Social-Media-Strategie von Unternehmen: Planlos im Web

Umfrage von ADP enttarnt eklatante Mängel bei Social-Media-Personalarbeit / Keine Strategie, kaum Budget, keine Inhalte

(ddp direct) Neu-Isenburg/Köln (04.02.2013). Das Social Web spielt für viele Unternehmen in der Personalarbeit weiterhin eine untergeordnete Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt eine Befragung von ADP unter 50 Personalverantwortlichen aus verschiedenen Unternehmen und Branchen. ?Soziale Medien und Netzwerke sind für Unternehmen zwar wichtig, um das Image als Arbeitgeber zu verbessern und um im Kampf um Fachkräfte neue Talente als Mitarbeiter zu rekrutieren ? allerdings bleibt dieses Potenzial meistens ungenutzt?, sagt Prof. Andreas Kiefer, General Manager South and Central Europe und Vorsitzender der Geschäftsführung der ADP Employer Services GmbH.

Wie die Befragung ergeben hat, sehen 56 Prozent der Unternehmen zurzeit keinen Bedarf für eine Social-Media-Strategie. 24 Prozent haben einen konkreten Plan beziehungsweise arbeiten an dessen Umsetzung. Jedes fünfte Unternehmen (20 Prozent) möchte in den nächsten 2 Jahren die Personalarbeit im Social Web strategisch angehen. ?Obwohl eine Strategie unumgänglich ist, um die Kommunikation im Social Web zu steuern und zu beeinflussen, haben nur 10 Prozent eine solche konkrete Taktik aufgesetzt?, erklärt Kiefer mit Blick auf die Ergebnisse.

Viele Unternehmen haben laut ADP den Sprung ins Web 2.0 bei der Personalarbeit noch nicht geschafft. Anstatt interaktiv Netzwerke und Plattformen zu nutzen, findet die Personalarbeit größtenteils statisch statt. Denn: Knapp die Hälfte der Unternehmen (46 Prozent) zeigt sich mit den bestehenden Personalinhalten auf der normalen Unternehmensseite zufrieden. Jede fünfte Firma (20 Prozent) nutzt zwar die Unternehmenswebseite zur Personalarbeit ? ist jedoch unzufrieden. Und jedes vierte Unternehmen (26 Prozent) plant, gar keine HR-Inhalte auf der Webseite einzubinden.

Durchgeführt wurde die Umfrage Ende 2012 von Cisar im Auftrag von ADP bei 50 kleinen, mittleren und großen Unternehmen in Deutschland unter dem Thema ?Social-Media-Strategie im HR-Bereich?. Zielsetzung war, zu erheben, inwieweit Personalverantwortliche die Potenziale von sozialen Netzen sehen und nutzen. Befragt wurden HR-Leiter per Telefon.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
http://shortpr.com/8aisxr

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
http://www.themenportal.de/wirtschaft/social-media-strategie-von-unternehmen-planlos-im-web-29933

Pressekontakt

scrivo PublicRelations

Herr Kai Oppel
Elvirastraße , Rgb. 4
80636 München

kai.oppel@scrivo-pr.de

Firmenkontakt

scrivo PublicRelations

Herr Kai Oppel
Elvirastraße , Rgb. 4
80636 München

scrivo-pr.de
kai.oppel@scrivo-pr.de

ADP (www.de-adp.com) ist der weltweit führende Anbieter von Services und Lösungen rund um die Entgeltabrechnung, Personaladministration und das HR-Management. Automatic Data Processing, Inc. (Nasdaq: ADP) wurde 1949 in New Jersey, USA, gegründet und ist in über 50 Ländern vertreten. Seit über 60 Jahren realisiert ADP die Optimierung und Auslagerung von HR-Geschäftsprozessen (Business Process Outsourcing). ADP arbeitet weltweit für 570.000 Kunden aller Branchen und Größe. In Deutschland erfolgt bereits jede 5. Personalabrechnung mit Produkten und Services von ADP 51.000 Mitarbeiter erwirtschaften einen Umsatz von knapp 10 Mrd. US Dollar weltweit.