

## HiredIn – Erfolgreiches Recruiting auf LinkedIn

*„We are hiring“ – auf verzweifelter Suche nach Mitarbeitenden platzieren Unternehmen ihre Gesuche in jeder Zeitung und auf jeder Website, die sich ihnen bietet. Dass dieses Vorgehen nicht zwangsläufig Erfolg verspricht, davon können RecruiterInnen ein Lied singen. Zwischen Headhunter und Jobplattformen übersehen Suchende jedoch die Chance, die das größte Business-Netzwerk der Welt bietet. Dos und Don'ts für das Network-Recruiting erklärt LinkedIn-Experte Philipp Schultz von ReachIn Network.*

**Berlin, Juli 2022.** Jede Branche begehrt die Mangelware Fachkraft. Kaum eine Firma, die nicht auf der Suche ist. Aktuell bestimmen die Bewerbenden, wo es lang geht, und wissen um ihren Marktwert. Ein langweiliger Post à la „Wir suchen ... Bewerben Sie sich jetzt!“ lockt kein qualifiziertes Personal hinter dem Laptop hervor – schon gar nicht, wenn der restliche LinkedIn-Auftritt nicht ausgereift ist. Obstkorb und Kicker als Benefits punkten schon lange nicht mehr. „Auf einen transparenten Einblick in Unternehmenswerte und den Arbeitsalltag kommt es an“, so Philipp Schultz, Head of Content und Account Management bei ReachIn Network. Potenzielle Fachkräfte sehen sich erst dann bei einem Arbeitgeber, wenn sie sich in dessen Darstellung auf LinkedIn persönlich wiederfinden. Vor dem Aktivierungs-Post muss also viel passieren. Das gilt für Arbeitgeber genauso wie für Arbeitnehmende, die hoffen, ihren Traumjob über LinkedIn zu ergattern.

### Wer ist wer

Ein Engagement gehen sowohl Unternehmen als auch Angestellte nur ein, wenn sie etwas über ihr Gegenüber wissen. Ist die Company nicht auf LinkedIn zu finden, schreckt das Bewerbende ab. Auch ein nur teilweise ausgefülltes Firmenprofil hemmt Vertrauen. Andersherum wirken Accounts von möglichen MitarbeiterInnen gänzlich ohne Infos zum Lebenslauf und individuellen Ansatz unseriös und schüren keine Begeisterung beim Lesenden.

Das Preisgeben von Informationen steht also an erster Stelle. Transparente Darstellung des Unternehmens, einschließlich Mitarbeitendenvorstellung, Positionierung zu aktuellen Themen sowie News, hauchen dem Account Leben ein und informieren sowohl das eigene Netzwerk als auch mögliche neue Teammitglieder. Employer Branding beeinflusst auch in diesem Fall die Außendarstellung der Company positiv – Mitarbeitende vergrößern als Multiplikator die Reichweite des Unternehmenskanals.

### Posts mit Netzwerkaktivierung

Die Corporate-Page vermittelt persönlich und transparent den Auftrag und die Arbeitskultur? Das eigene Profil wartet mit voller Informationsfülle in Text und Bild auf und zeigt

#### Pressekontakt

Rebecca Hollmann & Tanja Muhme ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg  
Tel.: 040/4130 96 -23 ▪ Mail: hollmann@borgmeier.de

Besuchenden frühere und aktuelle Projekte, Interessen sowie Commitment? Dann erst ist es Zeit für Hiring-Posts. Möglichst kreativ und mit einem klaren Standpoint werben Marktteilnehmende auf der weltgrößten Business-Plattform für ihre Kompetenzen und Kapazitäten.

Auch Ästhetik spielt auf LinkedIn eine wichtige Rolle, nicht nur Inhalt. Ein wirksames Instrument für die Akquise bieten Posts mit authentischen Bildern. Unverfälschte Fotos und Grafiken unterstreichen, dass Auftritt, Post und Leistung übereinstimmen. „Je weniger der Post nach aufgesetzter Jobanzeige aussieht, desto besser“, erklärt der LinkedIn-Experte. Wollen Firmen jedoch ausschließlich reine Jobanzeigen posten, muss der vorherige Content des Corporate-Accounts mit Originalität glänzen.

### **Das effektive Extra**

Besonders effektiv: Mitarbeitende teilen die gepostete Stellenanzeige mit eigenem Kommentar. LinkedIn bevorzugt noch immer persönliche Profile in der Reichweite. Auf diese Weise erreicht der Job-Post viele relevante Adressaten aus dem Netzwerk der Mitarbeitenden. „Sharing is caring“ gilt nicht ohne Grund als To-do im Freundes- und Bekanntenkreis. Auch Suchende aktivieren so ihr Netzwerk und erhalten schnell Hinweise auf interessante Angebote.

In der Kombination helfen parallel bezahlte Stellenanzeigen auf LinkedIn, die Reichweite zu erhöhen, weit über die Unternehmens-Posts hinaus. Auch der bekannte „Hiring“-Banner hilft bei der Stellenbesetzung. Er sorgt für schnelle Ansprache mit Call-to-Action-Faktor.

### **Über die ReachIn Network GmbH**

Die ReachIn Network GmbH ist eine Spezialagentur aus Berlin, die sich exklusiv der 360 Grad LinkedIn Vermarktung widmet. Ihr Fokus liegt auf Employer Branding und Social Media Reichweite. Als Geschäftsführung agieren der Company Builder Markus Malti und der Unternehmer Kaspar Neftel. Weitere Infos unter [www.reachin.network](http://www.reachin.network)

### **Pressekontakt**

Rebecca Hollmann & Tanja Muhme ▪ Borgmeier Public Relations ▪ Rothenbaumchaussee 5 ▪ 20148 Hamburg  
Tel.: 040/4130 96 -23 ▪ Mail: [hollmann@borgmeier.de](mailto:hollmann@borgmeier.de)