

CHECKLISTE

Social-Media-Recruiting – Kanäle im Überblick

Social Media ist ein wichtiges Instrument, um die richtigen Talente für Ihr Unternehmen zu finden – aber jede Plattform erfordert einen anderen Ansatz. Hier zeigen wir Ihnen, was bei Ihren Stellenanzeigen auf den wichtigsten Social-Media-Kanälen entscheidend ist, damit Sie passende Bewerberinnen und Bewerber erreichen.

Das sollten Sie bei Ihren Stellenanzeigen beachten



Instagram

Das genutzte Bild ist ansprechend und vermittelt Nahbarkeit (zeigt z. B. Menschen aus dem Unternehmen).

Wir haben wenige, aber dafür aussagekräftige Worte gefunden, die User einfach „abscannen“ und verstehen können. Position, Standort, Aufgaben und Benefits kommen darin vor.

Wir haben einen passenden Sprachstil gewählt (nahbar, informell oder auch humorvoll).

Der Post oder das Reel sind kreativ, individuell oder auch interaktiv. Wir zeigen unser Unternehmen/unsere Kultur/das Team und finden kreative oder humorvolle Wege, um auf uns aufmerksam zu machen.

Es gibt einen Link auf die Stelle/Karriereseite, der gut sichtbar platziert ist.

Wir haben einen passenden CTA (Call to Action) gewählt, z. B. „Bewirb dich über den Link in der Bio“.

Wir haben den entsprechenden Link in die Bio gesetzt.

Es gibt ein Story-Highlight (z. B. „Karriere“ oder „Jobs“), um dort neue Storys zu speichern.

Wir haben passende Hashtags gewählt.



Facebook

Wir haben einen ansprechenden Teaser gewählt („Du suchst eine neue Herausforderung im Bereich XY?“).

Das ausgewählte Bild ist ansprechend und thematisch passend.

Wir haben alle wichtigen Informationen zur Stelle erwähnt: Jobbezeichnung, Branche, Standort, Unternehmen.

Der Sprachstil passt zur Zielgruppe.

Unser Call to Action ist ansprechend, z. B. „Jetzt bewerben!“ oder „Schreibe uns eine Nachricht, um mehr zu erfahren!“

Es gibt einen Link zur Karriereseite.

Wir haben die Facebook-Stories-Funktion genutzt (optional).

Wir haben den Beitrag in relevanten Gruppen geteilt.



TikTok

Unsere Beiträge sind kreativ, dynamisch und humorvoll.

Es wird deutlich, welche Unternehmenskultur wir leben (Blick „hinter die Kulissen“).

Unser Beitrag orientiert sich an aktuellen TikTok-Trends (Challenges, Sounds).

Der Beitrag ist kurz und prägnant: „5 Gründe, bei uns zu arbeiten“.

Der Sprachstil ist locker und nahbar.

Der Beitrag passt zum Unternehmen und ist authentisch.

Wir haben passende Hashtags verwendet.

Wir verwenden einen klaren CTA (Call to Action).

Interessierte können uns kontaktieren.



LinkedIn

Mein Unternehmensprofil auf LinkedIn ist vollständig ausgefüllt. Es spiegelt Werte und Kultur meines Unternehmens wider.

Der Jobtitel ist aussagekräftig.

Wir nutzen einen ansprechenden Sprachstil oder auch Storytelling, um das Posting lebendig wirken zu lassen (z. B. Einblicke ins Team oder ein Projekt).

Wir haben die wichtigen Informationen eingebunden und sie ansprechend, präzise und übersichtlich verpackt (Absätze, Listen, Fettdruck, interaktive Elemente).

Anreize und Benefits für potenzielle Bewerber werden genannt.

Wir haben einen CTA (Call to Action) gewählt („Jetzt mit uns durchstarten“/ „Jetzt Teil des Teams werden“).

Es gibt eine Verlinkung zur Unternehmenswebseite/Karriereseite.

Emojis und Hashtags wurden passend und sparsam gesetzt.

Das gewählte Bild wirkt ansprechend, z. B. ein Teamfoto, das nahbar, aber auch professionell wirkt.



XING

Das Unternehmensprofil ist vollständig ausgefüllt und aussagekräftig.

Wir haben einen prägnanten Titel für die Stellenanzeige gewählt (z. B. Senior Projektmanager m/w/d im Bereich IT-Beratung gesucht).

Der Sprachstil des Beitrags passt zur Zielgruppe.

Der Text beantwortet die wichtigsten W-Fragen (Arbeitgeber, Jobbezeichnung, Branche, Standort, Einstiegsdatum, Ansprechperson/Art der Bewerbung).

Die Vorteile und Anreize für potenzielle Bewerbende werden deutlich benannt.

Wir nutzen einen CTA (Call to Action), zum Beispiel „Jetzt bewerben“/ „Jetzt Teil des Teams werden“.

Wir haben eine Verlinkung zur Unternehmenswebseite/Karriereseite eingefügt.

Wir haben Emojis passend und sparsam eingesetzt.

Wir haben ein ansprechendes, seriöses Bild gewählt, z. B. das Firmenlogo.



6 TIPPS FÜR DIE REKRUTIERUNG AUF SOCIAL MEDIA:

- Seien Sie aktiv – beantworten Sie Kommentare, prüfen Sie Ihre Posteingänge auf Nachrichten oder reagieren z. B. bei Instagram mit kurzen Reels auf häufig gestellte Fragen
- Nutzen Sie (insbesondere bei TikTok und Instagram) virale Trends als Inspiration, um die Reichweite zu erhöhen
- Vermitteln Sie Nahbarkeit – zeigen Sie Ihre Mitarbeitenden und wie Ihr Arbeitsalltag aussieht
- Fragen Sie die jungen Menschen in Ihrem Unternehmen nach ihrer Meinung und nach Tipps
- Seien Sie experimentierfreudig (nutzen Sie beispielsweise bei Instagram oder Facebook Memes, wenn Sie vorrangig eine jüngere Zielgruppe ansprechen möchten)
- Halten Sie Posts zu Stellenanzeigen sowie Karriereseiten aktuell

Verwenden Sie für jede Plattform eine angepasste Strategie, um die besten Talente für Ihr Unternehmen anzusprechen und zu gewinnen.

