

## Arbeitsmarkt 2.0

### Regionale Firmen setzen auf Social Web

VON JONAS ROHDE

**Göttingen.** Auch mittelständische Unternehmen aus der Region bewerben sich mehr und mehr bei potenziellen Mitarbeitern anstatt auf Bewerbungen zu warten. Verkehrte Welt? Fragt man Geschäftsführer aus der Region, wird deutlich, dass die Personalsuche im Social Web schon längst Realität geworden ist. Ob IT-Unternehmen oder Handwerksbetrieb: Digitale Kanäle werden zur Bewerbungsmappe für Unternehmen. Der Bedarf an neuen Wegen der Personalakquise scheint in der Region jedenfalls hoch zu sein: Auf einer Informationsveranstaltung der Wirtschaftsförderung Region Göttingen (WRG) informierten sich rund 50 mittelständische Unternehmer über das Thema.

Felix Dossmann, Geschäftsführender Gesellschafter der Göttinger dff solutions GmbH, hat auf vielen Wegen versucht, fähige Programmierer zu finden. Mit einer Plakatwerbekampagne für dff schaffte es die Göttinger Agentur Blackbit zwar ins Jahrbuch der Werbung, Dossmann hat dadurch aber trotzdem keine Verstärkung für

sein Team finden können, das mobile Anwendungen zur Prozessoptimierung erstellt. „Wir haben es auch mal mit Facebook probiert, aber das funktioniert in meiner Branche in Göttingen nicht so gut“, meint Dossmann. „Eine messbare Steigerung der Bewerberzahlen haben wir aber mit Spezialisten-Netzwerken erreicht.“ Programmierer fänden sich vor allem in Netzwerken wie Github zusammen – inklusive seiner eigenen Mitarbeiter, die so tatsächlich neue Leute ins Boot holen konnten.

„Die Mitarbeiter sind die besten Werbeträger“, sagt auch Annegret Eckold von der Eckold GmbH aus St. Andreasberg. Der Maschinenhersteller für Blechbearbeitung zählt 126 Mitarbeiter und ist seit einem halben Jahr bei Facebook. Der Account wird von Auszubildenden und Mitarbeitern gepflegt und soll neben der Website einen informellen Auftritt ermöglichen. Das Ziel sei, sich als attraktives Unternehmen zu präsentieren und so die Aufmerksamkeit von potenziellen Bewerbern zu erlangen. „Wir haben das gleiche Problem wie alle anderen Firmen auch. Es mangelt an Fach-



Plattformen wie Facebook eröffnen Unternehmen neue Wege der Selbstdarstellung.

Hinzmann

kräften und die Qualität der Bewerbungen nimmt ab“, sagt Eckold. Auch Sven Quentin, Geschäftsführer der Göttinger GoePaTec GmbH, setzt auf ein soziales Netzwerk: „Wenn es um junge Mitarbeiter und Azubis geht, ist Facebook von Vorteil. Wir sind ein relativ junges Unternehmen und haben über Facebook schon einige Bewerbungen bekommen.“

Noch nicht digital unterwegs ist Rolf Bringmanns Heizungs-

und Sanitärbau aus Rhumspringe, bei dem drei Gesellen und ein Auszubildender beschäftigt sind. Seine Frau Stefanie Bringmann möchte daran etwas ändern: „Der Fachkräftemangel ist ein brennendes Thema, auch für uns führt kein Weg daran vorbei. Wir werden digital arbeiten müssen, um mehr Menschen zu erreichen.“

Digital arbeiten – das bedeutet für Dossmann nicht, einfach Stellensuche online zu stellen.

Es komme vor allem auf das „Employer Branding“ an, also darauf, aus dem eigenen Unternehmen eine Marke zu machen, die bei Kunden und potenziellen Mitarbeitern im Gedächtnis bleibt. Plattformen wie Facebook, Xing oder LinkedIn eröffnen also neue Räume, in denen sich Firmen auf andere Weise präsentieren können als auf der eigenen Website. Welche Kanäle davon die richtigen sind, ist von der Zielgruppe abhängig.