

## Warum soziale Netzwerke für den Arbeitsmarkt bedeutend sind. Ein Beitrag aus der Perspektive der Arbeitsmarktökonomik.

Hendrik Sonnabend

**In diesem Beitrag wird dargelegt, inwieweit Soziale Netzwerke dabei helfen können, die erwartete Dauer der in (Such-) Arbeitslosigkeit verbrachten Zeit zu verringern. Dies geschieht über eine Erhöhung des Eingangs informeller Stellenangebote, geringere Suchkosten und die Reduzierung des Problems der adversen Selektion.**

### Ein wichtiges Konzept in der Arbeitsmarktökonomik: die Suchtheorie

Ein wichtiger Referenzpunkt der Wirtschaftswissenschaften ist das Modell des *vollkommenen Marktes*, welches auf den Annahmen der vollständigen Konkurrenz, der vollständigen Informationen und der Abwesenheit von Transaktionskosten beruht. Bezogen auf den Arbeitsmarkt bedeutet dies, dass Angebot und Nachfrage für einen bestimmten Lohnsatz, den sogenannten *Gleichgewichtslohn*, übereinstimmen und der Markt geräumt ist. Somit tritt (unfreiwillige) Arbeitslosigkeit nur auf, wenn der Gleichgewichtslohn etwa durch staatliche Regulierungsmaßnahmen beeinträchtigt wird.

Das Paradigma vollständiger Märkte wurde in den späten 1960er-Jahren in Frage gestellt und durch eine realitätsnähere Konzeption abgelöst: die *Suchtheorie*.<sup>1</sup> Diese unterstellt, dass Märkte durch Friktionen, wie unvollkommene Informationen, geprägt sind und sich Marktteilnehmer<sup>2</sup> (womöglich unter Aufwendung von Kosten) erst finden müssen.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Ein guter Überblick über die Entwicklung der Suchtheorie findet sich in Mortensen (2011).

<sup>2</sup> Im Folgenden werden derartige Subjektive geschlechtsneutral verwendet.

<sup>3</sup> Ein Beleg für die fortwährende Relevanz der Suchtheorie war die Verleihung des „Wirtschaftsnobelpreises“ an Diamond, Mortensen und Pissarides im Jahr 2010.

Für den Arbeitsmarkt bedeutet dies, dass sich Arbeit suchende Individuen und Arbeitgeber mit freien Stellen erst in einem Suchprozess (etwa durch Bewerbungen und Stellenausschreibungen) finden müssen und infolgedessen *friktionelle Arbeitslosigkeit* (auch Sucharbeitslosigkeit genannt) entstehen kann.

Ohne nun näher auf das formale Grundmodell der Arbeitssuche einzugehen<sup>4</sup> können wir für die weiteren Überlegungen unterstellen, dass aus Sicht eines Arbeit suchenden Individuums der Verbleib in der Arbeitslosigkeit eine fallende Funktion der Menge an eingehenden Offerten ist. Oder anders ausgedrückt: Die Wahrscheinlichkeit für das Eintreffen eines für das arbeitssuchende Individuum akzeptablen Stellenangebots steigt mit der Angebotsdichte. Derselbe Mechanismus gilt gleichermaßen für die Nachfrageseite, d. h. für einen Arbeitgeber, der eine offene Stelle besetzen möchte. Welche Rolle können nun *soziale Netzwerke* dabei spielen?

### Arbeitssuche und soziale Netzwerke

Stellenangebote können grundsätzlich aus zweierlei Kanälen stammen: aus der *formellen* und der *informellen Suche*. Während die formelle Suche beispielsweise Zeitungsanzeigen, Leistungen der institutionellen Arbeitsvermittlung oder Internetbörsen umfasst, nutzt die informelle Suche persönliche Kontakte, die auch als „soziales Netzwerk“ bezeichnet werden.

Alleine durch die Erhöhung des Angebotseingangs und der damit einhergehenden steigenden Wahrscheinlichkeit des Eintreffens eines akzeptablen Stellenangebots verringert sich also infolge der Nutzung sozialer Netzwerke die erwartete Verweildauer eines Individuums im Zustand der Arbeitssuche. Analog lässt sich erneut für die erwartete Dauer einer Vakanz argumentieren.

Doch die informelle Suche erleichtert die Suche noch aus einem weiteren Grund: Sie ist für beide Marktseiten mit geringeren Kosten verbunden als die formelle Suche. Beispielsweise sparen sich Arbeitgeber und Bewerber mögli-

---

<sup>4</sup> Der interessierten Leserschaft sei Cahuc und Zylberberg (2004, Kapitel 3) empfohlen. Eine didaktisch aufbereitete Präsentation findet sich auch in Sonnabend (2013).

cherweise teure und zeitintensive Bewerbungsverfahren (vgl. u.a. Weber/Mah-ringer 2008; Klinger/Rebien 2009).

### **Soziale Netzwerke und das Problem der adversen Selektion**

Eine nähere Betrachtung der Kosten des Findungsprozesses von Arbeitsange-bot und -nachfrage offenbart noch einen weiteren Vorteil sozialer Netzwer-ke. Unterscheiden sich Individuen nämlich in ihrer Produktivität und ist dieser Unterschied für potentielle Arbeitgeber nicht beobachtbar, besteht für diese die Gefahr, dass sich ungeeignete Personen bewerben, in der Hoffnung, dass ihre vergleichsweise geringe Produktivität nicht aufgedeckt wird. Dies wird als das Problem der *adversen Selektion* bezeichnet.

Arbeitgeber können den mit Fehleinschätzungen verbundenen Produktivi-tätsverlusten entweder durch kostenintensive Mittel zur Informationsgewin-nung (z. B. in Form eines Assessment Centers) begegnen oder aber kosten-günstig auf soziale Netzwerke (z. B. persönliche Kontakte von Mitarbeitern) zurückgreifen, was ebenfalls zu einer Verringerung der Informationsasym-metrie führt (vgl. u.a. Klinger/Rebien 2009; Oyer/Schaefer 2011).

Auf der anderen Seite profitieren gut vernetzte Individuen von einem leichteren Zugang zu offenen Stellen und, wie u. a. von Montgomery (1991) theoretisch und Mortensen und Vishwanath (1994) empirisch gezeigt wurde, von höheren Löhnen, was sich intuitiv ebenfalls mit der geringen Unsicher-heit hinsichtlich der Eignung begründen lässt.

### **Empirische Relevanz**

Die Bedeutung sozialer Netzwerke für den Arbeitsmarkt findet sich, angefan-gen mit den grundlegenden Beiträgen von Rees (1966) und Granovetter (1973, 1974), in zahlreichen empirischen Studien.

Generell ist davon auszugehen, dass ungefähr 30 Prozent aller Neueinstel-lungen in Deutschland aufgrund sozialer Netzwerke zustande kommen (vgl. Klinger/Rebien 2009; Franzen/Hangartner 2006). Dieser Anteil ist in nordeu-ro-päischen Ländern geringer, in den süd- und osteuropäischen Ländern und

anderen Staaten jedoch deutlich höher, in den USA liegt er beispielsweise bei rund 50 Prozent (vgl. Franzen/Hangartner 2006).

Als interessanten Nebenaspekt, der die Bedeutung persönlicher Kontakte in der Arbeitswelt unterstreicht, zeigen Topa et al. (2009), dass sich die Wahrscheinlichkeit, dass zwei Individuen den gleichen Arbeitgeber haben, um 33 Prozent erhöht ist, wenn sie in unmittelbarer Nähe zueinander woh-nen.

### **Wirtschaftspolitische Implikationen**

Die vorangegangenen Überlegungen haben die Bedeutung sozialer Netzwer-ke für Suchbemühungen beider Seiten des Arbeitsmarktes betont. Dabei spielten höhere Zugangsraten, geringere Suchkosten und Informationsvorteile eine Rolle. Es fand jedoch bei der Ausarbeitung dieser Erkenntnisse keine Differenzierung zwischen erwerbslosen Personen und *on the job*, also aus einer Anstellung heraus suchenden Individuen statt.

Im Fokus der Arbeitsmarktpolitik stehen aber insbesondere Individuen ohne Erwerbsarbeit, da die Arbeitslosigkeit mit hohen gesamtwirtschaftli-chen und individuellen Kosten verbunden ist. Doch gerade dieser Personen-kreis scheint schwächer von sozialen Netzwerken zu profitieren als bereits beschäftigte Individuen, wie Klinger und Rebien (2009) belegen: So beträgt der Anteil der zuvor erwerbslosen Personen bei den Neuanstellungen über persönliche Kontakte lediglich 35 Prozent. Die Autoren begründen ihr Ergeb-nis u.a. mit der Studie von Calvo-Armengol und Jackson (2004), nach der Indi-viduen mit zunehmender Dauer der Arbeitslosigkeit über immer weniger Kontakte zu erwerbstätigen Personen verfügen, sodass der Wechsel in ein Arbeitsverhältnis über soziale Netzwerke weniger wahrscheinlich als der Ar-beitgeberwechsel bei *on the job* suchenden Individuen ist.

In der Konsequenz sind Individuen ohne Erwerbsarbeit daher vermehrt auf die formelle Suche angewiesen, wobei die daraus resultierenden Beschäf-tigungsverhältnisse aus den bereits genannten Gründen von einer geringeren

Entlohnung und einer geringeren Arbeitsplatzsicherheit geprägt sind.<sup>5</sup> Vor diesem Hintergrund liegt der Schluss nahe, dass es im Sinne einer *aktiven Arbeitsmarktpolitik* durchaus gewinnbringend wäre, die sozialen Netzwerke gerade der erwerbslosen Personen zu stärken.

### **Bedeutung sozialer Netzwerke im digitalen Zeitalter**

Die Forschungsbemühungen innerhalb der Arbeitsmarktökonomik fokussierten in den letzten Jahrzehnten vornehmlich auf klassische soziale Netzwerke, die insbesondere das direkte soziale Umfeld von Arbeitssuchenden umfassen. Im digitalen Zeitalter treten nun mit Sozialen Netzwerken wie Facebook und karriereorientierten Konkurrenten wie Xing oder LinkedIn neuartige Formen der Vernetzung hinzu.

Über die Qualität und Quantität von mittels Sozialen Netzwerken entstandenen Arbeitsverhältnissen lässt sich aufgrund eines derzeit unzureichenden Forschungsstands nur spekulieren. Im Rahmen des zuvor skizzierten Suchmodells wäre allerdings ein positiver Effekt auf die Angebotsraten gerade im Sektor der hochqualifizierten Arbeit zu erwarten.

Im wissenschaftlichen Diskurs befindet sich jedoch die Frage, ob der Gebrauch von Sozialen Netzwerken bei der Personalauswahl aus Arbeitgebersicht von Vorteil ist. Diese liefern zwar kostengünstig ein umfangreiches Bild potentieller Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen (vgl. Slovensky/Ross 2012), ob dieses jedoch verlässlich ist, darf durchaus bezweifelt werden.

So argumentieren Brown und Vaughn (2011), dass sich nach Back et al. (2010) zwar durchaus authentische Persönlichkeitsmerkmale in den Benutzerprofilen der Sozialen Netzwerke finden lassen, es aber dennoch eine Tendenz geben kann, dass Nutzer diese schönen, um bestimmte gesellschaftliche Erwartungen zu erfüllen. Auch kann der aus Sozialen Netzwerken gewonnene Datenvektor stark variieren, was eine standardisierte professionelle Nutzung nahezu unmöglich macht. Schließlich besteht bei der Sammlung nicht stellen-

---

<sup>5</sup> Weber und Mahringer (2008) benennen konkrete Studien, die dies empirisch belegen.

relevanter und das Privatleben betreffenden Informationen die Gefahr, dass diese losgelöst vom jeweiligen Kontext stark verzerrend wirken können.

Insgesamt ist der Nutzen von Sozialen Netzwerken zur Überwindung des o.g. Problems der adversen Selektion somit im Vergleich mit den klassischen Wegen informeller Suche als eher gering einzuschätzen.

### **Literatur**

- Back, Mitja D./Stopfer, Juliane M./Vazire, Simine/Gaddis, Sam/Schmukle, Stefan C./Egloff, Boris/Gosling, Samuel D. (2010): Facebook profiles reflect actual personality, not self-idealization. *Psychological Science*, 21(3), pp. 372-374.
- Bayer, Patrick/Ross, Stephen L./Topa Giorgio (2009): Place of Work and Place of Residence: Informal Hiring Networks and Labor Market. In: *Journal of Political Economy*, 116, pp. 1150–1196.
- Brown, Victoria R./Vaughn, E. Daly (2011): The writing on the (Facebook) wall: The use of social networking sites in hiring decisions. In: *Journal of Business and Psychology* 26.2 (2011), pp. 219-225.
- Cahuc, Pierre/Zylberberg, Andre (2004): *Labor economics*. MIT Press.
- Caliendo, Marco/Ricarda Schmidl/Uhlendorff, Arne (2011): Social networks, job search methods and reservation wages: evidence for Germany. In: *International Journal of Manpower*, 32(7), pp. 796–824.
- Calvo-Armengol, Antoni/Jackson, Matthew O. (2004): The effects of social networks on employment and inequality, In: *American Economic Review* 94, 3, pp. 426–454.
- Franzen, Axel/Hangartner, Dominik (2006): Social networks and labour market outcomes: The non-monetary benefits of social capital. In: *European Sociological Review*, 22(4), pp. 353–368.
- Granovetter, Mark S. (1973): The Strength of Weak Ties. In: *American Journal of Sociology*, 78, pp. 1360–1380.
- Granovetter, Mark S. (1974): *Getting a Job: A Study of Contacts and Careers*. University of Chicago Press.
- Klinger, Sabine/Rebien, Martina (2009): Betriebsbefragung: Soziale Netzwerke helfen bei der Personalsuche. In: *IAB-Kurzbericht 24/2009*.
- Montgomery, James D. (1991): Social networks and labor-market outcomes: Toward an economic analysis. In: *American Economic Review*, 81(5), pp. 1408–1418.

- Mortensen, Dale T. (2011): Markets with Search Friction and the DMP Model. In: American Economic Review, 101(4), pp. 1073–91.
- Mortensen, Dale T./Vishwanath, Tara (1994): Personal contacts and earnings: It is who you know! In: Labour Economics, 1(2), pp. 187–201.
- Oyer, Paul/Schaefer, Scott (2011): Personnel economics: hiring and incentives. In: Handbook of Labor Economics 4 (2011), pp. 1769-1823.
- Rees, Albert (1966): Information networks in labor markets. In: American Economic Review, 56, pp. 559–566.
- Slovensky, Ross/Ross, William H. (2012): Should human resource managers use social media to screen job applicants? Managerial and legal issues in the USA. In: info 14.1 (2012), pp. 55-69.
- Sonnabend, Hendrik (2013): Simultane Suche auf dem Wohn- und Arbeitsmarkt. Dissertation. URL: [http://deposit.fernuni-hagen.de/2916/1/Diss\\_Sonnabend.pdf](http://deposit.fernuni-hagen.de/2916/1/Diss_Sonnabend.pdf) (Download: 02.07.2013)
- Weber, Andrea/Mahringer, Helmut (2008): Choice and success of job search methods. In: Empirical Economics, 35(1), pp. 153–178.



*Dr. Hendrik Sonnabend ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Volkswirtschaftslehre, insbesondere Wirtschaftspolitik der FernUniversität in Hagen. Zu seinen Forschungsschwerpunkten gehören die Bereiche „Arbeitsmarktökonomik“ und „Sportökonomie“.*

*Kontaktadresse: [Hendrik.Sonnabend@FernUni-Hagen.de](mailto:Hendrik.Sonnabend@FernUni-Hagen.de)*

Geben Sie bei der Zitation dieses Beitrags bitte folgende Quelle an:

Sonnabend, Hendrik (2013): Warum soziale Netzwerke für den Arbeitsmarkt bedeutend sind. Ein Beitrag aus der Perspektive der Arbeitsmarktökonomik. In: Junge, Thorsten (Hrsg.): Soziale Netzwerke im Diskurs. URL: <http://ifbm.fernuni-hagen.de/lehrgebiete/bildmed/medien-im-diskurs>



Inhalt steht unter einer *Creative Commons Namensnennung-NichtKommerziell-KeineBearbeitung 3.0 Unported-Lizenz*.

URL: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.de>