

ONLINE FOCUS



Ulrike Winzer

Digitale Präsenz von Arbeitgebern

Alte Inhalte, liebloses Design: 9 Fakten, wie Firmen Bewerber im Web abschrecken!

Donnerstag, 13.10.2016, 11:30 · · von FOCUS-Online-Expertin [Ulrike Winzer](#)

Allerorts in Deutschland ist der Bedarf nach Fachkräften ungebrochen. Ohne Internet und die umfassenden Möglichkeiten geht fast nichts mehr. Und da das Surfen über PC, Tablet und Handy zu unserem Alltag gehört, scheint gerade für die Suche nach Mitarbeitern dieser Kanal prädestiniert und selbstverständlich mit entsprechender Aufmerksamkeit versehen zu sein.

Die Realität? Weit gefehlt!

Wie Bewerber digital abgeschreckt werden, zeigt diese 9-Punkte-Liste:

1. Keine Social-Media-Präsenz

Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Google+, Instagram ... die Liste lässt sich beliebig fortsetzen und es scheint, dass täglich neue Plattformen dazu kommen. Wer Bewerber sucht, die in diesen oder anderen Plattformen präsent sind, sollte dort ebenfalls vertreten sein! Nicht alle Plattformen sind zwingend notwendig, jedoch sind es zumindest diejenigen, in denen sich die Zielgruppe aufhält. Nicht umsonst haben

Fußball- und andere Vereine eine **Facebook**-Seite, denn die Zielgruppe ist dort! Nicht nur Bewerber, auch Kunden besuchen die entsprechenden Firmenauftritte.

ZUR PERSON

Ulrike Winzer ist Gründerin der Unternehmensberatung CandiGate und der WINZER Personal & Managementberatung. Sie arbeitet als Personalberaterin im Executive Search und kümmert sich um die Umsetzung von Rekrutierungsstrategien, Recruitment-Transformation und Employer Branding.

2. Ausgestorbene Präsenz

Fast genauso schlimm wie gar keine Social-Media-Präsenz ist eine verwaiste oder schlecht gepflegte Seite. Beiträge, die vor Monaten eingestellt wurden sowie veraltete Ankündigungen sind eher aus- als einladend für Bewerber.



Colourbox.de Nicht alle Firmen präsentieren sich online attraktiv

3. Stellenanzeigen im Jobportal – Leere auf der Homepage

Auch sehr gut formulierte **Stellenanzeigen** laufen Gefahr ihren Zweck zu verfehlen, wenn sie nicht konsistent zur Homepage des suchenden Unternehmens sind. Bewerber, die auf Firmenwebseiten Einträge finden mit dem Hinweis, dass gerade keine Stellen offen sind oder die nur gänzlich anders gelagerte Positionen vorfinden als die Anzeigen in den Jobportalen, nehmen gerne wieder Abstand von einer Bewerbung.

4. Viel digitaler Schein – wenig reales Sein!

Die Variante schöne bunte Bilder und Hochglanzfilme ist nur dann passend, wenn Sie in Einklang zur Unternehmensrealität ist. Schlechte Arbeitgeberbewertungen und bedenkliche Pressemitteilungen passen nicht zu einer heilen Märchen-Welt! Dieses Nicht-Passen wird im Netz schnell offensichtlich!

5. Lieblose und/oder gedankenlose Gestaltung

Besonders beliebt gerade bei Stellenanzeigen ist eine lieblose bzw. gedankenlose Gestaltung der Anzeige. Viel Text und kein Bild oder Bilder, die nichts über das Leistungsportfolio des Unternehmens aussagen, sind keine Eyecatcher sondern Eyeschrecker. Ein Dienstleistungsunternehmen, deren wichtigster Faktor die beratenden Mitarbeiter sind, hat sicherlich mehr zu bieten als Photos des antiken Möbelinventars!

6. Viel Profil bringt viel

Die berühmte eierlegende Wollmilchsau – sie lebt nach wie vor und wird immer wieder gesucht. Sie ist als Wunschkandidat dadurch zu erkennen, dass die dazugehörigen Stellenanzeigen mit Text überfrachtet sind. Eine lange Liste von Anforderungen, Erfahrungen und notwendigen Skills sorgt dafür, dass sich auch nur eierlegende Wollmilchsäue angesprochen fühlen und sich bewerben. Und diese sind bekanntermaßen eine äußerst seltene Spezies!

7. Kontaktaufnahme

Immer wieder artet die Kontaktaufnahme für Bewerber zu einem Geduldsspiel (15-30 minütiges Ausfüllen von Eingabemasken für Bewerber) oder zu einem Suchspiel (welcher Bewerber findet wohl die Kontaktdaten) aus. Folge: gute Bewerber brechen einen begonnenen Eingabeprozess ab oder hören auf, nach Kontaktdaten zu suchen. Der für den Bewerber einfachste Weg ist meist der, der auch für das suchende Unternehmen am ehesten zum Ziel führt: der Bewerber hat direkt alle Angaben vor sich und kann einfach und schnell eine Bewerbung abschicken!

8. Kreative Videos

Videos werden immer beliebter nicht zuletzt deshalb, weil sie sehr viel Aufmerksamkeit erzeugen! Gerade bei Recruiting-Videos ist der Grat zwischen unglaublich und unprofessionell schmal. Videos, bei denen die Darsteller wie professionelle Schauspieler wirken verfehlen unter dem Tenor „ist nur gestellt“ genauso die Zielgruppe wie Videos mit Mitarbeitern, die vorgegebene Texte herunterbeten und verzweifelt versuchen, wie Schauspieler zu agieren. Dazu kommt, dass solche Videos beliebt sind, um sie im Netz zu teilen und zu verbreiten, so dass sehr schnell eine nicht gewünschte Negativ-Aufmerksamkeit erzeugt wird.

9. Kreative Stellentitel

Kreativität ist etwas Schönes, wenn sie zum Ziel führt. Wer in Deutschland Bewerber für ein „Pathways Operations Internship Program“ sucht, sollte wirklich sicher sein, dass diese Anzeige auch gefunden wird.

Aber es gibt auch andere Beispiele: einen Office Manager (m/w) findet man sicherlich in den Großstädten. In Regionen, die abgelegener sind, bietet es sich dagegen an – auch wenn der Office Manager schön klingt - nach einer Assistenz (m/w) zu suchen. Entscheidend ist, wer die Zielgruppe ist, wo sich diese aufhält und welche Sprache verstanden wird – real und digital! Denn dann gibt es auch Bewerbungen.

Digital ist nicht alles, aber digital ist ein hochgradig wichtiger Teil!
Digital ist nicht mehr wegzudenken! Digital bietet Unternehmen Möglichkeiten der Sichtbarmachung gerade mit Blick auf Bewerber, von denen sie vor einigen Jahren nur geträumt haben!

Wer hier überzeugende Präsenz zeigt mit den richtigen Mitteln und durchdachter Kommunikation, der punktet bei Bewerbern!

© FOCUS Online 1996-2018

Fotocredits:

Ulrike Winzer, Colourbox.de, FOCUS Online

Alle Inhalte, insbesondere die Texte und Bilder von Agenturen, sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nur im Rahmen der gewöhnlichen Nutzung des Angebots vervielfältigt, verbreitet oder sonst genutzt werden.