

SOCIAL MEDIA IM RECRUITING

NUR "NICE TO HAVE" ODER WIRKLICH SINNVOLL?

WAS IST DAS?

Soziale Medien haben im Laufe der letzten Jahre stark an Bedeutung gewonnen. Laut einer aktuellen Studie zum Thema *Ranking der größten Social Networks* von [Statista](#) hat beispielsweise Facebook monatlich etwa 2,74 Milliarden aktive Nutzer und belegt damit Platz 1 der größten Social Networks und Messenger. Die Anzahl der monatlich aktiven Nutzer von Instagram über Android Geräte liegt bei 1,69 Millionen. Eine Studie in den USA untersuchte die Nutzung von ausgewählten Social Media Plattformen durch Fortune Top 500 Unternehmen in den Jahren 2013 bis 2020. Die Ergebnisse verdeutlichen die hohe Bedeutung von Facebook, da 2020 99% der befragten Unternehmen Facebook nutzten (zum Vergleich: 2014 waren es noch 97%). Diese Zahlen zeigen deutlich, dass Social Media in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken ist. Soziale Medien können dabei zu unterschiedlichsten Zwecken genutzt werden – so zum Beispiel auch in Ihrem Recruiting.

Social Media Recruiting bezeichnet die "Jagd" nach geeigneten BewerberInnen auf den Plattformen Sozialer Medien wie Facebook, Instagram, LinkedIn und Xing. Dabei geht es natürlich nicht nur um die aktive Suche, sondern auch darum, Ihr Unternehmen ganz im Sinne des Employer Brandings als attraktiven Arbeitgeber zu präsentieren und die potenziellen KandidatInnen mit interessanten und unterhaltsamen Content zu versorgen.

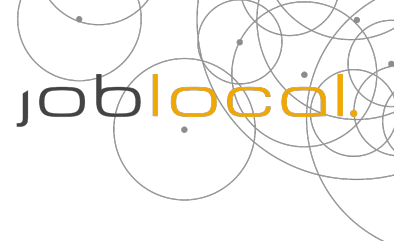
WER SUCHT WEN DENN WO?

KandidatInnen, die eigentlich gar nicht auf der Suche sind - oder es nur noch nicht wussten - bewegen sich in ihrer Freizeit auf Social Media Kanälen. Es werden Bilder und Videos gepostet, angesehen und geteilt. Beiträge werden geliked und für gut oder weniger gut befunden. Dabei bietet sich für Unternehmen die Gelegenheit auf sich aufmerksam zu machen und beispielsweise zu sagen „Hey, kennen Sie uns schon?“. Das ist auch Ihre Chance! Zeigen Sie auf Facebook, Instagram, LinkedIn und Xing was Ihr Unternehmen ausmacht und wer dahinter steckt. Sie suchen auch noch Verstärkung? Dann lassen Sie das Ihre LeserInnen, FollowerInnen oder AbonnentInnen wissen und gehen Sie in den direkten Dialog. Soziale Medien ermöglichen einen offenen und ehrlichen Austausch in Echtzeit. Vorab sollten Sie sich allerdings im Klaren darüber sein, wer die Person ist, die Sie suchen. Hilfreiche Informationen zur Candidate Persona finden Sie online. Die verschiedenen Social Media Plattformen haben unterschiedliche Arten zu kommunizieren und decken unterschiedliche Zielgruppen ab. Dieser Aspekt sollte in die Formulierung und Gestaltung Ihres Social Media Auftritts einfließen und gut bedacht werden. Social Media Plattformen bringen verschiedene Eigenschaften und auch NutzerInnen mit sich. Eine aktuelle Studie in Deutschland behandelte die Frage „Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig?“. Dabei liegt Facebook mit 72% an erster Stelle, dicht gefolgt von YouTube mit 71% und Instagram mit 56%. LinkedIn wird von 15% der Befragten regelmäßig genutzt und Xing von 11%. Im Folgenden finden Sie die wichtigsten Informationen zu den vier oben genannten Social Media Kanälen.



SOCIAL MEDIA IM RECRUITING

NUR "NICE TO HAVE" ODER WIRKLICH SINNVOLL?



FACEBOOK

Facebook ist das größte soziale Netzwerk der Online-Welt. Dort können so gut wie alle Zielgruppen und Personengruppen angesprochen werden. Der Newsfeed auf der Startseite dominiert die Art und Weise wie kommuniziert wird. Menschen posten auf Facebook Informationen, Meinungen, Bilder, Erinnerungen oder Links zu Dingen, die sie bewegen. Facebook bietet für potenzielle BewerberInnen auch die Möglichkeit, sich direkt über die Plattform auf eine ausgeschriebene Vakanz zu bewerben. Auf Facebook kann sowohl unbezahlt (=organisch) als auch generisch (=bezahlt) gepostet werden. Grundsätzlich macht es Sinn, sich vorab klar zu machen, welches Ziel ein Post verfolgt und dementsprechend zu entscheiden, ob es sich um einen organischen oder einen generischen Post, mit finanziellen Mitteln gestützt, handeln soll. Zu beachten ist, dass hinter Facebook ein Algorithmus steht, der durch bezahlte Werbeanzeigen zu eigenen Gunsten verbessert werden kann. Mit 627 Millionen Facebooknutzern macht die Altersgruppe der 25-34 Jährigen den größten Teil des weltweiten Werbepublikums (auch in Deutschland) auf Facebook aus. Das zeigte eine Studie zum Thema Werbepublikum von Facebook nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit. Nur zwei von unzähligen Tipps für Ihren Facebook-Post: verzichten Sie beim Schreiben eines Posts auf Hashtags (diese sind auf Instagram besser aufgehoben). Fragen Sie sich: Wann ist die Zielgruppe aktiv? Welcher Inhalt ist zu welcher Zeit relevant? Gibt es etwas, das spezifisch für die Region, den Ort oder Ihr Unternehmen ist? Bedenken Sie die Antworten und lassen Sie diese mit einfließen.

INSTAGRAM

Instagram gehört zum Facebook-Kosmos. Eine Studie zur Anzahl der Instagram-Nutzer nach Altersgruppen und Geschlecht weltweit im Januar 2020 belegt, dass die meisten Nutzer von Instagram zwischen 18 und 34 Jahre alt sind. Auf Instagram posten Menschen Bilder, Videos und Stories auf ihrem Profil.

Stories auf Instagram haben im Gegensatz zu Bildern und Videos, die normal gepostet werden, lediglich eine Verfügbarkeit von 24 Stunden. Auf Instagram erhöhen die Hashtags, die UserInnen unter Beiträgen und Videos listen, die Auffindbarkeit. Die App wurde grundsätzlich zur Nutzung auf mobilen Endgeräten entwickelt und schreibt deshalb auch ein gewisses Format für Fotos vor. Instagram bietet sich damit besonders für Ihr Employer Branding an. Kurze Videos oder Story-Sequenzen, in denen Ihre aktuellen Mitarbeitenden potenziellen Interessenten Einblicke in ihren Arbeitsalltag geben, sind sehr beliebt. Zudem sind Vorstellungen von Mitarbeitenden mit kurzen Informationen zur Person oder zum Werdegang eine gute Möglichkeit, sich von der Konkurrenz abzuheben und spezielle Einblicke zu bieten. Instagram-Stories, deren Verfügbarkeit begrenzt ist, eignen sich sehr gut, um tagesaktuelle Themen anzusprechen oder zu zeigen. Beispiele dafür könnten sein: ein neuer Geschäftsführer steigt ins Unternehmen ein, die Verpackung Ihrer Produkte ist jetzt nachhaltig oder ein Mitarbeitender hat Firmenjubiläum. Hier sind Ihrer Kreativität keine Grenzen gesetzt.

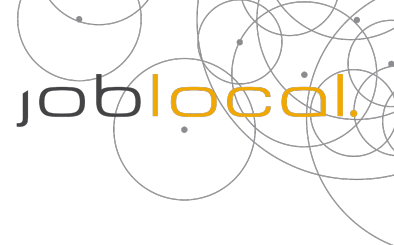
YOUTUBE

Die zu Google gehörende Videoplattform bietet die Möglichkeit, Videos und Werbespots Ihres Unternehmens hochzuladen und den Link anschließend über andere Soziale Medien zu teilen. Unternehmen können hier ein Profil anlegen und alle Videos dort gesammelt listen. Auch bezahlte Anzeigen sind auf YouTube möglich.



SOCIAL MEDIA IM RECRUITING

NUR "NICE TO HAVE" ODER WIRKLICH SINNVOLL?



XING

Xing ist ein führendes, professionelles Netzwerk im des DACH-Bereich. Diese Plattform wird überwiegend zu Employer Branding genutzt, um mögliche Talente anzulocken. Dabei sind die Beiträge textbezogen oder verlinken zu anderen Websites. Hier bewegen sich viele Jobsuchende und Menschen auf der Suche nach Dienstleistern.

LINKEDIN

Das Netzwerk LinkedIn ist das weltweite Pendant zu Xing und bietet noch mehr Möglichkeiten für die NutzerInnen. LinkedIn bietet vielseitige Möglichkeiten zur Darstellung von Inhalten, beispielsweise über Slideshows oder auch Videos an. Hier bewegen sich sowohl Unternehmer, als auch Angestellte, StudentInnen und auch Jobsuchende.

- Bedenken Sie stets, dass es nicht notwendig ist, dass Sie auf allen Social Media Portalen vertreten sind. Seien Sie ehrlich und authentisch. Qualität geht im Bereich der Sozialen Medien vor Quantität.

WAS SIE TUN SOLLTEN

Holen Sie sich professionelle Unterstützung. Im Bereich Social Media ist - wie in vielen anderen Bereichen ebenso - die Expertise das A und O. Werbeanzeigen, die beispielsweise über Facebook geschaltet werden und nicht die passende Zielgruppe hinterlegt haben, gehen im Universum des Facebook-Algorithmus gnadenlos unter. Damit fehlt dementsprechend die Zielgenauigkeit, die Sie erreichen möchten. Wenn Sie eine eigene Social Media-Abteilung im Haus haben, können die KollegInnen Ihnen hier sicher weitere wertvolle Tipps und Tricks geben. Andernfalls gibt es kompetente Partner, die Sie in der Umsetzung Ihres Social Media Recruitings unterstützen können, um die bestmöglichen KandidatInnen zu erreichen.

DER MEHRWERT

Soziale Medien und Ihre Präsenz auf Plattformen dieser Art schenken Ihnen vor allem Sichtbarkeit und die Möglichkeit diese auf Wunsch auch zu verstärken. Diese Präsenz erreichen Sie mit regelmäßigem Posten von Content verschiedenster Art. Zeigen Sie Vielfalt und echte Einblicke in den Alltag bei Ihnen im Unternehmen. Durch die individuellen Profile der Social Media Nutzer haben die Kanäle ausreichend Daten, um Werbeanzeigen genau der Zielgruppe Ihrer Stellenanzeige auszuspielen. Hierbei können demografische Kriterien, Alter, Interessen und viele weitere Messgrößen festgelegt werden, um zielgruppen-spezifisch vorzugehen. Nutzen Sie diese Art der Aufmerksamkeit für sich und zeigen Sie potenziellen BewerberInnen, dass Sie keine Scheu vor Sozialen Medien haben. Eine Studie zum Thema „Welcher Nutzen ergibt sich durch den Einsatz von Social-Media-Marketing für Ihr Unternehmen?“ ergab, dass für 88% der Befragten das Erhöhen der Aufmerksamkeit der wichtigste Nutzen ist. KandidatInnen müssen Ihr Unternehmen wahrnehmen und sich im gleichen Zuge die Frage stellen: „Wäre das nicht etwas für mich?!“. Sobald dieser Gedanke einmal im Kopf durchgespielt wurde, haben Sie die Person meist schon am Haken. Starten Sie mit den Sozialen Medien in Ihrem Recruiting durch!



Social Media im Recruiting ist für mich eine Chance joblocal als Arbeitgeber zu präsentieren und positiv auf unser Employer Branding einzuwirken. Es bietet die Möglichkeit Einblicke hinter die Kulissen von joblocal zu geben und ist damit ein wichtiger Bestandteil des Recruitings. Social Media Recruiting ist ein Bereich mit viel Potential und lebt bei uns von Teamwork.

Florian Schinzel
Talent Acquisition Manager bei joblocal



DIE CHECKLISTE

Um Ihnen den Start von Social Media Recruiting zu erleichtern, haben wir hier für Sie eine Checkliste zusammengestellt:

- ★ **Auswahl der geeigneten Kanäle**
Wählen Sie anhand Ihrer Zielgruppe oder auch Candidate Persona für die zu besetzende Vakanz einen oder mehrere Social Media Kanäle für Ihr Unternehmen aus.
- ★ **Überprüfen der Profile auf den entsprechenden Kanälen**
Hier ist vor allem die Aktualität der angegebenen Informationen von großer Wichtigkeit. Bearbeiten Sie diese Daten - wenn nötig - vor dem Start einer Social Media Kampagne, damit KandidatInnen Sie beispielsweise auch unter der angegebenen E-Mail-Adresse erreichen können.
- ★ **Klärung der Zuständigkeiten**
Wer kümmert sich um eingehende Nachrichten, Kommentare und Reaktionen? Klären Sie dies vorab, um zu vermeiden, dass Nachrichten von potenziellen Interessenten im Sand verlaufen.
- ★ **Festlegen von geeigneten Content für den jeweiligen Kanal**
Lockere Videosequenzen von Ihren MitarbeiterInnen eignen sich am besten für Instagram, wohingegen sich ein sachlicher, informativer Text zu Ihrem Unternehmen besser auf LinkedIn oder Xing einfügt.
- ★ **Regelmäßiger Check der Social Media Portale in Bezug auf Benachrichtigungen**
Verpassen Sie keine neuen Nachrichten oder Kommentare indem Sie regelmäßig Ihre Benachrichtigungen prüfen.

Mehr spannende Beiträge finden Sie auf unserem [BLOG](#).
Wir freuen uns auf Ihren Besuch – bis dahin: *Happy Recruiting!*