



Wie man neue Mitarbeiter auf Social Media findet

Der „War of Talents“ ist im vollen Gange: Wer potenzielle Mitarbeiter mit seinen Jobangeboten erreichen möchte, muss aktiv werden. Wie „Social Media Recruiting“ funktioniert, erklärt Impulstag-Speaker Jubin Honarfar.

08.09.2022, 9:01



© ADOBE STOCK/FEODORA

61 Prozent der befragten Unternehmen einer heuer durchgeführten „Statista.com“-Umfrage wollen Instagram künftig intensiver nutzen.

Was genau steckt hinter dem Begriff „Social Media Recruiting“?

Unter dem Begriff „Social Media Recruiting“ werden alle Maßnahmen des Personalmarketings zusammengefasst, bei denen Unternehmen soziale Netzwerke nutzen. LinkedIn, Instagram, Facebook, TikTok und Co. werden von immer mehr Unternehmen als Jobplattform genutzt. Die Besonderheiten des Social Media Recruitings liegen in der Möglichkeit, schnell und unkompliziert mit Kandidaten zu kommunizieren und sich ein großes Netzwerk an Kontakten aufbauen zu können.

Warum sollte sich jedes Unternehmen mit der Mitarbeitersuche via Social Media befassen? Was sind die Vorteile?

Das Blatt hat sich gewendet: Während vor einigen Jahren auf jede offene Stelle noch Dutzende Bewerber kamen, herrscht heute ein massiver Fachkräftemangel in so gut wie allen Branchen. Unternehmen sind nun gezwungen, im „War of Talents“ zu bestehen. Wer potenzielle Mitarbeiter für sich gewinnen möchte, muss also aktiv werden – ein lukratives Jobangebot alleine reicht heute meist nicht mehr aus. Durch Social Media Recruiting können auch jene Menschen erreicht werden, die zwar nicht aktiv auf Jobsuche, aber trotzdem offen für Angebote sind. Außerdem können schnell hohe Reichweiten erzielt werden, die für Sichtbarkeit und Attraktivität sorgen.

Werden soziale Plattformen künftig herkömmliche Jobbörsen ablösen?

Ja und nein. „Jobbörsen werden bereits seit Jahren totgesagt, aber es wird sie trotzdem weiterhin geben. Wichtig ist jedoch die Erkenntnis, dass man passiv Jobsuchende nicht mehr über klassische Jobbörsen ansprechen kann. Hierfür eignet sich der Einsatz sozialer Medien hervorragend“, erklärt Jubin Honarfar, CEO und Gründer von Whatchado.

Wo und wie werden Jobs gesucht? Welche sozialen Plattformen eignen sich am besten für die Mitarbeiter-Akquise?

In erster Linie muss zwischen aktiv und passiv suchenden Personen unterschieden werden. „Leute, die aktiv einen neuen Job suchen, nutzen weiterhin Jobbörsen, Karriereseiten von Unternehmen und suchen auch gezielt über soziale Medien nach neuen Jobs. Passiv Jobsuchende hingegen müssen proaktiv über soziale Medien mit Kampagnen erreicht werden, um auf potenzielle neue Arbeitgeber aufmerksam zu werden“, so Honarfar, der am 13. September 2022 als Speaker am Impulstag über das Thema „Social Media Recruiting“ sprechen wird (siehe unten). Wo gesucht wird, hängt stark von der Zielgruppe ab. Während jüngere Generationen eher auf TikTok und Instagram erreicht werden, können ältere Arbeitssuchende am besten über Facebook angesprochen werden. „YouTube ist hier die große Ausnahme, da alle Alterskohorten sehr gut über die Videoplattform abgeholt werden können“, informiert der Experte, der als Pionier der neuen Arbeitswelt gilt.

Welche Fragen sollten vor dem aktiven Suchprozess geklärt werden?

Wie wird Social Media bereits im Unternehmen genutzt? Wer ist die Zielgruppe? Was sind die Kernwerte des Unternehmens? Was genau soll erreicht werden? Über welche Kanäle wird gesucht? Wer ist dafür zuständig? Gibt es eine Content Strategie und ein Corporate Design? Erst wenn diese Fragen geklärt sind, sollte man mit dem eigentlichen Recruiting beginnen.

Wie sehr sollte man bestehende Mitarbeiter in den „Social Media Recruiting“-Prozess einbinden?

Jedes Unternehmen sollte seine Recruiter oder ausgewählte bzw. eigens dafür angestellte Mitarbeiter zu aktiven „Corporate Influencern“ ernennen, die das Unternehmen auf den sozialen Plattformen nach außen präsentieren. „Hierbei geht es darum, dass firmeninterne Mitarbeiter Inhalte über das Unternehmen teilen, sodass eine höhere organische Reichweite erzielt werden kann. Es sollte sich hierbei aber nicht nur um das Teilen von offenen Stellen handeln, sondern vielmehr um Einblicke und relevante Informationen zum Unternehmen und den Joballtag“, so Honarfar.

Wie motiviert man Mitarbeiter dazu, selbst aktiv auf Social Media für die eigene Firma zu werben?

Wichtig: Niemand sollte hier zu seinem Glück gezwungen werden. Nur wer authentisch und aus eigener Motivation heraus über seinen Joballtag berichten möchte, kann positive Werbung für ein Unternehmen machen. „Durch das Bereitstellen der Beiträge von Corporate Influencern wird es außerdem für andere Mitarbeiter einfacher, spannende Inhalte zu teilen. Angestellte können via Social Media einen aktiven Beitrag dazu leisten, dass das Unternehmen gewisse Stellen schneller besetzt und somit Projekte, Dienstleistungen oder Produkte besser abgewickelt und schneller an die Zielgruppe gebracht werden können“, so der Buchautor.

Was sind die größten Herausforderungen beim Akquirieren von Mitarbeitern über soziale Netzwerke?

Da die meisten Nutzer privat oder in ihrer Freizeit auf Instagram, Facebook und Co. unterwegs sind, sollten diese auch auf eine unterhaltsame, kreative und persönliche Art angesprochen werden. Darüber hinaus müssen die Bewerbungs- und Auswahlprozesse an die sozialen Netzwerke angebunden und angepasst werden. Auch der Datenschutz in sozialen Netzwerken ist nach wie vor ein sehr komplexes Thema und sollte unbedingt vorab genauestens geprüft werden.

Gibt es Tipps für den Start?

Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Auch im Umgang mit Social Media heißt es erstmal: Probieren, probieren und nochmals probieren. „Und wer immer noch Sorge hat, nicht das Optimum herausholen zu können, dem kann ich gerne empfehlen, am 13. September zu meinem Workshop zu kommen“, so Honarfar.

Über den Speaker

Jubin Honarfar ist Gründer und Geschäftsführer von „whatchado“, der führenden Video-Karriereplattform im deutschsprachigen Raum. Er ist Keynote-Speaker, Co-Autor des Bestsellers „Social Media Recruiting“ des Springer Gabler Verlags, unterrichtet als Lektor an der FH Bfi und Gastdozent an der WU Executive Academy. Er ist vielfach ausgezeichnet worden für seine Personalmarketing-Maßnahmen und Recruiting-Kampagnen.

Live am Impulstag

Am 13. September tritt er als Keynote-Speaker beim **WKO Impulstag 2022** im Grazer Messecongress auf. Zwischen 12 und 12.50 Uhr spricht Honarfar über „Recruiting in Zeiten von Facebook und Co.“, darüber hinaus hält er von 13 bis 14.30 Uhr einen Workshop zum Thema „Jobsuchende spielerisch über soziale Medien erreichen“.

Das könnte Sie auch interessieren



Deutschlandsberg lockt mit Studiengang in die Region

Nun hat es funktioniert, ab Herbst wird in Deutschlandsberg der Studiengang Automatisierungstechnik angeboten. [➤ mehr](#)



Zahl der Lehranfänger erneut gestiegen

Insgesamt 4.832 junge Steirerinnen und Steirer haben im Vorjahr eine Lehre begonnen – ein Plus von 54 Personen oder 1,1 Prozent. Unterm Strich haben sich 2022 damit 42,8 Prozent der 15-Jährigen in der Grünen Mark für eine Lehre entschieden. [➤ mehr](#)



Energieferien als Turbo für den Wintertourismus

In Wien und Niederösterreich beginnen die Semesterferien und damit ein Ansturm auf Skipisten und Thermen. [➔ mehr](#)