Leyla Karabulut

Social Recruiting für die Generation Y

Strategien für das Employer Branding

WIRTSCHAFT

Academic Plus

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 hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.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 Verlages. 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 © 2021 GRIN Verlag
ISBN: 9783346612243

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/1172434

Leyla Karabulut

Social Recruiting für die Generation Y. Strategien für das Employer Branding

GRIN Verlag

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 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

Academic Plus – Aktuell, relevant, hochwertig

Mit Academic Plus bietet GRIN ein eigenes Imprint für herausragende Abschlussarbeiten aus verschiedenen Fachbereichen. Alle Titel werden von der GRIN-Redaktion geprüft und ausgewählt.

Unsere Autor:innen greifen in ihren Publikationen aktuelle Themen und Fragestellungen auf, die im Mittelpunkt gesellschaftlicher Diskussionen stehen. Sie liefern fundierte Informationen, präzise Analysen und konkrete Lösungsvorschläge für Wissenschaft und Forschung.

Academic *Plus*

FOM Hochschule für Oekonomie & Management

Hochschulzentrum Köln

Bachelorthesis

im Studiengang Betriebswirtschaft & Wirtschaftspsychologie

zur Erlangung des Grades eines

Bachelor of Science (B.Sc.)

über das Thema

Analyse von Social Recruiting für die Rekrutierung von Generation Y

von

Leyla Karabulut

Abgabedatum: 20.04.2021

Abstract

Unternehmen binden zunehmend Social Media in ihre Recruitingprozesse ein, um ihre junge Zielgruppe zu erreichen. Daher ist es wesentlich festzustellen, welche Recruitingmaßnahmen über soziale Medien dargestellt werden können.

Das Ziel in der vorliegenden Arbeit ist es zu beantworten, welche Recruitingmaßnahmen Unternehmen über Social Media abbilden können. Darüber hinaus soll herausgefunden werden, wie Unternehmen ihre Attraktivitätsfaktoren auf Social Media platzieren. Dazu wird die folgende Forschungsfrage gestellt: Welche Recruitingmaßnahmen können über Social Media abgebildet werden und wie werden die Arbeitgeberattraktivitätsfaktoren der Generation Y auf Social Media platziert? Um die Forschungsfrage zu beantworten, ist eine qualitative Studie durchgeführt worden, die sich an den Unternehmensprofilen von deutschen Großunternehmen und den bevorzugten Social-Media-Kanälen der Generation Y orientierte. Die qualitative Studie zeigte, dass Unternehmen zielgerichtete Stellenanzeigen auf Social Media als Beiträge oder über plattformeigene Jobportale veröffentlichen. Darüber hinaus wird die Beitragsfunktion auch dafür eingesetzt, um Positionen im Unternehmen vorzustellen und auf aktuelle Stellenanzeigen hinzuweisen. Desweiteren werden Karriereveranstaltungen ebenfalls in der Form bekannt gegeben. Die Arbeitgeberattraktivitätsfaktoren werden in diese Beiträge integriert und in plattformeigene Darstellungsmöglichkeiten eingebaut.

Das Ergebnis der Untersuchung zeigt, dass bereits heute verschiedene Möglichkeiten der Personalbeschaffung auf Social Media möglich sind und Unternehmen ihre Attraktivitätsfaktoren durch verschiedene zur Verfügung stehende Optionen auf ihren Auftritten platzieren. Weiterführende Forschungen in diesem Bereich könnten auf die Untersuchung der Social-Media-Recruiting ausführende Recruiter ausgeweitet werden, um weitere Maßnahmen zu identifizieren.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Merkmale, die zur Steigerung der Attraktivität führen……...5

Abbildung 2. Der Recruitingprozess…….6

Abbildung 3. Altersaufbau der Bevölkerung 2018 im Vergleich zu 1990……9

Abbildung 4. Auswirkungen des demografischen Wandels auf Unternehmen……...10

Abbildung 5. Prozess-Modell der Arbeitgeberwahl nach Soelberg……31

Abbildung 6. Modell der Arbeitgeberwahl nach Teufer (1999)…..…….32

Abbildung 7. Bewerbungsprozessmodell nach Simon et al.(1995).……34

Abbildung 8. Phasenmodell der Arbeitgeberwahl nach Süss (1966)……..35

Abbildung 9. Daimler Aktiengesellschaft auf LinkedIn. Einblick in die Jobübersicht ……...50

Abbildung 10. Bayer Aktiengesellschaft auf Facebook. Stellenanzeige im Beitrag….51

Abbildung 11. Rewe Group auf Xing. Darstellung der Arbeitgeberattraktivitätsfaktoren……...52

Inhaltsverzeichnis

Abstract……..II
Abbildungsverzeichnis……..III
Inhaltsverzeichnis……IV
1 Einleitung……1
1.1 Ausgangssituation…….....1
1.2 Zielsetzung……2
1.3 Aufbau der Arbeit…….....2
2 Recruiting…….....3
2.1 Einordnung des Recruiting……3
2.2 Bedeutung des Recruiting für Unternehmen……4
2.3 Der Recruiting Prozess…….....6
2.4 Aktuelle Trends im Recruiting…….....8
2.4.1 Demografischer Wandel…….....8
2.4.2 War for Talent……...11
2.4.3 Digitaler Wandel……....11
3 Social Media Recruiting……12
3.1 Einordnung des Begriffs Social Media……...13
3.2 Motive und Ziele des Einsatzes von Social Media im Recruiting……..13
3.3 Geeignete Social Media Plattformen……...15
3.3.1 Facebook……....16
3.3.2 Xing……...17
3.3.3 LinkedIn……18
3.3.4 Instagram……...18
3.3.5 Twitter……...19
3.3.6 Youtube……20
4 Generation Y……...21
4.1 Generationenkonzept……...21
4.2 Arbeitgeberattraktivitätsfaktoren der Generation Y……24
5 Theoretische Grundlagen der Arbeitgeberwahl……..…....28
5.1 Arbeitgeberwahl aus erwartungstheoretischer Sicht……...29
5.2 Arbeitgeberwahl aus prozessualer Sicht……30

5.2.1 Prozess-Modell der Arbeitgeberwahl nach Soelberg……30
5.2.2 Modell der Arbeitgeberwahl nach Teufer……..32
5.2.3 Bewerbungsprozessmodell nach Simon……....33
5.2.4 Phasenmodell der Arbeitgeberwahl nach Süß……..…….34
5.3 Drei-Faktoren-Theorie……36
5.4 Modell der Person-Organisation-Passung……...37
5.5 Fazit……39
6 Untersuchung……..40
6.1 Gegenstandsbenennung……...40
6.2 Methodik……41
6.3 Stichprobe……....42
6.4 Durchführung……..43
7 Ergebnisse der Untersuchung……43
8 Fazit……54
Literaturverzeichnis……VII
Internetquellen……XV
Anhang: Kategorienbildung…….....……..XX

Die Thesis hat einen Umfang von 16.222 Wörtern.

Grundlage ist der Leitfaden zum wissenschaftlichen Arbeiten in der Wirtschaftspsychologie in der Version 1.1 vom 01.08.2019