

**Marco Meisen**

# Networking 2.0: Untersuchung der Rolle sozialer Netzwerke für die Personalbeschaffung

**Diplomarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

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

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

**Impressum:**

Copyright © 2009 GRIN Verlag  
ISBN: 9783640428380

**Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/135491>

**Marco Meisen**

## **Networking 2.0: Untersuchung der Rolle sozialer Netzwerke für die Personalbeschaffung**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

Marco Meisen

## **Diplomarbeit**

**Thema:**

**Networking 2.0 – Untersuchung der Rolle sozialer Netzwerke  
im Internet für die Personalbeschaffung**

Diplomarbeit

vorgelegt zur Erlangung des Zeugnisses über die Diplomprüfung im Studien-  
gang Wirtschaftsinformatik an der AKAD-Fachhochschule Pinneberg.



Köln, . Februar 2009

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Inhaltsverzeichnis .....</b>                                                     | <b>II</b> |
| <b>Abbildungsverzeichnis.....</b>                                                   | <b>IV</b> |
| <b>1 Einleitung.....</b>                                                            | <b>1</b>  |
| 1.1 Problemstellung und Motivation.....                                             | 1         |
| 1.2 Zielsetzung.....                                                                | 2         |
| 1.3 Struktur der Arbeit .....                                                       | 3         |
| <b>2 Funktionsbereiche betrieblichen Personalmanagements .....</b>                  | <b>5</b>  |
| 2.1 Personalstrategie .....                                                         | 6         |
| 2.2 Personalplanung.....                                                            | 6         |
| 2.3 Personaleinsatz.....                                                            | 8         |
| 2.4 Personalentwicklung .....                                                       | 8         |
| 2.5 Personalfreisetzung .....                                                       | 9         |
| 2.6 Querschnittsaufgaben des betrieblichen Personalmanagements.....                 | 9         |
| <b>3 Aufgaben der Personalbeschaffung .....</b>                                     | <b>10</b> |
| 3.1 Der Demografische Wandel als Herausforderung an die<br>Personalbeschaffung..... | 10        |
| 3.1.1 Demografischer Wandel in Deutschland.....                                     | 10        |
| 3.1.2 Folgen für die Personalbeschaffung.....                                       | 12        |
| 3.2 Personalbeschaffung.....                                                        | 13        |
| 3.2.1 Personalmarketing als konzeptionelle Grundlage .....                          | 14        |
| 3.2.2 Personalgewinnung.....                                                        | 17        |
| 3.2.3 Personalauswahl.....                                                          | 19        |
| 3.3 E-Recruitment.....                                                              | 20        |
| <b>4 Networking 2.0 .....</b>                                                       | <b>22</b> |
| 4.1 Web 2.0 .....                                                                   | 22        |
| 4.1.1 Begriffsbestimmung .....                                                      | 24        |
| 4.1.2 Merkmale von Web 2.0-Anwendungen .....                                        | 26        |
| 4.2 Soziale Netzwerke .....                                                         | 29        |
| 4.2.1 Hauptströmungen der Entwicklung.....                                          | 30        |
| 4.2.1.1 Sozialanthropologie.....                                                    | 30        |
| 4.2.1.2 Formale Soziologie .....                                                    | 32        |
| 4.2.1.3 Soziometrie und Feldtheorie .....                                           | 35        |
| 4.2.1.4 Die Theorie der strong ties und weak ties.....                              | 37        |
| 4.2.1.5 Strukturelle Löcher .....                                                   | 38        |
| 4.2.2 Begriffsbestimmung Soziales Netzwerk.....                                     | 39        |
| 4.2.3 Sozialkapital als Ertrag sozialer Netzwerke .....                             | 40        |
| 4.3 Networking 2.0 .....                                                            | 44        |
| 4.3.1 Abgrenzung virtuelle soziale Netzwerke .....                                  | 44        |
| 4.3.2 Social Software – die sozialen Netzwerke im Internet.....                     | 45        |
| 4.3.3 Begriffsbestimmung Networking 2.0 .....                                       | 46        |
| 4.3.4 Erfolgsfaktoren beim Networking 2.0 .....                                     | 47        |
| <b>5 Empirische Erhebung.....</b>                                                   | <b>49</b> |
| 5.1 Forschungsanliegen.....                                                         | 49        |
| 5.2 Erhebungsinstrument und Durchführung der Erhebung.....                          | 49        |
| 5.3 Ergebnis der Erhebung.....                                                      | 51        |

|                                                                                                               |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 5.3.1 Allgemeiner Teil.....                                                                                   | 51          |
| 5.3.2 Chancen bei der Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet.....                                        | 59          |
| 5.3.3 Risiken bei der Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet.....                                        | 63          |
| 5.3.4 Zukünftige Bedeutung sozialer Netzwerke im Internet.....                                                | 65          |
| <b>6 Die Rolle sozialer Netzwerke für die Personalbeschaffung.....</b>                                        | <b>66</b>   |
| 6.1 Merkmale des Networking 2.0.....                                                                          | 66          |
| 6.2 Chancen bei der Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet.....                                          | 68          |
| 6.3 Risiken bei der Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet.....                                          | 70          |
| 6.4 Zukünftige Bedeutung sozialer Netzwerke im Internet.....                                                  | 71          |
| <b>7 Der Networking 2.0-Mix als Personalbeschaffungsinstrument für soziale<br/>Netzwerke im Internet.....</b> | <b>72</b>   |
| <b>8 Fazit und Ausblick.....</b>                                                                              | <b>76</b>   |
| 8.1 Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....                                                          | 76          |
| 8.2 Ausblick.....                                                                                             | 78          |
| <b>Anlage.....</b>                                                                                            | <b>I</b>    |
| Anlage 1: Fragebogen mit Ergebnissen der geschlossenen Fragen.....                                            | I           |
| Anlage 2: Ergebnisse der offenen Fragen.....                                                                  | VI          |
| <b>Literaturverzeichnis.....</b>                                                                              | <b>XXIV</b> |

## Abbildungsverzeichnis

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ABBILDUNG 1: PERSONALMANAGEMENT (SYSTEMATIK).....                                                    | 5  |
| ABBILDUNG 2: TEILBEREICHE DER UNTERNEHMENSPLANUNG .....                                              | 7  |
| ABBILDUNG 3: ALTERSAUFBAU IN DEUTSCHLAND 2005 UND 2030.....                                          | 11 |
| ABBILDUNG 4: AKTIVITÄTEN DER PERSONALBESCHAFFUNG .....                                               | 13 |
| ABBILDUNG 5: INSTRUMENTE PERSONALMARKETING-MIX.....                                                  | 15 |
| ABBILDUNG 6: MINDMAP ZUM THEMA WEB. 2.0 .....                                                        | 25 |
| ABBILDUNG 7 LONG-TAIL-KURVE.....                                                                     | 29 |
| ABBILDUNG 8: NETZWERK GEMÄß MORENOS KONZEPTION .....                                                 | 35 |
| ABBILDUNG 9: JORDANKURVEN-DARSTELLUNG DER LEBENSRAUM-TOPOLOGIE DER PERSON<br>P ZUM ZEITPUNKT T ..... | 36 |
| ABBILDUNG 10: STRONG TIES AND WEAK TIES.....                                                         | 38 |
| ABBILDUNG 11: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 1 .....                                                          | 51 |
| ABBILDUNG 12: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 2 .....                                                          | 52 |
| ABBILDUNG 13: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 4 .....                                                          | 53 |
| ABBILDUNG 14: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 5 .....                                                          | 53 |
| ABBILDUNG 15: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 6 .....                                                          | 54 |
| ABBILDUNG 16: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 7 .....                                                          | 55 |
| ABBILDUNG 17: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 8 .....                                                          | 55 |
| ABBILDUNG 18: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 9 .....                                                          | 56 |
| ABBILDUNG 19: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 10.....                                                          | 57 |
| ABBILDUNG 20: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 11.....                                                          | 57 |
| ABBILDUNG 21: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 12.....                                                          | 58 |
| ABBILDUNG 22: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 13.....                                                          | 58 |
| ABBILDUNG 23: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 14.....                                                          | 59 |
| ABBILDUNG 24: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 15.....                                                          | 60 |
| ABBILDUNG 25: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 16.....                                                          | 60 |
| ABBILDUNG 26: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 17.....                                                          | 61 |
| ABBILDUNG 27: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 18.....                                                          | 61 |
| ABBILDUNG 28: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 19.....                                                          | 62 |
| ABBILDUNG 29: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 20.....                                                          | 62 |
| ABBILDUNG 30: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 21.....                                                          | 63 |
| ABBILDUNG 31: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 22.....                                                          | 64 |
| ABBILDUNG 32: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 23.....                                                          | 64 |
| ABBILDUNG 33: UMFRAGEERGEBNIS FRAGE 24.....                                                          | 65 |
| ABBILDUNG 34: NETWORKING 2.0-MIX DER PERSONALBESCHAFFUNG.....                                        | 72 |

# 1 Einleitung

## 1.1 Problemstellung und Motivation

Die Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahr 2006 hat ergeben, dass im Jahr 2015 die arbeitende Gesellschaft in Deutschland ein Durchschnittsalter von 50 Jahren erreicht haben wird.<sup>1</sup> Im Zuge dieses demografischen Wandels wird die Suche nach Fachkräften immer bedeutsamer. Die Unternehmen befinden sich in einem „War for talents“, der geprägt ist durch die Konkurrenz um Bewerber mit ähnlichen Qualifikationen.<sup>2</sup>

Die im Zuge des durch Tim O'Reilly etablierten Begriffs „Web 2.0“<sup>3</sup> entstandene Social Software eröffnet den Unternehmen neue Rekrutierungswege, um gezielt Talente zu identifizieren und zu kontaktieren. Der klassische Bewerbungsprozess wird derzeit durch die Unternehmen mitunter umgedreht. Im Rahmen des Employer-Branding versuchen sich die Unternehmen bei potenziellen Arbeitnehmern zu positionieren, um so geeignete Kandidaten gezielt anzusprechen.<sup>4</sup>

Aber auch der Arbeitnehmer sieht sich in diesen Zeiten neuen Herausforderungen gegenübergestellt. Das Internet als Medium zur Kommunikation und zum Austausch von Informationen wird immer schnelllebiger. Wer einen Job sucht, sollte sich nicht allein darauf verlassen, diesen nur auf dem traditionellen Wege zu finden. Vielmehr rücken soziale Netzwerke in den Mittelpunkt der Betrachtung. Derjenige, der sich beruflich weiterentwickeln möchte, muss bei der Jobsuche auch die sozialen Netzwerke im Internet berücksichtigen. Dabei zeigt sich, dass nicht nur die ehemals typischen sozialen Netzwerke wie Fußballver-

---

<sup>1</sup> Vgl. o.V. (2007): Demografischer Wandel in Deutschland. Bevölkerungs- und Haushaltsentwicklung im Bund und in den Ländern. Herausgegeben von Statistisches Bundesamt. Online verfügbar unter <https://www-ec.destatis.de/csp/shop/sfg/bpm.html.cms.cBroker.cls?cmspath=struktur,vollanzeige.csp&ID=1021430>, Stand: 04.10.2008, S. 8.

<sup>2</sup> Vgl. Giesen Birgit (2002): Von der Online-Präsentation zum integralen Electronic Recruiting. In: Hünninghausen, Lars; Brümmer, Volker (Hg.): Die Besten gehen ins Netz. Report E-Recruitment: innovative Wege bei der Personalauswahl. 2. Aufl. Düsseldorf: Symposium Publ., S. 77–102, S. 77.

<sup>3</sup> Vgl. O'Reilly, Tim (2005): What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the next Generation of Software. Herausgegeben von Inc O'Reilly Media. Online verfügbar unter <http://www.oreilly.de/artikel/web20.html>, Stand: 21.09.2008.

<sup>4</sup> Vgl. Schuhmacher, Florian; Geschwill, Roland (2009 erschienen 2008): Employer Branding. Human Resources Management für die Unternehmensführung. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler, S. 39.

ein, Schützenverein oder Stammtisch genutzt werden. Mit der Verbreitung des Internets haben sich auch „digitale“ Netzwerke etabliert, deren Sinn einzig und allein darin besteht, ein Netzwerk aufzubauen und zu pflegen. Im Internet findet sich eine Vielzahl solcher professioneller sozialer Netzwerke. Für Networking auf Basis von Web 2.0 hat sich der Begriff „Networking 2.0“ etabliert.

Was liegt näher, als ein derartig professionalisiertes System von Netzwerken auch im Rahmen des Personalrecruitings einzubinden. Es drängt sich daher fast unweigerlich die Frage auf, welche Rolle Networking 2.0 bzw. soziale Netzwerke im Internet für die Personalbeschaffung spielen. Dementsprechend sind in der Literatur hierzu auch zahlreiche Veröffentlichungen zu finden. Allerdings untersucht die Literatur vorrangig die unternehmerseitige Nutzung des Internets für die Personalakquise.<sup>5</sup> Die arbeitnehmerseitige Betrachtung in Bezug auf die Nutzung von sozialen Netzwerken im Internet stand bisher nicht im Fokus der Wissenschaft. Die vorliegende Arbeit leistet einen Beitrag, um diese Lücke zu schließen. Hierfür wird eine empirische Erhebung bei Arbeitnehmern zum Thema Networking mit dem Anspruch durchgeführt, daraus Handlungsempfehlungen für die Personalbeschaffung ableiten zu können.

## **1.2 Zielsetzung**

Im Zuge der Arbeit wird untersucht, inwieweit qualifizierte Arbeitnehmer die sozialen Netzwerke im Internet als Medium zur beruflichen (Weiter-) Entwicklung nutzen. Es ist also von Interesse, ob das soziale Netzwerk arbeitnehmerseitig für einen Berufseinstieg oder zur Förderung der individuellen Karriere in Betracht gezogen wird.

Auf Basis der Ergebnisse der Untersuchung werden dann Handlungsoptionen für die Personalbeschaffung abgegeben und für die Unternehmensimplikation instrumentalisiert.

Als erstes Teilziel gilt es, die Definitionen der für die Thematik notwendigen Begriffe abzuwägen und eventuell bestehende definitorische Lücken zu schließen.

---

<sup>5</sup> Vgl. beispielhaft Geighardt, Christiane (2008): Web 2.0. Chance oder Risiko für das Personalmanagement. Herausgegeben von Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. Düsseldorf. (Praxis Papiere, 1/2008).

Da die existierende Sekundärliteratur für den Untersuchungszweck nicht ausreicht, ist es als zweites Teilziel notwendig, hierfür eine Erhebung durchzuführen. Eine Befragung von Unternehmen ist in diesem Zusammenhang nicht zielführend, weswegen die notwendigen Daten direkt bei Arbeitnehmern erhoben werden. Aufgrund fehlender zeitlicher und finanzieller Ressourcen ist hier eine repräsentative Erhebung nicht möglich. Um jedoch eine solide und aussagekräftige Datenbasis zu erlangen, wird eine Online-Befragung bei Internetnutzern durchgeführt.

Um den Untersuchungsgegenstand weiter bearbeiten zu können, werden im dritten Schritt die erhobenen Daten beschrieben und in angemessener Form visualisiert.

Mit dem vierten Teilziel, wird die Analyse, Interpretation und Bewertung der Datenbasis vor dem Hintergrund des Untersuchungsgegenstandes verfolgt.

Mit dem letzten Teilziel, Handlungsoptionen für die Personalbeschaffung zu erarbeiten wird die Frage nach einer Unternehmensimplikation beantwortet, damit die Personalabteilungen in der Lage sind, soziale Netzwerke im Internet für die Suche nach neuen und qualifizierten Mitarbeitern zielgerichteter, schneller und effektiver zu nutzen.

### **1.3 Struktur der Arbeit**

Im *ersten Kapitel* wird in das Thema eingeführt und die Motivation für die Themenstellung vorgestellt.

Das *zweite Kapitel* widmet sich den klassischen Funktionsbereichen des betrieblichen Personalmanagements und bietet hierzu Grundlagenwissen.

Im Verlauf des *dritten Kapitels* wird im Schwerpunkt auf die Personalbeschaffung eingegangen. Im Zuge dessen wird kurz der Einfluss des demografischen Wandels auf das Personalmanagement, insbesondere auf die Personalakquise, beschrieben. Zudem wird dargestellt, welche Konsequenzen sich hieraus für die Personalbeschaffung ergeben. Letztlich wird in diesem Kapitel das Konzept des E-Recruitments vorgestellt.