



Active Sourcing & Social Media:

Die richtige Strategie für Ihr
erfolgreiches Recruiting

eRecruiter

Inhaltsangabe

- 03 Einleitung
- 04 Was wollen die Kandidaten?
- 05 Vorteile durch Social Media im Active Sourcing
- 07 Social Media & Active Sourcing: Die unterschiedlichen Kanäle
- 11 Warnhinweis: Analysieren Sie Ihre Strategien kritisch
- 12 Die Basis: Arbeitgeber-Branding
- 13 Die Karrierenetzwerke und ihre Möglichkeiten: Xing und LinkedIn
- 14 Recruiting mit LinkedIn: 6 einfache Strategien zum Active Sourcing-Erfolg
- 18 Facebook Gruppen: Die Active Sourcing-Geheimwaffe
- 20 Active Sourcing & die DSGVO

Einleitung

Wenn Sie diese Zeilen lesen, können wir Ihnen gratulieren – denn wenn Sie sich dem Active Sourcing zuwenden ist Ihnen bereits klar, wie erfolgreiches Recruiting heute funktionieren muss. Ihnen ist bewusst, dass es nicht mehr nur reicht, auf die Bewerbung der perfekten Kandidaten zu warten, sondern, dass es gilt, aktiv auf diese zuzugehen – und zwar auf den jeweils richtigen Kanälen.

Ein beliebtes Mittel für Active Sourcing waren und sind Auftritte bei Personalmessen und Karrieremessen für Studierende und Absolventen. Mehr als 35 % der Top-1000-Unternehmen setzen auf diese Methode – dies geht aus einer Studie der Uni Bamberg hervor, auf die wir im Anschluss noch gelegentlich referenzieren.

Online & offline ergänzen sich ideal

Die Bewerbersuche bei Events hat gewiss ihre Berechtigung, schließlich kann eine digitale Nachricht emotional niemals an den Wert eines persönlichen Gesprächs herankommen. Und dennoch bietet Ihnen das Active Sourcing via Social Media gewisse Möglichkeiten, auf die Sie offline nicht bauen können. Wer die Vor- und Nachteile von Online und Offline Active Sourcing sorgfältig gegeneinander abwägt, kann nur zu einem Schluss kommen: Am Ende gewinnt jenes Unternehmen, das beides perfekt einsetzt und miteinander kombiniert.

Gerade einmal 20,1 % der befragten Unternehmen setzen laut der Studie der Uni Bamberg auf Karrierenetzwerke wie LinkedIn und Xing für Active Sourcing. Der Begriff „Social Media“ erscheint unter den Top 5 der genannten Active Sourcing-Methoden noch gar nicht. Was sagt das aus? Dass sich Karrierenetzwerke und andere soziale Netzwerke nicht für Active Sourcing eignen? Keinesfalls!

Social Media: Viele (ungenutzte) Chancen

Vieleher können wir aus dieser Umfrage herauslesen, dass sich ein großer Teil der Unternehmen noch nicht ausreichend mit den Möglichkeiten von Social Media in der Bewerberakquise beschäftigt hat. Sie haben mit diesem E-Book die Möglichkeit, einen blinden Fleck Ihrer Mitbewerber auszunutzen und sich so einen erheblichen Vorteil herauszuarbeiten.

Wir zeigen Ihnen Möglichkeiten auf, die Ihnen vor allem LinkedIn und Xing, aber auch Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter und Co. bei der Suche nach neuen Mitarbeitern bieten. Wir geben Ihnen Tipps und Tricks an die Hand, mit denen Sie Ihr Active Sourcing in den sozialen Medien aufbauen und effektiv gestalten können. Und wir helfen Ihnen dabei, zukünftig mehr Bewerbungen aus den jüngeren Generationen Y und Z zu erhalten.

In Zeiten des Fachkräftemangels quasi eine Recruiting Superpower.



Die Grundlagen

Was wollen Ihre Kandidaten?

Wir können heute ganz klar davon ausgehen, dass sich besonders die Kandidaten aus den jüngeren Zielgruppen Y und Z wünschen, dass ein zukünftiger Arbeitgeber proaktiv auf sie zugeht.

Sie wollen nicht nur informiert, sondern überzeugt werden. Mit klaren Fakten, aber auch mit emotionalen Botschaften.

Wie könnten sie besser auf diese veränderte Erwartungshaltung eingehen als mit cleverem Active Sourcing?

Wer (richtig) sucht, der findet.

Was aber tragen die Arbeitnehmer bei, um von Recruitern gefunden zu werden?

Eine Menge – Sie müssen nur genau auf die Vorzeichen achten.

Laut der Studie der Uni Bamberg vertrauen 56 % der Kandidaten auf eine Weiterempfehlung durch Bekannte, während 53,5 % die Karrierenetzwerke als zuverlässige Quelle ansehen, um von Arbeitgebern angesprochen zu werden.

Weiters platzieren knapp 50 % ihr Profil in der Lebenslaufdatenbank einer Internet-Stellenbörse und 39,7 % tragen sich direkt in die Lebenslaufdatenbanken von Unternehmen ein.

All diese Zahlen variieren natürlich und sind von Generation zu Generation unterschiedlich. Während die Karrierenetzwerke bei den Baby-Boomern, Generation X und Y die beliebteste Methode ist, um als Arbeitnehmer gefunden zu werden, baut die Generation Z mit großem Abstand am meisten auf die Weiterempfehlung durch Bekannte.




Vorteile durch Social Media im Active Sourcing

Wie bereits erwähnt, empfehlen wir einen ausgewogenen Mix an Online und Offline Active Sourcing-Strategien. Welche großen Wert soziale Netzwerke zu diesem Active Sourcing Mix beitragen können, möchten wir Ihnen nun genauer aufschlüsseln.



Targeting-Möglichkeiten

Der wohl größte Vorteil, den Social Media Personalsuchenden genauso wie Werbetreibenden aller Art bieten kann, ist ein riesiger Pool an Menschen mit unterschiedlichen demografischen Eigenschaften, die anhand unterschiedlichster Targeting-Kriterien „gefiltert“ und treffsicher kontaktiert werden können. Eine präzisere Möglichkeit, um fast ausschließlich geeignete Kandidaten anzusprechen, gab es nie zuvor!





Auffinden von Spezialkräften

Der Fachkräftemangel resultiert zum Teil auch aus den immer komplexer werdenden Aufgaben, die von Fachkräften erwartet werden. Manche dieser Fachkräfte mit besonders speziellen Aufgabenbereichen sind fest an ihr Unternehmen gebunden und nur schwer erreichbar. Social Media gibt Ihnen die Möglichkeit, mit dieser Zielgruppe regelmäßig zu kommunizieren – um genau in dem Moment da zu sein, wenn ein Arbeitnehmer bereit ist, sein Arbeitsumfeld zu wechseln. Im besten Fall gibt es zu diesem Zeitpunkt dann schon eine Beziehung oder zumindest einen Bezug zueinander.



Kostensparnis

Besonders teuer ist die Bewerberakquise immer dann, wenn Sie "Post and Pray" betreiben, wie das im Recruiting teils immer noch üblich ist. Wenn Sie sich etwas eingehender mit Social Media beschäftigen, dann wissen Sie bald, in welchen Gewässern Sie nach Ihren perfekten Kandidaten fischen sollten – das erspart Ihnen Zeit und in weiterer Folge auch Kosten.



Aufbau eines Talent Pools

Laut der bereits angesprochenen Studie der Uni Bamberg bauen die Top-1.000 Unternehmen bei 22,1 % ihrer Active Sourcing-Angelegenheiten auf ihren Talent Pool. Damit führt der Talent Pool diese Statistik bereits an. Und es ist davon auszugehen, dass gerade mit dem wachsenden Fachkräftemangel auch die Bedeutung eines Talent Pools weiter zunehmen wird.

Durch Social Media haben Sie die Möglichkeit, die besten Talente aus den jeweiligen Bereichen zu finden, diese in Ihren Talent Pool aufzunehmen und in Kontakt zu bleiben. So wird dieser nicht nur quantitativ, sondern vor allem auch qualitativ ausgebaut. Im Werben um die Top-Talente sind Sie dann garantiert vorne dabei.



Bereitschaft zum Karriereaufstieg

Eine Möglichkeit, die Ihnen vor allem Xing und LinkedIn bieten: Sie können Kandidaten genau dann ansprechen, wenn sie gerade aktiv auf der Suche nach beruflicher Luftveränderung sind.

Social Media &
Active Sourcing:

Die unter- schiedlichen Kanäle

Die Möglichkeiten Active Sourcing via Social Media zu betreiben sind fast unendlich. Der Kreativität von Recruitern sind dabei kaum Grenzen gesetzt. Voraussetzung dafür ist aber, die wichtigsten Kanäle auch wirklich zu kennen und zu verstehen, wie diese funktionieren. Und wie man seine Zielgruppe über diesen Kanal authentisch erreicht. Um Ihnen das zu erleichtern, möchten wir Ihnen hier einen ersten Überblick geben, welche Kanäle Sie nutzen können und wen Sie dort vorfinden.



Facebook

„Facebook ist tot!“ „Auf Facebook sind nur noch die älteren Zielgruppen unterwegs!“

Was soll man von diesen Aussagen halten, auf die man immer wieder trifft? Fakt ist: Facebook ist noch immer das nutzerstärkste unter den sozialen Netzwerken. Außerdem hat das soziale Netzwerk diesen Status schon sehr lange inne und dabei ein ums andere Mal bewiesen, dass es auf Vorstöße der Mitbewerber adäquat reagieren kann. Fakt ist aber auch: Junge Leute zieht es zunehmend in andere Netzwerke wie Instagram, Snapchat oder TikTok.

Dennoch eignet sich Facebook immer noch sehr gut für die Suche nach passenden Kandidaten: Nirgendwo sonst ist die Zielgruppe so breit gefächert. In keinem anderen Netzwerk gibt es so viele unterschiedliche Möglichkeiten. Und vor allem: Facebook User sind im Gegensatz zu den Lifestyle Usern auf Instagram oder Snapchat auch an ernsteren Themen interessiert und nutzen die Plattform, um sich über potenzielle Arbeitgeber zu informieren. Damit Ihnen das Active Sourcing via Facebook erfolgreich gelingt, verraten wir Ihnen am Ende dieses E-Books einen kleinen Trick. Eines sei aber vorweg genommen: Facebook hebt sich innerhalb der Social Media-Welt durch außergewöhnlich präzise Targetingmöglichkeiten ab, die es Ihnen ermöglichen, Ihre Zielgruppen sehr genau zu erreichen.



Instagram

Auf Instagram dreht sich alles um den Lifestyle. Die Inhalte lassen sich eher leicht in wenige Subkategorien zusammenfassen: Fashion, Food, Sport, Lifestyle, Autos, Partys sowie Soziale/Umweltthemen. Wo passt da ein Arbeitgeber rein, der nach neuen Mitarbeitern sucht? Zugegeben: Die Antwort darauf ist tricky. Sie versteckt sich irgendwo zwischen kreativen Story Ads und einer neuen Art der „Anstellung“ namens „Kooperation“ - die vor allem von Influencern gesucht wird.

Bislang ist Instagram nicht unbedingt der Kanal, auf dem User aktiv nach Jobs suchen. Aber das könnte sich ändern. Und mit tollen Stories und Posts können Sie dafür sorgen, doch von den richtigen Talents gefunden zu werden. Instagram bietet also vor allem für Employer Branding tolle Möglichkeiten. Besonders in den Stories und in weiterer Folge auch den Highlights können Insights aus dem Unternehmensalltag authentisch und zielgruppengerecht gezeigt werden. Eine beliebte Methode: Lehrlinge übernehmen die „Insta Cam“ für einen Tag oder eine Woche und zeigen ihren Arbeitsplatz in vielen Facetten.



Twitter

Twitter und der deutschsprachige Raum – das bleibt ein Thema für sich. Während das Netzwerk in den USA boomt, findet man in Österreich und Deutschland immer noch eine eher beschauliche Anzahl von regelmäßigen Usern vor. Bezahlte Werbung ist unter diesen sehr unbeliebt – und dennoch bietet Twitter tolle Möglichkeiten für Arbeitgeber-Branding. Dazu notwendig ist ein kreativer, ernstgemeinter und langfristiger Ansatz. Gelingt es, in einen aktiven, ehrlichen und kreativen Dialog zu treten, so kann das viel Positives für das Arbeitgeberimage bedeuten.

Ein Account, der nahezu perfektes Branding via Twitter betreibt und damit auch schon über die Grenzen des Netzwerks hinaus bekannt wurde ist [@BVG_Kampagne](#) – der Account der Berliner Verkehrsbetriebe. Besondere Popularität konnte dieser erreichen, weil er immer wieder auf aktuelle Ereignisse spontan und lustig reagiert. Und das ist es, was auf Twitter zählt – originelle Tweets und spontane Antworten, die einen berühren, zum Lachen bringen oder ins Staunen versetzen.



Snapchat & TikTok

Snapchat und TikTok sind die Netzwerke der Generation Z. Hier dreht sich alles um exklusive Fotos und lustige Videoclips. Karrierethemen und berufliches Networking sind hier noch nicht von großer Bedeutung: Die Nutzer sind dabei, um virtuell Freunde zu treffen und Spaß zu haben – und nicht, um sich den ernstesten (Karriere-)Fragen des Lebens zu stellen.

Was Snapchat betrifft, so gibt es aber durchaus die Möglichkeit, sogenannte „Snap Ads“ zu schalten. Die Möglichkeit, sich hier einzuklinken und zwischen den Snaps der von den Usern abonnierten Accounts zu erscheinen ist vergleichsweise noch eher jung. Das heißt zum einen, dass man hier noch immer zu den Pionieren zählen kann. Und zum anderen, dass man sicherlich sehr geschickt vorgehen sollte, wenn man auf diese Weise potenzielle Lehrlinge oder Bewerber ansprechen möchte. Etwas bunt, schräg und außergewöhnlich – so sollte man auftreten, um Anklang zu finden. Halbherzige Aktionen, die nicht die Sprache der User dieser Kanäle sprechen, dürften entsprechend abgestraft werden.



Xing & LinkedIn

Xing und LinkedIn sind die beiden ersten und wichtigsten Anlaufstellen, wenn Sie Active Sourcing in sozialen Medien etablieren möchten. Die User dort sind im Wesentlichen aus zwei Gründen angemeldet: um Mitarbeiter zu finden oder (aktiv oder passiv) nach Möglichkeiten zum Karriereaufstieg Ausschau zu halten. Was Sie dort vorfinden, ist ein riesiger Pool an wechselwilligen Arbeitnehmern, die zum Teil nur auf den Dialog mit Ihnen warten.

Auf den weiteren Seiten möchten wir uns vor allem Xing und LinkedIn widmen, da diese beiden Karrierenetzwerke einfach prädestiniert für das Active Sourcing sind. In einem zusätzlichen Abschnitt stellen wir Ihnen aber auch noch eine Möglichkeit via Facebook vor, an die Sie so bislang vielleicht noch nicht gedacht haben.



Tipp!

Bevor erste Schweißperlen auf Ihre Stirn treten: Keine Angst, Sie müssen nicht "auf allen Hochzeiten tanzen". Wenn Sie wissen, wer Ihre Zielgruppen sind, dann können Sie auch definieren, welche Social Networks besonders gut zu Ihnen passen.

Dann konzentrieren Sie sich auf diese Kanäle. Lernen Sie diese kennen und achten Sie auf einen möglichst authentischen Auftritt, der die Bedürfnisse der User ernst nimmt. Zu aggressives Vorgehen wird in den sozialen Medien eher abgestraft. Bemühen Sie sich eher um einen ernstgemeinten Dialog. Und: Analysieren Sie regelmäßig Ihre Strategie. Nehmen Sie Feedback ernst, finden Sie heraus, was funktioniert, und lernen Sie Ihre Zielgruppe immer besser kennen. Dann werden Sie mittel- und langfristig enorm profitieren.

Erfolgreich auf LinkedIn & Xing

Wie bereits angesprochen sind LinkedIn und Xing die idealen Plattformen für die aktive Ansprache von interessanten Talents. Wer in diesen Netzwerken aktiv ist signalisiert zumindest ein Mindestmaß an Offenheit für die Kontaktaufnahme durch potenzielle Arbeitgeber.

Auch hier gilt es: Ab und zu vorbeischauchen reicht nicht. Lernen Sie das Netzwerk, seine Regeln und Nutzer wirklich kennen. Dann erkennen Sie etwa auch recht deutlich, wenn Kandidaten Wechselbereitschaft zeigen.

Wichtige Anzeichen für Wechselbereitschaft

Aktualität des Kandidatenprofils

Haben Sie einen Kandidaten im Auge und dieser beginnt plötzlich damit, sein Xing- oder LinkedIn-Profil zu aktualisieren? Das ist ein heißer Indikator für hohe Wechselbereitschaft des Kandidaten – denn aktiv beschäftigten sich die meisten Arbeitnehmer nur mit ihrem Profil, wenn sie dieses auch in nächster Zeit gebrauchen können.

Situation des Kandidaten und seines aktuellen Unternehmens

Sammeln Sie möglichst viele Informationen über Ihre Wunschkandidaten. Wie häufig wechselt er oder sie Unternehmen? Wie zufrieden sind die Mitarbeiter des aktuellen Arbeitgebers mit ihrer Anstellung (kunu und Glassdoor können hierüber Aufschluss geben)? Wie sieht die aktuelle wirtschaftliche Lage des Unternehmens aus? Solche Details können Ihnen dabei helfen, genau den richtigen Moment zu erwischen, um Ihre Kandidaten anzusprechen.

Aktivität des Kandidaten

Ihr Kandidat beginnt damit, neue Kontakte in seinen Karrierenetzwerken zu schließen und entsprechenden Gruppen aus seiner Branche beizutreten? Halten Sie die Augen offen – womöglich ist er schon bald auf Arbeitgebersuche.

Angaben im Karrierenetzwerk-Profil

Xing und LinkedIn bieten ihren Nutzern die Möglichkeit, in ihrem Profil die Option „Aktiv auf Jobsuche“ anzukreuzen. In einer perfekten Welt würde dies all die vorherigen Faktoren unnötig machen – aber wir müssen davon ausgehen, dass viele wechselwillige Mitarbeiter dies nicht kundtun. Schließlich besteht trotz entsprechender Geheimhaltungs-Optionen häufig etwas Restsorge, dass der aktuelle Arbeitgeber so über Umwege davon erfährt.

Die Basis:

Employer Branding



Vergessen Sie nie die Basis des Active Sourcing in den sozialen Netzwerken: ein starkes Arbeitgeber-Branding. Nur die Interessiertesten aller Kandidaten verlassen ein soziales Netzwerk, um Ihr Unternehmen per Suchmaschine zu finden. Der große Rest an Kandidaten will mit wenigen Klicks alles Wichtige über Ihr Unternehmen erfahren. Deshalb sollte die Basis Ihres Active Sourcing in einem Netzwerk ein überzeugendes Arbeitgeber-Profil in Form einer lebendigen Unternehmens-Seite sein.

Dieses Arbeitgeber-Profil können Sie als wichtigen Eckpfeiler Ihrer Candidate Journey betrachten und sollten gerade deshalb auch darauf achten, dass es sich perfekt in die CI und den inhaltlichen Auftritt Ihres Unternehmens in anderen Netzwerken einfügt. Kurzum: Achten Sie darauf, dass Ihr Arbeitgeber-Auftritt die Handschrift Ihres Unternehmens trägt und widerspiegelt.

Beim Active Sourcing via Xing und LinkedIn spielt ein weiteres Profil eine wichtige Rolle: Ihr Auftritt als Recruiter. Sie sprechen die Kandidaten in den Karrierenetzwerken nicht als Unternehmen an – dies ist nur über persönliche Profile möglich.

Ein absolutes No Go dabei sind Fake Profile, die ausschließlich zur Ansprache neuer User erstellt werden. Viel eher sollten zum Anschreiben Ihrer Kandidaten die echten und authentischen Profile verwendet werden. Und auch diese sollten zu Ihrer CI und Ihrer Unternehmensseite passen.



Tipp!

Zum Ausarbeiten Ihrer Candidate Journey empfehlen wir Ihnen, unser E-Book [„Von 0 auf 100 im Online Recruiting“](#) durchzuarbeiten. Das Wissen daraus wird Ihnen auch bei Ihren Aktivitäten auf Social Media Kanälen hilfreich sein.

Karrierenetzwerke und ihre Möglichkeiten

Anders als bei Social Networks, die eher auf Unterhaltung ausgerichtet sind, kennt man unter den Karrierenetzwerken fast nur zwei Namen: Xing und LinkedIn. Der wohl größte Unterschied ist in der geografischen Ausrichtung zu finden: Während sich Xing vor allem auf den DACH-Raum spezialisiert, agiert die Microsoft-Tochter LinkedIn international.

LinkedIn oder Xing?

Böse Zungen behaupten übrigens, LinkedIn würde Xing den Rang ablaufen. Das ist nur bedingt korrekt – denn im DACH-Raum ist Xing auch weiterhin äußerst populär. Alleine in Österreich waren in den Jahren 2018 und 2019 [laut Statista](#) rund eine Million Menschen dort angemeldet. Bei einem Arbeitsmarkt im Jahr 2018, der ebenfalls [laut Statista](#) 4,3 Millionen Erwerbstätige umfasste, ist das schon ein bedeutender Anteil. Unterschätzen Sie Xing nicht!

Überhaupt: Im Sinne der Diversifikation Ihrer Bemühungen raten wir Ihnen dringend dazu, LinkedIn und Xing parallel zu nutzen, ohne dabei ein Netzwerk stiefmütterlich zu behandeln.

Aber was können Xing und LinkedIn wirklich und warum sollten Sie Ihre Bemühungen dorthin verlagern? Werfen wir zur Beantwortung dieser Frage einen kurzen Blick auf die Versprechen der beiden Netzwerke.

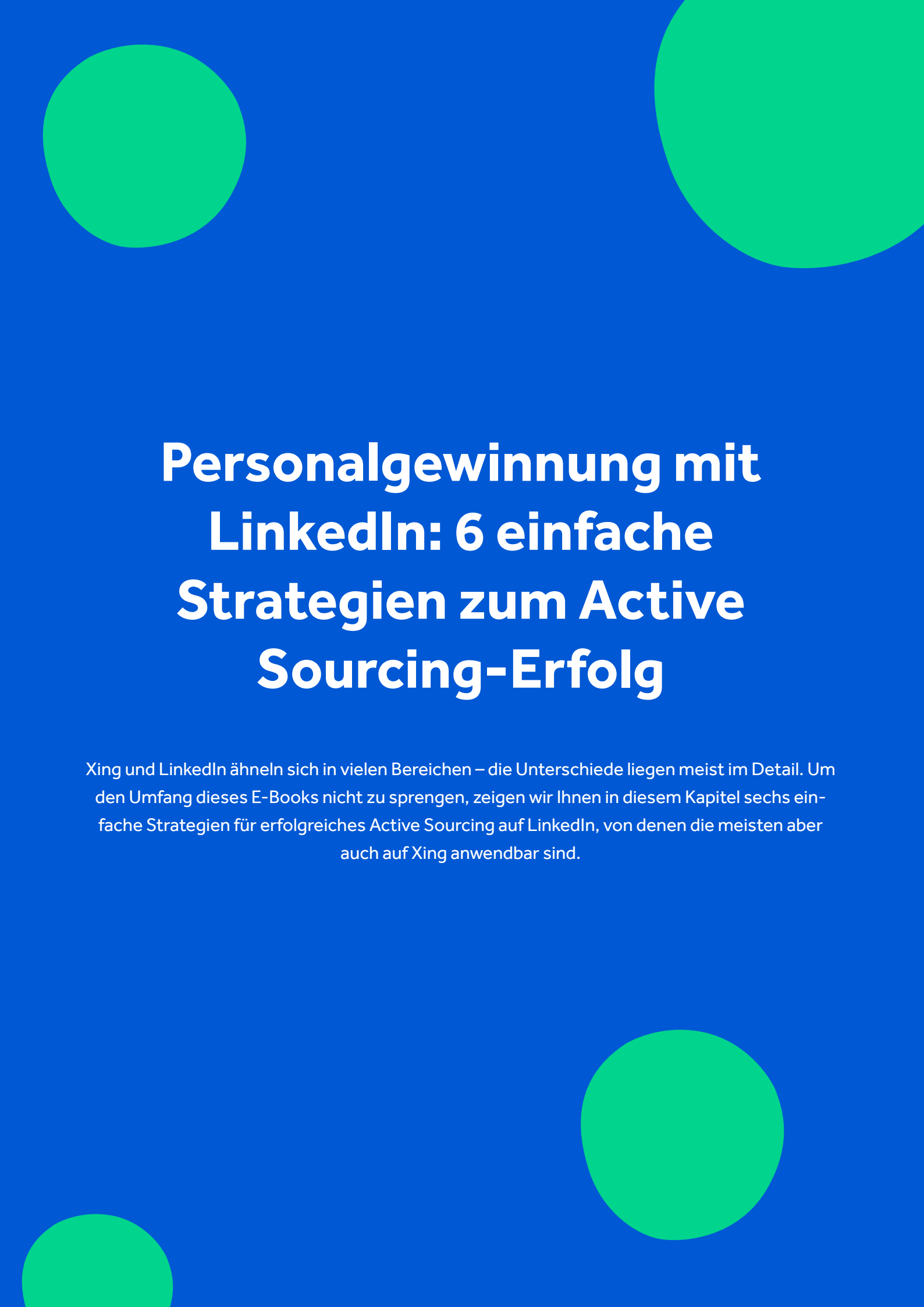
Das verspricht Xing

Xing spricht von mehr als 16 Mio. potenziellen Kandidaten, die auf der Plattform erreicht werden können – täglich sollen rund 5.500 neue User dazu kommen. Was das besonders reizvoll macht: All diese User stammen aus Österreich, Deutschland und der Schweiz. Entsprechend hoch ist die Rate an Nutzern, die auch wirklich relevant für Ihr Unternehmen sein können. 52 % der User arbeiten laut Xing in führenden Positionen, 35 % verfügen über einen Fach-/Hochschulabschluss – ein guter Pool, wenn man nach hoch qualifiziertem Personal sucht.

Das verspricht LinkedIn

LinkedIn verfügt über 10 Millionen User aus dem DACH-Raum, von denen 81 % entweder aktiv auf der Suche oder zumindest offen für neue Positionen sind. Knapp ein Viertel der weltweiten User sind zwischen 18 und 29 Jahre alt, 61 % zwischen 34 und 64. Auch hier lässt sich gut ablesen: Am besten lassen sich Leute mit etwas Erfahrung erreichen.

(All diese Aussagen stammen aus den offiziellen Unterlagen der beiden Unternehmen – wir können die Richtigkeit daher nicht gewährleisten.)



Personalgewinnung mit LinkedIn: 6 einfache Strategien zum Active Sourcing-Erfolg

Xing und LinkedIn ähneln sich in vielen Bereichen – die Unterschiede liegen meist im Detail. Um den Umfang dieses E-Books nicht zu sprengen, zeigen wir Ihnen in diesem Kapitel sechs einfache Strategien für erfolgreiches Active Sourcing auf LinkedIn, von denen die meisten aber auch auf Xing anwendbar sind.



01

Starkes Employer Branding: Entwickeln Sie ein unverwechselbares Unternehmensprofil

Die Kandidatenansprache auf LinkedIn erfolgt zwar über persönliche Profile, dennoch ist es für erfolgreiches Active Sourcing notwendig, ein aufschlussreiches und interessantes Unternehmensprofil aufzubauen. Statten Sie dieses mit allen relevanten Informationen und ansprechenden Bildern und Ihrem Logo aus, so dass es Ihrer CI entspricht. Und dann hauchen Sie der Seite auch Leben ein, in dem Sie regelmäßig Updates posten, die in den Feeds Ihrer Follower erscheinen. Halten Sie Ihre Recruiter an, die dort geposteten Beiträge auch zu teilen und sich aktiv an der Gestaltung des Profils zu beteiligen. Die Bedeutung dieser Aktionen ist leicht erklärt: Der erste Weg Ihrer Kandidaten nach der Ansprache durch einen Recruiter führt über dessen Profil auf Ihre Unternehmensseite.

Auch auf Xing sollten Sie diesen Punkt beachten. Einziger Unterschied: Feed Postings – also Neuigkeiten – sind hier weit nicht so relevant wie auf LinkedIn. Zwar schadet es nicht, auch auf Xing Updates zu geben, aber die Leserzahlen werden deutlich geringer sein.

02

Profitieren Sie von umfangreichen Profilinformationen

Ein gut gepflegtes Kandidatenprofil auf LinkedIn bietet Ihnen weit mehr Informationen als ein bloßer Lebenslauf. Sie können seine detailliert aufgeschlüsselten Fähigkeiten betrachten, seine Interessen, Zertifikate und Qualifikationen. Sie erfahren etwas über das Netzwerk, das sich eine Person aufgebaut hat. Und geteilte Inhalte, Kommentare oder Gruppenbeiträge verraten einiges über die Persönlichkeit und Werte eines Menschen. So verschaffen Sie sich bereits vor der ersten Ansprache ein recht umfassendes Gesamtbild.

Ähnlich verhält es sich auf Xing, wo vor allem die „Ich suche“- und „Ich biete“-Sektion eine wertvolle Möglichkeit darstellen, mehr über die Kandidaten zu erfahren.

03

InMails und Job-Postings

Via InMail können Sie jeden Kandidaten auf LinkedIn ansprechen – auch solche, mit denen Sie (noch) nicht vernetzt sind. Dies ist die Nummer 1-Strategie für Active Sourcing auf LinkedIn. Achten Sie dabei darauf, dass Ihr Dialog von der ersten Nachricht an nicht zu scripted oder offensiv wirkt. Wie bereits erwähnt: Authentizität ist das Stichwort – das gilt übrigens auch für Xing.

Sprechen Sie die Nutzer am besten direkt und individuell an, wie in einem persönlichen Gespräch. Anstatt ihnen gleich alles über Ihr Unternehmen zu erzählen, erkundigen Sie sich doch erst einmal über die aktuellen Herausforderungen, denen die Kandidaten im Job begegnen oder Ihren beruflichen Zielen. So finden Sie einen persönlichen Zugang und können innerhalb weniger Nachrichten herausfinden, ob die Kandidaten aktuell wechselbereit sind.

Dieser Weg ist etwas langwieriger – und natürlich können Sie ihn nur dann sinnvoll gehen, wenn Sie Ihre Kandidaten schon vorher gut gefiltert haben. Wenn Sie sich auf diesen Dialog einlassen, werden Sie aber feststellen, dass sie schon bald einen über einen quantitativ und qualitativ deutlich besseren Talent Pool verfügen.

Weitere gute Möglichkeiten für Ihre Personalsuche sind bezahlte und nicht bezahlte Job Postings sowie Sponsored Jobs. Da diese aber eher in den Bereich des Recruitings fallen, gehen wir hier nicht näher darauf ein.

04

Aktive Teilnahme an Gruppen

Sind Sie bereit, die "Extrameile zu gehen"? Dann engagieren Sie sich in branchenspezifischen LinkedIn-Gruppen und interagieren Sie dort mit den Nutzern. Oder erstellen Sie gleich selbst eine Gruppe und kümmern Sie sich um deren Verwaltung. Wichtig dabei: Agieren Sie nicht zu werblich und achten Sie eher darauf, den Nutzern einen echten Mehrwert zu bieten. Und beachten Sie, dass Sie damit ein Commitment eingehen: Wer nicht aktiv am Austausch teilnimmt, wird keine wertvollen Kontakte knüpfen.

Gerade auch auf Xing gibt es populäre, branchenspezifische Gruppen, die sehr gute Reichweiten innerhalb ihrer geschlossenen Interessentengruppen erreichen. Wenn Sie Xing für Active Sourcing nutzen, ist der Weg über Gruppen unumgänglich.

05

Bauen Sie ein starkes Netzwerk auf

Sie stoßen bei Ihren Recherchen auf Kandidaten, die aktuell noch nicht in Ihr Suchprofil passen? Sehr gut! Vernetzen Sie sich mit diesen Kandidaten und stellen Sie gleich den ersten Kontakt her. Wer weiß, ob Ihnen dieser Kontakt Ihnen noch einmal nützlich sein wird?

Generell lohnt es sich für Ihr Unternehmen und Sie persönlich, wenn Sie sich ein qualitativ und quantitativ starkes Netzwerk aufbauen. Sie gewinnen an Glaubwürdigkeit und profitieren im Fall des Falles von bestehenden Kontakten. Jeder neue Kontakt macht es zudem für LinkedIn leichter, Ihnen präzisere Vorschläge für neue Vernetzungen zu machen.

06

Profitieren Sie von erweiterten Suchmöglichkeiten

Die LinkedIn-Suchfaktoren für neue Kandidaten sind nahezu unschlagbar - besonders dann, wenn Sie das LinkedIn Recruiter Paket nutzen. Filtern Sie Ihre Kandidaten nach Faktoren wie Jobbezeichnung, letzter Arbeitgeber, Erfahrungsgrad, Interessen, besuchte Schulen etc. So können Sie punktgenau nach der idealen Besetzung für Ihre offene Stelle suchen.

Facebook
Gruppen:

Die Active Sourcing- Geheimwaffe

Wir haben es bereits angesprochen: Facebook fehlt es aktuell etwas am Glanz vergangener Tage. Aber das Netzwerk ist immer noch die nutzerstärkste Social Media Plattform. Allerdings haben sich die Regeln in den letzten Jahren etwas verändert: Wer heute als Unternehmen auf Facebook Erfolge erzielen möchte, kommt inzwischen um Gruppen nicht mehr herum. Dort können sich User zu einem bestimmten Thema, das sie wirklich interessiert, austauschen. Und während man im offenen Newsfeed fast nur noch mit bezahlten Inhalten zur Zielgruppe vordringt, kann es immer noch gut funktionieren, innerhalb von Gruppen in einen Dialog mit hochinteressierten Usern zu kommen. Auch das verlangt aber etwas Einsatz.



- Bewerben Sie Ihre Gruppe mit etwas Werbebudget, um die gesuchten Menschen in die Community zu bekommen.
- Wählen Sie einen Gruppennamen und damit auch ein Thema, das zur Zielgruppe passt. Ein Titel könnte ungefähr so aussehen: "Deine Karriere in der Modebranche - leicht gemacht", „Das Karrierenetzwerk für die IT-Branche“ oder „Die Aufsteiger – Im Vertrieb die Karriereleiter hochklettern“
- Legen Sie vorab fest, wen Sie mit der jeweiligen Facebook Gruppe ansprechen wollen. In den wenigsten Fällen kann eine solche Gruppe sinnvoll gleichzeitig angehende Lehrlinge und erfahrene Fachkräfte ansprechen. Know-how, Sprache und Interessen unterscheiden sich dabei einfach zu stark.
- Fördern Sie als Gruppenadministrator die Community-Aktivität in der Gruppe und treten Sie in einen ernstgemeinten Dialog. Hier ist nicht der richtige Platz, um werbliche Botschaften zu platzieren. Stattdessen glänzen Sie mit Tipps & Tricks für Menschen, die davon träumen, in Ihrer Branche erfolgreich zu sein.
- Regelmäßiger Content könnte z.B. aus Blogartikeln mit Fachwissen rund um Ihre Branche bestehen oder aus Tipps zum Bewerbungsgespräch – alles möglichst locker und ohne aufdringliche Werbung aufbereitet.
- Dann sorgen Sie für Bewegung in der Gruppe, indem Sie zur Interaktion bewegen. Nur, wenn sich in Ihrer Gruppe etwas tut werden User immer wieder gerne vorbeischaun. Also: Stellen Sie Fragen, holen Sie sich Feedback, schaffen Sie einen Mehrwert für die User und ermutigen Sie zum Erfahrungsaustausch.
- Wenn Sie die richtigen Teilnehmer in ihrer Gruppe haben, dann werden diese auch dafür offen sein, wenn Sie gelegentlich auf freie Stellen in Ihrem Unternehmen hinweisen. Sie dürfen damit rechnen, dass entsprechend viele Bewerbungen aus der Gruppe in Ihrem Posteingang landen. Das ist dann der Lohn dafür, dass Sie Ihre Rolle als Moderator und Diskussionsleiter ernst genommen und die Bedürfnisse Ihrer Zielgruppe ernst genommen haben.

Active Sourcing und die DSGVO



Eine Frage, die sich bei Active Sourcing auf Social Media Kanälen natürlich sofort stellt ist: Darf ich das?

Wir können Ihnen in diesem Format keine verbindliche rechtliche Beratung anbieten. Aber wir möchten Sie darauf hinweisen, dass Active Sourcing über Social Media häufig etwas grenzgängerisch ist. Grundsätzlich dürfen Sie seit dem Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung eine Person nicht mehr ohne deren Einwilligung anschreiben. Eine gewisse Ausnahme ist gegeben, wenn die Verarbeitung von Daten zur "Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich ist". Ist jemand bei einem Karrierenetzwerk registriert, dürfte er ein Interesse an attraktiven Jobs haben. Etwas anders ist die Lage natürlich bei Facebook, Instagram & Co.

Ein Grund mehr, warum wir es für sinnvoll halten, kreative Wege zu gehen und zum Beispiel über Gruppen oder natürliche Dialoge über relevante Themen neue Kontakte zu knüpfen. Hier aber noch einmal der Hinweis, dass wir im Bezug auf die DSGVO keine direkten Empfehlungen oder eine verbindliche Rechtsauskunft geben können. Wenn Sie sich unsicher fühlen, lassen Sie sich am Besten von einem Profi zur DSGVO beraten.

Auf der sicheren Seite mit eRecruiter

Sind Sie einmal in Kontakt mit Ihren Bewerbern unterstützen wir Sie gerne mit unserer Recruiting Software bei der DSGVO-gerechten Speicherung Ihrer Daten und rechtskonformen Kommunikation. Damit Sie den Kopf frei haben für die Dinge in Ihrem Beruf, die mehr Spaß machen. Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, [kontaktieren Sie uns gerne](#) oder vereinbaren Sie eine kurze [kostenlose Online-Demo](#) und erleben Sie den eRecruiter gleich in Aktion.

Und los!

Zum Abschluss möchten wir Ihnen jetzt vor allem viel Freude beim Umsetzen dieser Tipps wünschen. Wir versprechen Ihnen: Active Sourcing via Social Media kann Spaß machen, wenn Sie neugierig und offen bleiben. Der Dialog mit Ihrer Zielgruppe wird Ihr Recruiting insgesamt erfolgreicher und besser machen.

Ein letzter Tipp noch: Wenn Ihnen noch die Inspiration fehlt, dann besuchen Sie die Profile und Kanäle anderer Unternehmen und lernen Sie von den Besten - oder aus den Fehlern der Mitbewerber. Fragen Sie sich ehrlich: Würde ich das lesen/sehen/wissen wollen? Wenn die Antwort "Ja!" lautet, dann sind Sie auf einem guten Weg.

Viel Erfolg wünscht Ihnen eRecruiter!