

## Vom „Like“ zum Job: Social Media in der Lehrlingsakquise

Die Suche nach den Nachwuchskräften von morgen hat längst die sozialen Medien erreicht. Doch hier braucht es Strategien.

22.10.2020, 10:07



© ALEX.PIN - ADOBESTOCK

Fürs Recruiting in sozialen Medien muss man wissen, wo und wie sich die Jugend im Netz bewegt.

Corona hat die schwierige Suche nach Lehrlingen zusätzlich verschärft. So verzeichnete man im Steirerland zuletzt insgesamt einen Rückgang bei den Lehrlingenzahlen von 8,8 Prozent. Und auch eine aktuelle Blitzzumfrage unter weiß-grünen Industriebetrieben zeigt, wie sehr die Unternehmen um die Nachwuchskräfte von morgen ringen: Hier gaben 58 Prozent der Befragten an, dass sie es heuer nicht geschafft hätten, alle offenen Lehrstellen zu besetzen.

Umso mehr gelte es, im Recruiting neue Wege einzuschlagen – so der Tenor bei der kürzlich stattgefundenen Ausbildungsleitertagung der Industrie. „Früher gab man Jugendlichen Flyer mit der Unternehmenspräsentation in die Hand. Das funktioniert heute nicht mehr“, erklärt Social-Media-Experte Michael Radspieler in seiner Tagungskeynote. Denn die Jugend von heute beziehe ihre Informationen vorrangig aus dem Netz, hier kommuniziere und agiere sie. „Wer also junge Menschen erreichen will, muss wissen, wo und wie sie sich in virtuellen Welten bewegen, und auch, was gutes Storytelling ausmacht.“

### Zielgruppe direkt erreichen

Soll heißen: Als Unternehmen einfach munter drauflosposten und hoffen, dass sich jemand auf diese digitale Bewerbung meldet, wird nicht zielführend sein. „Es braucht eine durchdachte Strategie: Was genau macht meine Firma/die angebotene Lehrstelle aus? Wie kann ich diese Besonderheit, verpackt in eine gute Story, auch zielgruppengerecht auf den Social-Media-Kanälen – denen unterschiedliche Funktionsweisen und (Bild-)Sprachen zugrunde liegen – präsentieren?“, betont Radspieler. Und er verweist auf die Funnel-Strategie, die wie ein Trichter von der breiten Bespielung der

unterschiedlichen Plattformen – Facebook, Instagram, Youtube und Co. – zuallererst Traffic generiere, die dann aber mittels weiterer gezielter Online-Marketing-Aktionen von allgemeinen Likes zu den Touchpoints mit der Firmenwebsite führe. Radspieler: „In immer konkreterer Ansprache filtere ich jene heraus, die interessiert sind. So komme ich von hunderten Likes vielleicht nur auf eine Handvoll, dafür aber sehr konkrete Bewerber.“

## Das könnte Sie auch interessieren



### NoVA-Erhöhung treibt Betriebe auf Barrikaden

Die geplante Erhöhung der Normverbrauchsabgabe sorgt für massiven Unmut. Online-Petition soll Aufschub bewirken. [➤ mehr](#)



### 140 Unternehmen bieten 1.120 Jobs für die steirische Jugend

Wenn es um die Jugend geht, lassen sich steirische Industriebetriebe von Corona nicht aufhalten: 140 Unternehmen suchen aktuell nach 1.120 Lehrlingen. [➤ mehr](#)

