

Social-Media Recruiting



AUSBILDUNGSHELD.de

Bewerber zielgerichtet im Netz erreichen
Whitepaper 2 | 2022



mgo Joblokal GmbH
Gutenbergstraße 1
96050 Bamberg
Deutschland

E-Mail
info@ausbildungsheld.de

Kostenlose Hotline
0800 / 60 90 600

INHALT

	S.
EINLEITUNG	4
WOFÜR STEHT SOCIAL MEDIA RECRUITING?	6
WER IST MEINE ZIELGRUPPE?	8
WELCHE SOCIAL MEDIA RECRUITING KANÄLE GIBT ES?	10-12
FAZIT	13
KONTAKT	14

Dieses Whitepaper richtet sich in erster Linie an Mitarbeiter der Personalabteilungen sowie Fach- und Führungskräfte, die für die Einstellung und Gewinnung von neuen Auszubildenden verantwortlich sind. Es soll wichtige Fragen zur Entwicklung von zielgruppengerechten Recruiting-Videos als erfolgversprechendes und an Bedeutung gewinnendes Marketinginstrument beantworten.

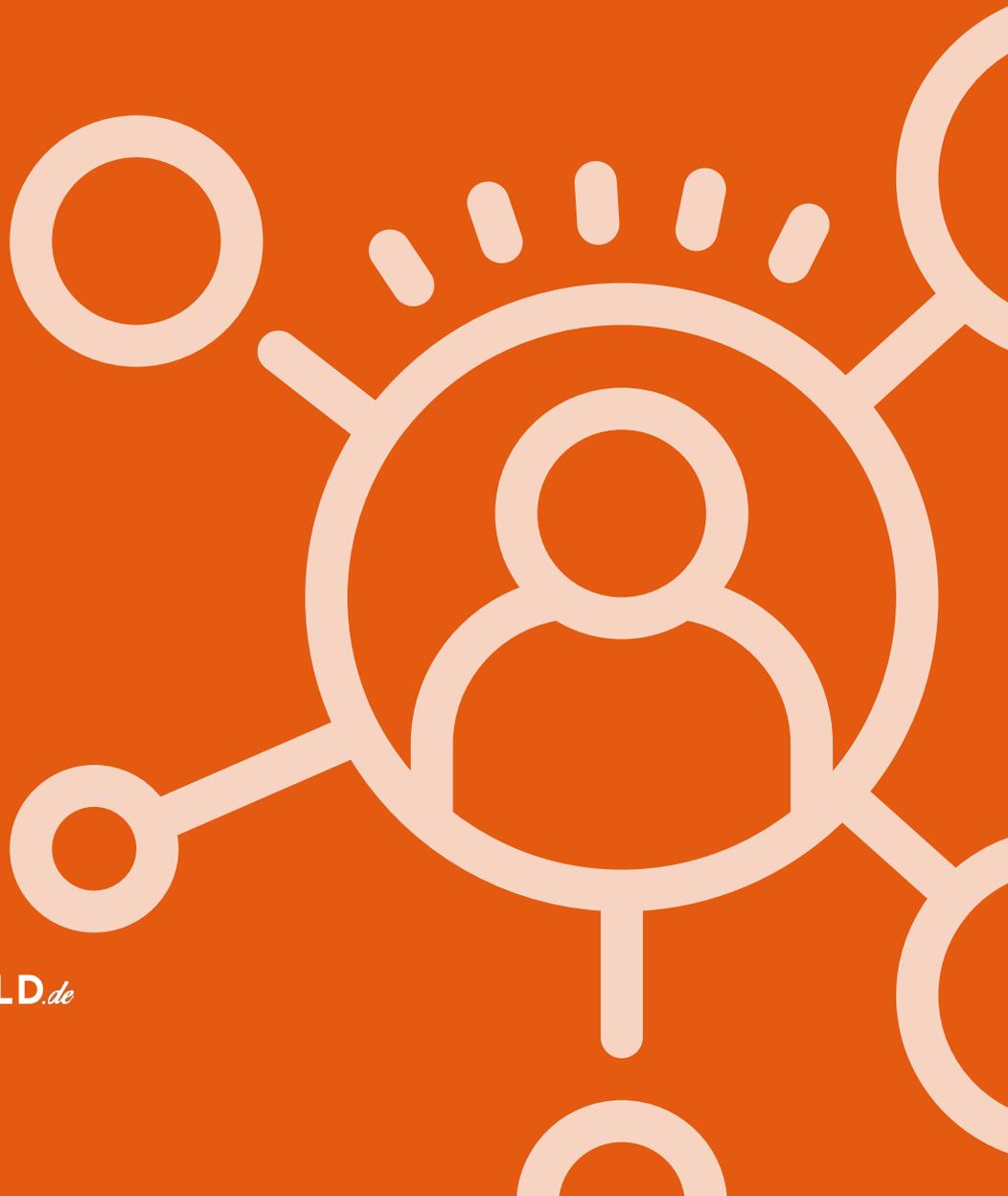


Einleitung

Soziale Netzwerke als allgegenwärtiger
Kommunikationskanal



AUSBILDUNGSHELD.de
EINFACH BEWERBEN!



Einleitung

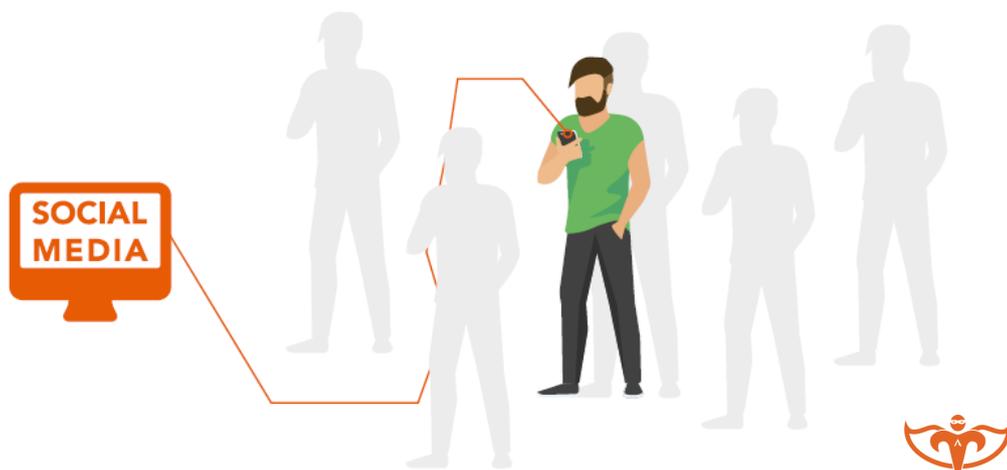
Soziale Netzwerke als allgegenwärtiger Kommunikationskanal

Soziale Netzwerke sind großer Bestandteil unseres Lebens geworden, wir kommunizieren, informieren und teilen unsere Interessen mit der ganzen Welt. Diese Veränderung trifft auch besonders die Unternehmen und stellt diese vor eine große Herausforderung. Denn es treffen drei Ursachen gleichzeitig aufeinander, die dafür sorgen, dass Unternehmen neue und innovative Rekrutierungsprozesse einsetzen müssen:

1. Der demografische Wandel und die Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt
2. Web 2.0-Welle und die Bedeutung für die Unternehmen*
3. Die Generation Z – Digital Natives 2.0 betritt den Arbeitsmarkt

Die bisher verfolgte Strategie des „Post-and-Pray“, gleichbedeutend mit der Veröffentlichung einer Stellenanzeige und dem anschließenden Hoffen auf Bewerbungen, wird in Zukunft wenig Erfolg verzeichnen, denn hierdurch wird nur ein Bruchteil der potentiellen Bewerber erreicht, die aktiv auf der Suche sind. Es wird auch darauf ankommen gerade die Kandidaten für sich zu begeistern, die nicht aktiv suchen, jedoch für Angebote offen wären. Mit einem guten und weit verbreiteten Social Media Auftritt kann der Kandidatenpool um ein Vielfaches erweitert werden.

Im folgenden Whitepaper werden die Grundlagen des Social Media Recruitings aufgezeigt. Es wird auf die Frage eingegangen, was sich eigentlich hinter Social Media verbirgt und weshalb der Internetauftritt der Unternehmen eine große Bedeutung für die Zukunft spielt. Muss ein Unternehmen überall vertreten sein oder gibt es Netzwerke, die sich für bestimmte Zwecke besser eignen als andere? Hierfür werden unterschiedliche Social Media Kanäle betrachtet, sodass Sie viele nützliche Tipps für den Aufbau einer eigenen Recruiting Strategie erhalten.



AUSBILDUNGSHELD.de

*Social Media im Personalmanagement, Facebook, Xing, Blogs, Mobile Recruiting und Co. erfolgreich einsetzen – Frank Bärmann - mitp

**Talentry – TU München – Social Recruiting Studie 2016

Wofür steht Social-Media Recruiting

Eine Definition



AUSBILDUNGSHELD.de
EINFACH BEWERBEN!



Wofür steht Social-Media Recruiting

Eine Definition

Zunächst sollte klargestellt werden was Social Media Recruiting eigentlich bedeutet.

Es handelt sich hierbei um eine Form des Recruitings, bei der Social Media Angebote im Internet zur Personalgewinnung eines Unternehmens genutzt werden. Aber nicht nur für die Personalgewinnung sondern auch zur Markenimagepflege und Steigerung der Bekanntheit eignen sich die Social Media Kanäle besonders gut.*

Bei Social Media Recruiting unterscheidet man zwischen sogenannten „businessorientierten“ und privaten Social Media Kanälen. In businessorientierten Social Networks steht das Rekrutieren, Inserieren und der Kontaktaufbau auf Berufsbasis im Fokus. Wobei private Social Media Kanäle wie Facebook und Instagram auf private Interaktion setzen.**

Aufgrund der nahezu vorherrschenden Vollbeschäftigung ist es umso schwieriger die passenden Kandidaten zu finden und für das Unternehmen zu gewinnen. Denn ist man nicht aktiv auf der Suche nach einem Job, ist die Wahrscheinlichkeit geringer, dass man sich in Business Netzwerken aufhält. Die Präsenz auf privat genutzten Social-Media-Kanälen bleibt jedoch gleich.

So veröffentlichen auch die Top-1.000-Unternehmen jede sechste Vakanz in den Sozialen Medien. IT-Unternehmen jede siebte. Zudem lässt sich eine Kanalverschiebung weg von „klassischen“ sozialen Netzwerkplattformen, wie z. B. Facebook, hin zu Alternativen Unternehmen, um offene Stellen zu wie z. B. Twitter, Instagram oder YouTube feststellen.***



Wer ist meine Zielgruppe?

Unterschiedliches Mediennutzungsverhalten



AUSBILDUNGSHELD.de
EINFACH BEWERBEN!

Wer ist meine Zielgruppe

Unterschiedliches Mediennutzungsverhalten

Bevor Unternehmen überhaupt Social Media Kanäle einsetzen können, ist es wichtig die Frage zu beantworten:

WER IST MEINE ZIELGRUPPE UND WELCHE PLATTFORMEN NUTZT DIESE TATSÄCHLICH?

Wenn es darum geht junge Kandidaten für das Unternehmen zu gewinnen klagen immer mehr Unternehmen über unbesetzte Ausbildungsplätze.* Gerade in Zeiten rückläufiger Schulabgänger zahlen verschärft sich der Wettbewerb um Auszubildende zusätzlich. Diese Zielgruppen können in Zukunft nicht mehr nur über die klassischen Medien erreicht werden, ein Wandel und Umdenken im (Personal-) Marketing wird unausweichlich sein. Unternehmen, die sich im Kampf um die besten Azubis behaupten möchten, benötigen ein zielgruppengerechtes Marketing. Diese Entwicklung hat zur Folge, dass althergebrachte Methoden für das Recruiting immer mehr an Bedeutung verlieren und die Unternehmen ausschließlich aufgrund ihres digitalen Images bewertet werden.**

Die Generation Z oder auch Digital Natives 2.0 ist in den Arbeitsmarkt eingetreten. Es handelt sich hierbei um die Personengruppen, die ab 1999 geboren wurden. Diese Jugendlichen sind es gewohnt, eine Flut an digitalen Informationen zu verarbeiten und für sich zu nutzen. Sie wachsen im digitalen Zeitalter auf und sind so sehr vernetzt, dass es keine klare Abgrenzung zwischen realer und virtueller Welt gibt. Die digitale Technik und die Interaktion in sozialen Netzwerken ist Teil des Alltags.*** Die Generation Z bevorzugt die visuelle Kommunikation mit Bildern und Videos. Dadurch dass diese Zielgruppe ständig vernetzt ist, sucht sie auch genau in diesem Medium, nämlich dem „Netz“.



AUSBILDUNGSHELD.de

*Quellen: Bundesinstitut für Berufsbildung, Erhebung zum 30. September; Bundesagentur für Arbeit, Ausbildungsmarktstatistik zum 30. September (Sonderauswertung zur Vorbereitung des Berufsbildungsberichts); Bundesinstitut für Berufsbildung

**Frank Bärman, Social Media im Personalmanagement - Facebook, Xing, Blogs, Mobile Recruiting und Co. erfolgreich einsetzen, mitp

*** <https://www.agentur-jungsherd.de/generation-z/>

Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick



AUSBILDUNGSHELD.de
EINFACH BEWERBEN!



Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick

Die im Folgenden vollzogene Beschreibung der Maßnahmen dient hierbei der Schaffung eines groben Überblicks. Zielsetzung ist es, ein Verständnis für die Bandbreite an potentiellen Möglichkeiten aufzuzeigen, sich der Zielgruppe als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.

FACEBOOK:

Das soziale Netzwerk ist heute prägend für die Wahrnehmung von Social Media. Facebook ermöglicht es Nutzern sich über Text, Video/Bild und Ton zu vernetzen. Im Ranking der größten sozialen Netzwerke und Messenger nach der Anzahl der Nutzer belegte Facebook im Januar 2022 mit rund 2,91 Milliarden monatlich aktiven Nutzern den ersten Platz.*

Facebook gehört zu den Social Media Kanälen, in denen jede Branche und jeder Fachbereich vielseitig vertreten ist.

YOUTUBE:

Das 2005 entstandene Portal ermöglicht es Nutzern Videos zu veröffentlichen, diese zu kommentieren bzw. zu bewerten. Ähnlich wie Facebook, hat sich YouTube zu einem Kanal mit einem breiten Themenspektrum entwickelt, der Inhalte für sehr unterschiedliche Interessengruppen bereitstellt. YouTube stellt gerade für Jugendliche einen häufig gewählten Einstieg in das Internet dar und nimmt die Rolle einer Suchmaschine ein. Aktuell sehen die Hälfte der Jugendlichen mindestens mehrmals pro Woche Sendungen, Serien oder Filme bei YouTube an.** Für die Ansprache der jungen Kandidaten eignet sich YouTube aufgrund des hohen Bekanntheitsgrades und der starken Verbreitung von Videos demzufolge sehr gut.

INSTAGRAM:

Das soziale Netzwerk zum Upload von Bildern ist bei Jugendlichen hoch angesehen. Instagram ist hinsichtlich der Visualisierung des Unternehmensalltags eher als Personalmarketing- und Employer-Branding-Instrument zu verstehen. Die Lifestyle-Plattform Instagram fokussiert sich vor allem auf das Teilen von Fotos, Videos und Kurzmitteilungen. Der Kanal wächst zusehends. Das Netzwerk verzeichnet weltweit rund 1 Milliarden aktive Nutzer. Über Instagram erreichen Arbeitgeber mit ihren Botschaften insbesondere Vertreter der Generationen Y und Z.

TIK TOK:

Das soziale Netzwerk TikTok (einst Musical.ly) ist bekannt für selbstgedrehte Videoclips mit hinterlegter Musik. Im Ranking der größten sozialen Netzwerke und Messenger belegte TikTok mit seinen eine Milliarde monatlich aktiven Nutzern den sechsten Platz.***

*Statista - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/181086/umfrage/die-weltweit-groessten-social-networks-nach-anzahl-der-user/>

**Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2017, S.41.

***Statista - [https://de.statista.com/statistik/daten/studie/973018/umfrage/top-10-tiktok-accounts-mit-den-meisten-followern-weltweit/#:-text=Im%20Ranking%20der%20gr%C3%B6%C3%9Ften%20sozialen,\(Stand%3A%20Januar%202022\)](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/973018/umfrage/top-10-tiktok-accounts-mit-den-meisten-followern-weltweit/#:-text=Im%20Ranking%20der%20gr%C3%B6%C3%9Ften%20sozialen,(Stand%3A%20Januar%202022))

Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick



WHATSAPP:

Der 2009 gegründete Messaging-Dienst mit 2 Milliarden Nutzern, ist zum Austausch von Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien geeignet. Seit 2018 ist die Messenger-App nicht nur für Privatpersonen, sondern auch für Unternehmen nutzbar.



XING:

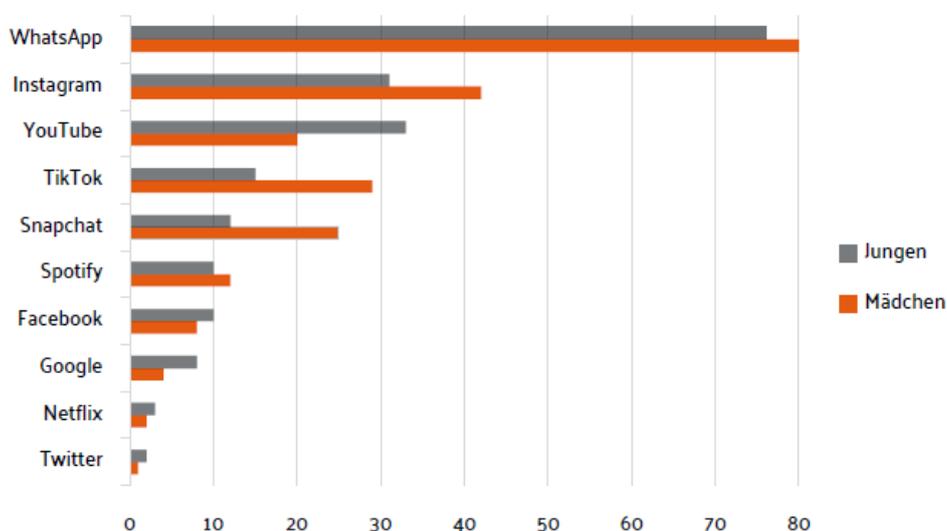
Das 2003 unter openBC gegründete Unternehmen, ist ein soziales Netzwerk für berufliche Kontakte mit 16 Millionen Mitgliedern im deutschsprachigen Raum. Diese Plattform ist für die Vernetzung von Berufstätigen aller Branchen gedacht, genauso wie das Suchen und Finden von Jobs, Mitarbeitern, Aufträgen, Kooperationspartnern, fachlichem Rat oder Geschäftsideen. Generell fokussieren sich businessorientierte Social Networks auf Active Sourcing.

Festzuhalten bleibt: Heutzutage erfüllt nicht mehr nur eine einzelne Social Media Plattform die Bedürfnisse der User, sondern es gibt für alles ein eigenes Netzwerk.

WO SUCHEN DIE JUGENDLICHEN BEVORZUGT NACH EINEM AUSBILDUNGSPLATZ?

Im Social Media Recruiting gibt es nicht nur den einen Rekrutierungs- oder Informationskanal, der perfekt geeignet ist – sondern der Mix ist ausschlaggebend. Wenn Sie Kandidaten erreichen möchten, ist eine großflächige Aufstellung unumgänglich.

WELCHE ANGEBOTE IM INTERNET NUTZEN JUGENDLICHE AM LIEBSTEN?



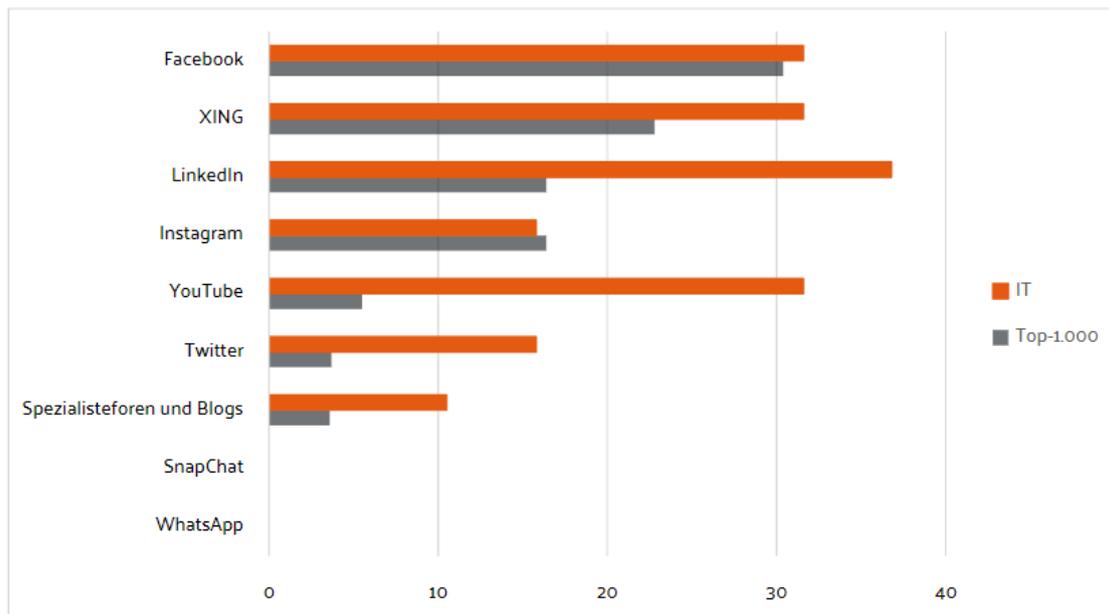
Quelle: JIM-Studie 2021, Angaben in Prozent, Nennung ab 3 Prozent (Gesamt), Basis: Befragte, die ein Handy/Smartphone besitzen, n=1.131



Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick

ÜBER WELCHE SOZIALEN KANÄLEN UND APPS PRÄSENTIEREN SIE SICH ALS ARBEITGEBER?



Quelle: CHRIS - Recruiting Trends 2020 - Social Recruiting und Active Sourcing

Immer mehr Unternehmen nutzen die Sozialen Medien zur Schaltung von Image-Werbung für Employer-Branding-Kampagnen. Während bei den Top-1.000-Unternehmen Facebook mit 30,4 Prozent auf Platz eins ist, ist dies bei den IT-Unternehmen LinkedIn mit 36,8 Prozent. Insgesamt ist auffällig, dass deutlich mehr IT-Unternehmen als Top-1.000-Unternehmen die Social-Media-Kanäle, abgesehen von Facebook, häufig bespielen.*

EMPLOYER BRANDING - MASSNAHMEN

Hinter dem Begriff Employer Branding verbirgt sich die Schaffung einer Arbeitgebermarke um sich somit von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abzuheben und zu positionieren. Hierdurch soll infolge der erhofften Marketingwirkung die Effizienz der Personalrekrutierung als auch die Qualität der Bewerber dauerhaft gesteigert werden.** Entsprechend liegt der Fokus weniger auf wirtschaftlichen Gesichtspunkten, sondern oftmals auf identitätsstiftenden Aspekten. Wichtig ist, dass die Arbeitgebermarke individuell dem Unternehmen und den damit verbundenen Eigenschaften zuzuordnen ist, um eine Austauschbarkeit zu vermeiden. Gerade im Hinblick auf Ausbildungsmarketing bieten sich vielfältige Möglichkeiten und eine separate Betrachtungsweise ist anzuraten. Sicherlich sind den Azubis von morgen andere Dinge wichtiger, als etwaigen Fach- und Führungskräften. Ebenso sollten diese aller Voraussicht nach anders adressiert werden. Employer Branding ist dabei nicht mit der Entwicklung eines Slogans sowie der Teilnahme an einigen Messen erledigt. Die Kreation einer Arbeitgebermarke ist vielmehr als stetiger Prozess zu sehen und nicht ad hoc am Reißbrett zu planen.

*CHRIS - Recruiting Trends 2020 - Social Recruiting und Active Sourcing

**Frank Bärmann, Social Media im Personalmanagement - Facebook, Xing, Blogs, Mobile Recruiting und Co. erfolgreich einsetzen, mitp

Fazit

Was kann festgehalten werden?

FAZIT

Es steht außer Frage, dass der Einsatz von Social Media ein wichtiger Bestandteil im Recruiting und Employer Branding ist. Unter Berücksichtigung einiger aktueller Studienergebnisse wird in diesem Whitepaper die richtige Aufstellung auf Social Media Kanälen aufgezeigt. Zudem wird die Relevanz einer akkuraten Zielgruppendefinition betont. Außerdem greift dieses Whitepaper einige wichtige Fragen auf und versucht, Antworten zu finden, die Ihrer eigenen Planung und Lösungsfindung dienen sollen.

Die folgende Auflistung fasst die wichtigsten Gründe für Social Media Einsatz nochmal übersichtlich zusammen.

GUTE GRÜNDE FÜR SOCIAL-MEDIA

- Social Media kann dabei helfen Ihre Arbeitgebermarke im digitalen Raum zu stärken, denn der Wert und Ruf
- der Arbeitgebermarke gehören inzwischen zu den wichtigsten Entscheidungsfaktoren für oder gegen den Job.
- Durch Social Media gewinnen Sie an großer Reichweite und können anhand wachsender Nutzerzahlen, steigender
- Interaktionsraten und sichtbarer Verweildauer ihre Attraktivität in sozialen Netzwerken deutlich erhöhen
- Dadurch dass viele Nutzer Social Media Plattformen privat nutzen, kann hier eine persönliche Beziehung zu potentiellen Bewerbern hergestellt werden.
- Durch proaktive Bewerbersuche können Sie mit Kandidaten in Kontakt treten, die nicht aktiv nach einem neuen Job suchen, trotzdem aber ein Wechselinteresse haben.*

Trotz der zeitlichen und finanziellen Investitionen sowie einiger Herausforderungen spricht vieles für den Einsatz von Social Media Kanälen bei der Suche nach passenden Kandidaten. Um sich so gut es geht positionieren zu können bietet unsere MRB -Technologie (Multichannel Reichweiten Boost) einen Lösungsansatz. Ganz egal, ob in den sozialen Netzwerken, beim Nutzen relevanter Apps oder beim Surfen auf renommierten Websites. Ihre Anzeige wird anhand demografischer Merkmale und regional passend zielgruppengerecht ausgespielt. Dadurch erreichen Sie auch passiv suchende Bewerber und können so Ihre Bewerberrücklaufquote steigern.



AUSBILDUNGSHELD.de

Kontakt

IHR AUFTRITT AUF AUSBILDUNGSHELD.DE

Erreichen Sie genau die Zielgruppe, die Sie suchen:
Potenzielle Auszubildende, direkt in Ihrer Region.

WAS IST AUSBILDUNGSHELD.DE?

Ausbildungsheld.de ist ein Online-Portal für potentielle Azubis und Ausbildungsbetriebe. Für Firmen verknüpft es die Vorzüge eines Stellenmarkts mit einem Bewerbermanagementsystem, begleitenden Werbemaßnahmen und der Option auf Active Sourcing.



Offiziell vom Deutschen Lehrerverband empfohlen



Eines der besten Ausbildungsportale Deutschland



Über 40.000 Ausbildungsstellen auf dem Portal gelistet

mgo Joblokal GmbH

Gutenbergstraße 1
96050 Bamberg
Deutschland

E-Mail

info@ausbildungsheld.de

Kostenlose Hotline

0800 / 60 90 600



AUSBILDUNGSHELD.de