

# HR Top Voices 2023

powered by *Personio*



# Einleitung

Entdecken Sie die einflussreichsten Köpfe der HR-Branche: HR Top Voices, renommierte Persönlichkeiten im Personalbereich, teilen ihre Erkenntnisse, Meinungen und wertvollen Tipps online – und inspirieren Personalverantwortliche für ihre HR-Arbeit. Aber wem lohnt es sich, wirklich zu folgen? Mit unserem HR Top Voices Ranking wollten wir genau das herausfinden.

Das Besondere: Nicht nur die Reichweite und Followerzahl wird berücksichtigt, sondern auch das Community Management. Hierbei wird die Frequenz der Reaktionen auf Kommentare aus der Community betrachtet. Neben quantitativen Aspekten nehmen auch qualitative Kriterien einen bedeutenden Platz im Ranking ein. Die veröffentlichten Beiträge der HR-Akteure wurden sorgfältig überprüft und bewertet, um sicherzustellen, dass sie einen Mehrwert im Bereich Human Resources bieten.



# Inhalt

- 01 Auswahlverfahren und Kriterien**
- 02 Bewertungskriterien und Top Voices: LinkedIn**
- 03 Bewertungskriterien und Top Voices: TikTok**
- 04 Bewertungskriterien und Top Voices: YouTube**
- 05 Bewertungskriterien und Top Voices: Podcasts**
- 06 Bewertungskriterien und Top Voices: Blogs**
- 07 Sonderauszeichnungen**



# Auswahlverfahren & Kriterien



01.

**Influencer-  
Recherche**

02.

**Selektion der  
Influencer:innen  
nach Ausschluss-  
kriterien**

03.

**Redaktionelle  
Bewertung**

04.

**Auszeichnung  
der Top Voices in  
den Kategorien  
Platin, Gold, Silber  
und Bronze**

# Influencer-Recherche

In unserem Nominierungsverfahren rief unsere Redaktion die gesamte HR-Community zunächst zur Einreichung von Vorschlägen auf. In diesem Zuge haben wir auch eine eigene Landingpage auf der Personio-Website eingerichtet.

Zusätzlich hat unsere Redaktion Kanäle LinkedIn, TikTok, YouTube und Blogs sowie Podcasts durchforstet, um passende Influencer:innen für unsere Top Voices zu finden. Insgesamt haben wir 200 potenzielle Influencer:innen in unser internes Ranking aufgenommen und anschließend auf unsere Ausschlusskriterien geprüft.



personio.de/influencer-ranking/

5 Millionen Euro für Ihre HR-Digitalisierung - Jetzt mehr erfahren

Sales kontaktieren

DE

Personio Funktionen Lösungen Preise Über uns HR Wissen

## HR-Influencer Ranking by Personio

# Wer ist Ihr top HR-Influencer 2023?

Ob auf Blogs, Social Media oder in Podcasts: HR-Influencer versorgen uns regelmäßig mit den heißesten Trends, kontroversen Ansichten und viel Inspiration.

Wir suchen die Besten unter ihnen und haben über 400 Empfehlungen von Ihnen erhalten. Wow, vielen lieben Dank! Jetzt heißt es für uns: Evaluieren. Im November 2023 stellen wir Ihnen unsere Ergebnisse vor. Weitere Infos folgen!

In der Zwischenzeit laden wir Sie ein, durch unseren HR-Newsletter über alle wichtigen Personalthemen auf dem Laufenden zu bleiben.

[Zum Newsletter anmelden](#)

Personio vo  
Hallo! 🌟 Sc  
kann ich Ihn

# Teilnahme-Bedingungen & Ausschlusskriterien

Für das Ranking haben wir nur Einzelpersonen berücksichtigt – das bedeutet, Unternehmen wie etwa Personalberatungen wurden vorab ausgeschlossen. Die gesuchten Influencer:innen sollten zudem im DACH-Raum agieren und ihren Content auf den Sprachen Deutsch oder Englisch publizieren.

## **Fokus auf Human Resources**

Die Influencer:innen sollten sich hauptsächlich (mindestens 25%) mit dem Thema Human Resources befassen, wenn sie Inhalte auf ihren Plattformen teilen. Wenn dieses Thema jedoch im Vergleich zu anderen Themen einen kleinen Teil ihrer Inhalte ausmacht oder der Hauptfokus beispielsweise eher auf gesellschaftlichen Themen liegt, konnten wir die Person leider nicht weiter berücksichtigen.

## **Fokus auf B2B im HR-Bereich**

Bei der Selektion der passenden Influencer:innen ist uns besonders wichtig gewesen, dass sich die thematische Content-Gestaltung in ihrer Ansprache auf Arbeitnehmende im Personalmanagement fokussiert und die Influencer:innen diese Zielgruppe auch gezielt mit ihrem Content ansprechen wollen. Eine Ausnahme stellen hier TikTok und YouTube dar, wo auch eine breitere Masse angesprochen wird.

## **Kein unternehmensspezifischer Content**

Influencer:innen, die ihren Fokus zu sehr auf unternehmensspezifischen Content (über 50%) setzen, haben wir in unserem Ranking ebenfalls nicht berücksichtigt.

# Redaktionelle Bewertung

## **Zeitraumen und bewertete Kanäle**

In die Bewertung flossen sämtliche Aktivitäten und Leistungen der Influencer:innen im ersten Halbjahr 2023 ein – vom 1. Januar 2023 bis zum 30. Juni 2023. Dabei beschränkte sich die Performance nicht nur auf einen bestimmten Kanal, sondern auf die Aktivitäten der Plattformen, auf denen sie aktiv sind. Influencer:innen, die ihre Präsenz auf verschiedenen Kanälen ausweiten, konnten mehrfach überzeugen und wurden dementsprechend in mehreren Bereichen als Top Voice ausgewählt. Die ausgewählten Influencer:innen wurden im Anschluss kanalspezifisch bewertet und mit einem Score von 1-5 gerankt, wobei 1 den niedrigsten Punktwert und 5 den höchsten zu erreichenden Wert darstellt. Die Punkte wurden jeweils auf zwei Kommastellen gerundet.

## **Unsere Bewertungskriterien: Sowohl quantitativ als auch qualitativ**

Unsere Bewertungskriterien wurden zielgerichtet auf die unterschiedlichen Kanäle angepasst. Es gab eine grundlegende Unterscheidung in quantitative Kriterien, also die absolute oder durchschnittliche Anzahl von Followern, Beiträgen, Likes oder Kommentaren und qualitative Kriterien, etwa der individuelle Charakter, die Nahbarkeit, der Mehrwert für die HR-Branche oder die Aufbereitung der Posts.

Die Einzigartigkeit unseres Rankings besteht darin, dass wir nicht nur die Hard Facts und Zahlen betrachten, sondern auch die nicht zu

unterschätzenden qualitativen Kriterien. Denn wir sind davon überzeugt, dass sich unsere Top Voices unter den HR-Influencer:innen vor allem durch einen einzigartigen Charakter, relevante Themen, tiefgreifendes Fachwissen und das Teilen persönlicher Erfahrungen von den anderen abheben.

## **Doppelwertungen**

Es wurde auch eine doppelte Bewertung für spezielle Faktoren erzielt, wie zum Beispiel für ein besonders engagiertes und reaktions-schnelles Community Management. Wir bewerten dies als wichtige Kennzahl, um die Bindung der Influencer:innen zu ihrer Community beurteilen zu können. Auch der Mehrwert der Inhalte für die gesamte HR-Branche wurde im Rankingprozess beleuchtet und zweifach gewichtet. Das bedeutet, wir haben die Qualität der Inhalte, die Relevanz der Themen, das angewandte Fachwissen, bisherige Erfahrungen und Innovationen der Influencer:innen berücksichtigt und analysiert.

## **Nuancierungen bei gleichem Gesamtranking**

Wenn Influencer:innen im Gesamtranking die gleichen Noten erzielten, haben wir die kanalspezifischen Bewertungskriterien nach ihrer Bedeutung sortiert. Anschließend haben wir die Influencer:innen nacheinander verglichen, um genaue Platzierungen zu bestimmen. Dadurch entstanden feine Unterschiede in den Ergebnissen.

# Auszeichnungen

Die Abstufungen unserer Top-Listen sind in der folgenden Tabelle dargestellt. „Platin“ repräsentiert die höchste Auszeichnung, die ausschließlich an unsere Top 5 Influencer:innen vergeben wurde. Influencer:innen mit einem Score von 3,5 oder höher wurden der „Gold“-Kategorie zugeordnet, während diejenigen mit einem Score von 3,0 oder höher die „Silber“-Auszeichnung erhielten. Influencer:innen mit einem Score unter 3,0 wurden in die „Bronze“-Kategorie eingestuft. Wichtig: Bei YouTube haben wir nur Gold-, Silber- sowie Bronze-Auszeichnungen verliehen und kein „Platin“.





# Sonderauszeichnungen

Im Verlauf unseres Rankings haben sich noch weitere wichtige Bereiche gezeigt, die nicht vollständig mit den von uns angewendeten Bewertungskriterien abgedeckt werden konnten. Um die inhaltlichen Besonderheiten und Stärken der HR Top Voices zu wertschätzen, haben wir zusätzlich vier Sonderauszeichnungen vergeben:

## Channel-Master

„Channel Master“ sind Content Creator, die sich durch das inhaltlich starke Bespielen von mindestens drei unterschiedlichen sozialen Kanälen auszeichnen. Der Content überzeugt durch seine Vielfalt und die zielgruppenspezifische Ausrichtung auf den jeweiligen sozialen Kanälen, ohne dabei Authentizität und persönliche Nähe zu verlieren.

## Thought Leader

„Thought Leader“ sind die HR-Voices, die als wegweisende Meinungsführer in spezifischen HR-Bereichen gelten. Diese Kategorie zeichnet die nachweisbare Expertise und Führung der Influencer:innen in den wichtigen HR-Themenbereichen New Work, Vielfalt und Chancengleichheit, HR-Tech, Next Generation und Work-Life-Balance aus.



## Entertainment

Die Auszeichnung „Entertainment“ wird an Influencer:innen vergeben, deren Content nicht nur informativ, sondern auch besonders unterhaltsam ist. Diese Kategorie wurde hinzugefügt, um die Bedeutung von Kreativität, Humor und ansprechender Präsentation zu betonen, da solche Elemente die Zuschauerbindung stärken und HR-Botschaften auf amüsante Weise vermitteln können.

## Content Master

Der Titel „Content Master“ wurde an HR-Verantwortliche verliehen, die sich durch besonders abwechslungsreiche Postings auszeichnen. Diese Kategorie wurde eingeführt, um die Bedeutung von Vielfalt und Kreativität in der Content-Präsentation zu betonen. Sie beschreibt die Fähigkeit von Influencer:innen, verschiedene Formate und Ansätze zu nutzen, um ihre HR-Botschaften ansprechend und facettenreich zu vermitteln.

# LinkedIn

LinkedIn ist das weltweit größte berufliche Netzwerk im Internet. Hier finden Personen passende Jobs, knüpfen berufliche Beziehungen und stärken Kenntnisse für ihren professionellen Erfolg in verschiedenen Branchen. Aufgrund seines unmittelbaren und organischen Bezugs zu Arbeits- und Personalangelegenheiten bleibt LinkedIn die bevorzugte Social-Media-Plattform für HR-Verantwortliche. Das spiegelt sich auch in der Anzahl der von uns angefertigten Bewertungen wieder: Insgesamt haben wir 121 Influencer:innen auf LinkedIn bewertet.



# Bewertungskriterien für LinkedIn

*Quantitativ*

## **Follower:innen**

Die Follower-Anzahl auf LinkedIn ist eine quantitative Messgröße für die Reichweite von Influencer:innen in der Community. Ein umfangreicher Follower-Stamm steigert die Wahrscheinlichkeit, dass die Botschaft eine vielfältige Zielgruppe erreicht und bedeutenden Einfluss ausübt.

## **Regelmäßigkeit der Beiträge**

Die Häufigkeit der Beiträge zeigt das Engagement und die Aktivitäten der Influencer:innen auf LinkedIn. Die konstante Präsenz beweist nicht nur Fachkenntnisse, sondern ist wichtig, um eine Community aufzubauen und aufrecht zu erhalten.

## **Interaktion**

- Likes (∅): Die durchschnittliche Anzahl der Likes spiegelt das Interesse und die Zustimmung der Community wider. Ein höherer Durchschnittswert deutet darauf hin, dass die Inhalte der Influencer:innen relevant und ansprechend sind.

- Kommentare (∅): Kommentare sind ein Indikator für tiefgehende Interaktion und Dialog mit den Followern. Kommentare zeigen die Bereitschaft der Community, sich aktiv mit den geposteten Inhalten auseinanderzusetzen.
- Community Management: Die Regelmäßigkeit der Reaktionen auf Kommentare und das Initiieren von Diskussionen ist entscheidend, da es die Beziehung zur Community stärkt und Influencer:innen als besonders engagiert hervorhebt. Aufgrund der wesentlichen Bedeutung dieses Faktors wurde dieses Kriterium doppelt gewichtet.

# Bewertungskriterien für LinkedIn

*Qualitativ*

**Persönlicher Charakter/Nahbarkeit:** Die Bewertung des persönlichen Charakters und der Nahbarkeit von HR-Influencer:innen beruht auf der Fähigkeit, eine authentische Verbindung zur Community herzustellen. Das Teilen von persönlichen Geschichten und Erfahrungen, ein zugänglicher und offener Ton, Sprache, Humor, Storytelling und ähnliche Faktoren können ein Indiz für Nahbarkeit sein. Ein persönlicher Touch, individuelles Charisma und Nahbarkeit schaffen Vertrauen zur Community.

**Mehrwert für die HR-Branche:** Die quantitative Anzahl der Beiträge allein reicht nicht aus. Noch essenzieller ist, dass die geteilten Inhalte für die Community relevant sind und einen echten Mehrwert für die HR-Branche bieten. Einflussreiche HR-Persönlichkeiten sollten wichtige und informative Beiträge veröffentlichen. Doch auch aktuelle

Trends, Best Practice, innovative Ansätze und der Informationsgehalt der Postings finden hier Beachtung. Weil dieser Aspekt neben dem Community Management am wichtigsten eingestuft wurde, haben wir auch dieses Kriterium doppelt gewichtet.

**Abwechslungsreiche Posting-Aufbereitung:** Die Vielfalt in der Art der Präsentation von Beiträgen zeigt Kreativität und Flexibilität der Influencer:innen. Die Fähigkeit, Informationen auf verschiedene Weisen zu präsentieren – sei es durch Text, Video, Illustrationen, Grafiken oder Ähnliches, ist entscheidend, um die Aufmerksamkeit der Community zu gewinnen und Botschaften effektiv zu vermitteln.

# Top 5 HR Voices auf LinkedIn



# Kira Marie Cremer

Rating: 4,60

Kira Marie Cremer ist eine deutsche Journalistin, Autorin und Gründerin der Netzwerk-Akademie QUINGS. Sie hat bereits in namhaften Medien publiziert und ein Buch zum Thema New Work geschrieben, weshalb sie als Expertin auf diesem Gebiet gilt. Für viele Frauen ist sie ein Vorbild für Female Empowerment und Mental Health. Sie teilt Aspekte ihres privaten und beruflichen Lebens auf eine authentische, humorvolle und informative Weise. Ihr Podcast regt zudem Diskussionen über zeitgemäße Arbeitspraktiken und Karrierestrategien an.

Themen: New Work, Mental Health, Female Empowerment





# Ali Mahlodji

Rating: 4,30

Ali Mahlodji ist Keynote Speaker, Autor und Berater. Er ist der Gründer von futureOne & whatchado. Auf LinkedIn teilt er persönliche Aspekte seiner Vergangenheit, seiner Familie und seiner Jugend, die er Großteils in einer Unterkunft für Geflüchtete verbrachte. Dabei zeigt er sich sehr sympathisch und aufgeschlossen. Mit seiner gut verständlichen und umfassenden Ansprache erreicht er besonders effektiv die jüngere Generation mit wichtigen Botschaften zu Inklusion und Diversity. Viele seiner inspirierenden Auftritte werden auf der Plattform geteilt, da sie Denkanstöße zu Vielfalt und Benachteiligungen in unserer Gesellschaft bieten.

Themen: Zukunft, Diversity, Inklusion, Inspiration

# Diana Theresia Roth

Rating: 4,20

Diana Theresia Roth arbeitet freiberuflich als Speakerin und Coach bei WEKA. Zudem ist sie Trainer für Bewerbungsdialoge, Fachbuchautorin und hat eine Ausbildung als HRM Coach absolviert. Auf der Plattform LinkedIn teilt sie ihre persönlichen Erfahrungen in den Themen Psychologie und Mental Health. Sie zeigt sich auf ihrem Kanal besonders nahbar und inspiriert ihre Community zu mehr Gelassenheit, Self Care und Wohlbefinden. Dabei ist sie kreativ in ihren Beiträgen und postet neben Bildern und Videos gerne auch Umfragen für ihre Follower:innen.

Themen: Leadership, Personalmanagement, Mental Health







# Toygar Cinar

Rating: 4,30

Portrait: Toygar Cinar ist der Gründer und Eigentümer des Unternehmens RheinWest HR Solutions. Auf LinkedIn postet er regelmäßig über alle Themen rund um HR, aber auch aktuelle News zum Recruiting oder inspirierende Zitate und Denkanstöße. Er arbeitet mit einem bunten Mix aus Interviews, Videos, Memes, Diagrammen und zieht bei seinem Content stets Vergleiche und Studienzahlen heran. Mit seiner gut verständlichen Sprache erreicht er generationsübergreifend ein breites Publikum, das er zudem mit seiner authentischen und humorvollen Art begeistert und zur Interaktion anregt.

Themen: Organisationsentwicklung, Mitarbeiterbindung, Mitarbeitergewinnung, News

# Nicole Kopp

Rating: 4,20

Nicole Kopp ist die Gründerin von GoBeyond, Beraterin, Coach, Speakerin, Arbeits- und Organisationspsychologin. Die Schweizerin hat auf LinkedIn eine umfangreiche Reichweite, die sie nutzt, um offen über New Work Opportunities zu sprechen und bereichernde Tipps, Tricks und Impulse zu liefern. Mit ihren hochwertig aufbereiteten Posts und einer ehrlichen Art, ihre persönliche Meinung konstruktiv auszudrücken, hebt sie sich von den anderen HR-Influencer:innen ab.

Themen: New Work, HR News



# TikTok

Die bunte Video-Plattform TikTok bringt eine innovative Note in die HR-Welt. Durch kurze, kreative und unterhaltsame Videos werden uns visuelle und greifbare Einblicke in das Thema Personalmanagement und Karriereentwicklung vermittelt. Die Plattform wird für HR-Verantwortliche immer relevanter, um auch die jüngere Arbeitnehmergeneration abzuholen, die für Unternehmen im „War for Talents“ immer wichtiger werden.



# Bewertungskriterien für TikTok

*Quantitativ*

## **Follower:innen**

Die Follower-Anzahl der Influencer:innen ist ein messbares Kriterium für dessen Präsenz in der TikTok-Community. Ein größerer Follower-Kreis erhöht die Möglichkeit, dass die vermittelte Botschaft eine breit gefächerte Zielgruppe erreicht und somit an Einfluss gewinnt.

## **Regelmäßigkeit der Beiträge**

Die Regelmäßigkeit der veröffentlichten Beiträge auf TikTok zeigt nicht nur Konsistenz, sondern ermöglicht auch eine beständige Interaktion mit der Zielgruppe, was für den Aufbau einer starken Präsenz auf der Plattform entscheidend ist.

## **Interaktion**

- Likes der Beiträge (Ø): Die durchschnittliche Anzahl an Likes gibt Aufschluss über das Interesse und die Zustimmung innerhalb der Community. Ein höherer Durchschnittswert deutet darauf hin, dass die TikTok-Inhalte der Influencer:innen auf positive

Resonanz stoßen und die Zielgruppe effektiv ansprechen. Somit fungiert dies als Indikator für die Beliebtheit und Relevanz ihrer Beiträge.

- Likes Gesamt: Die Summe aller Likes auf dem TikTok-Profil der Influencer:innen gibt einen guten Gesamtüberblick über die Beliebtheit und den Erfolg des gesamten Contents. Ein höherer Gesamtwert zeigt also an, dass die Inhalte der Influencer:innen nicht nur einzeln, sondern auch insgesamt eine positive Resonanz in der Community hervorrufen.
- Kommentare (Ø): Die durchschnittliche Anzahl der Kommentare stellt ein bedeutsames Merkmal dar, da sie auf die Interaktion mit der Zielgruppe hindeutet. Ein vermehrtes Kommentaraufkommen signalisiert nicht nur, dass die veröffentlichten Beiträge auf Resonanz stoßen, sondern auch, dass die

Community aktiv am Diskurs teilnimmt. Diese Interaktionsebene gibt somit Einblick in die lebhafteste Beteiligung und den Dialog innerhalb der Community.

- Community Management: Die Konsistenz in der Beantwortung von Kommentaren durch die Influencer:innen ist von herausragender Bedeutung. Ein proaktives Community Management demonstriert nicht nur Engagement, sondern unterstützt auch den Aufbau einer treuen und aktiven Anhängerschaft auf TikTok. Aufgrund der signifikanten Rolle wurde diesem Kriterium eine doppelte Gewichtung zugeordnet.

#### *Qualitativ*

**Persönlicher Charakter/Nahbarkeit:** Die Beurteilung der persönlichen Ausstrahlung und der Zugänglichkeit von HR-Influencer:innen beruht auf ihrer Fähigkeit, eine authentische Verbindung zu ihrer Community zu schaffen. Elemente wie das Teilen persönlicher Geschichten und Erfahrungen, ein offener und zugänglicher Ton, die Verwendung von Sprache, Humor, Storytelling und ähnlichen Faktoren können als Anzeichen für Nahbarkeit dienen. Durch einen persönlichen Ansatz, individuelles Charisma und Zugänglichkeit wird Vertrauen innerhalb der Community aufgebaut.

**Mehrwert für die HR-Branche:** Die reine Menge der TikTok-Beiträge allein reicht nicht aus. Von entscheidenderer Bedeutung ist, dass die geteilten Inhalte für die Community nicht nur quantitativ, sondern vor allem qualitativ relevant sind und einen wirklichen Mehrwert für die HR-Branche bieten. Es wird erwartet, dass einflussreiche HR-Persönlichkeiten nicht nur relevante und informative Beiträge teilen, sondern auch aktuelle Trends, bewährte Praktiken, innovative Ansätze und den Informationsgehalt ihrer Veröffentlichungen berücksichtigen. Dieser Aspekt, neben dem Community Management, wurde aufgrund seiner herausragenden Wichtigkeit mit einer doppelten Gewichtung versehen.

**Abwechslungsreiche Posting-Aufbereitung:** Die Vielfalt in der Art und Weise, wie Influencer:innen ihre Beiträge präsentieren, zeugt von ihrer Kreativität und Flexibilität. Es ist entscheidend, Informationen auf unterschiedliche Arten zu präsentieren, sei es durch Text, Video, Illustrationen, Grafiken oder ähnliche Formate. Dies ermöglicht es, die Aufmerksamkeit der Community zu gewinnen und die Botschaft auf wirkungsvolle Weise zu vermitteln.

# Top 5 HR Voices auf TikTok



# Ronja Dornfeld

TikTok-Name: rodo.hier

Rating: 3,80

Ronja Dornfeld ist die Gründerin des HR-Startups clipvert. Ihr generationsübergreifender Content, der verschiedene Personen in Karriere- und Alltagssituationen am Arbeitsplatz zeigt, ist ebenso humorvoll wie nahbar. Aktuelle Trends greift sie schnell auf und trägt sie mit ihrem einzigartigen Humor an die Community heran.

Themen: Trends, Arbeitsalltag





# Toygar Cinar

Tik-Tok-Name: gamechangerhr

Rating: 3,70

Toygar Cinar, der sich auf seinem TikTok Kanal auch selbst als „The HR Guy“ branded, spricht direkt zu seiner Community und stellt tiefgreifende Fragen. Er ruft proaktiv zur Interaktion auf und behandelt dabei Themengebiete wie Recruiting, Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung sowie umfassende Organisationsentwicklung. Dabei ist sein Content stets breit auslegt und spricht auch Young Professionals an, etwa bei seinem Format „Studiengänge mit Zukunft“. Toygar Cinar ist ein glaubwürdiger TikToker mit einer hochwertigen Videobearbeitung, er wirkt durch seinen lockeren Ton dabei dennoch sehr sympathisch und aufgeschlossen.

Themen: Alles rund um HR, Recruiting, Young Professionals, News



# Laura Klimecki

TikTok-Name: diemuenchnerpsychologin

Rating: 3,70

Laura Klimecki ist CEO und Gründerin von Represent. Sie arbeitet als executive Coach und erzählt auf ihrem TikTok-Kanal, in dem sie fast 1 Mio. Aufrufe zum Thema HR hat, vor allem von persönlichen Erfahrungen. Ihr ausgeklügeltes Storytelling macht es leicht, ihr zu folgen und ihre authentischen HR-Praxistipps sind dabei außerordentlich wertvoll. Ihre psychologische Erfahrung im Thema Leadership bringt sie organisch in ihre unterhaltsamen Reels mit ein, was sie von anderen HR-Coaches abhebt.

Themen: Leadership, HR





# Bernd Geropp

TikTok-Name: bernd\_geropp

Rating: 3,70

Bernd Geropp ist Geschäftsführer-Coach, Podcaster und Gründer der Online-Plattform „Mehr Führen“, wo er einen Kurs zur Mitarbeiterführung für seine Kern-Zielgruppe der Führungskräfte bietet. Mit seiner jahrelangen Erfahrung tritt er professionell und seriös auf, sein Content hat dadurch eine hohe charismatische Note mit starkem Wiedererkennungswert. Auch Fachfremden gibt er auf seinem TikTok-Kanal viele praktische und niederschwellige Tipps zur direkten Umsetzung.

Themen: Führungskräfte Coaching/Mitarbeiterführung, Karrieretipps, Unternehmenskultur

# Kai J. Boyd

TikTok-Name: mitarbeiterfuehren

Rating: 3,70

Kai J. Boyd ist Teil des „Leadership Programms“, für das er einen eigenen Fragebogen entwickelt hat. Dieser testet, wie geeignet Personen für eine Führungsrolle sind. Er tritt auf seinem TikTok-Kanal stets seriös auf und setzt auf eine sachliche sowie fachliche Ansprache. Mit seinem sehr erfahrenen und gestandenen Eindruck schafft er einen unvergleichlichen und autoritären Wiedererkennungswert. Kai J. Boyd schafft es, in seinen Videos einen echten Mehrwert zum Thema Leadership zu geben, viel Informationen in kurzer Zeit zu vermitteln und in seinen Kommentaren gerne auch in den Diskurs mit Follower:innen zu gehen.

Themen: Leadership



# YouTube

YouTube ist eine Video-Plattform, die im Gegensatz zu vielen anderen Plattformen lange und qualitativ-hochwertige Videos als Fokus hat. So wird eine tiefgehende und visuelle Darstellung von HR-Themen durch Videos ermöglicht, weshalb man auch hier die Top Voices kennen sollte.



# Bewertungskriterien für YouTube

*Quantitativ*

**Abonnenten:** Die Anzahl der Abonnenten auf YouTube ist ein Schlüsselindikator für die Reichweite und den Einfluss von HR-Influencer:innen, da eine größere Follower-Basis eine erweiterte Verbreitung von HR-relevantem Wissen signalisiert.

**Regelmäßigkeit der Beiträge:** Das regelmäßige Veröffentlichen von Videos ist entscheidend, um die kontinuierliche Interaktion mit der Zielgruppe sicherzustellen und die Sichtbarkeit der HR-Influencer:innen auf YouTube zu steigern.

## **Interaktion**

- Kanalaufrufe: Die Gesamtanzahl der Kanalaufrufe spiegelt die Popularität des Kanals wider und gibt Aufschluss darüber, wie oft die Inhalte der HR-Influencer:innen konsumiert werden.
- Videoaufrufe (Ø): Die durchschnittliche Anzahl der Videoaufrufe zeigt, welches Interesse und welche Anziehungskraft die einzelnen Videos der HR-Influencer:innen generieren, was Aufschluss über die Relevanz und Qualität der bereitgestellten Inhalte bietet.

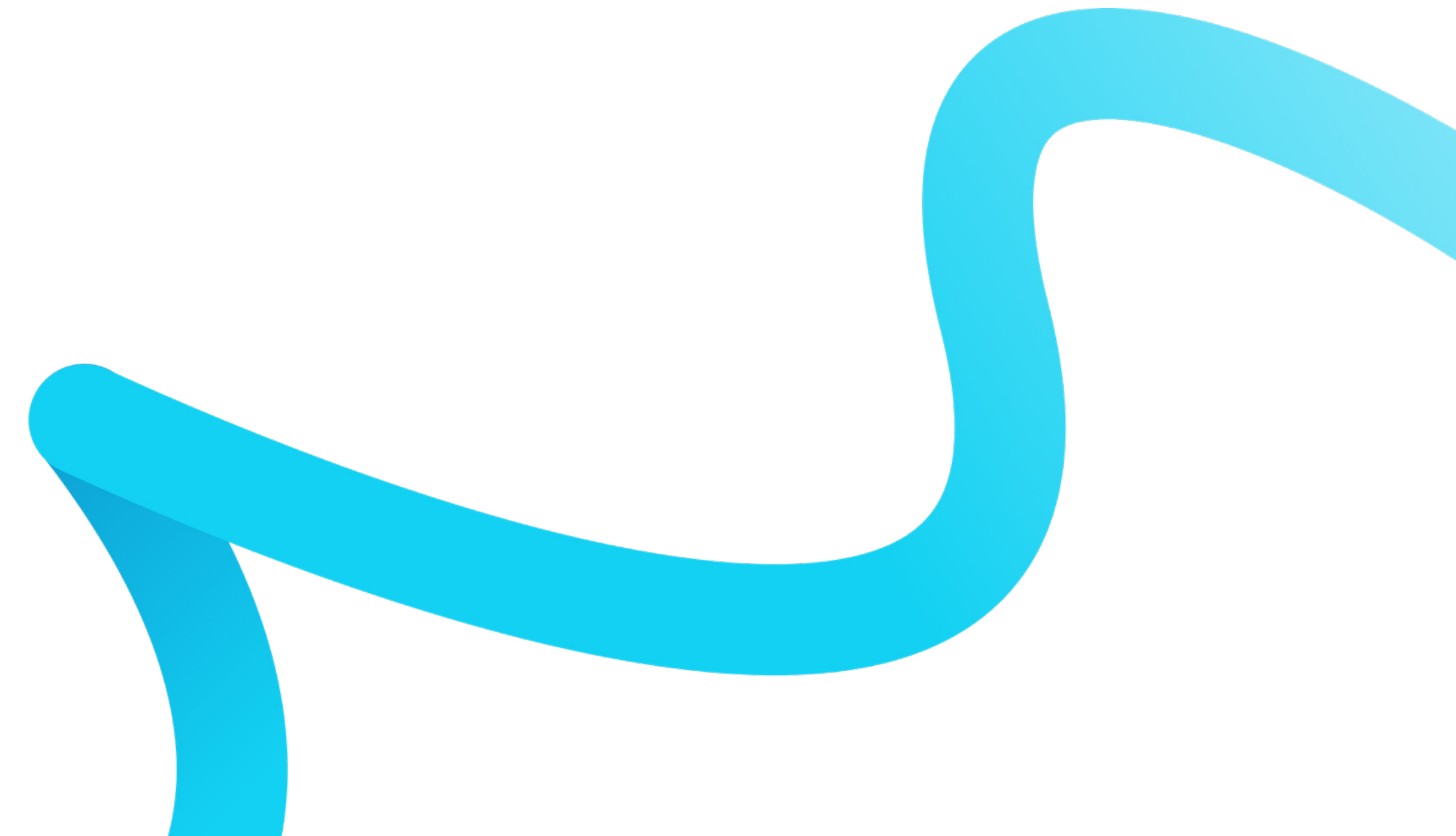
- Likes (Ø): Die durchschnittliche Anzahl der Likes pro Video ist ein Indikator für die positive Resonanz der Zuschauer:innen, was darauf hindeutet, dass die präsentierten Inhalte wertvoll und ansprechend für die HR-Community sind.
- Kommentare (Ø): Die durchschnittliche Anzahl der Kommentare ermöglicht direktes Feedback und Interaktion mit der Community. Dies deutet auf aktive Engagement-Möglichkeiten hin und bietet zudem die Möglichkeit, gezielt auf individuelle Anfragen oder Meinungen einzugehen.
- Community Management: Das Community Management reflektiert die Interaktionsfähigkeiten der HR-Influencer:innen auf YouTube, was essentiell ist, um eine starke, engagierte und interaktive Community aufzubauen und zu pflegen.

*Qualitativ*

**Persönlicher Charakter/Nahbarkeit:** Die Betonung des persönlichen Charakters und der Nahbarkeit auf YouTube ist entscheidend, weil diese Plattform eine stark visuelle und persönliche Interaktion ermöglicht. Die Zuschauer:innen auf YouTube suchen nicht nur nach informativen Inhalten, sondern auch nach einer menschlichen Verbindung zu den Erstellern.

**Mehrwert für die HR-Branche:** Der Mehrwert für die HR-Branche ist ein entscheidendes Qualitätskriterium, um sicherzustellen, dass die präsentierten Inhalte auf YouTube nicht nur unterhalten, sondern auch relevante und informative Einblicke in die HR-Welt bieten.

**Aufbereitung Infobox:** Die sorgfältige Aufbereitung der Infobox ist wichtig, um zusätzliche Informationen, Ressourcen und Verweise bereitzustellen, was die Tiefe und den Wert der präsentierten HR-Inhalte auf YouTube erhöht und die Zuschauerbindung fördert.



# Top 5 HR Voices auf Youtube



# Tobias Jost

YouTube-Name: @karriereguru

Rating: 4,17

Tobias Jost zählt zu den „Spiegel“ Bestseller-Autoren und ist einer der reichweitenstärksten und bekanntesten Social Media Creators in der HR-Branche. Zudem ist er der Gründer der Berufsberatung Karriereguru. Auf YouTube macht er nicht nur hochwertige und ansprechend aufbereitete Videos, sondern auch YouTube-Shorts, die seinen erfolgreichen TikToks ähneln. Er erstellt insbesondere Content für die jüngere Generation, spiegelt alltägliche Arbeitssituationen wider und gibt mit seiner direkten Ansprache hilfreiche, Tipps, Tricks und Impulse.

Themen: Karrieretipps







# Anna Schnell & Nils Schnell

YouTube-Name: @The\_Schnells

Rating: 4,08

Der auf englisch geführte YouTube-Kanal des Paares „Schnell“ verbindet Travel Content mit HR-Themen. Die beiden haben eine Weltreise in 34 Länder der Welt unternommen und dokumentiert, um die Zukunft von New Work in verschiedenen Ländern zu beleuchten. Sie sind sehr offen und teilen ihre Leidenschaft für New Work mit der ganzen Welt, während sie dabei selbst etwas über neue Kulturen lernen und Workation auf das nächste Level bringen. Der Kanal steht für einen innovativen Mix, der eine sehr internationale Perspektive auf die HR-Branche bietet, neugierig auf die Welt macht und durch die vielen persönlichen Reiseeinblicke sehr nahbar ist.

Themen: Work-Life-Balance, Workation, New Work

# Christoph Magnussen

YouTube-Name: @christophmagnussen

Rating: 3,83

Christoph Magnussen, Founder & CEO von BLACKBOAT - The New Work Group bietet spannenden Content aus den Bereichen New Work, Unternehmertum und Digitalisierung. Dabei greift er auch gerne auf das Fachwissen von Expert:innen zurück. In seinen hochwertig und kreativ aufbereiteten Videos, spricht er über die Anwendung von ChatGPT im Arbeitsalltag und andere wichtige Trends wie beispielsweise Remote Work. Seine authentische und seriöse Ausstrahlung verleiht seinen Videos zusätzliche Überzeugungskraft.

Themen: New Work, Digitalisierung, Remote Work





# Patrick Mollet

YouTube-Kanal: @patrickmollet

Rating: 3,58

Patrick Mollet versteht es wie kein anderer, einen gelungenen Mix aus persönlichem und sachlichem Content in seinen gelassenen und ungezwungenen Videos zu verpacken. Er ist seit über 20 Jahren als Unternehmer und Investor tätig, dazu Speaker, Content Creator und Mitinhaber & Consultant bei Great Place to Work Switzerland. Zudem hebt er sich über seinen reflektierten und gesellschaftskritischen Umgang mit New Work und mit auffälligen Thumbnails von anderen Influencer:innen ab.

Themen: New Work, HR News

# Davorin Barudzija

YouTube-Kanal: @davorinconsulting

Rating: 3,50

Davorin Barudzija ist ein charismatischer Speaker und zählt zu den Top Voices in den Feldern LinkedIn-Strategie und Social Selling. Dazu ist er Geschäftsführer und Gründer der „Social Selling Academy“ und „This is Recruitment“. Seine wöchentlichen YouTube-Videos drehen sich vor allem um Zielgruppenerweiterung und Personal Branding auf LinkedIn. Als LinkedIn Experte bietet er fachlich gut aufbereitete und detaillierte How-To-Videos und Anleitungen, die für alle Zielgruppen gut verständlich sind.

Themen: Zielgruppenerweiterung und Personal Branding auf LinkedIn



# Podcasts

Podcasts sind eine sehr beliebte Plattform bei HR-Verantwortlichen, da sie noch mehr Raum für Tiefe und Diskussion bieten. Wir haben sie berücksichtigt, da dort aktuell wissenschaftliche und arbeitsrelevante Themen boomen. Außerdem soll eine auditive Plattform die Vielzahl an visuellen Plattformen im Rahmen des Rankings ergänzen.



# Bewertungskriterien für Podcasts

## *Quantitativ*

**Regelmäßigkeit der Podcastfolgen:** Die Regelmäßigkeit der Podcastfolgen ist entscheidend, um eine konsistente Präsenz aufzubauen und die Erwartungen der Hörer:innen zu erfüllen. Kontinuierliche Veröffentlichungen stärken die Bindung zur Community und steigern die Sichtbarkeit der HR-Influencer:innen im Podcast-Bereich.

**Anzahl an Bewertungen:** Die Anzahl der Bewertungen gibt Aufschluss über die Resonanz der Hörer:innen und die Beliebtheit des Podcasts. Eine höhere Anzahl von Bewertungen deutet zudem darauf hin, dass der Podcast auf allgemeines Interesse stößt und sich einer wachsenden Hörerschaft erfreut.

**Bewertungen des Podcasts:** Sterne-Bewertungen bieten eine besonders schnelle Einschätzung der Qualität des Podcasts durch die Hörer:innen. Eine positive Sterne-Bewertung signalisiert nicht nur hohe Qualität, sondern erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, dass der Podcast von neuen HR-Interessierten entdeckt wird.

## *Qualitativ*

**Persönlicher Charakter/Nahbarkeit:** Die Betonung des persönlichen Charakters und der Nahbarkeit von Podcastern ist entscheidend, da ihre Hörer:innen im Vergleich zu anderen Kanälen oft eine persönliche Verbindung zu den Podcast-Gastgeber:innen suchen. Eine charismatische Persönlichkeit fördert die Authentizität und stärkt die Bindung zwischen dem HR-Influencer:innen und der Hörerschaft.

**Mehrwert für die HR-Branche:** Der Mehrwert für die HR-Branche ist ein zentrales Qualitätsmerkmal, da Podcast-Hörer:innen oft nach tiefergehenden Einblicken, Expertise und relevanten Informationen suchen. Ein Podcast mit inhaltlichem Mehrwert positioniert die HR-Influencer:innen als kompetente Quelle in diesem Fachgebiet und fördert zudem auch die Reputation innerhalb der HR-Community.

**Aufbereitung Infobox:** Die sorgfältige Aufbereitung der Infobox ist wichtig, um den Hörer:innen zusätzliche Ressourcen, Links und Informationen bereitzustellen. Eine gut strukturierte Infobox verbessert die Benutzererfahrung und fördert weiterführende Interaktionen und Engagement mit dem Podcast-Inhalt.

# Top 5 HR Voices auf Podcasts



# Vera Strauch

Podcast-Name: Female Leadership | Führung, Karriere und Neues Arbeiten

Rating: 4,86

Vera Strauch ist Founder der Female Leadership Academy und freiberufliche Autorin beim Hofmann und Campe Verlag. In ihrem Podcast spricht sie authentisch über Frauen in Führungspositionen – entweder alleine oder gerne auch mit Expert:innen. Thematisch geht es hier in ihrem wöchentlichen Format vor allem um den Aufbau authentischer Führung und die Art, wie New Work in der Praxis gelebt werden kann. Sie lädt ihre Hörer:innen aktiv dazu ein, Veränderung anzugehen, bestehende Systeme zu hinterfragen und mit praktischen Tipps und Übungen über den eigenen Teller-rand hinauszublicken. Intensive Gespräche, große Fragen und genaue Antworten, all das vereint Vera Strauch mit einer Prise Humor und einer großen Portion Fachwissen Woche für Woche.

Themen: Female Leadership, Führung, Karriere und Neues Arbeiten







# Kira Marie Cremer

Podcast-Name: New Work Now

Rating: 4,57

Kira Marie Cremer, Gründerin von QUINGS, zeigt mit ihrem Podcast eine starke Präsenz und lädt häufig verschiedene Expert:innen aus ihrem Themengebiet ein. Auch in ihrem auditiven Format gibt sie sich sehr nahbar und offen, was ihr Privatleben als selbstständige Frau angeht. In ihren regelmäßigen Updates behandelt sie auch spannende neue Branchenentwicklungen, besonders zum Thema New Work, und geht mit ihren Hörer:innen in einen belebten und interaktiven Diskurs.

Themen: New Work, Mental Health, Female Empowerment

# Joel Kaczmarek

Podcast-Name: digital Kompakt| Digitale Strategien für morgen

Rating: 4,57

Joel Kaczmarek ist der Gründer und Geschäftsführer von Makers & Shakers und digital kompakt, zudem deutscher Journalist und Bestsellerautor mit seiner Samwer-Biografie „Die Paten des Internets“. In seinem Podcast spricht er vor allem über Themen rund um unternehmerische Digitalisierung, etwa Strategien, Trends, Best Practices und Erfolge in diesem Bereich. Mit einer Frequenz von 8 bis 10 Folgen pro Monat hat er eine besonders starke Präsenz im Bereich der HR-Podcasts. Dabei variieren seine Folgen nicht nur in der Länge, sondern auch in der Art: Sie sind eine bunte Mischung aus Expertengesprächen, Inspirationsfolgen und Interviews. Neben „digital Kompakt“ hostet er ebenfalls den Bundesregierungs-Podcast „aus Regierungskreisen.“ Er zählt zu einem der relevantesten Business- und Digitalisierungspodcasts in Deutschland.

Themen: Digitalisierung, Strategie, Trends, Best Practice





# Christoph Magnussen und Michael Trautmann

Podcast-Name: On the Way to New Work – Der Podcast über neue Arbeit

Rating: 4,57

Christoph Magnussen ist Founder & CEO von BLACKBOAT - The New Work Group. In seinem Podcast mit Michael Trautmann, Gründer der thjnk AG und Upsolut Sports GmbH, der 2015 gegründet wurde, gibt es mittlerweile über 400 Folgen. Dort werden alle Themen rund um New Work behandelt, einschließlich neuer Tools, KI und Arbeitsmethoden. Jedoch bleibt auch das philosophisch angehauchte Thema "Zweck und Erfüllung durch Arbeit" nicht ungeachtet. Zu diesem Zweck laden die sympathischen Herren auch gerne Expert:innen aus der Wirtschaftsbranche ein.

Themen: New Work

# Nadine Alles-Bereich

Podcast-Name: merk-würdig – Employer Branding, Personalmarketing & Recruiting

Rating: 4,43

Nadine Alles-Bereich ist Speaker und Coach für Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung, selbstständig mit ihrem Projekt „WIE AM SCHNÜRCHEN“ und Co-Founder bei Seifensack. Sie nutzt ihren Podcast, um ehrliche Einblicke in ihre persönliche Vergangenheit und ihrer 15-jährigen Erfahrung im HR-Bereich zu geben, aber auch, um die Branche und aktuelle Trends zu hinterfragen. Ihre Zielgruppe sind dabei Arbeitgebende, Personaler:innen, Personalentwickler:innen, Unternehmer:innen, HR-Manager:innen, und Marketing-Manager:innen

Themen: Employer Branding, Recruiting, Personal Marketing



# Blogs

Blogs wurden als relevanter Kanal für das HR-Influencer-Ranking selektiert, da sie eine umfassende Plattform bieten, auf der HR-Influencer:innen detaillierte Analysen und fundierte Einblicke in die Welt der Human Resources teilen können. Die ausführlichen Artikel ermöglichen eine tiefgehende Auseinandersetzung mit komplexen HR-Themen, unterstützen eine nachhaltige Sichtbarkeit durch SEO und demonstrieren die Expertise der Influencer:innen in der HR-Community.



# Bewertungskriterien für Blogs

## *Quantitativ*

**Regelmäßigkeit der Blogposts:** Die Regelmäßigkeit der Blogposts ist wichtig, um eine kontinuierliche Präsenz aufrechtzuerhalten und die Leser:innen zu binden. Konsistente Veröffentlichungen signalisieren Engagement und tragen zur Positionierung der HR-Influencer:innen als zuverlässige Quelle in der HR-Branche bei.

**Anzahl der Keywords:** Die Anzahl der verwendeten Keywords ist entscheidend für die Auffindbarkeit der Blogposts über Suchmaschinen. Ein gut recherchierter Einsatz von Keywords erhöht die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen, was wiederum den organischen Traffic auf den Blog steigert.

**Geschätzter Wert des organischen Traffics:** Die Bewertung des geschätzten Werts des organischen Traffics gibt Aufschluss darüber, wie effektiv der Blog Inhalte für Suchmaschinen optimiert und relevanten Traffic generiert. Ein höherer geschätzter Wert deutet auf eine erfolgreiche SEO-Strategie und eine hohe Qualität der Inhalte hin.

## *Qualitativ*

**Mehrwert für die HR-Branche:** Der Mehrwert für die HR-Branche ist ein zentrales Qualitätskriterium, da Blog-Leser:innen nach relevanten, informativen und praxisnahen Inhalten suchen. Ein Blog, der einen Mehrwert bietet, stärkt die Glaubwürdigkeit des HR-Influencer:innen und fördert die Positionierung als Expert:innen in der Branche. Die Blogartikel wurden inhaltlich auf das Thema, die Relevanz, den Innovationsgrad und den Informationsgehalt geprüft.

**Artikel-Aufbereitung:** Die Aufbereitung der einzelnen Blogartikel ist wichtig, um die Benutzererfahrung zu verbessern. Eine klare Struktur, ansprechendes Design und leicht verständliche Inhalte erleichtern die Aufnahme der Inhalte und fördern zudem die Interaktion. Eine gut aufbereitete Artikelpräsentation trägt dazu bei, dass die Leser:innen länger auf der Seite bleiben und den Inhalt besser aufnehmen können.

# Top 5 HR Voices auf Blogs



# Philipp Klein

Blog-Name: HR Talk by Philipp Klein

Rating: 4,83

Philipp Klein betreibt eigenständig die Website „HR-Talk“ und ist zudem noch Gründer und Employer Branding Spezialist bei seiner Agentur StudyAds. Sein Blog umfasst nahezu alle relevanten Themen im Bereich der HR, vom Employer Branding, HR-Software, New Work, Personalmarketing bis zum On- und Offboarding oder HR-Startups. „HR-Talk“ ist dabei professionell abgestimmt, in geclusterte Themenfelder aufgeteilt und übersichtlich sowie ansprechend gestaltet. Er vermittelt vielseitige HR-Inhalte auf eine Art und Weise, die für eine breite Zielgruppe leicht verständlich ist.

Themen: Employer Branding, HR-Software, New Work, Personalmarketing, On- und Offboarding, HR-Startups







# Gero Hesse

Blog-Name: SAATKORN

Rating: 4,50

Gero Hesse ist der CEO von EMBRACE, Podcaster und Blogger bei SAATKORN und Managing Director bei ausbildung.de. In seinem farbstarken Blog spricht er über alle relevanten HR-Themen, vom Employer Branding über HR-Tech, HR-Startups, New Work und viele Weitere. Daneben gibt er auch wertvolle Tipps zu Events, Büchern und Podcasts die für seine Community relevant sein könnten. Er veröffentlicht mehrmals täglich neue Beiträge auf seinem gut strukturierten Blog, den er seit 2009 betreibt. Dafür wurde er auch schon mehrfach ausgezeichnet.

Themen: HR-Tech, HR-Startups, New Work, Recruiting, Employer Branding

# Marcus K. Reif

Blog-Name: Blog Reif.org

Rating: 4,50

Marcus K. Reif ist selbstständig und freiberuflich als Speaker & Blogger tätig, zudem noch aktiver Personaler und „People Manager“ sowie der „Group Head of Human Resources and Internal Communication“ bei Universal Investment. Die in seinem Blog behandelten Themen sind ein bunter Blumenstrauß aus Employer Branding, Recruiting, Führung & Leadership, Arbeitsrecht und HR im Allgemeinen. Durch seine regelmäßige Frequenz und seine ansprechende sowie übersichtliche Artikelaufbereitung macht das Lesen seines Blogs auch fachfremden Leser:innen Spaß.

Themen: HR im Allgemeinen





# Stefan Scheller

Blogname: PersoBlogger, das HR Praxisportal

Rating: 4,50

Stefan Scheller ist Keynote Speaker, Fachbuch-Autor, Geschäftsführer und Gründer von Persoblogger und Employer Branding Specialist bei DATEV. Zudem bietet er verschiedene Workshops an, wie zum Beispiel für kununu. Sein Blog „Persoblogger“ zeichnet sich durch eine übersichtliche Aufbereitung der Beiträge und viele Fokusgebiete aus, die alle relevanten Aspekte von HR abdecken. Besonderen Fokus legt er dabei auf seine Kernthemen Recruiting, Employer Branding, New Work und Digitalisierung, die er jeweils mit Studien, Infografiken und relevanten Fachartikeln der Branche ausschmückt, um seiner Leserschaft eine holistische Abbildung der Thematik zu verschaffen.

Themen: Recruiting , Employer Branding, New Work, Digitalisierung, Rechtliches, HR Allgemein, Mobiles Arbeiten

# Joachim Diercks

Blog-Name: Recruitainment Blog

Rating: 4,33

Joachim Diercks ist Founder und Managing Director bei CYQUEST, Recruitainment Blogger, Speaker, Buchautor, Hochschuldozent und Managing Director bei MI4. In seinem gut aufbereiteten Blog deckt er in wöchentlichen Postings breit gefächerte HR-Facetten ab, die er sachlich vorstellt. Zudem bietet er seinen Leser:innen viele hilfreiche Tools und stellt Events vor, die weiterführend relevant sein können und arbeitet in seinem Format „Fundstück“ anschaulich mit alten und aktuellen Firmen-Beispielen zu verschiedenen HR-Themen, beispielsweise in Form von Zeitungsausschnitten von Stellenanzeigen. Hier erarbeitet er zum Beispiel Schwächen und Stärken von verschiedenen Ansätzen des Employer Brandings auf humorvolle und authentische Art, ohne die Learnings zu kurz kommen zu lassen.

Themen: Berufsorientierung, Self-Assesment, Employer Branding, E-Recruiting, Demografischer Wandel



# Sonderauszeichnungen

Während unserer Bewertung sind weitere bedeutende Aspekte aufgetaucht, die nicht vollständig durch die von uns angewandten Kriterien abgedeckt werden konnten. Um die speziellen Inhalte und Stärken der HR Top Voices angemessen zu würdigen, haben wir zusätzlich vier besondere Auszeichnungen verliehen.



# Sonderauszeichnungen

## Channel Master



# Channel Master

## Toygar Cinar

Toygar Cinar begeistert seine Follower:innen auf LinkedIn, TikTok und seinem eigenen Podcast #Gamechanger regelmäßig mit maßgeschneidertem Content für jeden seiner Kanäle. Hier geht es stets um die Themen New Work, Mitarbeitergewinnung, Organisationsentwicklung und Mitarbeiterbindung, wobei die Aufbereitung der Inhalte mit seiner Diversität und Authentizität glänzt.

## Tobias Jost

Tobias Jost ist als Gesicht der Marke Karriereguru auf seinen sozialen Netzwerken bekannt. Hier erreicht er in regelmäßigen Abständen seine Follower:innen via LinkedIn, YouTube, TikTok und dem Unternehmenspodcast #Karriereguru. Auf TikTok begeistert er vor allem mit seinem Schauspieltalent in verschiedenen Kurz-Sketchen. Auf LinkedIn bereichert er seine Community mit Tipps und Denkanstößen rund um Recruitment, Employer Branding, Karrierecoaching und Personalmarketing. Der unternehmenseigene Podcast dient dabei immer wieder als Stütze für ausführliche Diskussionen und Neuentwicklungen der Branche.

## Stefan Scheller

Mit dem Alias „Der Persoblogger“ ist Stefan Scheller Betreiber einer der führenden HR-Websites im deutschsprachigen Raum. Sein Publikum begeistert er durch regelmäßige Veröffentlichungen von Büchern, Sprecherbeiträge auf Messen und firmeninternen Veranstaltungen. Darüber hinaus erreicht er seine Anhängerschaft auch durch Aktivitäten auf LinkedIn sowie durch seinen Podcast „Klartext HR“. Dabei legt er seinen Fokus auf New Work, die Digitalisierung und das kontinuierliche Lernen im Berufsalltag, wobei jede Facette des Themas auf unterschiedliche Art in seinen Formaten angesprochen wird. Besonders erwähnenswert ist die umfassende Vertiefung der ausgewählten Themen mittels eines kombinierten Einsatzes von auditiven und visuellen Elementen.



# Sonderauszeichnungen

## Thought Leader





# Thought Leader

Vielfalt und Chancengleichheit

## Nathalie Marie Pérez Sievers

Nathalie Marie Pérez Sievers hat sich einen bemerkenswerten Standpunkt in der „Diversity & Inclusion“ Branche des Human Resources geschaffen. Auf ihrem Kanal sind Vielfalt und Chancengleichheit nicht nur Buzzwörter, sondern eine echte Herzensangelegenheit. Sie ist Gründerin von „The People Hub“, wo sie offen und herzlich verschiedene Business Coachings, Workshops und Programme zur Organisationsentwicklung anbietet. Nebenbei ist sie als Mentorin und Speakerin in verschiedenen Bereichen tätig und zaubert ihrer Community regelmäßig ein Lächeln auf die Lippen.

## Ute Neher

Emotion trifft Fakten. Mit einer Leidenschaft für HR, einem Fokus auf Menschlichkeit und einer passionierten Liebe zu Technologie strebt Ute Neher danach, inklusive Arbeitsplätze zu erschaffen, die alle Menschen gleichermaßen willkommen heißen. Ihre Ehrlichkeit und Authentizität sorgen für eine Community, die mit ihr weint und lacht, feiert und empört ist. Ute Neher schafft es, jeden zum Thema Inklusivität abzuholen und strahlt dabei stets auf eine liebevolle, statt belehrende Art.

## Vera Strauch

Vera Strauch nutzt ihre Reichweite vor allem für das Thema Female Leadership und Chancengleichheit, das sie stolz und mit einer ganz besonderen Lebensfreude mit ihrer Community teilt. Als Teil der Female Leadership Community ist sie in verschiedensten Projekten engagiert und nimmt aktiv an diversen politischen Themen teil. Dabei geht es ihr stets darum, allen Individuen dazu zu verhelfen, in ihr inneres Potential zu entfachen und das Bestmögliche aus sich selbst herauszuholen.



# Thought Leader

New Work

## Alena Brügger

Alena Brügger versorgt ihre Community regelmäßig mit Inspiration zum Thema New Work, Employer Branding und Personalbranding. Ihr Content ist zielgerichtet und strebt danach, langfristig positive Erfolge im Rahmen von New Work in der Arbeitswelt zu erzielen.

## Katja Hiernickel

Katja Hiernickel hat eine Passion für Recruiting und New Work, die sie mit Hingabe mit ihrer Community teilt. Dabei ist sie die authentischste Version ihrer Selbst und zeigt sich vielen persönlichen Themen gegenüber sehr offen. Sie ist der Meinung, dass sich die Arbeitswelt und die Einstellung der jüngeren Generation aktuell stark verändert – und, dass dieser Veränderung mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden muss. Dabei legt sie ein besonderes Augenmerk auf die Jobsuche und Employer Experience.

## Nicole Thurn

Als Gründerin von „NewWorkStories“, „NewWorkStoriesHub“ und Co-Autorin von „Rethink-HR“ hat sich Nicole Thurn der Aufgabe gewidmet, den Changemakers der neuen Arbeitswelt Sichtbarkeit zu geben und ihnen eine Plattform zu bieten. Dabei dreht sich der Inhalt auf ihrem Kanal vor allem um New Work, Leadership und eine funktionierende Unternehmenskultur. Nicole zuckt vor keiner Herausforderung zurück und hält nichts von Tabu-Themen – genau das, was unsere neue Arbeitswelt braucht.



# Thought Leader

HR Tech, Next Generation, Work-Life-Balance

## Daniel Mühlbauer (HR Tech)

Daniel Mühlbauer, auch bekannt als „DataDan“, hat sich auf die Bereiche AI, Data, HR-Tech und People Analytics spezialisiert. Hier geht er zugleich analytisch als auch emotional vor und deckt verschiedene Facetten der beiden Thematiken ab. Dabei bezieht er sich unter anderem auf New Work Ansätze, auf Female Empowerment oder Employer Branding und verliert nie den Bezug zu seiner sich stets wandelnden und anpassenden Zielgruppe. Technik ist für ihn weder Feind noch Freund, er geht unvoreingenommen an verschiedene Themenfelder heran und diskutiert dabei die unterschiedlichsten Sichtweisen.

## Angelina Eimecke (Next Generation)

Angelina Eimecke ist New Work Expertin und ausgebildeter Coach im Systemischen Coaching. Auf ihrem Kanal dreht sich alles Rund um die GenZ, New Work und die Zukunft der Arbeitswelt. Sie sieht „New Work“ nicht als Buzzword oder trendy Mindset, sondern als Förderung einer selbstbestimmten Arbeitsweise. Für sie steht New Work für erhöhte Zufriedenheit, Produktivität und Leistungsfähigkeit im Arbeitsumfeld. Deshalb setzt sie sich auch dafür ein, mehr junge Stimmen auf dem Arbeitsmarkt zu Wort kommen zu lassen und sie in verschiedene HR-Gebiete zu integrieren. Sie findet: „Studierende gehören auf LinkedIn! Azubis gehören auf LinkedIn! Die Generation Z gehört auf LinkedIn!“

## Anna Schnell (Work-Life-Balance)

Anna Schnell teilt auf ihren Social-Media-Kanälen ihre Leidenschaft und Expertise zu verschiedenen HR-Themen. Dabei fokussiert sie sich bei YouTube vor allem auf die Vermittlung von Wissen zu unterschiedlichen Arbeitsmodellen, New Work sowie der Gestaltung einer gelungenen Work-Life-Balance. Die gemeinsamen Reisen mit ihrem Partner Nils Schnell durch zahlreiche Länder und einer intensiven Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Arbeitskulturen manifestieren sich in einem unverwechselbaren Mix aus innovativen Reise- und HR-Inhalten. Ihr Ziel ist es, Einzelpersonen und Unternehmen dabei zu unterstützen, besser zusammenzuarbeiten. Auf LinkedIn teilt sie sorgfältig aufbereitete Inhalte rund um ihre Kernthemen New Work und Coaching, die stets begeistern und inspirieren. Anna Schnell verkörpert für uns vor allem drei Dinge: Lebensfreude, Wanderlust und eine unstillbare Neugier nach neuem Fachwissen in der HR-Branche.



# Sonderauszeichnungen

## Entertainment



# Entertainment

## Kira Marie Cremer

Kira Marie Cremer überzeugt ihre Follower:innen und Hörer:innen regelmäßig mit persönlichem, authentischem und innovativem Content zum Thema New Work und Female Empowerment. Als Gründerin von QUINGS und Autorin ihres eigenen Buches, „Eingetaucht: New Work“, arbeitet Kira Marie Cremer kontinuierlich an sich selbst und baut ihre Expertise stetig aus. Dabei ist sie nicht nur bestens informiert, sondern auch nahbar, frech und tief sinnig. Ihre Authentizität begeistert ihre Community und sorgt für Nähe und Intimität, die mit ihrem Humor immer weiter an Fans gewinnt.

## Veronika Birkheim

Veronika Birkheim ist Beraterin, Speakerin und selbsternannte Sparringspartnerin in der HR-Branche mit einem besonderen Fokus auf die Bereiche Onboarding, Recruiting und Employer Journey. Dabei nimmt sie weder sich selbst noch ihre Fokusthemen zu ernst und versorgt ihre Community mit lustigen Memes, Witzen und persönlichen Anekdoten, die jede und jeden zum Schmunzeln bringen.

## Die Schnells

Die Schnells nutzen vor allem YouTube als Medium für ihre Passion – die Verbreitung von Wissen über verschiedene Arbeitsmodelle, New Work und Work-Life-Balance. Dafür sind sie in den letzten Jahren bereits 34 Länder bereist und haben dort mit über 140 Unternehmen zusammengearbeitet. Diese Zusammenarbeit und Reiseerfahrung haben die Schnells jeweils in kurzen, witzigen, frechen YouTube Videos mit HR-Themen vereint und sorgen so immer wieder für Staunen, Begeisterung und Lacher unter ihren Zuschauer:innen.



# Sonderauszeichnungen

## Content Master



# Content Master

## Patrick Mollet

Patrick Mollet postet Inhalte zu den Themen New Work und Workplace Culture. Dass er für diese Themen Feuer und Flamme ist, erkennen seine Follower:innen bereits aus der Ferne. Er integriert eine Vielzahl an Formaten, Postings und Themen in einer ganz eigenen Erzählweise, die immer wieder aufs Neue überrascht. Sein Content trifft nicht nur genau das Interesse seiner Zielgruppe, sondern inspiriert mit aktuellen Trends und Entdeckungen immer wieder dazu, stets auf Achse zu bleiben und seine individuellen Träume zu verwirklichen.

## Katharina Baehr

Katharina Baehr ist Head of Recruiting und Employer Branding Managerin. Auf LinkedIn ist sie besonders als Bloggerin aktiv. In ihrem Blog „Let's Talk about ...“ teilt sie monatlich informative Beiträge zu den Themen Recruiting, Karriere und Employer Branding. Ihr Content ist kreativ und abwechslungsreich aufbereitet. Er beleuchtet stets verschiedene Facetten und Perspektiven ihrer zahlreichen aktuellen HR-Fokusthemen. Dabei nutzt Katharina Baehr unterschiedlichste Formate, von Umfragen über Collagen, Videos und Behind-the-Scenes-Material bis hin zu Infopostings.

## Christina Mokoru

Christina Mokoru, die Gründerin von digital hr, ist eine Expertin im Bereich HR-Digitalisierung. Auf ihrem LinkedIn-Profil teilt sie nicht nur persönliche Erfahrungen, sondern bietet auch wertvolle Tipps und inspirierende Impulse. Durch die bunte Vielfalt ihrer Postingformate und ihre individuelle Ansprache konnte sie uns überzeugen. Christina Mokorus Profil bietet für jeden etwas: für diejenigen, die lernen möchten, für diejenigen, die nach Unterhaltung suchen und für diejenigen, die neue Denkanstöße und Inspiration brauchen.



Abstufungen die nach  
den **Top-Platzierungen**  
pro Kanal folgen:







# LinkedIn



Katharina Baehr  
Dr. Maria Bergler  
Veronika Birkheim  
Laura Bornmann  
Alena Brügger  
Dr. Michael Egger  
Nicole Fromhold  
Diana Gajic  
Linh Grethe  
Gero Hesse  
Katja Hiernickel  
Lukas Hildebrandt  
Finja Hilliger  
Andrea König  
Dr. Yvonne Köster  
Jo Kristof  
Selma Kuyas  
Christina Moku  
Daniel Mühlbauer  
Nathalie Marie Pérez Sievers  
Vanessa Reynolds  
Benjamin Rolff  
Marcel Rütten  
Prof. Dr. Carsten C. Schermuly  
Dr. Bernd Slaghuis  
Felix Thönnessen  
Tim Verhoeven  
Prof. Dr. Yasmin Weiß  
Katrín Wewel  
Céline Flores Willers



Nadine Alles-Berberich  
Kinga Bartczak  
Davorin Barudzija  
Sarah Böning  
Kai J. Boyd  
Wolfgang Brickwedde  
Dr. Barbara Covarrubias Venegas  
Angelina Eimecke  
Jan Hawliczek  
Valesca Heinlein  
Martina Hofer Moreno  
Jule Jankowski  
Joel Kaczmarek  
Michael Kaufhold  
Madeleine Kern  
Jelena Klingenberg  
Katharina Krentz  
Claudia Lorber  
Christoph Magnussen  
Patrick Mollet  
Leonie Müller  
Nadine Müller-Krontiris  
Ute Neher  
Alexander (Sascha) R. Petsch  
Jan Randy  
Nadja Rondke  
Stefan Scheller  
Jette Scheller  
Helena Schneider  
Simon Schnetzer  
Eva Stock  
Vera Strauch  
Ivana Tadić  
Nicole Truchseß  
Lars Vollmer  
Matilda von Gierke  
Antoinette Weibel  
Ulrike Winzer  
Michael Witt  
Henrik Zaborowski  
Florian Zierau



Stefan Berndt  
Guido Bosbach  
Jörg Buckmann  
Joachim Diercks  
Ronja Dornfeld  
Marion Eppinger  
Winfried Felser  
Bernd Geropp  
Stephan Grabmeier  
Alice Greschkow  
Silke Grotegut  
Christina Haury  
Sara Hildebrandt  
Svenja Hofert  
Natascha Hoffner  
Wolfgang Jenewein  
Vanessa Jobst-Jürgens  
Tobias Jost  
Dominik Josten  
Anna Kaiser  
Philipp Klein  
Laura Klimecki  
Sabine Kluge  
Wolfgang Krapesch  
Nicolas Kreyenkamp  
Herwig Kummer  
Stefan Lapenat  
Christian Lepsien  
Astrid Maier  
Marcus Merheim  
Thomas Ottersbach  
Britta Redmann  
Marcus K.Reif  
Dr. Nico Rose  
Harald Schirmer  
Anna Schnell  
Gesine Schulz  
Katharina Schulze  
Jannis Tsalikis  
Nicole Thurn  
Robindro Ullah  
Markus Väth  
Hans-Heinz Wisotzky  
Eva Zils  
Annemarie Zoppelt



# TikTok



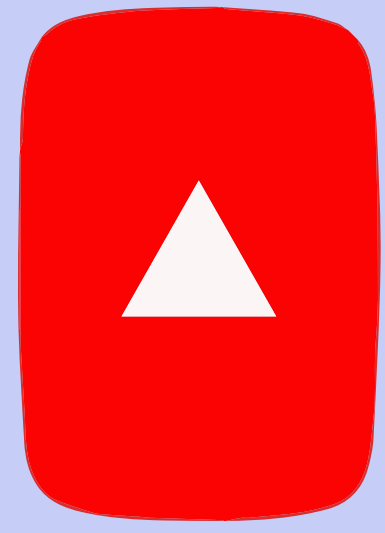
Tobias Jost  
Jan Randy



Rebecca Sc.  
Ivana Tadić  
Katrin Wewel



Jelena Klingenberg  
Selma Kuyas  
Christian Lepsien  
Viet Pham Tuan  
Gesine Schulz  
Mareike Schure



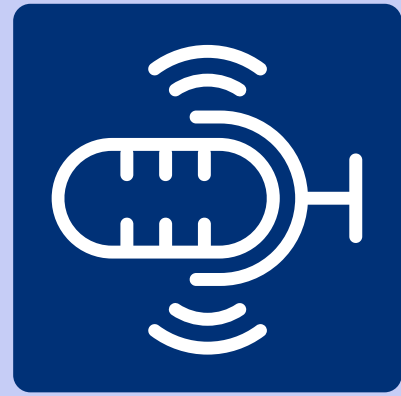
# YouTube



Daniel Mühlbauer  
Jan Randy



Toygar Cinar  
Dr. Barbara Covarrubias Venegas  
Wolfgang Jenewein  
Joel Kaczmarek  
Selma Kuyas  
Christian Lepsien  
Dr. Nico Rose  
Simon Schnetzer



# Podcasts



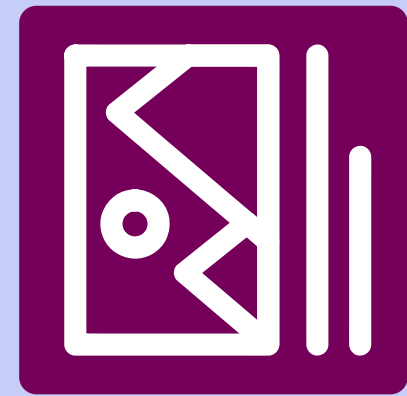
- Stefan Berndt
- Gergely Galamb und Arne Stoschek
- Bernd Geropp
- Antonia Götsch
- Linh Grethe
- Gero Hesse
- Natascha Hoffner
- Jule Jankowski
- Tobias Jost
- Dominik Josten
- Michael Kaufhold
- Wolfgang Krapesch
- Nicolas Kreyenkamp
- Jo Kristof
- Astrid Maier
- Alexander (Sascha) R. Petsch
- Marcus K. Reif
- Benjamin Rolff
- Diana Theresia Roth
- Stefan Scheller
- Katharina Schulze
- Nicole Truchseß
- Robindro Ullah
- Hans-Heinz Wisotzky



- Kinga Bartczak
- Kai J. Boyd
- Toygar Cinar
- Jan Hawliczek
- Marcel Rütten
- Gesine Schulz
- Eva Stock
- Michael Witt



- Nicole Fromhold
- Wolfgang Jenewein
- Nicole Thurn



# Blogs



Andrea König  
Thomas Ottersbach  
Britta Redmann  
Eva Zils



Dr. Maria Bergler  
Nicole Fromhold  
Silke Grotegut  
Jo Kristof  
Claudia Lorber  
Daniel Mühlbauer  
Marcel Rütten  
Simon Schnetzer  
Dr. Bernd Slaghuis



Kinga Bartczak  
Guido Bosbach  
Kai J. Boyd  
Marion Eppinger  
Stephan Grabmeier  
Alice Greschkow  
Christina Haury  
Svenja Hofert  
Jule Jankowski  
Tobias Jost  
Wolfgang Krapesch  
Herwig Kummer  
Diana Theresia Roth  
Eva Stock  
Nicole Truchseß  
Hans-Heinz Wisotzky  
Michael Witt  
Henrik Zaborowski

Personio