



# Arbeitgebermarketing FAQs

für Web und Social Media

## Auf einen Blick

Potenzielle Mitarbeiter und Auszubildende informieren sich über offene Stellen oder mögliche Arbeitgeber im Internet. Darum ist es so wichtig, sich als Arbeitgeber auch online optimal zu präsentieren. Sei es auf der eigenen Homepage oder in sozialen Medien wie Facebook, Instagram, Xing oder anderen Plattformen.

## Allgemeines

**Brauche ich professionelle Unterstützung durch eine Agentur für das Online-Arbeitgebermarketing?**

**Wo soll ich als Unternehmen überall aktiv sein?**

**Wo finde ich meine Zielgruppe?**

## Die Karriereseite auf der Unternehmens-Homepage

**Wo sollen Stellenanzeigen auf der Homepage zu finden sein?**

**Wie sollte die Karriereseite bzw. die Stellenanzeige auf der Homepage gestaltet sein?**

**Sollte man sich direkt auf der Seite bewerben können oder reicht der Kontakt des Personalleiters?**

**Lässt sich nachprüfen, ob meine Homepage für potenzielle Bewerber interessant ist?**

## Facebook

**Wen kann ich über Facebook erreichen?**

**Soll ich einen extra Facebook-Auftritt für Bewerber anlegen (zusätzlich zu einem eher Kunden- oder Produktorientierten Unternehmensauftritt)?**

**Was soll ich posten?**

**Wie kann ich erreichen, dass meine Stellenanzeige nur von der relevanten Zielgruppe gesehen wird?**

**Lässt sich nachprüfen, ob mein Facebook-Auftritt oder meine Beiträge erfolgreich sind?**

## Instagram

Wen kann ich über Instagram erreichen?

Was soll ich posten?

Wie wichtig sind gute Bilder?

Was ist IG-TV?

Wie kann ich erreichen, dass meine Stellenanzeige nur von der relevanten Zielgruppe gesehen wird?

## Xing und LinkedIn

Wo liegt der Unterschied?

Soll ich als Unternehmen dort aktiv sein?

## Kununu

Muss ich als Unternehmen auf Kununu aktiv sein?

## Videos

Brauche ich Videos?

Worauf muss ich bei Videos achten?

Was ist ein Vlog?

## Sonstiges

YouTube, Blogs, Twitch, Twitter, Google Jobs

## Allgemeines

### **Brauche ich professionelle Unterstützung durch eine Agentur für das Online-Arbeitgebermarketing?**

Gerade in der Konzeptions- oder Strategiephase kann es sinnvoll sein, sich von einer Agentur begleiten zu lassen.

### **Wo soll ich als Unternehmen überall aktiv sein?**

Die eigene Karriereseite auf der Homepage ist für die allermeisten Zielgruppen zwingend erforderlich. Hier werden die letzten Informationen eingeholt, bevor sich potenzielle Fachkräfte für eine Bewerbung entscheiden.

Auf welchen Plattformen und sozialen Medien man als Unternehmen zusätzlich aktiv ist, hängt von der Zielgruppe aber auch vom konkreten Zeit- und Finanzbudget ab und das ist oft begrenzt. Vor allem dann ist es wichtig einen Plan zu machen, sich auf weniger Punkte zu konzentrieren und nicht zu viele Baustellen auf einmal aufzumachen.

Die verschiedenen Kanäle bei Facebook und Instagram können nicht gekoppelt werden, jeder Kanal braucht seinen eigenen Inhalt.

Um die richtigen Plattformen zu identifizieren, kann es helfen, die eigenen Mitarbeiter zu befragen. Wo ist meine Zielgruppe (bestimmte Altersgruppe, Fachrichtung, Berufsbild) aktiv?

Wenn man nicht alle Medien bedienen kann, ist es umso wichtiger regelmäßig den Erfolg zu messen. Maßnahmen, die keinen Erfolg bringen, werden eingestellt.

### **Wo finde ich meine Zielgruppe?**

Facebook und Instagram kennen ihre Nutzer sehr genau. Dadurch können auch Sie steuern, welche Zielgruppe erreicht werden soll.

Manche Personen wie zum Beispiel IT-Fachkräfte sind jedoch weniger klassisch in den sozialen Medien aktiv, sondern ausschließlich in Gruppen oder Communities. Auf allen Plattformen gibt es Gruppen für konkrete Fachthemen, über die sich diese Personen austauschen. Diese Fachkräfte erreichen Sie vor allem dort.

## Die Karriereseite auf der Unternehmens-Homepage

### **Wo sollen Stellenanzeigen auf der Homepage zu finden sein?**

Bevor ein potenzieller Arbeitnehmer sich bewirbt, wird ein Blick immer der Unternehmens-Homepage gelten. Umso wichtiger ist es die Karriereseite gut sichtbar auf der Homepage einzubauen, zum Beispiel als einen von mehreren Reitern oder Kacheln gleichwertig zu Vorstellung des Angebots oder der Produkte. Ausschlaggebend ist dabei auch eine geringe Klicktiefe, das bedeutet: spätestens nach dreimal Klicken sollte der Interessent bei der offenen Position angekommen sein.

### **Wie sollte die Karriereseite bzw. die Stellenanzeige auf der Homepage gestaltet sein?**

Auf der Karriereseite sollten nicht nur aktuelle Stellenangebote zu finden sein, sondern auch eine Information darüber, was das Unternehmen als guten Arbeitgeber ausmacht sowie der Ansprechpartner.

Die Stellenbeschreibungen sollten direkt auf der Seite angezeigt werden und sich nicht hinter einem Download oder auf einer externen Seite verbergen.

Für die Karriereseite gelten zudem die gleichen Regeln wie für andere Internetauftritte. Um die Seite klar zu strukturieren, bieten sich Reiter oder Kacheln an, die einen guten Überblick verschaffen. Mit möglichst wenigen Klicks müssen die einzelnen Inhalte angezeigt werden können.

Gute Bilder sind wichtiger als Text. Die Bilder sollen schnell Aufmerksamkeit erreichen, Menschen und Emotionen sind gerade im Personalbereich wichtig. Möchte man sich als guter Arbeitgeber darstellen, bieten sich zum Beispiel Bilder aus dem Arbeitsalltag (achten Sie auf eine ansprechende Büroausstattung / modernes Arbeitsumfeld) aber auch von Teamevents, Ausflügen oder Betriebsfeiern an. Menschen fühlen sich von Bildern

mit ähnlichen Menschen angesprochen. So können Sie mit Bildern von jungen Mitarbeitern bei der Arbeit beispielsweise Azubis ansprechen, mit Bildern von älteren Mitarbeitern Fachkräfte mit mehr Berufserfahrung. Die Mischung macht's!

**Wichtig!** Die Seite muss in allen Darstellungsformen funktionieren. Also auch auf dem Smartphone oder Tablet ansprechend dargestellt werden können.

### **Sollte man sich direkt auf der Seite bewerben können oder reicht der Kontakt des Personalleiters?**

Auf der Seite der Stellenbeschreibung muss ein Hinweis sein, wie man sich bewerben kann. Das kann über ein Formular dargestellt werden oder über den Kontakt zum Personalleiter. Wichtig ist, dem Bewerber den ersten Schritt nicht unnötig kompliziert zu machen oder potenzielle Mitarbeiter abzuschrecken. Je begehrt die gesuchte Fachkraft ist oder auch je geringer die geforderte Qualifikation, desto niederschwelliger sollte die Bewerbungsmöglichkeit sein.

Ein Bewerbungsformular mit sehr vielen Textfeldern und Upload-Bereichen für Lebenslauf, Zeugnisse und weitere Unterlagen schreckt ab. Deutlich einfacher macht man es mit dem Aufruf „Interessieren Sie sich für diese Stelle? Bitte hinterlassen Sie uns Ihren Namen und Telefonnummer wir rufen Sie gerne an!“. Je nach Zielgruppe, Bedarf und Unternehmensphilosophie gibt es viele Möglichkeiten dazwischen.

### **Lässt sich nachprüfen, ob meine Homepage für potenzielle Bewerber interessant ist?**

Ja! Über Google Analytics oder auch über Reporting-Tools des eigenen CMS lässt sich nachvollziehen, wer von wo auf welchen Seiten landet und wie lange der Besucher dort verweilt.

Zusätzlich können Sie Bewerber oder Mitarbeiter dazu befragen wie man auf Sie aufmerksam geworden ist oder wie der Auftritt wirkt.

## **Facebook**

### **Wen kann ich über Facebook erreichen?**

Über Facebook erreicht man nicht mehr hauptsächlich die ganz junge Zielgruppe, sondern viel eher Personen ab 35/40 Jahren. Das heißt also: Im Bereich der Ausbildung wendet man sich eher an Eltern als an die Jugendlichen selber.

### **Soll ich einen extra Facebook-Auftritt für Bewerber anlegen (zusätzlich zu einem eher Kunden- oder Produktorientierten Unternehmensauftritt)?**

Außer für große Konzerne macht das in der Regel keinen Sinn. Auch Kunden oder Personen, die sich vor allem für Ihre Produkte interessieren, können potenzielle Fachkräfte sein oder ihr Unternehmen als Arbeitgeber weiterempfehlen.

Der Aufwand für zwei Auftritte ist enorm und eine gesteuerte Zielgruppenansprache lässt sich auch anders bewerkstelligen.

### **Was soll ich posten?**

Ein Beitrag kann das Grillfest der Mitarbeiter oder den ersten Tag der neuen Auszubildenden zeigen. Probieren Sie aus, was ankommt. Wichtig: Starke Bilder, Menschen, Emotionen.

### **Wie kann ich erreichen, dass meine Stellenanzeige nur von der relevanten Zielgruppe gesehen wird?**

Facebook ist über die Nutzer sehr gut informiert. Über bezahlte Posts kann man steuern, welche Zielgruppe die Inhalte sehen soll.

Der Auftritt sollte jedoch auch Inhalte darstellen, die eine breitere Zielgruppe ansprechen.

### **Lässt sich nachprüfen, ob mein Facebook-Auftritt oder meine Beiträge erfolgreich sind?**

Ja! Über Facebook Seiten-Insights. Dort bekommt man Kennzahlen wie demografische Angaben der Zielgruppe und Statistiken über die Reaktionen auf Beiträge. Nutzen Sie die Erkenntnisse über den Erfolg Ihrer Postings für Ihre weiteren Aktivitäten!

Zusätzlich können Sie Bewerber oder Mitarbeiter dazu befragen wie man auf Sie aufmerksam geworden ist oder wie der Auftritt wirkt.

## **Instagram**

### **Wen kann ich über Instagram erreichen?**

Die Zielgruppe bei Instagram ist jünger als bei Facebook. Hier finden Sie in der Regel die 17- bis 30-Jährigen.

### **Was soll ich posten?**

Ein Beitrag kann das Grillfest der Mitarbeiter oder den ersten Tag der neuen Auszubildenden zeigen. Probieren Sie aus, was ankommt. Wichtig auch, den Beitrag mit den richtigen Hashtags versehen! Die Hashtags sollten dabei sowohl das Unternehmen wie auch die verschiedenen Inhalte bedienen.

### **Wie wichtig sind gute Bilder?**

Bei Instagram sehr wichtig. Starke Bilder mit Menschen und Emotionen. Verwenden Sie einen einheitlichen Style, etwa durch die Verwendung eines einheitlichen Filters auf allen Bildern. Gepostete Bilder, die nicht ins Gesamtbild passen, sollte man möglichst bald ins Archiv legen (ausblenden).

### **Was ist IG-TV?**

IG-TV ist ein relativ neues Video-Tool bei Instagram und lohnt sich, wenn man sehr viele Videos darstellen möchte.

### **Wie kann ich erreichen, dass meine Stellenanzeige nur von der relevanten Zielgruppe gesehen wird?**

Gerade die jungen Nutzer bei Instagram suchen nicht gezielt nach Firmen oder Stellenanzeigen. Sie kann man mit gezielten bezahlten Postings, also Werbung erreichen. Instagram kennt die Nutzer sehr gut und kann gezielt die richtige Personengruppe ansprechen.

## **Xing und LinkedIn**

### **Wo liegt der Unterschied?**

Xing ist bisher die größere Plattform im deutschsprachigen Raum. LinkedIn war immer stärker international geprägt, hat in der letzten Zeit aber auch in Deutschland stark an Bedeutung gewonnen. Das Arbeitgeberbewertungsportal Kununu ist eine Tochter von Xing.

### **Soll ich als Unternehmen dort aktiv sein?**

Aus Sicht des Arbeitgebermarketings sind die Businessportale LinkedIn und Xing nicht zwangsläufig von großer Bedeutung. Sind viele Ihrer Mitarbeiter und Kunden dort vernetzt, sollten Sie auch Ihre Unternehmensseite dort aktuell halten. Alle dort aktiven Mitarbeiter sollten auch mit Ihrem Unternehmen verlinkt sein.

Nutzt man als Unternehmen Kununu sollte man jedoch auch auf Xing aktiv sein.

## Kununu

### Muss ich als Unternehmen auf Kununu aktiv sein?

Die Bedeutung des Arbeitgeberportals Kununu ist seit dem Kauf durch Xing wieder etwas rückläufig. Dennoch ist es wichtig als Unternehmen die Bewertungen auf Kununu zu kennen und zu beobachten.

Nicht alle Zielgruppen nutzen Kununu, um sich über ein Unternehmen zu informieren. Befragen Sie auch mal Ihre Mitarbeiter und Bewerber, ob Kununu ein Thema ist.

Möchten Sie das Portal aktiv nutzen, motivieren Sie Ihre Mitarbeiter, Sie als Arbeitgeber dort zu bewerten. Wichtig ist auch, aktiv auf negative Bewertungen zu reagieren.

## Videos

### Brauche ich Videos?

Videos werden immer wichtiger. Die meisten Nutzer informieren sich lieber über kurze Videos als über Texte.

### Worauf muss ich bei Videos achten?

Die Erwartungen an Videos sind gestiegen, was früher gut war funktioniert heute nicht mehr. Aktuell sind schnelle Schnitte und viel Action.

Die Zielgruppe, die man ansprechen möchte, sollte wie auch bei den Bildern auch im Video vorkommen.

### Was ist ein Vlog?

Vlog setzt sich aus den Worten Video und Blog zusammen. Es ist also ein Blog der aus vielen kleinen Videos besteht und damit eine Geschichte erzählt.

## Sonstiges (YouTube, Blogs, Twitch, Twitter, Google Jobs)

Die meisten Jobsuchen starten dort, wo auch jede andere Suche im Web startet: Bei Google. Im Mai 2019 hat Google deshalb Google Jobs eingeführt. Das Ziel ist es, Jobsuchenden relevante Stellenanzeigen direkt in der Google-Suche anzuzeigen. Dazu kommen Crawler zu Einsatz, die Webseiten nach Stellenanzeigen durchsuchen. Gut für Unternehmen: Es ist möglich, Stellenausschreibungen für Google Jobs zu optimieren. So haben Sie die Chance, dass Ihre Stelle von Bewerbern wesentlich besser gefunden wird!

### Ihre Ansprechpartnerin:

#### Christine Neumann

Wirtschaftsforschung und Fachkräfte

Telefon: 0821 3162-318

E-Mail: christine.neumann@schwaben.ihk.de

In Zusammenarbeit mit  
Christoph von Külmer

