

VKU-Studie

Passgenaues Recruiting

[27.11.2020] Das Recruiting kommunaler Unternehmen in den sozialen Medien muss passgenauer werden. Zu diesem Ergebnis kommt eine Kompaktstudie, die jetzt der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) veröffentlicht hat.

Erreichen wir die Nachwuchskräfte in den sozialen Medien und auf den entsprechenden Plattformen? Wenn ja, wie gut erreichen wir sie und wen? Können offene Stellen besetzt werden und wie wird das Unternehmen als Arbeitgebermarke wahrgenommen? Welche Handlungsempfehlungen lassen sich ableiten? Diesen Fragen widmet sich eine Kurzstudie, die jetzt der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) herausgegeben hat. Zwei Jahre lang haben dazu die VKU-Landesgruppe Baden-Württemberg und der Lehrstuhl für Public Management & Public Policy an der Zeppelin Universität Friedrichshafen in einem Feldexperiment offene Stellen ihrer Mitgliedsunternehmen untersucht. Die wichtigsten Ergebnisse wurden nun zusammengefasst und als Kompaktstudie herausgegeben. Sie zeigen nicht nur, dass das Recruiting kommunaler Unternehmen in den sozialen Netzwerken passgenauer werden muss, sondern auch, wie man dies erreicht. Ziel sei es schließlich, gerade junge Nachwuchskräfte und deren Wertekanon sowie Wünsche anzusprechen. Dafür müsse auf strategischer Ebene die Frage reflektiert werden, welcher Typ Mensch für eine zu besetzende Stelle wirklich gesucht wird. Nur so lasse sich eine erfolgreiche Arbeitgebermarke aufbauen.

(ve)

Steigerung der Arbeitgeberattraktivität kommunaler Arbeitgeber (PDF; 1,3 MB)

Stichwörter: Unternehmen, Social Media, VKU