

(Please find English and Polish versions below.)

## Recruiting über XING & Co. – nur eingeschränkte Erfolgsaussichten

### Soziale Netzwerke taugen in D-A-CH weiterhin nur bedingt als Quelle zur Kandidatensuche

Social Media lautet das Zauberwort – auch im Bereich der Personalbeschaffung. Die moderne Gewinnung von Mitarbeitern verlagert sich zunehmend auf soziale Netzwerke, klassische Methoden werden weniger relevant. Dies mögen uns diverse Protagonisten des Web 2.0 glauben machen – aber dem ist noch lange nicht so.

Nach offiziellen Angaben verfügt das im deutschsprachigen Raum vorherrschende Netzwerk XING über ca. 6 Mio. Mitglieder aus der D-A-CH-Region, beim eher international aufgestellten LinkedIn sollen es ca. 3 Mio. sein. Stellt man die aktuellen Erwerbstätigenzahlen der Länder der D-A-CH-Region von grob 51 Mio. gegenüber, ergibt sich eine Durchdringungsquote von knapp 12% (XING) bzw. 6% (LinkedIn).

Damit erreichen suchende Unternehmen über diese Quellen günstigenfalls 1/6 des latenten Arbeitsmarktes. Andere soziale Netzwerke wie Facebook stecken hinsichtlich der Rekrutierungsmöglichkeiten noch viel mehr in den Kinderschuhen.

Eine aktuelle Studie der Personalberatungsgesellschaft HR Personal Consulting kommt zu einem ähnlich ernüchternden Ergebnis. Untersucht wurden die XING- und LinkedIn-Mitgliedschaften von Führungskräften und Mitarbeitern aus einer Zufallsstichprobe an mittelständischen Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Demnach führten gerade einmal 15% der Mitarbeiter ein Profil in XING. In LinkedIn waren es gar nur 7%. Dass hierbei der IT-Bereich nach oben abwich, war keine große Überraschung. Eher war es schon der geringe Abweichungsgrad: Selbst unter den ITlern fanden sich lediglich 24% in XING und / oder 21% in LinkedIn. Noch erstaunlicher war die geringe Mitgliederquote im Engineering-Bereich: Gerade mal 5% der Mitarbeiter aus diesem Sektor fanden sich in XING und gar nur 1% in LinkedIn.

Einer gesonderten Betrachtung wurde die obere Managementebene der Unternehmen unterzogen. Bei der Bestimmung dieses Leitungskreises wurde zurückgegriffen auf Eigenangaben der Unternehmen. Aus diesem Kreis fanden sich immerhin knapp 30% Mitglieder von XING und ca. 20% von LinkedIn. Gleichwohl bliebe ein immenser Anteil an potenziellen Manager-Kandidaten unangesprochen, verließ man sich ausschließlich auf das Recruiting in sozialen Medien.

Die Berater geben zusätzlich zu bedenken, dass längst nicht alle Personen, die ein entsprechendes Profil von sich angelegt haben, sich aktiv in den besagten Netzwerken aufhalten und ihre berufsbezogenen Daten dort aktuell halten. Einige Mitglieder nutzen die Netzwerke lediglich zur Kontaktpflege beziehungsweise zum beruflichen Erfahrungsaustausch in Foren, verbitten sich aber regelrecht eine Ansprache für Recruitingzwecke. Andere wiederum nutzen ihr Profil nur temporär in Zeiten der aktiven Arbeitssuche. Viele haben es zudem schlichtweg nicht nötig, Profile von sich ins Netz zu stellen, oder aber die Firmenpolitik des aktuellen Unternehmens verbietet es. Die errechneten Zahlen können somit noch weiter nach unten korrigiert werden.

Augenscheinlich kann die Suche nach Kandidaten in sozialen Netzwerken neben anderen Rekrutierungswerkzeugen maximal ein ergänzender Baustein sein. Für ein qualitativ hochwertiges Ergebnis bei der Personalsuche und Stellenbesetzung ist nach wie vor ein sorgsam durchdachter Methodenmix unerlässlich,

der die Belange der entsprechenden Position und Branche berücksichtigt und klassische als auch moderne Ansätze vereint.

## **Pressekontakt / Press contact**

### **HR Personal Consulting GmbH**

Frances Döbelt

Mendelssohnallee 7

01309 Dresden, Germany

T +49 351 31281 - 0

[frances.doebelt@hr-personal-consulting.com](mailto:frances.doebelt@hr-personal-consulting.com)

[www.hr-personal-consulting.com](http://www.hr-personal-consulting.com)

---

## **Recruiting using XING & Co. – only limited chances of success**

### **Social networks are still only a poor source for candidates in the D-A-CH region**

Social media is the magic word – also in the sector of recruitment. The modern way of acquisition of employees shifts more and more to social networks. Classical methods become less relevant. This is what different protagonists of the web 2.0 want to make us to believe – but this is still not true.

According to official information there are more than 6 millions of users signed in XING, the main social business network in the German speaking D-A-CH region. In the more international positioned LinkedIn there are about 3 millions of users. Compared to the current working population of the countries in the D-A-CH region of about 51 million there is a percentage of almost 12% (XING) and 6% (LinkedIn).

This means that companies searching for staff will only reach one sixth at the most by using those sources. Regarding recruitment other social networks like Facebook are even stuck more in the early stages of development.

The latest survey of the recruitment consultancy HR Personal Consulting offers similar disillusioning results. XING and LinkedIn memberships of managers and employees of medium-sized companies in the German speaking region were analysed. Thus only about 15% of the employees have a XING account and 7% a LinkedIn account. It was no big surprise to realize that there are differences in the different sectors. In the sector of information technology there were more people found in the social networks: 24% in XING and 21% in LinkedIn. A surprisingly low percentage of people were found from the engineering sector. Not more than 5% of the employees are signed in in XING and about 1% in LinkedIn.

A special attention was given to the higher management level of the companies. To find out those persons there were consulted official statements of the companies. Out of the higher management level there were 30%

members found on XING and about 20% on LinkedIn. Anyhow, there would be an enormous amount of potential management candidates not reachable if companies relied only on recruiting within social networks.

The consultants added for consideration that not every person owning a XING or LinkedIn account is actually using the network actively and keeps the posted information up to date. There are quite some members using the networks only to keep in touch with acquaintances or to share information in forums and they do not want to be contacted for job offers. Others only use their account during periods of job seeking. Many of the employees simply do not see a need to put their CV on the Web, others are not allowed by the regulations of their companies. Therefore the mentioned percentages can be revised downwards.

Obviously the search for suitable candidates in social networks can only be a supplemental component amongst other recruitment tools. A carefully considered mix of methods is essential for high quality results during filling positions. Special issues of positions and business sectors have to be considered, modern and classical methods have to be considered.

---

## Rekrutacja za pomocą XING & Co. – ograniczony sukces

**W krajach niemieckojęzycznych sieci społecznościowe nadają się jako narzędzia rekrutacyjne nadal tylko pod pewnymi warunkami**

Magiczne hasło naszych czasów to Social Media – dotyczy to również poszukiwania pracowników. Nowoczesne pozyskiwanie pracobiorców przesuwają się coraz silniej w stronę portali społecznościowych, metody klasyczne tracą na znaczeniu. Przynajmniej tak twierdzą różni protagoniści Web 2.0 – co jednak nie znaczy, że faktycznie tak jest.

Według oficjalnych danych w obszarze niemieckojęzycznym najbardziej popularny portal społecznościowy XING liczy sobie ponad 6 mln członków. W bardziej międzynarodowym LinkedIn członkowie z krajów niemieckojęzycznych stanowią ok 3 mln. Jeśli liczbę tę porównamy z aktualną liczbą zatrudnionych w tych krajach, wynoszącą mniej więcej 51 mln, otrzymamy przeciętną penetrację na poziomie 12% (XING) i 6% (LinkedIn).

Tym samym przedsiębiorstwa poszukujące pracowników penetrują tą drogą w najlepszym wypadku 1/6 rynku pracy. Inne portale społecznościowe, jak Facebook, tkwią, jeśli chodzi o ich możliwości rekrutacyjne, w porównaniu z nimi jeszcze w powijakach.

Aktualne opracowanie doradztwa personalnego HR Personal Consulting dochodzi do podobnie trzeźwych wniosków. Badaniu poddano przynależność managerów i specjalistów do XING i LinkedIn na próbie losowej w przedsiębiorstwach średniej wielkości w obszarze niemieckojęzycznym. Według tych badań tylko 15% pracowników posiada profil na portalu XING. W LinkedIn jest ich zaledwie 7%. Nie stanowi też niespodzianki fakt, że obszar IT odbiega od tych danych ze względu na wyższą przynależność. Bardziej zaskakuje, że różnica ta nie jest wcale duża: nawet wśród informatyków zaledwie 24% posiada swój profil na XING i / lub 21% w LinkedIn. Jeszcze dziwniejsza jest niewielka popularność profili w obszarze engineering: tylko 5% pracowników tego sektora znajduje się na XING a w LinkedIn 1%.

Szczególną uwagę poświęcono kadrze zarządzającej. Przy ustalaniu tego zakresu zarządzania bazowano na danych własnych przedsiębiorstw. Aczkolwiek z tego kręgu niecałe 30% znajduje się na XING i ok. 20% w LinkedIn, jednak oznacza to, że pozostaje znacząca większość potencjalnych kandydatów na stanowiska managerskie, do których nie uda się dotrzeć, jeśli zdamy się wyłącznie na rekrutację za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Dodatkowo konsultanci poddają pod rozważenie, że nawet te osoby, które założyły swój profil, nie zawsze zachowują się aktywnie i uaktualniają swoje dane zawodowe w danym portalu. Niektórzy członkowie portali wykorzystują te narzędzia tylko do pilęgnowania kontaktów i wymiany doświadczeń na forach tematycznych, zastrzegając sobie wyraźnie, że nie życzą sobie kontaktów w celach rekrutacyjnych. Inni z kolei wykorzystują swój profil tylko czasowo w momencie aktywnego poszukiwania pracy. Wielu dodatkowo po prostu nie odczuwa potrzeby założenia swojego profilu albo też zakazuje im tego wyraźnie polityka firmowa obecnego pracodawcy. Tym samym podane powyżej liczby można uznać nawet za zawyżone.

Podsumowując nasuwa się wniosek, że poszukiwanie kandydatów do pracy za pośrednictwem portali społecznościowych może stanowić tylko uzupełnienie innych narzędzi rekrutacyjnych. Osiągnięcie jakościowo zadowalającego wyniku obsadzenia stanowiska gwarantuje wyłącznie pieczołowicie dobrany mix metod rekrutacyjnych, uwzględniający specyfikę danego stanowiska i branży i łączący w sobie zarówno metody klasyczne i nowoczesne.