

Hamburg@work 
DigitalCluster.Hamburg

**Social
Natives** 

Gewinnung und Bindung von Azubis und jungen Fachkräften zu Corona-Zeiten

Hamburg, 30.03.2021

Agenda

1. Kurzvorstellung SocialNatives
2. Derzeitige Herausforderungen
3. Erkenntnisse aus unserer Arbeit
4. Employer Branding & Unternehmenskultur
5. Fallstudie EDEKA
6. Langzeitstrategien zum Gewinn und Erhalt von Mitarbeiter*innen

SocialNatives GmbH

- 2017: Gründung von SocialNatives
- 20-köpfiges Team (Stand: März 2021)
- Standorte: Hamburg, Berlin, Stuttgart
- alle sind Digital Natives und zwischen 20 und 30 Jahre
 - > 100 Menschen wurden durch uns eingestellt
 - > 50 erfolgreiche Recruiting-Kampagnen

Wir machen Arbeitgeber für die richtigen Kandidat*innen bekannter und generieren qualifizierte Bewerbungen über Social Media.





Social Media Marketing

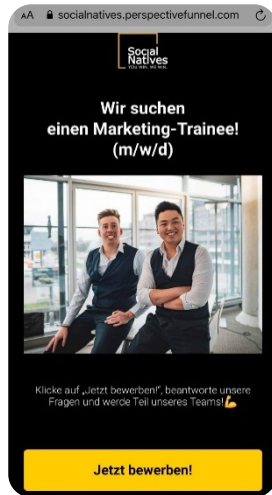
- Höhere Sichtbarkeit und Attraktivität auf dem Markt
- Neuen Ansprüchen gerecht werden
- Richtige Botschaft richtig kommunizieren mit Video, Bild und Text im richtigen Kontext der Plattform

Kandidat*innen-Journey durch Social Media

Anzeige



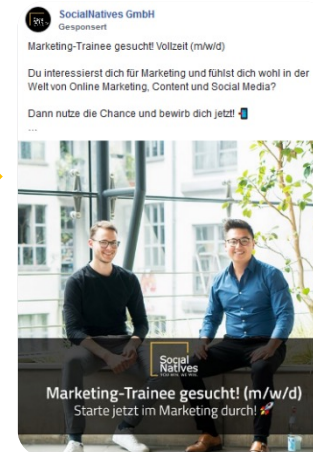
Bewerbungsseite



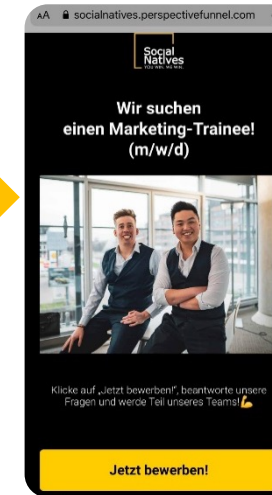
Facebook Seite



Anzeige



Bewerbungsseite



Bewerbung gesendet



Karriere Webseite



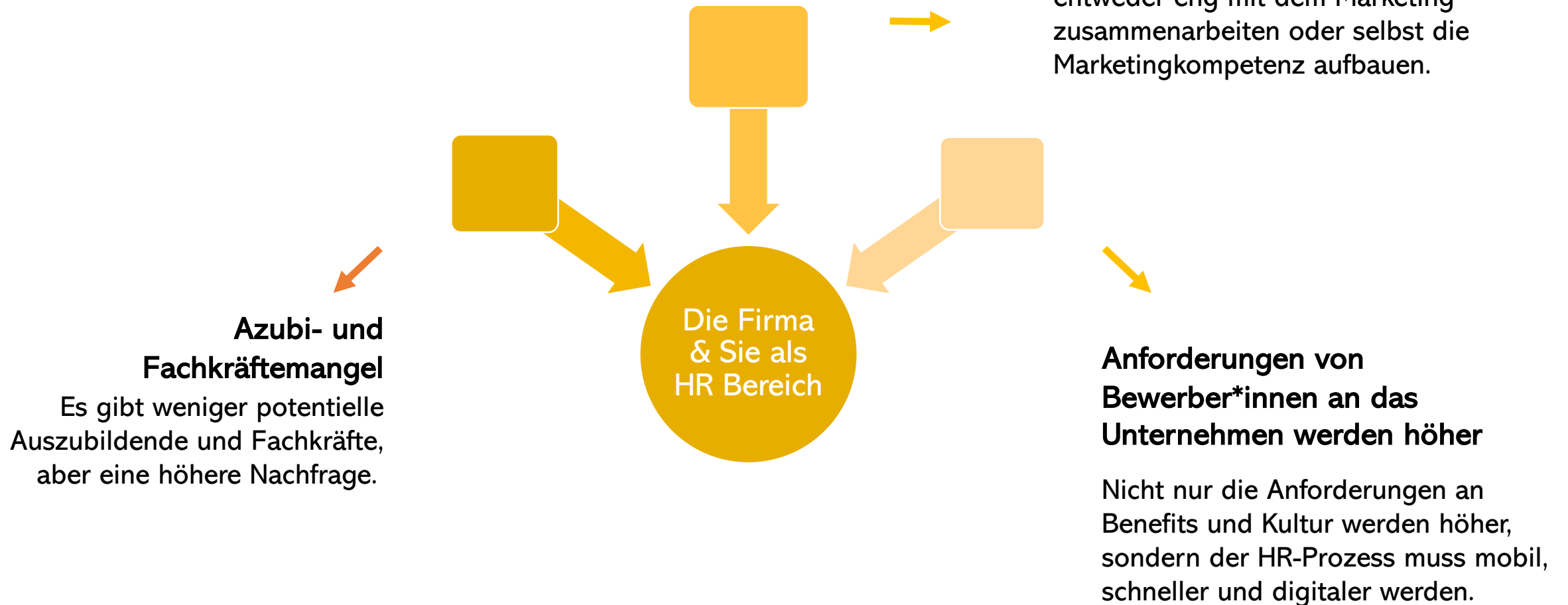
Instagram Seite



Derzeitige Herausforderungen

- Keine Ausbildungsmessen, Praktika, Einblicke ins Unternehmen möglich
- Drohende Auslagerung ins Ausland aufgrund mangelnder verfügbaren Azubikräfte
- Unsicherheit auf beiden Seiten
- Verändertes Wertesystem

Herausforderungen



Wie haben die jungen Generationen Corona erlebt?

- Wunsch nach mehr Sicherheit
- Bedeutung von Online Möglichkeiten
- Wertschätzung von Flexibilität
- Wunsch nach Weiterentwicklung
- Zeit zur Reflektion, gelassenerer Einstellung

Blick auf die Zielgruppen

Geprägt durch: Internetboom, Digitalisierung, Globalisierung

Einstellung: Privates und Arbeit verbinden, solange es Spaß macht

Auszeichnung: hohe Anforderungen an den Arbeitgeber (Arbeitszeiten, Bürogestaltung), offen für Neues

Arbeitsweise: frischer Wind, kreativ, loslassen von gewohnten Strukturen

Bevorzugtes Kommunikationsmittel: Smartphone

Top 3 Motivatoren: Gehalt; berufliche Herausforderung; Leidenschaft

Ziel: Spaß an der Arbeit, Erfüllungsgefühl



Generation Y:
1980 bis 1999

Geprägt durch: Digitalisierung, hohes Niveau an Wohlstand

Einstellung: klare Grenzen zwischen Arbeit und Privatleben, soziale Kontakte sind wichtiger als Arbeit, Suche nach sicheren Strukturen, Arbeit steht an zweiter Stelle

Auszeichnung: Generation Smartphone, Digitale Medien bestimmen den Alltag, offen für Neues, frischer Wind, flexibel

Arbeitsweise: experimentierfreudig, kreativ, innovativ

Bevorzugtes Kommunikationsmittel: Web 2.0, digitale Medien, Smartphone, Social Media

Top 3 Motivatoren: Work-Life-Separation; Möglichkeit, Leidenschaft; Jobsicherheit

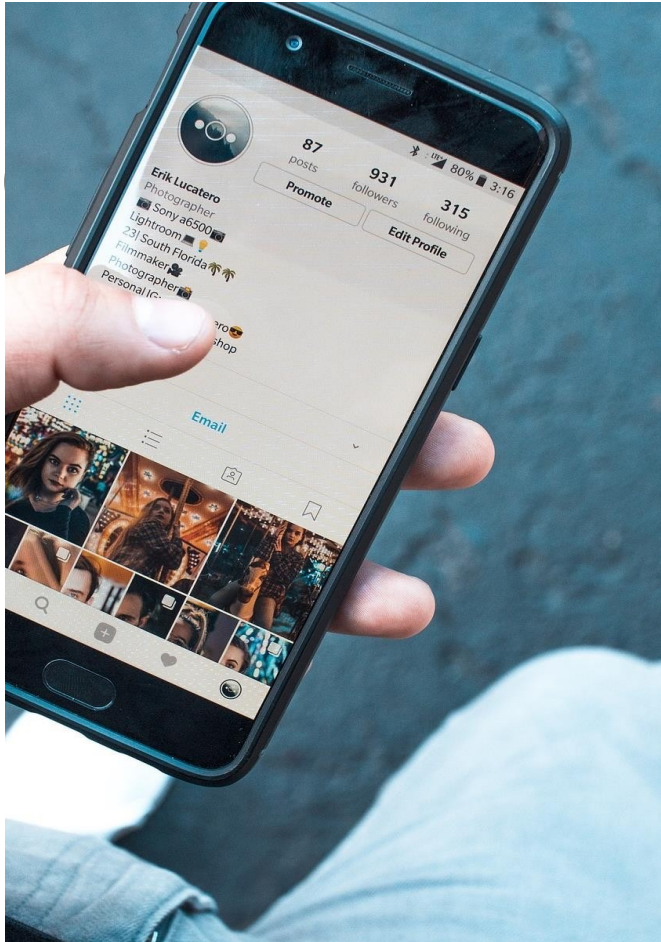
Ziel: Spaß an der Arbeit; Arbeiten, um sich das Leben leisten zu können, das sie sich wünschen; freie Entfaltung



Generation Z:
1997 bis 2012

Erkenntnisse aus unserer Arbeit:

- Je mehr Touchpoints ein*e Kandidat*in hat, desto besser. Viele Kandidat*innen recherchieren auf der Karriereseite oder beobachten noch über Wochen die sozialen Medien. Mit der Zeit baut sich mehr Vertrauen auf.
- Eine einheitliche Kommunikation auf allen Plattformen bzw. „Touchpoints“ ist sehr wichtig.
- In der Kommunikation haben wir die Möglichkeit zwischen Bild, Text, Video und Audio. Recruiting-Videos, mit Mitarbeiter*innen-Interviews und Berufsvorstellungen, funktionieren besser als Bilder und Text.
- Wir müssen es den Kandidat*innen so einfach wie möglich machen, von der Bereitstellung der Informationen bis zur Möglichkeit, sich zu bewerben. (Kurz-Bewerbung, Bullet-Points, mobil-optimierte Internetseiten, Einblicke in den Arbeitsort und Kolleg*innen, die dort arbeiten).
- Es muss Gründe geben, zu euch zu wechseln. Seien es emotionale Gründe oder die Benefits.



Chancen von Social Media

- Direkte Interaktion mit potentiellen Bewerber*innen
- Bewerber*innen recherchieren auf den sozialen Medien für erste Eindrücke
- Authentischer Einblick in die Firma
- Absetzen von der Konkurrenz
- Erhöhung der Mitarbeiter*innenbindung
- Soziale Medien sind messbar und planbar
- Generierung von mehr Bewerbungen von passenden Kandidat*innen
- Erhöhung der Mitarbeiter*innenbindung und Verringerung der Fluktuation

Fallstudie

EDEKA Hoffmann & Sieber



Wie EDEKA Hoffmann & Sieber durch Employer Branding & Social Recruiting mehrere vakante Stellen besetzen konnte.



Der Kunde

EDEKA Hoffmann & Sieber oHG

Die Firma Hoffmann & Sieber oHG besteht heute aus fünf EDEKA-Lebensmittelmärkten die sich in Aspach, Löchgau, Markgröningen, Bönningheim und Sachsenheim befinden.

Bereits die dritte Generation, mit Jennifer Hoffmann, Michael Hoffmann Junior und Sven Sieber, ist in das Unternehmen integriert.



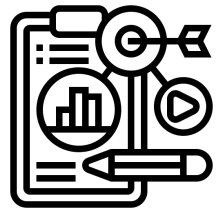
Aufgabenstellung

- Zu wenig Bewerbungen durch klassische Wege, wie Stellenportale und Plakatwände
- Zu Beginn keine Sichtbarkeit und kein Instagram vorhanden
- Sichtbarkeit aufbauen und mehr Abos auf Facebook und Instagram
- Einen planbaren Prozess aufbauen, welcher regelmäßig Bewerbungen generiert

Resultate

- Von 0 auf >1700 Abos auf Social Media innerhalb von 6 Monaten
- Jede offene Stelle besetzt
- Insgesamt mehr als 300.000 Personen erreicht
- Die Anzahl der Initiativ-Bewerbungen alleine durch die Reichweite um 200% gesteigert

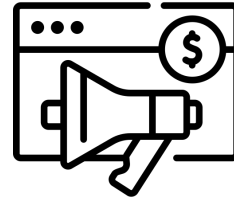
Wie sah der Prozess aus?



Strategie
& Einrichtung von
Social Media



Anzeigen konzipieren



Anzeige an die Zielgruppe
ausspielen



Bewerberanfragen
qualifizieren



Bewerbung erhalten

Kundenfeedback



„SocialNatives hat uns den **entscheidenden Vorteil** bei der Mitarbeitergewinnung verschafft. Wir haben eine Vielzahl an offenen Stellen innerhalb kürzester Zeit besetzt.

Es dauert etwas bis man ein gleiches Verständnis für eine gute Qualität an Bewerber*innen hat und bis ein sinnvoller Prozess installiert ist, wie man die Masse an Bewerbungen für alle Seiten zielgerichtet bearbeiten kann.

Ab diesem Moment wurde das Ganze zu einem Selbstläufer.“

Sven Sieber,

Geschäftsführer EDEKA Hoffmann & Sieber oHG



**Wie aber kann ich junge
Leute langfristig binden?**



JETZT ist die Möglichkeit, die **Kultur** und das Unternehmen zu reflektieren

WOFÜR stehen wir?

WER sind unsere Leute?

WO wollen wir hin?

WAS sind unsere Werte?



21

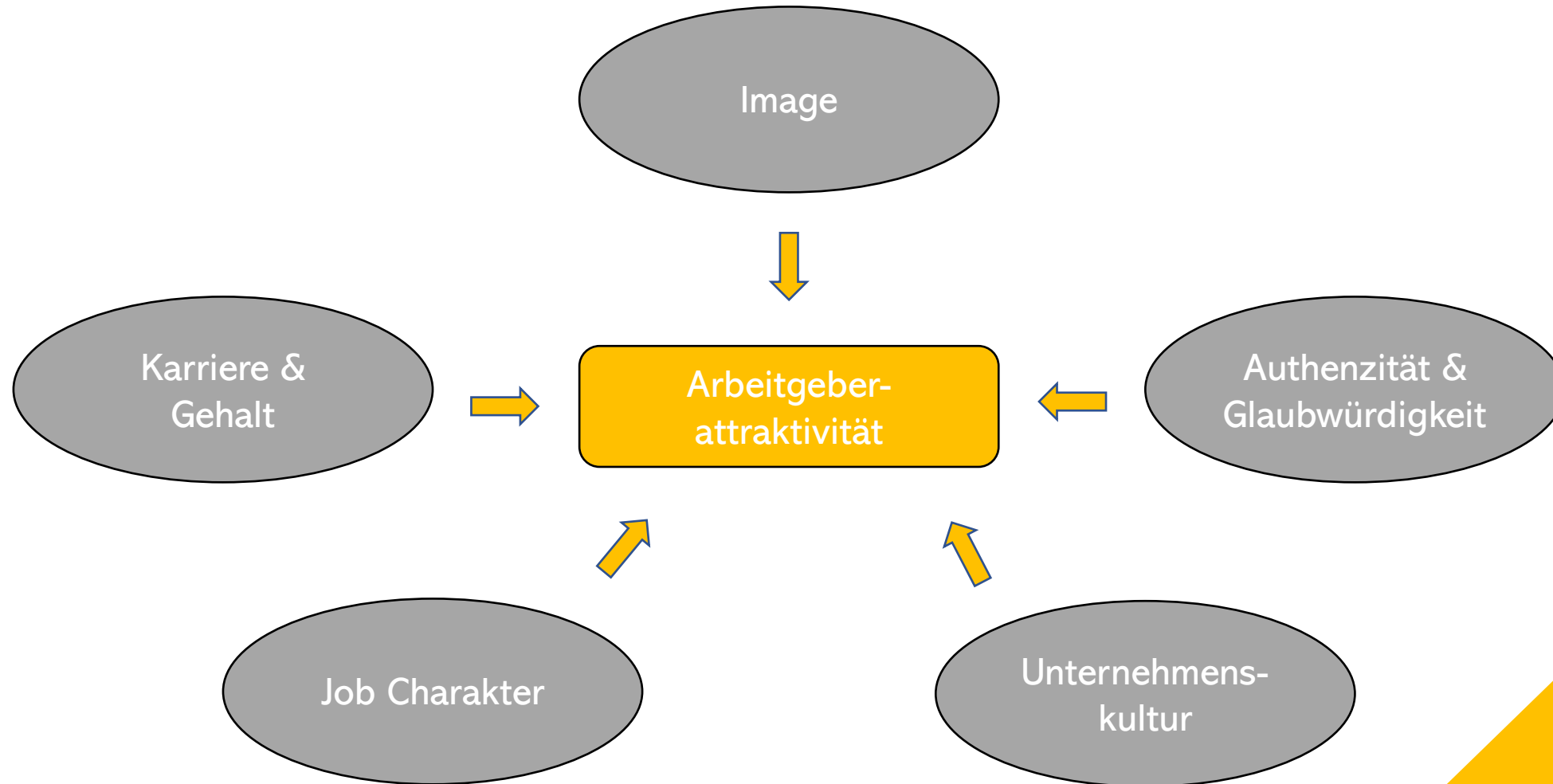
30.03.2021

Analyse & Ermittlung der Arbeitgeber DNA

- Positionierungs- und Imagestatus als Arbeitgeber
- Analyse der Arbeitgeberkommunikation
- Ermittlung von Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken als Arbeitgeber
- Analyse der Kultur (Zufriedenheit, Arbeitsklima, Führungsstil, Fremd- und Selbstwahrnehmung der Geschäftsführung)
- Ermittlung von Präferenzen der anvisierten Kandidat*innen

HR als strategischer Partner auf Augenhöhe mit anderen Unternehmensbereichen

- Erarbeitung des Kerns und der Vision des Unternehmens
- Kommunikation der Werte nach außen
 - Social Media Plattformen richtig nutzen
- Aber zuerst: Blick auf die Mitarbeiter*innen
 - Was macht unser Teamspirit aus?
 - Welche Fähigkeiten sind in unserem Unternehmen vorhanden?
 - Wie ist unser Betriebsklima?
 - Welche Möglichkeiten bieten wir?
 - Wie zufrieden sind unsere Mitarbeiter*innen?



Was jetzt zu tun ist

- Hinterfragt euren Bewerbungsprozess
- Beachtet den Cultural Fit (Hard Skills vs. Soft Skills)
- Recruiting-Aktivitäten ankurbeln, Marktsituation nutzen
- Gutes Corona-Management anbieten
- Aktive Unternehmenskultur pflegen
- Virtuelle Verfahren (Onboarding, E-Learning, Online Praktikum) ausbauen
- Arbeitgeberbewertungen (Google, Kununu etc.) einholen
- Realistic Job Previews durch Bild, Video & Text




Employer Branding & Social Recruiting

Employer Branding

Eine attraktive und sichtbare Arbeitgebermarke kreieren, die sich von anderen unterscheidet.

Social Recruiting

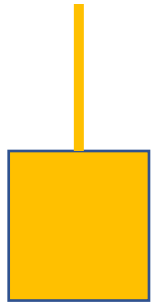
Maßnahmen, um mehr Bewerbungen zu generieren und offene Stellen mit passenden Kandidat*innen besetzen.



Beide verfolgen das Ziel, die besten Mitarbeiter*innen zu gewinnen. Social Recruiting Methoden sind kurzfristiger ausgelegt und generieren schnellere Ergebnisse. Employer Branding Maßnahmen sind langfristiger ausgelegt und dafür nachhaltiger. Beide haben aber positive Wechselwirkungen miteinander.

Employer Branding Prozess auf Social Media

Analyse & Ermittlung
der Arbeitgeber-DNA



Entwicklung & Erstellung
der Employer Branding &
Social Media Strategie



Umsetzung der Strategie
& der Arbeitgeber-
Kommunikation



Controlling, Reflexion &
Optimierung



Bindung & Loyalität fördern

- Nutzt eure Mitarbeiter*innen als interne Zielgruppe für Commitment und Loyalität, um dies transparent und authentisch nach außen zu kommunizieren
- Werte & Kultur definieren und leben, nach innen & außen
- Bedürfnisse anerkennen und annehmen, es ist unerlässlich sich an die neuen Dynamiken im Arbeitnehmermarkt anzupassen
- Gestaltung einer optimalen Employee Journey

Zusammenfassung

- Entwickelt eine klare Arbeitgeberstrategie.
- Heute müsst ihr deutlich mehr Personalmarketing-Know How mitbringen, um qualifizierte Bewerbungen zu erhalten und die offenen Stellen zu besetzen
- Die Aufmerksamkeit der Kandidat*innen ist am Smartphone auf Social Media (Mobile Recruiting).
- Nutzt Social Media Recruiting, um gezielt passive Kandidat*innen anzusprechen und mehr Bewerbungen zu generieren. Vermeidet dabei die erwähnten Fehler.
- Erstellt authentische Inhalte wie Recruiting-Videos und Fotos (Realistic Job Review)
- Nutzt Social Media Marketing, um eine bekannte Arbeitgebermarke aufzubauen.

Helen Sharp

HR-Managerin
SocialNatives GmbH



+49 (0)40 809034 4080



helen.sharp@socialnatives.de



socialnatives.de

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit.
Ich freue mich auf Feedback und Austausch!