

Social Recruiting: 10-Minuten-Kurzcheck für KMU

Ein kompakter Praxis-Check, bevor Sie Zeit oder Anzeigenbudget in Facebook, Instagram oder LinkedIn investieren.

Sichtbarkeit ist noch keine Bewerbung.

Viele Klicks können Aufmerksamkeit zeigen. Entscheidend ist jedoch, ob die richtigen Menschen die Stelle verstehen, einen einfachen Bewerbungsweg finden und eine glaubwürdige Arbeitsrealität erkennen.

Diese Kurzfassung hilft Ihnen dabei, in wenigen Minuten zu prüfen:

- ✓ Sind Zielgruppe und regionale Reichweite klar?
- ✓ Passt die Plattform zur gesuchten Rolle?
- ✓ Messen Sie qualifizierte Rückmeldungen statt nur Klicks?

Von Ronald Neumayer

Systemischer Coach, Trainer, Supervisor und Recruiting-Begleiter für KMU, Familienbetriebe, Gastronomie sowie soziale Einrichtungen.
Systemisch denken - humorvoll und menschlich handeln.

Wen wollen Sie wirklich erreichen?

1. Welche Person soll sich angesprochen fühlen?

Beschreiben Sie nicht nur Alter oder Ausbildung. Welche Erfahrung, Interessen, Arbeitszeiten, Wege und Erwartungen sind für diese Stelle realistisch?

2. Wo informiert sich diese Zielgruppe beruflich?

Facebook kann regional breit wirken, Instagram eignet sich für visuelle Einblicke, LinkedIn für berufliche Netzwerke. Die Rolle entscheidet, nicht der aktuelle Trend.

3. Was sieht eine interessierte Person nach dem Klick?

Führt der Beitrag zu einer klaren Stellenbeschreibung, echten Kontaktdaten und einem einfachen mobilen Bewerbungsweg?

4. Welche Arbeitgeberrealität können Sie glaubwürdig zeigen?

Arbeitsplatz, Team, Dienstplan, Entwicklung, Führung und Rahmenbedingungen müssen zur tatsächlichen Erfahrung nach dem Einstieg passen.

Woran erkennen Sie, ob es funktioniert?

5. Welche Handlungsaufforderung ist eindeutig?

Zum Beispiel: 'Rufen Sie für ein kurzes Kennenlernen an' oder 'Senden Sie Lebenslauf oder Kurzprofil'. Vermeiden Sie mehrere konkurrierende Wege.

6. Welche Mischung aus organischer und bezahlter Reichweite ist sinnvoll?

Starten Sie mit glaubwürdigen Inhalten und testen Sie Anzeigen nur mit klarer Zielgruppe, Region, Zeitraum und Budgetgrenze.

7. Welche Kennzahlen helfen bei der Entscheidung?

Dokumentieren Sie nicht nur Reichweite und Klicks, sondern passende Anfragen, vollständige Bewerbungen, Gespräche und Einstellungen je Kanal.

8. Wie bleibt der Mensch bei KI-Unterstützung verantwortlich?

Kennzeichnen Sie KI-erstellte Medien transparent. Nutzen Sie KI für Entwürfe und Varianten, nicht als alleinige Entscheidungsinstanz über Bewerber:innen.

Ist Ihre Social-Recruiting-Idee startklar?

Geben Sie für jede Frage 1 Punkt, wenn sie klar beantwortet ist. Teilweise geklärt zählt 0,5 Punkte.

GRÜN	6-8 Punkte	Gute Basis. Testen Sie einen klar begrenzten Beitrag oder eine Kampagne und dokumentieren Sie die qualifizierten Rückmeldungen.
GELB	3-5,5 Punkte	Die Idee ist sichtbar, aber Zielgruppe, Bewerbungsweg oder Messung brauchen noch Schärfung.
ROT	0-2,5 Punkte	Nicht sofort Budget einsetzen. Klären Sie Stelle, Zielgruppe, Arbeitgeberbotschaft und mobilen Bewerbungsweg zuerst.

Wichtig bei KI im Recruiting

Der EU AI Act ordnet bestimmte KI-Systeme für Rekrutierung und Auswahl als Hochrisiko-Anwendungen ein. Ob ein konkretes Werkzeug darunter fällt, muss fachlich und rechtlich geprüft werden. Menschliche Aufsicht, nachvollziehbare Kriterien und Gleichbehandlung bleiben zentral.

Kostenloses 30-Minuten-Orientierungsgespräch

Gerne prüfen wir gemeinsam, welche Plattform, Botschaft und Erfolgsmessung zu Ihrer konkreten Stelle passen.

Telefon: 0660 349 48 50 E-Mail: neumayer.ronald@gmx.at
Web: www.bewerbungscoach-neumayer.at

Fachliche Orientierung:

[AMS: Arbeitgeberattraktivität wirkt von innen nach aussen](#)

[WKO: Recruiting-Leitfaden für KMU](#)

[EU-Kommission: AI Act und KI-Systeme im Recruiting](#)

Hinweis: Diese Unterlage ersetzt keine Rechts-, Datenschutz- oder Werberechtsberatung. Plattformregeln und gesetzliche Vorgaben können sich ändern und müssen für den konkreten Einsatz geprüft werden.