

# Arbeitswelt 2.0: Social Media für die Lehrlingssuche

Haben Sie schon über Social Media als Rekrutierungsinstrument für Ihren Nachwuchs nachgedacht? Wie schon im Vorjahr übertrifft das Angebot an offenen Lehrstellen die Nachfrage seitens der Jugendlichen, schreibt das Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) in seinem Lehrstellenbarometer [1].

Angesichts derzeit noch offener Ausbildungsplätze beschäftigen sich viele Ausbildungsbetriebe mit der Möglichkeit Social Media als Recruiting-Bordmittel einzusetzen. Doch welcher Social Media-Kanal soll es sein? Angesichts der sich rasch ändernden Popularität sozialer Netzwerke eine nicht einfach zu beantwortende Frage. Spontan kommt einem Facebook in den Sinn. Doch wie sieht es mit tumblr aus? Oder soll es nicht besser Pinterest sein? Lohnt überhaupt der Aufwand für eine Social Media-Kampagne? Oder sind nicht die

klassischen Rekrutierungswege die bessere Alternative?

## Die Entscheidung

Wer sich für Social Media entscheidet, muss folgende Punkte in seiner Strategie bedenken:

1. Wer ist konkret meine Zielgruppe?
2. Passt eine Social Media-Kampagne in das Budget?
3. Welche Plattform (YouTube, Twitter, Facebook, tumblr, Google+, Xing usw.) soll bedient werden?
4. Wurde ein Mitarbeiter mit der Betreuung der Seiten beauftragt?

5. Liegen ausreichend und stetig Informationen für einen Firmenblog vor?

6. Wird der rote Faden Social Media auch im Unternehmen gelebt?

Es wirkt unglaublich, sich als Social Media affiner Ausbildungsbetrieb darzustellen und dann in der gelebten Unternehmenswirklichkeit die Plattformen auszuschliessen. Damit das Unternehmen nicht abgehängt und am Strassenrand stehen gelassen wird kann der Einsatz von Social Media im Marketingmix sinnvoll sein. Doch dafür bedarf es einer generationengerechten Ansprache. Ein aufgesetztes Jugendimage wirkt lächerlich. Wer Social Media benutzt sollte etwas mitzuteilen haben. Einen Blog mit nur fünf Beiträgen im Jahr zu betreiben wirkt kontraproduktiv. Eine Fanpage bei Facebook mit der letzten Aktualisierung aus dem Jahr 2012 lockt keinen Jugendlichen hinter dem Ofen hervor. Ausserdem erwartet der Nutzer von YouTube und Co. eine rasche Antwort auf seine Nachricht. Futuristischen Schimmer erhält hier nur der Ausbildungsbetrieb mit kurzer Reaktionszeit.

Grundsätzlich gilt: Hinter den Social Media-Aktivitäten

## Literatur

[1] Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFI (2013): Lehrstellenbarometer April 2013. Bern. [www.sbfi.admin.ch/berufsbildung/01587/01607/index.html?lang=de](http://www.sbfi.admin.ch/berufsbildung/01587/01607/index.html?lang=de)

[2] Bernet PR AG (2013): Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2013. Zürich. [www.zhaw.ch/fileadmin/user\\_upload/zhaw/medienmitteilungen/2013/130418\\_Studie\\_Social\\_Media\\_Schweiz\\_2013\\_Bernet\\_ZHAW.pdf](http://www.zhaw.ch/fileadmin/user_upload/zhaw/medienmitteilungen/2013/130418_Studie_Social_Media_Schweiz_2013_Bernet_ZHAW.pdf)

muss eine Unternehmensstrategie stecken. Die Bernet ZHAW Studie Social Media Schweiz 2013 kommt allerdings zu dem Schluss: «Zwei Fünftel investieren Zeit und Geld ohne Konzeptpapier» [2]. Rasch verpufft damit die eingesetzte Energie.

## Klassiker

Doch beim Aufbruch zu neuen Rekrutierungsmechanismen sind die klassischen Massnahmen nicht zu vergessen. Die Erfahrung zeigt, dass die meist mittelständisch geprägten Lehrstellenbetriebe Ihre Bewerber aus der regionalen Umgebung gewinnen. Vor diesem Hintergrund kann die Investition in örtliche Werbekampagnen einen deutlich höheren Return on Invest bringen als eine überregionale Social Media-Kampagne. Sponsoring von Sportveranstaltungen, Schulpraktikas, Kooperation mit Lehrer- und Elternverbänden, der Zeitung oder der lokalen Arbeitsagentur bieten sich an. Auch die Präsenz in zielgruppengerechten Jobbörsen und Karriereseiten macht die Qualität der Rekrutierungswelle aus.

Fazit: Junge Menschen lassen sich über die neuen Kanäle erreichen. Gerade KMU sollten die klassischen Rekrutierungsinstrumente aber nicht vergessen. Bewahren Sie einen klaren Blick, entwerfen und verfolgen Sie eine klare Rekrutierungsstrategie. Viele Wege führen nach Rom.



## Zum Autor

Rolf Dindorf  
Bännjerstrasse 11  
D-67655 Kaiserslautern  
Telefon +49 (0)631 6259 657  
[www.rolf-dindorf.de](http://www.rolf-dindorf.de)  
[mail@rolf-dindorf.de](mailto:mail@rolf-dindorf.de)



Wird Social Media auch im Unternehmen gelebt?