



Whitepaper 1 | 2018

Social-Media Recruiting

Bewerber zielgerichtet im Netz erreichen

Joblokal Nordbayern GmbH

Gutenbergstraße 1
96050 Bamberg
Deutschland

E-Mail

info@ausbildungsheld.de

Kostenlose Hotline

0800 / 60 90 600



AUSBILDUNGSHELD.de

EINFACH BEWERBEN!

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG **3 – 4**

WOFÜR STEHT SOCIAL MEDIA RECRUITING? **5 – 6**

WER IST MEINE ZIELGRUPPE? **7 – 8**

WELCHE SOCIAL MEDIA RECRUITING KANÄLE GIBT ES? **9 – 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 Mitarbeitern verantwortlich sind. Es soll wichtige Fragen zur Entwicklung von zielgruppengerechten Recruiting-Strategien als erfolgversprechendes und an Bedeutung gewinnendes Marketinginstrument beantworten.



Einleitung

Soziale Netzwerke als allgegenwärtiger Kommunikationskanal

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 Unternehmen¹**
- 3. Die Generation Z – Digital Natives 2.0 steht davor in den Arbeitsmarkt einzutreten**

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?² Hierfür werden unterschiedliche Social Media Kanäle betrachtet, sodass Sie viele nützliche Tipps für den Aufbau einer eigenen Recruitingstrategie erhalten.



¹ Social Media im Personalmanagement, Facebook, Xing, Blogs, Mobile Recruiting und Co. erfolgreich einsetzen – Frank Bärmann - mitp

² Talentry – TU München – Social Recruiting Studie 2016



Wofür steht Social-Media Recruiting

Eine Definition

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. ³

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. ⁴

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 bewerten mittlerweile sieben von zehn der Top-1.000 Unternehmen Social Media Anwendungen in der Rekrutierung als positiv, während unter den mittelständischen Unternehmen lediglich 36,6 Prozent den Einsatz von XING, Facebook und Co. als positiv beurteilen. Zwei Drittel der Kandidaten bewerten Social Media in der Personalbeschaffung als gut, dies sind mehr als doppelt so viele wie noch vor sieben Jahren. Weiterhin zeigt sich, dass junge Generationen Social Media Anwendungen verstärkt als gut bewerten. Betrachtet man die Social Media Anwendung nach Geschlecht so ist sichtbar, dass weibliche Kandidaten (70,7%) Social Media als gut bewerten, wohin gehend männliche Kandidaten dies mit 61,5% als positiv erachten. ⁵



³Heroes: Definition Social Media Recruiting - <https://www.he-roes.de/glossary/social-media-recruiting/>

⁴Talentry – TU München – Social Media Recruiting Studie 2016

⁵CHRIS – Recruiting Trends 2018 – Social Recruiting und Active Sourcing



Wer ist meine Zielgruppe?

Unterschiedliches Mediennutzungsverhalten

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. ⁶ Gerade in Zeiten rückläufiger Schulabgängerzahlen 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. ⁷

Die Generation Z oder auch Digital Natives 2.0 stehen in den Startlöchern um in den Arbeitsmarkt einzutreten. 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. ⁸ 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“.

⁶ Quellen: Bundesinstitut für Berufsausbildung, Erhebung zum 30. September; Bundesagentur für Arbeit, Ausbildungsmarktstatistik zum 30. September (Sonderauswertung zur Vorbereitung des Berufsbildungsberichts); Bundesinstitut für Berufsausbildung

⁷ Frank Bärmann, Social Media im Personalmanagement – Facebook, Xing, Blogs, Mobile Recruiting und Co. erfolgreich einsetzen, mitp

⁸ <https://www.agentur-jungesherz.de/generation-z/>



Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick

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. Mit rund zwei Milliarden Nutzern weltweit und 26 Millionen monatlich aktiven Nutzern in Deutschland, ist Facebook das größte Social Media Netzwerk.⁹ Facebook gehört zu den Social Media Kanälen, in denen jede Branche und jeder Fachbereich vielseitig vertreten ist. Besonders für die Erstellung und Betreuung von Karriereseiten eignet sich dieser Kanal daher besonders gut.



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.¹⁰ 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 und Bildern und Kurzmitteilungen. Der Kanal wächst zusehends, kann aber (noch) nicht mit Facebook mithalten. Aber immerhin: Das Netzwerk verzeichnet weltweit rund 500 Millionen Nutzer und hierzulande folgen dem Kanal 9,8 Millionen User. Über Instagram erreichen Arbeitgeber mit ihren Botschaften insbesondere Vertreter der Generationen Y und Z. 83 Prozent der Follower gehören dem Alterssegment unter 35 Jahren an. Das macht Instagram durchaus zu einem relevanten Recruiting-Kanal.¹¹



XING:

Das 2003 unter openBC gegründete Unternehmen, ist ein soziales Netzwerk für berufliche Kontakte mit 14 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.

⁹ Statista - <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/370860/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-deutschland/>

¹⁰ Vgl. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2017, S.41.

¹¹ Telentry – TU München – Social Media Recruiting Studie 2016

Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick



WHATSAPP:

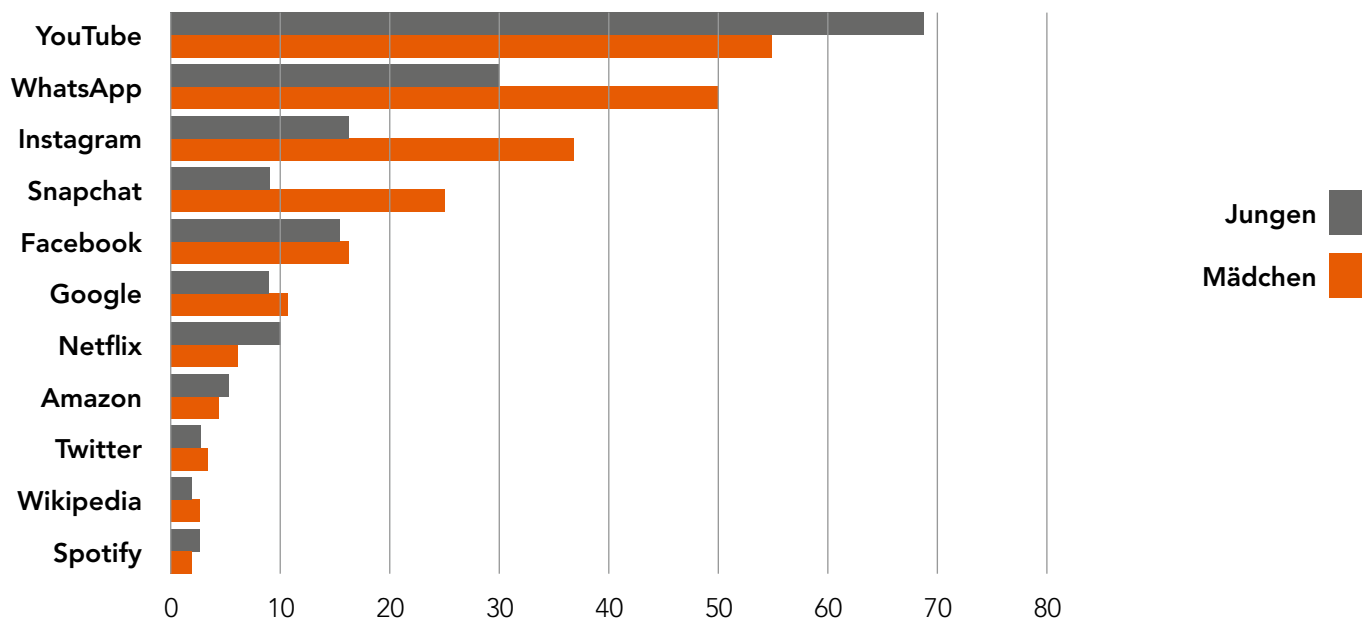
Der 2009 gegründete Messaging-Dienst, ist zum Austausch von Textnachrichten, Bild-, Video- und Ton-Dateien geeignet und gehört laut der JIM-Studie 2018 zur Lieblings-App der Jugendlichen.

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 die jungen Kandidaten erreichen möchten, ist eine großflächige Aufstellung unumgänglich.

WELCHE ANGEBOTE IM INTERNET NUTZEN JUGENDLICHE AM LIEBSTEN?



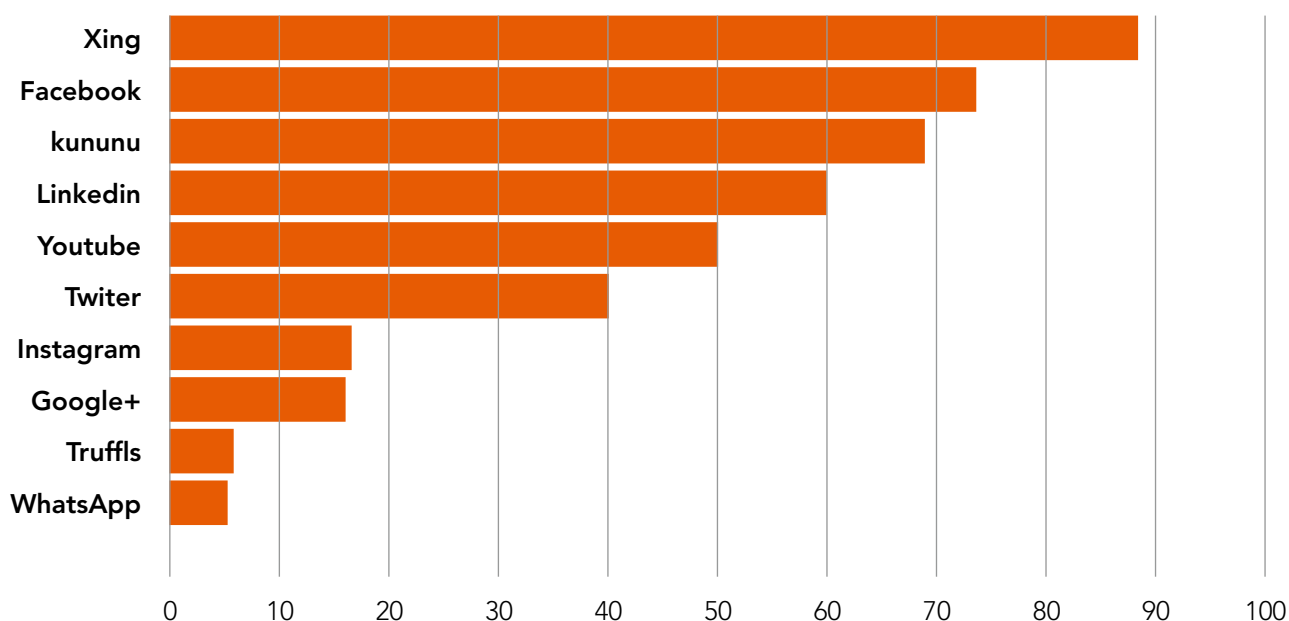
JIM-Studie 2017, mpfs, S. 33. Max. 3 Nennung, nach Geschlecht, Auswahl, 2017 (Angaben in %), Basis: n=1.183, 12- bis 19-Jährige

Es ist interessant zu erfahren welche Angebote die Jugendlichen am liebsten nutzen. Hierfür wurden in der Studie Jugend,- Informations,- (Multi-)Media Jugendliche zwischen 12 und 19 zu ihrer Mediennutzung befragt. Hierbei zeigt sich ganz deutlich, dass die Videoplattform YouTube an erster Stelle steht. Gefolgt vom Kommunikationsdienstleister Whatsapp, ist Instagram besonders bei jungen Mädchen beliebt. Facebook landet nach Snapchat auf dem fünften Platz und punktet immer weniger.

Welche Social-Media Kanäle gibt es?

Ein Überblick

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



Quelle: Kienbaum und Staufeniehl Institut – Recruiting Trends 2017

Auf die Frage in welchen Kanälen die Unternehmen im Netz präsent sind, gaben in der Studie „Recruiting Trends 2017“ des Staufeniehl Institutes in Zusammenarbeit mit Kienbaum neun von zehn Unternehmen an, sich im Karrierenetzwerk Xing als Arbeitgeber zu präsentieren. Weiterhin nutzen rund 72% Facebook. Die Unternehmen setzen außerdem auf Videos um vor allem jüngere Kandidaten von sich zu überzeugen.

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.¹² 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.

¹²Frank 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. ¹³

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.

¹²Quelle: quayou – Social Media Recruiting: So geht Personalmarketing im 21. Jahrhundert! <http://magazin.quayou.de/anleitungen-management-controlling/social-media-recruiting-personalmarketing-im-21-jahrhundert/> - Datum: 28.09.2017

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.

DAS NEUE AUSBILDUNGSPORTAL VON:

oberfranken  JOBS.de

 Bfinder-
hessen.de

mittelfranken  JOBS.de

 Bfinder-
oberpfalz.de

unterfranken  JOBS.de

Joblokal Nordbayern GmbH

Gutenbergstraße 1
96050 Bamberg
Deutschland

E-Mail

info@ausbildungsheld.de

Kostenlose Hotline

0800 / 60 90 600