



Themenübersicht

Editorial

Rechtliches/Aktuelles

1. HK2 erfolgreich vor dem BAG: Zweifel über Verjährung von Equal-Pay-Ansprüchen ausgeräumt
 2. Ist „Überlassung mit Erlaubnis“ dasselbe wie „Überlassung ohne Erlaubnis“?: unzulässige Berufung auf (Vorrats-)Arbeitnehmerüberlassungserlaubnis des Verleihers – verdeckte Arbeitnehmerüberlassung
 3. Sachbezugswert für Essensmarken: auch Zeitarbeiter profitieren ab 2015 davon
 4. Urlaub – Ausschluss von Doppelansprüchen
 5. BAG bestätigt offenbar Abbau von Plusstunden bei fehlender Einsatzmöglichkeit
 6. Ingrid Piepers und Carmela Fischer führen BAP-Ausschuss Mittelstand
-

Umfrage

Drei Fragen an ...

Termine

Bücher des Monats

Impressum





Editorial

Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren, liebe Leser,

wir hoffen, das neue Jahr hat für Sie bestens begonnen – und wir starten nun wieder mit unserem Newsletter.

Während die Republik über Für und Wider des Mindestlohns diskutiert und Ministerin Nahles kräftig an selbigem herumkorrigiert, freuen wir uns über einen erfolgreichen HK2-Termin vor dem Bundesarbeitsgericht. Es ging um die Verjährung von Equal-Pay-Ansprüchen in CGZP-Fällen, wobei das BAG in unserem Verfahren trotz eines widersprechenden Urteils des BGH die dreijährige Regelverjährung der Equal-Pay-Ansprüche (CGZP) bestätigt und als Fristbeginn den Zeitpunkt der Tätigkeit und nicht den einer späteren Rechtsprechungsänderung angenommen hat. Mehr dazu in **Rechtliches/Aktuelles** – und dort natürlich viele weitere relevante Meldungen. Unter anderem berichten wir über eine Entscheidung des LAG Baden-Württemberg zum Thema Werkverträge, Arbeitnehmerüberlassung und Scheinwerkverträge sowie über eine spannende BAG-Entscheidung im Bereich Zeitarbeit.

Wir freuen uns sehr, dass wir für unsere **Drei Fragen an ... Ralph Dannhäuser** gewinnen konnten. Sein „**Praxishandbuch Social Media Recruiting**“ erscheint kaum zwölf Monate nach der 1. Auflage in 2. Auflage und ist weiterhin ein großer Verkaufserfolg. Wir sprachen mit ihm u. a. über die Chancen und die neuen Wege in der Personalgewinnung sowie über die überarbeiteten Inhalte in seinem Fachbuch.

Weiter finden Sie diesmal im Newsletter eine **Umfrage** von **Professor Steffen Hillebrecht** von der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt. Gerade Dienstleistungsunternehmen sind auf Fortbildungsarbeit und Personalentwicklung angewiesen, wenn sie ihre Wettbewerbsposition behaupten wollen. Doch wie sieht es gerade in der Branche mit Fortbildung und Personalentwicklung aus? Das soll in dieser wissenschaftlichen Umfrage erhoben werden. Länger als fünf Minuten brauchen Sie nicht dafür – und natürlich berichten wir über die Ergebnisse dieser Studie und jeder Teilnehmer erhält einen ausführlichen Auswertungsbericht.

Und wie immer informieren wir Sie über anstehende **Termine** und geben Buchtipps in der Rubrik **Bücher des Monats**.



Wir wünschen Ihnen anregende Lektüre!
Ihr

Jörg Hennig





„Drei Fragen an...“



Ralph Dannhäuser ist einer der führenden Experten für wirksames Social Recruiting & Social Marketing in der Region DACH. Im Januar 2015 veröffentlichte er zusammen mit einem hochkarätigen Autorenteam bereits die zweite Auflage des „**Praxishandbuchs Social Media Recruiting**“ bei SpringerGabler. Mit ihm sprechen wir über die Chancen und die neuen Wege in der Personalgewinnung sowie über die überarbeiteten Inhalte in seinem Fachbuch.

Frage: Alle reden zwar über Social Media Recruiting – doch nutzen es die Unternehmen wirklich als „Wunderwaffe“ im Kampf gegen den Fachkräftemangel? Sie sind der Fachmann in dem Bereich: Wo gibt es noch deutlichen Nachholbedarf im Bereich Know-how und was läuft ganz gut?

Ralph Dannhäuser: In den letzten zwei Jahren beobachte ich, dass sich immer mehr Firmen mit dem aktiven und passiven Social Media Recruiting beschäftigen. Eine passive Maßnahme ist es beispielsweise, die Onlinepräsenzen in sozialen Netzwerken wie XING, LinkedIn, kununu, Facebook & Co. auf Vordermann zu bringen; dazu zählt nicht nur die Professionalisierung der Unternehmensprofile, sondern auch die der einzelnen Mitarbeiter (Stichwort „der Mitarbeiter als glaubwürdiger Markenbotschafter in Social Media“). Aktive Maßnahmen sind hingegen zum Beispiel, Netzwerke und Kandidatenpipelines aufzubauen oder eine aktive Kandidatenansprache in den einschlägigen Businessnetzwerken durchzuführen.

Die Situation mit dem oft „vermeintlichen Fachkräftemangel“ wird sich noch mehr zuspitzen und es müssen immer höhere Aufwände seitens der Unternehmen betrieben werden, um an passendes Personal zu kommen. Die Firmen werden lernen müssen, zunächst ihre Hausaufgaben zu machen. Sie müssen verstehen, dass sich die Machtverhältnisse zwischen dem Unternehmen und den Kandidaten oftmals verschoben haben.





Nächstes Stichwort: Wertschätzender Umgang mit dem Kandidaten an jedem Kontaktpunkt von A – Z (schnelle Reaktion auf eingehende Bewerbungen, Dialog auf Augenhöhe statt Monolog, Verhörtaktiken, langwierige Prozesse, keine Absagen u. v. a. m.).

Die Personalgewinnung wird in Zukunft noch mehr über Beziehungsmanagement (z. B. TRM), Kooperationen und Empfehlungen laufen, als das bisher schon der Fall war. Das Gute an der Situation: Social Media kann hier die Türen „technisch“ öffnen, da die Menschen heutzutage viel von sich preisgeben und Spuren im Netz hinterlassen. Am Ende steht allerdings immer der Erfolgsfaktor Mensch im Mittelpunkt, wenn es um das finale Recruiting und das spätere Onboarding geht.

Frage: *Mal angenommen, Sie dürften einem Personaldienstleistungsunternehmen genau drei Tipps geben für Social Media Recruiting – welche drei Insidertipps wären das?*

Ralph Dannhäuser:

1. Sofort aufhören in Social-Media-Kanälen nach dem „Gießkannenprinzip“ zu arbeiten und die eigenen Recruiterinnen und Recruiter „auf unqualifizierte Massenansprache“ zu trimmen, statt zielgerichtet und effizient nach passenden Profilen und Kandidaten zu suchen und zu finden. Die Firma schadet nämlich nicht nur sich, sondern der gesamten Branche, da interessante Kandidaten ihre Profile „abschotten“ oder ganz von der Plattform verschwinden.
2. Den Mitarbeitern zu zeigen, wie man nachhaltige Social-Media-Netzwerke aufbaut und langfristig davon profitieren kann. Dies funktioniert natürlich nur, wenn die Mitarbeiter länger als ein paar Monate im Unternehmen sind.
3. Mein dritter Tipp ist, geeignete Mitarbeiter zu „Social-Recruiting-Profis“ zu entwickeln! Diese beherrschen die Prozesse, Methoden und notwendigen Tools. Wie z. B.
 - Pflege eines erfolgreichen Recruiter/Personal Brandings
 - aktive Talentakquisition
 - effizientes Recruiting-SEO
 - Social Job-Postings

Die aktive und zielgerichtete Kontaktaufnahme zu passiven Kandidaten sind für einen Social-Recruiting-Profi Tagesgeschäft. Der Recruiter hat angefangen, systematisch fachlich zu netzwerken, er pflegt sein eigenes Empfehler-Netzwerk und ist im ständigen Erfahrungsaustausch mit anderen HR-Spezialisten.



Frage: Ihr „Praxishandbuch Social Media Recruiting“ ist ein Bestseller und wird nun – nur zwölf Monate nach Erscheinen – schon in 2. Auflage auf den Markt gebracht. Was ist in der 2. Auflage neu und was dürfen Leser/Personalfachleute im Bereich „Praxishandbuch“ erwarten?

Ralph Dannhäuser: Zunächst ist zu erwähnen, dass das Buch physisch mit 150 zusätzlichen Seiten an Substanz zugenommen hat und nun mit 545 Seiten stolze zwei Pfund auf die Waage bringt.

Neu aufgenommen wurde u. a. das Kapitel „Steigerung des Wirkungsgrades von Social Recruiting in der Praxis“. Innerhalb der letzten zwei Jahre war deutlich zu beobachten, dass viele Unternehmen auf den „Zug“ der neuen, guten „Recruiting-Tools“ von Social-Media-Plattformbetreibern aufspringen. Allerdings bedeutet das Kaufen dieser „Recruiting-Tools“ nicht automatisch, dass diese auch erfolgreich angewendet werden können, wie wir in der Praxis festgestellt haben. Es gibt interessanterweise eine große Bandbreite an Wissen und Können aufseiten der Nutzer. Die Schere geht enorm auseinander. Flankierend dazu zeigen neue Beispiele im Kapitel „Fortgeschrittenes Recruiting“ die unterschiedlichen Möglichkeiten bei der Stichwortsuche, der Booleschen- und Semantischen Suche nach Kandidaten, bei denen bis zu 20-mal mehr Ergebnisse in derselben Grundgesamtheit erreicht werden können.

Neu sind auch die Interviews zu den Themen „Recruiting in Kooperation“, „Talent Relationship Management“, „Ansätze im Mobile Recruiting“, „Fach- und Führungskräftegewinnung aus dem Ausland“ oder „Referral-Programme“ (Mitarbeiter-Empfehlungsprogramme) in dem Kapitel „Trends im Recruiting“. Alle Beiträge wurden auf eventuelle Neuerungen angepasst sowie auf den neuesten Stand gebracht, insbesondere die umfangreichen Kapitel wie „XING“, „LinkedIn“, „Facebook“, „Karriereblogs“ und „Online-Jobbörsen“. Das von vielen Lesern gewünschte Stichwortverzeichnis wurde in der 2. Auflage ebenfalls integriert.

Ein kurzes [Video](#) zum Buch gibt es über diesen [Link](#) zu sehen.





Impressum

Herausgeber

RA Jörg Hennig
Hausvogteiplatz 11A
10117 Berlin

Telefon: +49 (0)30 27 89 00 - 20

Telefax: +49 (0)30 27 89 00 - 10

E-Mail: hennig@hk2.eu

Urheberrechte

Alle Texte dieses Newsletters sind urheberrechtlich geschützt. Sofern nicht ausdrücklich anders angegeben, liegen sämtliche Rechte bei RA Jörg Hennig. Das Copyright für das Layout des Newsletters liegt bei Patrik Kruska.

Redaktion und Satz

Die Redaktion dieses Newsletters lag bei Ulrike Bauer (Literaturtest), den Satz übernahm Ulrike Künnecke (43p).

Haftung

Der Inhalt dieser Seiten wurde mit größter Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Die hierin enthaltenen Informationen und Nachrichten dienen ausschließlich Ihrer Information und **ersetzen** – auch in bestehenden Mandatsverhältnissen – **nicht die Rechtsberatung im Einzelfall**. Deshalb kann **keine Haftung für die Vollständigkeit oder Richtigkeit der in den Texten enthaltenen Angaben übernommen werden**.

