

HR-Manager entdecken Twitter

Personal-Gezwitscher

Kurze, direkte Informationen und obendrein in Echtzeit – das sind die Stärken von Twitter. Inzwischen haben auch erste Personalabteilungen den Microblogging-Dienst für sich entdeckt. Er eröffnet dem HR-Bereich neue Möglichkeiten für die Nachwuchsgewinnung und das Personalmarketing. Ute Schönefeldt hat sich umgehört, wo überall schon gezwitschert wird.



Maximal 140 Zeichen darf eine Kurznachricht bei Twitter umfassen. „Das ist nicht viel, aber wir können darin tatsächlich das Wesentliche unterbringen“, sagt Melanie Them aus dem Bereich Leadership Development der Unilever Deutschland GmbH. „Viele berühmte Zitate kommen sogar mit deutlich weniger Zeichen aus“, sagt Heidi Palm, Leiterin Personalmarketing und Nachwuchsgewinnung bei der Deutschen Bahn. Man denke nur an „Yes, we can.“

Trotz der Kürze können Stellenangebote auf Twitter neugierig machen. Die Formulierungen sind unkompliziert und bauen keine Distanz auf. So heißt es etwa auf @Unilever_Talent: „Hast du Lust, deine Erfahrungen bei einem Top Arbeitgeber zu sammeln und uns weiter nach vorn zu bringen? Join us.“ Und sie dürfen auch mal etwas frecher sein, wie zum Beispiel auf @otto_jobs: „Willst du mit mir gehen? Suche Teamleiter für otto.de.“ Für weitergehende Infos sind Links zu entsprechenden Websites eingepflegt.

Tweets for Followers

Die Tweets genannten Kurzmitteilungen schickt der Autor an seine Fangemeinde, die Follower. Die Kommunikation erfolgt in Echtzeit, ein Austausch zwischen Verfasser und Lesern ist ein-

fach, direkt und schnell möglich. Insgesamt erfreut sich das Twittern ständig wachsender Beliebtheit. Auch das Gezwitscher aus den Personalabteilungen kommt an. Die Deutsche Bahn und Otto haben bereits mehr als 1 400 Follower, bei Unilever sind es nahezu 1 200. „Wir halten das Microblogging für einen der zukunftsfähigsten Kommunikationskanäle im Bereich des Personalmarketings, sagt Heidi Palm (Deutsche Bahn).

Die Unternehmen haben nicht nur neue Mitarbeiter im Blick, sondern wollen auch die Arbeitgebermarke stärken. So gewährt man über Twitter gerne einen Blick hinter die Kulissen (@otto_jobs: „Heute ist Abschied angesagt. Unsere Abteilungsleiterin geht in Mutterschutz. Wir werden sie vermissen.“), informiert über das Unternehmen als Arbeitgeber, macht auf Jobmessen oder Auszeichnungen aufmerksam oder berichtet live von Events (@DBKarriere: „Eben gesehen: Personalvorstand Ulrich Weber – er wird unsere Nachwuchskräfte begrüßen.“). Solche Botschaften treffen den Nerv der Follower. Fotos von Festen und Insights in die Arbeitswelt werden besonders belohnt, hat der Otto-Konzern festgestellt.

Foto linke Seite: Mit großen Worten werben Twitter-Gründer Evan Williams (links) und Biz Stone (rechts) für ihren Microblogging-Dienst. Er eröffne Zugang zum kollektiven Weltwissen.



„Es geht uns darum, Twitter für die schnelle Verbreitung von Informationen in Netzwerken zu nutzen“, sagt Heidi Palm (Deutsche Bahn).



Aussagekräftige Botschaften ohne Rechtschreibfehler sind wichtig für den Erfolg bei Twitter, sagt Melanie Them (Unilever Deutschland).



„Auf keinen Fall sollte man Twitter als kommunikative Einbahnstraße verstehen oder Unwahrheiten verbreiten“, rät Michael A. Picard (Otto GmbH & Co. KG).

auch wenn diese Personen aktuell nicht auf Jobsuche seien.

Die Deutsche Bahn konnte über Twitter erste Einstellungen realisieren. Otto besetzt jeden Monat etwa zehn Stellen über alle Social-Media-Kanäle. Welche Einstellungen davon auf Twitter zurückzuführen sind, lässt sich derzeit nicht feststellen.

Ehrlichkeit und Dialog

Um als Arbeitgeber über Twitter positiv wahrgenommen zu werden, sind einige Spielregeln zu beachten. Zum einen ist es wichtig, personalisiert zu twittern und dem Angebot ein Gesicht zu geben. Ein Muss sind auch Ehrlichkeit, authentische Kommunikation und Dialog. „Unbedingt vermeiden sollte man weit im Voraus gefertigte und automatisierte Nachrichten“, rät Heidi Palm.

Alle befragten Unternehmen wollen weiterhin aus dem HR-Bereich twittern. Nach Einschätzung der Deutschen Bahn zeichnen sich für die Zukunft noch viele weitere Entwicklungen ab, beispielsweise im Zusammenhang mit der Echtzeitsuche nach Jobs. Eine Suchmaschine, die Jobangebote aus dem Twitter-Universum filtert, gibt es mit Jobtweet.de schon.

Zielgruppen definieren

Als Zielgruppen für die Twitter-Nachrichten definieren die Unternehmen allgemein Studenten und Absolventen, aber auch Multiplikatoren wie Professoren und Social-Media-Experten oder junge und ältere Professionals, vor allem aus den Bereichen IT, Neue Medien und E-Commerce. „Unsere Philosophie ist, möglichst genau dort präsent zu sein, wo sich entscheidende Zielgruppen unseres Unternehmens aufhalten“, sagt Michael A. Picard, Personaldirektor bei der Otto GmbH & Co. KG, Hamburg. Es habe sich bisher gezeigt, dass die Chancen auf Plattformen wie Twitter, Facebook, Xing oder 123people, genau die richtigen Kandidaten für vakante Positionen zu entdecken, sehr viel größer seien als über Stellenanzeigen in Tageszeitungen. Gerade über Twitter könne man besonders gut interessante Kandidaten dazu anregen, sich mit einem Unternehmen als potenziellem neuem Arbeitgeber auseinanderzusetzen,

Termine + Veranstaltungen

Klare Richtung, starke Stimme – Personalmanagement bewegt
18. DGFP-Kongress mit Fachmesse „Personal & Weiterbildung“
10. – 11. Juni 2010, Wiesbaden
www.dgfp.de

Arbeitsrecht und ethische Unternehmensführung 24. Passauer Arbeitsrechtssymposium
17. – 18. Juni 2010, Passau
www.hromadka.de

HR Without Limits 13th World Human Resources Congress
27. – 29. September 2010, Montreal
www.hr2010.com

Bildungscontrolling
8. Deutscher Fachkongress
12. – 13. Oktober 2010, Köln
www.bildungs-controlling.com

1. Deutsches HR-Forum
14. Oktober 2010, Berlin
www.deutsches-hr-forum.de

WORLDDIDAC Basel 2010
27. – 29. Oktober 2010, Basel
www.worlddidacbasel.com

CIPD Annual Conference and Exhibition
9. – 11. November 2010, Manchester
www.cipd.co.uk

Deutscher Arbeitbertag 2010
23. November 2010, Berlin
www.deutscher-arbeitbertag.de

Online Educa Berlin 16th International Conference on Technology Supported Learning & Training
1. – 3. Dezember 2010, Berlin
www.online-educa.com