



# SOCIAL MEDIA RECRUITING

Prof. Dr. Türkan Ayan (Projektleitung)

Maren Oberländer (Wiss. Mitarbeiterin)

Dr. Eva Müller (Stellv. Projektleitung & wiss. Mitarbeiterin)

# Imagefilme

## Beispiele für gelungene Imagefilme

- Bäckerhandwerk: <https://www.youtube.com/watch?v=WApO6VQ2Dvc>
- Klinik Idar-Oberstein: <https://www.youtube.com/watch?v=bZkHcpGHfvA>

## Warum gelungen?

- Realistische Darstellung des Arbeitsalltags und der Protagonisten
- Orientierung an Bedürfnissen, Wünschen & Vorstellungen der Zielgruppe

# Imagefilme

## Beispiele für weniger gelungene Imagefilme

- Polizei NRW: [https://www.youtube.com/watch?v=F3Doswuy\\_xQ](https://www.youtube.com/watch?v=F3Doswuy_xQ)
- Dachdeckerzunft: <https://www.youtube.com/watch?v=UnaAbf3yCJO>

## Warum weniger gelungen?

- Zielgruppe fühlt sich nicht angesprochen und nicht ernst genommen
- Unrealistische Darstellung des Berufsbildes, sexistisch
- Wenig Diversität wird vermittelt (Zielgruppen Identifikationspotential bieten)

# Internetpräsenz – Ist das wirklich nötig?

„Ein attraktiver Arbeitgeber ist im Web 2.0 ganz vorne mit dabei (...). Denn ob Digital Native oder Digital Immigrant – professionelle, zeitgemäße Personalgewinnung bedeutet professionelle, zeitgemäße Kommunikation.“

„Wer sich dem Internet im Allgemeinen oder den Social Media im Speziellen verweigert, gilt bei den Digital Natives nicht einfach nur als ein bisschen altmodisch oder kritischer (wegen Datenschutz und so), sondern ist für sie schlichtweg und ohne Bewertung der Tatsache nicht existent.“

„Mehr als 70% der Ärzte und Pflegekräfte nutzen das Internet zur Jobsuche, 60% aller Stellenanzeigen für diese Berufsgruppen finden sich jedoch in Printmedien.“

Quellen: Roedenbeck Schäfer, 2014, S. 38

- Infotainment: Nachrichten mit Nutzwert
- Multimediale Inhalte
- Mitmachmöglichkeiten: Ihre Website als „Erlebniswelt“
- Dialogbereitschaft signalisieren

## Analysefragen:

- Mit welchem Anliegen kommen Nutzer auf Ihre Seite?
- Welche Inhalte werden am häufigsten angeklickt?
- Welche Fragen bleiben offen?
- Wie finden Nutzer Ihre Seite?

# Die Rubrik Karriere...

## ...MUSS...

- ...auf der Homepage **leicht zu finden** sein.
- ...**übersichtlich** und **gut strukturiert** sein.
- ...**Kontaktmöglichkeiten** der zuständigen Ansprechpartner enthalten.
- ...die unterschiedlichen **Ausbildungs- & Einstiegsmöglichkeiten** Ihres Unternehmens zeigen.
- ...für **alle Zielgruppen** ansprechend gestaltet sein.
- ...**aktuelle Stellenausschreibungen** anzeigen.

# Die Rubrik Karriere...

## ...SOLLTE...

- ...eine **FAQ-Seite** zur Beantwortung der häufigsten Fragen beinhalten.
- ...**konkrete Bewerbungstipps** für Ihre Einrichtung enthalten
- ...**Erfahrungsberichte** über das Arbeitsklima in Ihrer Einrichtung aus erster Hand liefern.
- ...ein **Online-Bewerbungsformular** enthalten.

# Erfolgreich auf Facebook posten

- Nicht zu oft und nicht zu selten posten
- Texte kurz und knackig – gerne Bilder
- Emotionen ansprechen und informieren
- Beste Uhrzeit für Posts: Werktags um 11Uhr und 19Uhr
- Fans mit offenen Fragen einbinden
- Kommentare zulassen (und ggf. beantworten)
- Mitmachaktionen mit Spannungsbogen, z.B. Schnappschüsse, Kommentare, kreativer User Generated Content
- Authentische Inhalte

**Gehen Sie bei den Posts strategisch vor – was möchten Sie damit erreichen?**



- **Roedenbeck Schäfer, M. (2014).** *Personalgewinnung in der Pflege. Innovative Ideen – einfach umgesetzt.* München: Urban & Fischer