

„Sind Sie mein neuer Kollege?“ – Employee Advocacy im Recruiting

Der Beitrag greift das Thema Tendenzen im modernen Recruiting auf und untersucht aus sprachwissenschaftlicher Sicht die Rolle von Employee Advocacy beim Recruiting in sozialen Netzwerken. Employee Advocacy ist ein relativ neuer Begriff aus den USA, der kurz gefasst die Förderung einer Marke oder eines Unternehmens durch die eigenen MitarbeiterInnen bezeichnet (Lipka 2016). Der Paradigmenwechsel am Arbeitsmarkt, wobei nicht mehr die Bewerber überzeugen müssen, sondern die Unternehmen (Stumpf 2016: 19), stellt vor allem kleine und mittlere Unternehmen vor große Herausforderungen, qualifizierte Arbeitskräfte anzuziehen und zu binden. Im so genannten War for talent (Michaels et al. 2001) werden zunehmend Mitarbeiter als (Job)botschafter eingesetzt, um das Recruiting über soziale Netzwerke zu fördern. So posten, teilen oder liken Mitarbeiter Stellenanzeigen ihres Arbeitgebers auf ihren persönlichen Facebook- oder LinkedIn-Seiten, z.B. begleitet von der impliziten Aufforderung „Sind Sie mein neuer Kollege?“ und positiven Kommentaren über den Arbeitsplatz.

Im Beitrag wird einleitend auf Employee Advocacy in Theorie und Praxis eingegangen, wobei u.a. Definitionen, Ursprung, Instrumente und Studien zum Thema erläutert werden. Danach werden Ergebnisse einer empirischen Analyse von deutsch- und dänischsprachigen Stellenanzeigen aus Facebook, LinkedIn und Xing, in denen Mitarbeiter als Jobbotschafter auftreten, präsentiert. Der Schwerpunkt der Analyse liegt zum einen auf inhaltlichen Aspekten von Employee Advocacy im Recruiting (was über den Arbeitsplatz und die Tätigkeit gesagt wird) und zum anderen auf rhetorischen Aspekten desselben (welche verbalen und visuellen Elemente zur Bewertung und Beziehungsbildung verwendet werden). Abschließend wird auf Argumente für und gegen die Verwendung von Mitarbeitern als Jobbotschafter eingegangen.

Lipka, A. (2016): Was ist Employee Advocacy und warum reden alle darüber? <https://www.neoskop.de/blog/employee-advocacy>. Zugriffen: 3.3.2019.

Michaels, E./Handfield-Jones, H./Axelrod, B. (2001): The war for talent. Boston: Harvard Business Review Press.

Stumpf, Marcus (2016) Employer Branding – Arbeitgeberattraktivität erfolgreich umsetzen. In: Stumpf (Hrsg.): Die 10 wichtigsten Zukunftsthemen im Marketing, 19-41.

Terpening, E/ Li, C./Littleton, A. (2016): Social Media Employee Advocacy: Tapping into the power of an engaged workforce. Altimeter@Prophet.com. Zugriffen: 3.3.2019.