



**Social Recruiting für KMU**

*Die richtigen Menschen erreichen – auf den richtigen Plattformen.*

✓ Zielgruppe verstehen  
✓ Passende Plattform wählen  
✓ Sichtbar werden  
✓ Bewerber:innen erreichen  
✓ Richtig kommunizieren  
✓ Passende Mitarbeitende einstellen

Facebook Instagram TikTok LinkedIn X YouTube

✓ Zielgruppe verstehen  
✓ Passende Plattform wählen  
✓ Arbeitgeber-Botschaft entwickeln  
✓ Sichtbar werden  
✓ Mehr passende Bewerbungen erhalten

Menschen finden. Teams stärken. Zukunft gestalten.

KMU & Gastronomie    Persönlich & praxisnah    Strategisch & umsetzbar    Mehr passende Mitarbeitende

*Nicht überall posten. Sondern dort wirken, wo passende Menschen hinschauen.*

### Mini-Checkliste

# Social Recruiting für KMU

Welche Plattform passt zu welcher Zielgruppe - und wie wird daraus eine Bewerbung?

Für KMU, Gastronomie, Hotellerie, soziale Einrichtungen, NGOs und Organisationen

**Sie müssen nicht auf jeder Plattform sichtbar sein. Sie müssen dort verständlich, glaubwürdig und erreichbar sein, wo passende Bewerber:innen wirklich hinschauen.**

Ronald Neumayer  
Dipl. Lebens- und Sozialberater | ÖVS-zertifizierter Supervisor  
Coach, Trainer und Bewerbungscoach

Telefon: 0660 349 48 50  
E-Mail: [neumayer.ronald@gmx.at](mailto:neumayer.ronald@gmx.at)  
Web: [bewerbungscoach-neumayer.at](http://bewerbungscoach-neumayer.at)

# Wofür diese Mini-Checkliste gedacht ist

Diese Mini-Checkliste ist ein erster Einstieg für Unternehmen, die Social Recruiting nutzen möchten, aber noch nicht sicher sind, welche Plattform zur offenen Stelle, Zielgruppe und Arbeitgeberbotschaft passt.

Sie ersetzt keinen vollständigen Social-Recruiting-Workspace, keine Werbeagentur, keine Rechtsberatung und keine Datenschutzberatung. Sie ist bewusst kompakt gehalten und soll helfen, erste Entscheidungen vorzubereiten.

**Wichtig ist: Nicht die Plattform allein entscheidet. Entscheidend ist die Verbindung aus Zielgruppe, glaubwürdiger Botschaft, einfachem Bewerbungsweg und verlässlicher Rückmeldung.**

## Grundprinzipien

- Zuerst Zielgruppe klären, dann Plattform auswählen.
- Benefits ehrlich beschreiben, nicht nur schön formulieren.
- Arbeitsalltag sichtbar machen, nicht nur Stellenanzeige posten.
- Bewerbungsweg einfach halten und klare Rückmeldefrist nennen.
- Keine Alters-, Geschlechts- oder Generationen-Schubladen verwenden.
- Social Recruiting mit Bewerberkommunikation verbinden.

## Hinweis zur Einordnung

Die folgenden Plattformempfehlungen sind Tendenzen. Sie ersetzen keine konkrete Analyse Ihrer Region, Berufsgruppe und Zielgruppe. Generationenbegriffe können Orientierung geben, dürfen aber nicht als Schubladen oder Ausschlusskriterium verwendet werden.

# Plattform-Überblick

## Welche Plattform kann für welche Zielgruppe sinnvoll sein?

| Plattform | Eher passend für                                                                      | Gute Inhalte                                                              | Achtung                                                |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Facebook  | Regionale Jobs, KMU, Gastro, Teilzeit, Wiedereinstieg, lokale Gruppen, Empfehlungen   | Direkte Posts, regionale Ansprache, Teamfoto, klare Kontaktperson         | Nachrichten/Kommentare aktiv betreuen                  |
| Instagram | Gastro, Tourismus, junge Bewerber:innen, Quereinstieg, Teamkultur, Sozialbereich      | Reels, Stories, Blick hinter die Kulissen, erster Arbeitstag, Team        | Nicht nur Hochglanz zeigen; Alltag muss stimmen        |
| TikTok    | Lehrlinge, Berufseinstieg, junge Zielgruppen, Jobs mit Alltagseinsblick               | Kurze, echte Videos; Was du bei uns lernst; typische Schicht              | Nicht jede Stelle braucht TikTok                       |
| LinkedIn  | Fachkräfte, Führung, Verwaltung, Beratung, Projektarbeit, NGOs, Bildung               | Rolle, Verantwortung, Sinn, Kultur, Entwicklung, Fachbeitrag              | Botschaft fachlich und konkret halten                  |
| XING      | DACH-Fachkräfte, Büro, Verwaltung, klassische Berufsgruppen, berufserfahrene Personen | Klare Stelle, Aufgaben, Rahmenbedingungen, seriöse Arbeitgeberdarstellung | Nicht mit Social-Lifestyle-Content verwechseln         |
| YouTube   | Erklärungsbedürftige Berufe, Pflege/Betreuung, Lehrlinge, Arbeitgebervideo            | Ein Tag als..., Einschulung, Arbeitsalltag, Warum diese Arbeit Sinn macht | Video auf Website und Stellenanzeige einbinden         |
| Website   | Alle Zielgruppen als zentraler Zielpunkt                                              | Stelle, Aufgaben, Benefits, Ablauf, Kontakt, Rückmeldefrist               | Social Media ohne guten Bewerbungsweg verliert Wirkung |

**Merksatz: Die Plattform ist nur der Ort. Die eigentliche Wirkung entsteht durch eine klare Zielgruppe, eine ehrliche Botschaft und einen einfachen nächsten Schritt.**

# Mini-Test: Welche Plattform passt zu unserer Stelle?

Nutzen Sie die folgenden 7 Fragen als schnellen Selbstcheck. Bewerten Sie jede Frage mit 1 bis 6 und schreiben Sie eine kurze Notiz dazu. Die Notiz ist wichtig, weil sie zeigt, warum Sie zu dieser Einschätzung kommen.

## Skala

1 = völlig unklar | 2 = kaum geklärt | 3 = teilweise geklärt | 4 = gut geklärt | 5 = sehr gut geklärt | 6 = klar, glaubwürdig und umsetzbar

1. Welche Stelle möchten wir konkret besetzen?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Servicekraft Teilzeit, Pflegeassistent, Lehrling, Teamleitung, Bürokraft. Je genauer die Stelle beschrieben ist, desto besser lässt sich die Plattform wählen.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

2. Welche Zielgruppe möchten wir erreichen?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Aktiv Suchende, latent Wechselbereite, Lehrlinge, Fachkräfte, Wiedereinsteiger:innen, Quereinsteiger:innen, regionale Bewerber:innen.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

3. Was wissen wir über die Lebenssituation und Informationswege dieser Zielgruppe?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Pendeln, Dienstzeiten, mobile Bewerbung, berufliche Netzwerke, regionale Gruppen, Schule/Eltern, Fachcommunity.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

4. Welche Benefits können wir ehrlich und konkret zeigen?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Nicht nur 'tolles Team', sondern: fixe Ansprechperson, Dienstplan nach Möglichkeit 3-4 Wochen im Voraus, Einschulung, Feedbackgespräch.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

5. Welche Plattform passt wahrscheinlich am besten zur Zielgruppe?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Facebook regional, Instagram visuell, TikTok jung/video, LinkedIn Fach/Führung, XING DACH/klassisch, YouTube erklärend, Website als Zielpunkt.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

6. Wie einfach ist der nächste Schritt zur Bewerbung?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Nachricht, Telefon, E-Mail, kurzes Formular, Link zur Website. Wichtig: Bewerber:innen sollen nicht suchen müssen, wie sie sich melden können.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

7. Wer antwortet innerhalb welcher Frist?

|   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|---|---|---|---|---|

Beispiel/Orientierung: Social Recruiting funktioniert nur, wenn Nachrichten, Kommentare und Bewerbungen rasch beantwortet werden - idealerweise mit klarer Frist.

Kurze Notiz: Warum haben wir so bewertet?

# Auswertung des Mini-Tests

Tragen Sie die Punkte aus den 7 Fragen ein.

| Frage        | Thema            | Punkte 1-6 |
|--------------|------------------|------------|
| 1            | Stelle           | _____      |
| 2            | Zielgruppe       | _____      |
| 3            | Informationswege | _____      |
| 4            | Benefits         | _____      |
| 5            | Plattform        | _____      |
| 6            | Bewerbungsweg    | _____      |
| 7            | Antwortfrist     | _____      |
| Gesamtpunkte |                  | _____ / 42 |

## Ampel

| Punkte       | Ampel    | Bedeutung                                                                                                    |
|--------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7-16 Punkte  | Rot      | Die Grundlagen sind noch unklar. Zuerst Zielgruppe, Stelle und Bewerbungsweg klären, bevor gepostet wird.    |
| 17-27 Punkte | Gelb     | Einige Ideen sind vorhanden, aber Plattform, Botschaft oder Rückmeldung sind noch nicht ausreichend geklärt. |
| 28-36 Punkte | Hellgrün | Gute Grundlage. Jetzt sollten Plattformwahl, Content-Ideen und Bewerberkommunikation geschärft werden.       |
| 37-42 Punkte | Grün     | Die Basis ist klar. Der nächste Schritt kann ein konkreter Social-Recruiting-Plan oder ein Testposting sein. |

Wichtig: Die Punkte sind keine wissenschaftliche Messung. Sie helfen nur, den aktuellen Stand sichtbar zu machen und den nächsten Schritt zu wählen.

# Zielgruppen- und Plattform-Matrix

Diese Matrix hilft Ihnen, erste Tendenzen zu erkennen. Sie ersetzt keine genaue Analyse, kann aber die Diskussion im Unternehmen erleichtern.

| Zielgruppe / Stelle                | Mögliche Plattformen                                                               | Worauf achten?                                                                      |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Lehrlinge / Berufseinstieg         | Instagram, TikTok, YouTube Shorts, Website, Schulen, Eltern über Facebook regional | Einfach erklären, was man lernt, wer begleitet, wie Bewerbung geht.                 |
| Gastro / Service / Hotellerie      | Facebook, Instagram, TikTok, Website, regionale Gruppen, Empfehlungen              | Dienstzeiten ehrlich, Team zeigen, schnelle Antwort, einfache Bewerbung.            |
| Pflege / Betreuung / Sozialbereich | Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Website, Fachnetzwerke                     | Sinn und Haltung zeigen, Belastung ehrlich, Unterstützung/Einschulung benennen.     |
| Büro / Verwaltung / Assistenz      | LinkedIn, XING, Facebook, Website, Jobplattformen                                  | Aufgaben, Arbeitszeiten, Struktur, Verantwortung und Arbeitsweise klar beschreiben. |
| Fachkräfte / Führung               | LinkedIn, XING, Website, Fachnetzwerke, Active Sourcing                            | Rolle, Verantwortung, Kultur, Entscheidungswege und Gestaltungsspielraum zeigen.    |
| Quereinsteiger:innen               | Facebook, Instagram, Website, YouTube, LinkedIn je nach Rolle                      | Klar sagen, was noch nicht perfekt sein muss und was einschulbar ist.               |

## Generationen-Hinweis

Jüngere Zielgruppen reagieren oft stärker auf einfache mobile Wege, kurze Videos und schnelle Rückmeldung. Berufserfahrene Zielgruppen achten häufig stärker auf Rolle, Führung, Verantwortung, Arbeitszeiten und professionelle Kommunikation. Das sind Tendenzen - keine Regeln. Entscheidend ist die konkrete Zielgruppe der konkreten Stelle.

**Gute Zielgruppenansprache bedeutet nicht, andere Menschen unsichtbar zu machen.**

# Von der Mini-Checkliste zum Social-Recruiting-Check

Diese Mini-Checkliste zeigt erste Hinweise. Wenn Sie genauer arbeiten möchten, kann im nächsten Schritt ein Social-Recruiting-Check oder später ein ausführlicher Workspace sinnvoll sein.

## Wann ein Social-Recruiting-Check sinnvoll ist

- Sie wissen nicht, welche Plattform zur offenen Stelle passt.
- Sie posten bereits, bekommen aber kaum passende Bewerbungen.
- Ihre Benefits klingen noch zu allgemein.
- Sie möchten eine konkrete Arbeitgeberbotschaft entwickeln.
- Sie brauchen Ideen für Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, XING oder YouTube.
- Sie möchten aus Social-Media-Kontakten einen klaren Bewerbungsprozess machen.
- Sie möchten Bewerber:innen nach dem Kontakt rasch und wertschätzend informieren.

## Mögliche nächste Schritte

- Kurzer Social-Recruiting-Check ab 100 Euro / 50 Minuten
- Plattform- und Zielgruppencheck ca. 350 bis 700 Euro
- Social-Recruiting-Konzept für eine konkrete Stelle ca. 700 bis 2.500 Euro
- Workshop Social Recruiting für KMU ca. 1.500 bis 5.000 Euro
- Unverbindliches Kennenlerngespräch bis maximal 30 Minuten kostenlos

## CTA

**Sie müssen nicht auf jeder Plattform sichtbar sein. Lassen Sie uns klären, welche Plattform zu Ihrer Stelle, Ihrer Zielgruppe und Ihrer Arbeitgeberbotschaft passt.**

## Kontakt

Ronald Neumayer  
Dipl. Lebens- und Sozialberater | ÖVS-zertifizierter Supervisor  
Coach, Trainer und Bewerbungscoach

Telefon: 0660 349 48 50  
E-Mail: [neumayer.ronald@gmx.at](mailto:neumayer.ronald@gmx.at)  
Web: [bewerbungcoach-neumayer.at](http://bewerbungcoach-neumayer.at)

# Quellen und fachliche Orientierung

Diese Mini-Checkliste wurde aus öffentlich zugänglichen Ratgebern und Plattforminformationen abgeleitet und für KMU im DACH-Raum praxisnah zusammengefasst. Sie ist keine wissenschaftliche Studie und ersetzt keine individuelle Rechts-, Datenschutz- oder Anzeigenberatung.

- [karriere.at](#): Social Recruiting - Definition, Strategie und Beispiele. Schwerpunkt: strategische Nutzung sozialer Medien, Zielgruppen und Plattformen.
- [StepStone Österreich](#): Employer Branding - Social-Media-Auftritte, Einblicke in Arbeitsalltag, Unternehmenskultur und Mitarbeitendenaktivitäten.
- [LinkedIn Help](#): Targeting-Optionen für LinkedIn Ads, u.a. Jobtitel, Seniorität, Skills, Branche und Berufserfahrung.
- [TikTok Ads Manager](#): Interest Targeting und Behavior Targeting als Plattformlogik für Anzeigen.
- [Google/YouTube Help](#): Video-Kampagnen mit Demografie, Interessen, Placements und Daten-Segmenten.
- [XING Hilfe-Center](#): XING als Jobs-Netzwerk im deutschsprachigen Raum mit Recruiting, Employer Branding und Bewerbermanagement.
- [Meta/Facebook Hinweise](#) zu Beschäftigungsanzeigen und Sensibilisierung für diskriminierungsfreie Ausspielung von Jobanzeigen.

Stand: August 2026