

## Personalmarketing-Strategien für kleine und mittelständische Unternehmen: Wie Sie Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber positionieren

In einem umkämpften Arbeitsmarkt ist es für kleine und mittelständische Unternehmen entscheidend, sich online als attraktive Arbeitgeber zu präsentieren.

Dieser Artikel von Alexander Wrobel bietet zehn praxisnahe Tipps für Unternehmen, um durch erfolgreiches Personalmarketing mehr Sichtbarkeit zu erlangen, neue Mitarbeitende zu finden und zu binden.

### 10 Tipps für erfolgreiches Personalmarketing:

1. Identifizieren Sie die bevorzugten Kanäle Ihrer Zielgruppen und passen Sie die Ansprache entsprechend an, um die Reichweite zu maximieren. Seien Sie beispielsweise auf TikTok aktiv, um Auszubildende zu gewinnen.
2. Bleiben Sie durch kontinuierlichen Content in Erinnerung, der die Profile Ihres Unternehmens aktuell hält. Gerade in den sozialen Medien ist es entscheidend, regelmäßig Beiträge zu veröffentlichen. Planen Sie beispielsweise Reihen wie eine Teamvorstellung oder „Ein-Tag-im-Leben-von“-Videos.
3. Nutzen Sie ansprechende Inhalte, insbesondere Videos, um Interesse und Aufmerksamkeit zu wecken. Studien zeigen, dass Videoinhalte insbesondere im Personalmarketing wichtig sind, um einen authentischen Einblick in das Unternehmen geben zu können.
4. Achten Sie bei Videoinhalten insbesondere auf die Ton- und Bildqualität und produzieren Sie die Videos immer passend für den entsprechenden Kanal. Instagram Reel Videos werden z.B. im Hochformat aufgenommen und sind durchschnittlich 30 Sekunden lang, YouTube Videos hingegen sind in der Regel länger und werden im Querformat aufgenommen.



*Social Media Expertin Lena Stein von Online Experience bei der Produktion von Social Media Inhalten*

5. Sorgen Sie für ein wiedererkennbares Branding über alle Kanäle hinweg, das zu Ihrer Website führt. Denn die Karrierewebsite ist der Dreh- und Angelpunkt Ihrer Personalmarketing-Aktivitäten.
6. Veröffentlichen Sie Inhalte, die positive Emotionen hervorrufen und Teamgeist demonstrieren. Versuchen Sie die Benefits Ihres Unternehmens passend zur Zielgruppe zu demonstrieren.
7. Gestalten Sie Ihre Inhalte abwechslungsreich und geben Sie Einblicke in die Besonderheiten Ihres Unternehmens. Was zeichnet Sie im Gegensatz zu Ihren Wettbewerbern am Arbeitsmarkt aus? Das müssen nicht unbedingt Unternehmen der gleichen Branche sein. Suchen Sie beispielsweise MitarbeiterInnen im Marketing ist es wahrscheinlich, dass Sie auch mit branchenfremden Unternehmen in Konkurrenz treten.

8. Versuchen Sie Trends für Ihre BewerberInnen-Zielgruppen zu identifizieren und für sich zu nutzen. Der Algorithmus des Kanals TikTok berücksichtigt die Nutzung von Trends, aktuellen Sounds und Challenges besonders.
9. Ein Call-to-Action (dt. Handlungsaufforderung) am Ende eines Beitrags fordert die Zielgruppe auf, ins Gespräch zu kommen und etwas zu tun. Sei es der Hinweis „Bewirb‘ Dich jetzt!“ mit der Verlinkung auf eine konkrete Stellenanzeige oder beispielsweise die Aufforderung „Komm ins Team!“, die zu weiteren Informationen über das Team verlinkt.
10. Beantworten Sie Kommentare und Fragen in den Social-Media-Kanälen täglich. Denn Social-Media-Aktivitäten laufen nicht einfach nebenbei. Kampagnen sind geplant und strategisch aufgestellt, und sollte eine Kampagne einmal nicht den gewünschten Erfolg bringen, gilt es zügig zu justieren.

Durch die Implementierung dieser Tipps können kleine und mittelständische Unternehmen nicht nur eine stärkere Präsenz im Bewusstsein potenzieller Bewerber schaffen, sondern auch langfristig als bevorzugte Arbeitgeber wahrgenommen werden.

Über den Autor:

Alexander Wrobel ist Geschäftsführer der Online- und Social-Media-Marketing Agentur Online Experience aus Hagen. Seine Agentur mit 11 Mitarbeitenden betreut Kunden diverser Branchen in den Bereichen Employer Branding, Personalmarketing und Digital Recruiting. [www.onlineexperience.de](http://www.onlineexperience.de)



*Autor Alexander Wrobel*

*Bildnachweise: Ludger Staudinger für Online Experience GmbH*