebswirtschaftslehre an der HWR Berlin. Seit 1998 lehrt sie als BWL-Professorin die Schwerpunkte Dienstleistungsmanagement und -marketing – seit 2001 am Fachbereich Wirtschaft der TH Brandenburg. Nebenberuflich berät Anja Lüthy seit über 20 Jahren Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwesens zur Thematik Employer Branding, Entwicklung einer mitarbeiterzentrierten

Unternehmenskultur, Aufbau einer Arbeitgebermarke, Personalmarketing, Recruiting via Social Media und digitale Unternehmenskommunikation. Daneben tritt sie bundesweit regelmäßig auf Veranstaltungen als Speakerin auf. Sie hat seit 1998 sieben Bücher verfasst und zahlreiche Zeitschriftenartikel publiziert.

Seit über 30 Jahren lebt Anja Lüthy in Berlin, sie ist verheiratet und hat zwei erwachsene Söhne.

Mehr Informationen unter www.luethy.de, bei XING und LinkedIn. Twitter: @AnjaLuethy



Melanie Marquardt (geb. Berthold) ist Expertin für Employer Branding und Recruiting. Schon während ihres BWL-Studiums setzte sie die Schwerpunkte auf Marketing und Personalwesen und diplomierte bereits zum Thema Azubigewinnung in der Automobilindustrie. Seit 2011 verantwortet sie erst das Azubimarketing regional und seit 2013 das Employer Branding und Personalmarketing national bei REWE und führt dort ein kleines, schlagkräftiges Team.

Ihr Schwerpunkt liegt auf der Nutzung der digitalen Medien, weshalb sie gemeinsam mit Maren Kaspers seit 2016 den erfolgreichen Blog www.team-hr.de betreibt. Dort bloggen sie regelmäßig zu Personalmarketing in Social Media, analysieren Best Cases und werten aktuelle Entwicklungen für die Nutzung im Employer Branding aus.

Zudem ist Melanie Marquardt als Autorin und Dozentin unterwegs und engagiert sich als Jury-Mitglied bei den HR Excellence Awards der Quadriga.

www.team-hr.de | https://www.xing.com/profile/Melanie_Marquardt12/cv | <https://www.linkedin.com/in/melanie-marquardt-a26666130/>



Andreas Martin ist Senior HR-Spezialist in Social Media Recruiting, Outplacement und Job Coach für berufliche Neuorientierung, geht neue Wege mit Social Media für Ü50. Langjährige HR-Erfahrung als Leiter Personal und Ausbildung, beschäftigt sich über 30 Jahre mit HR-Fragen im Personal-Management bei verschiedenen Finanzdienstleistern und Industriegesellschaften.

Im Oktober 2010 gründete er die HR effizienz GmbH: Er unterstützt Unternehmungen als Consultant beim Auf- und Ausbau und Gründungen von Geschäftstätigkeiten in der Schweiz mit den Schwerpunkten in HR-Fragen, Outplacement, Digital Recruiting und Activ Sourcing. War zehn Jahre als Referent bei der KV Business School im Lehrgang HR-Fachleute mit eidg. Fachausweis tätig.

Andreas Martin nutzt die digitale Welt und sein Wissen auch für die persönlichen Digital-Visitenkarten (LinkedIn und XING-Profil) und coacht Privatpersonen für die berufliche Neuorientierung und Netzwerkstrategie für Ü50 im schwierigen Arbeitsmarktumfeld.

In seiner Freizeit ist er als Mitglied WBQA (World BBQ Association) Internationaler Grilljuror bei Landes-/Europa- und Weltmeisterschaften tätig und bietet auch Grill- und Kochkurse an.

www.hr-effizienz.ch | www.new-recruiting.ch | www.linkedin.com/in/andreasmartin11

https://xing.com/profile/Andreas_Martin91 | http://twitter.com/andreas_martin1

www.madlenjäger.ch



Nikolaus Reuter, Jahrgang 1977, absolvierte zunächst eine Berufsausbildung zum Industriekaufmann beim englischen Pharmakonzern GlaxoSmithKline (vormals: SmithKline Beecham). Dem betriebswirtschaftlichen Studium mit Prädikatsexamen an der Hochschule Pforzheim und der Warsaw School of Economics folgten Stationen bei Renault sowie Hewlett-Packard. Als Unternehmensberater und Projektleiter sammelte er weitere wertvolle Erfahrungen bei namhaften Großunternehmen wie etwa Lufthansa, T-Systems und Daimler-Benz. Darüber hinaus übernahm er spezielle Beratungsmandate für Ministerpräsidenten und Bundesministerien.