

UNI
TECHNICS

INNOVATIONEN
FÜR IHR KANALNETZ

GERUCH | FREMDWASSER | INGENIEURLEISTUNGEN

**Wie setzt man Social Media zur Personalakquise und
Öffentlichkeitsarbeit ein?**

Themen:

- Employer Branding/Personal Branding
- Differenzierung der Social-Media-Kanäle
- KI für die Erstellung von Content nutzen
- Ansprache der unterschiedlichen Generationen
- Vorteile der Nutzung von Social Media

Themen:

- Employer Branding/Personal Branding
- Differenzierung der Social-Media-Kanäle
- KI für die Erstellung von Content nutzen
- Ansprache der unterschiedlichen Generationen
- Vorteile der Nutzung von Social Media

Employer Branding, das Fundament der Personalgewinnung

Employer Branding ist eine unternehmensstrategische Maßnahme, bei der Konzepte aus dem Marketing – insbesondere der Markenbildung – angewandt werden, um ein Unternehmen insgesamt als attraktiven Arbeitgeber darzustellen und von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abzuheben.



Personal Branding

Personal Branding versucht unter Anpassung von Marketing-Strategien eine Person als Marke zu kreieren, zu fördern und zu vermarkten.



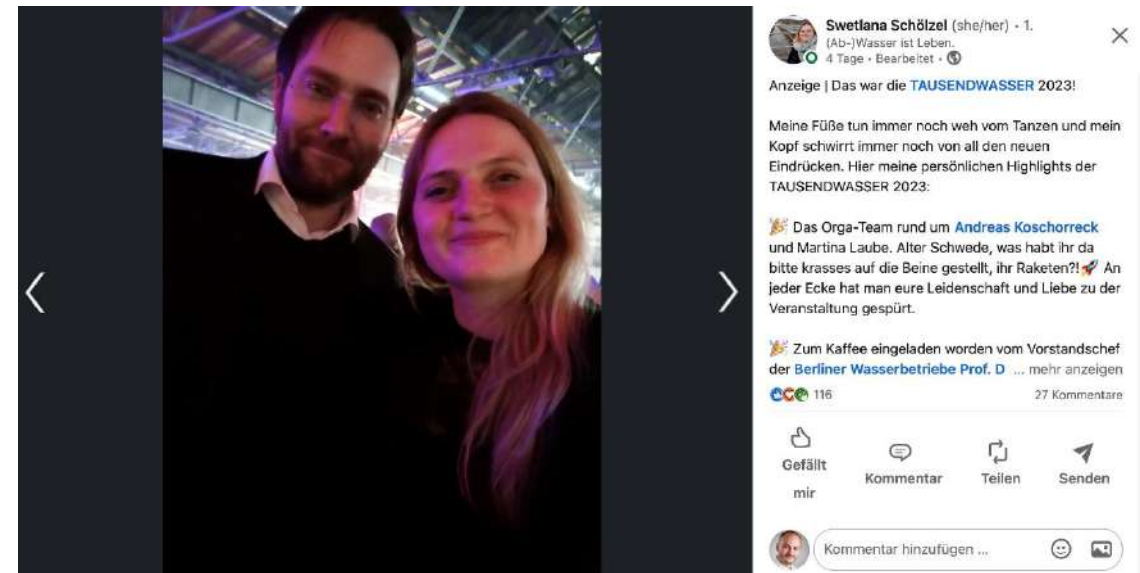
UNI TECHNICS

ABWASSER Talk

DWA O
Klare Konzepte. Saubere Umwelt.

Klaus Jilg · 1.
Experte für Geruch und andere Abwasser Themen - Podcast Host
Abwassertalk - Innovationen für Ihr Kanalnetz #Geruchsexperte
#abwasser #drohnen #inspektion #kläranlage
Mötzingen, Baden-Württemberg, Deutschland · [Kontaktinfo](#)
500+ Kontakte
Daniel Mattick, Anita Horváth-Hegedüs und 199 weitere gemeinsame Kontakte
[Nachricht](#) [Mehr](#)

Abwassertalk / Wastwatertalk
Bauhaus-Universität Weimar



Svetlana Schölzel (she/her) · 1.
(Ab-)Wasser ist Leben.
4 Tage · Bearbeitet ·

Anzeige | Das war die TAUSENDWASSER 2023!

Meine Füße tun immer noch weh vom Tanzen und mein Kopf schwirrt immer noch von all den neuen Eindrücken. Hier meine persönlichen Highlights der TAUSENDWASSER 2023:

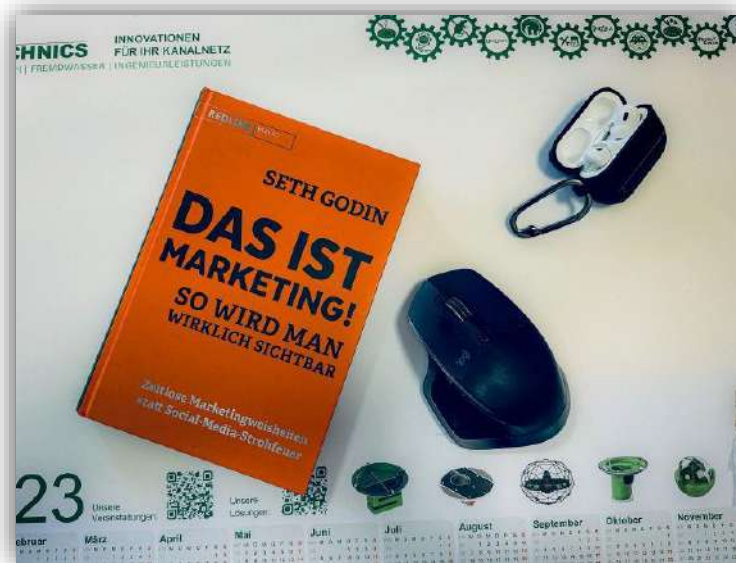
👉 Das Orga-Team rund um [Andreas Koschorreck](#) und [Martina Laube](#). Alter Schwede, was habt ihr da bitte krasses auf die Beine gestellt, ihr Raketen?! 🚀 An jeder Ecke hat man eure Leidenschaft und Liebe zu der Veranstaltung gespürt.

👉 Zum Kaffee eingeladen worden vom Vorstandschef der [Berliner Wasserbetriebe](#) [Prof. D](#) ... mehr anzeigen

116 27 Kommentare

Gefällt mir
 Kommentar
 Teilen
 Senden

Mitarbeiter als Botschafter der Arbeitgeber Marke



Themen:

- Employer Branding/Personal Branding
- Differenzierung der Social-Media-Kanäle
- KI für die Erstellung von Content nutzen
- Ansprache der unterschiedlichen Generationen
- Vorteile der Nutzung von Social Media



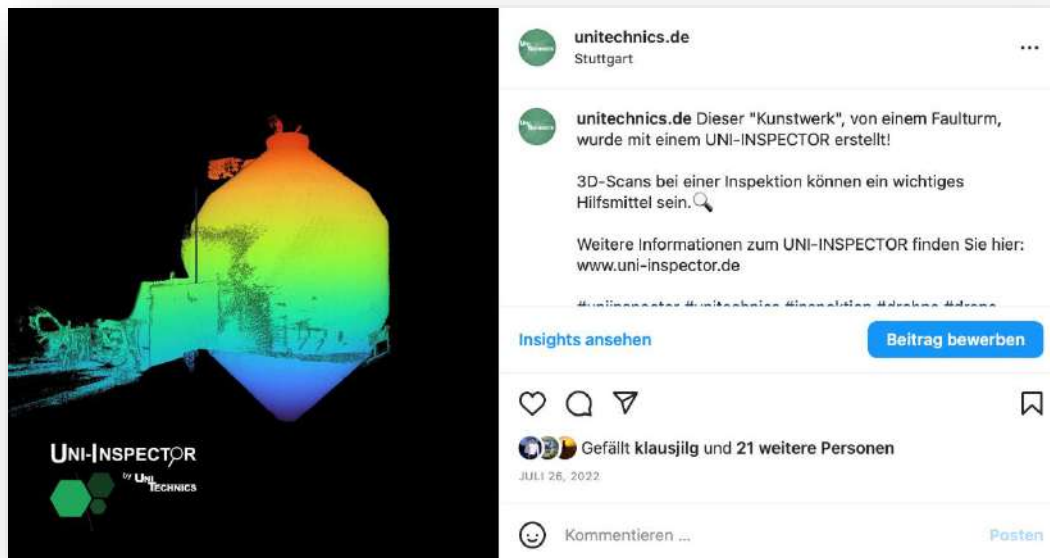
Post?



Story?



Post: ist ein einzelner Beitrag auf einer Social-Media-Plattform, in einem Webforum oder einem Blog.



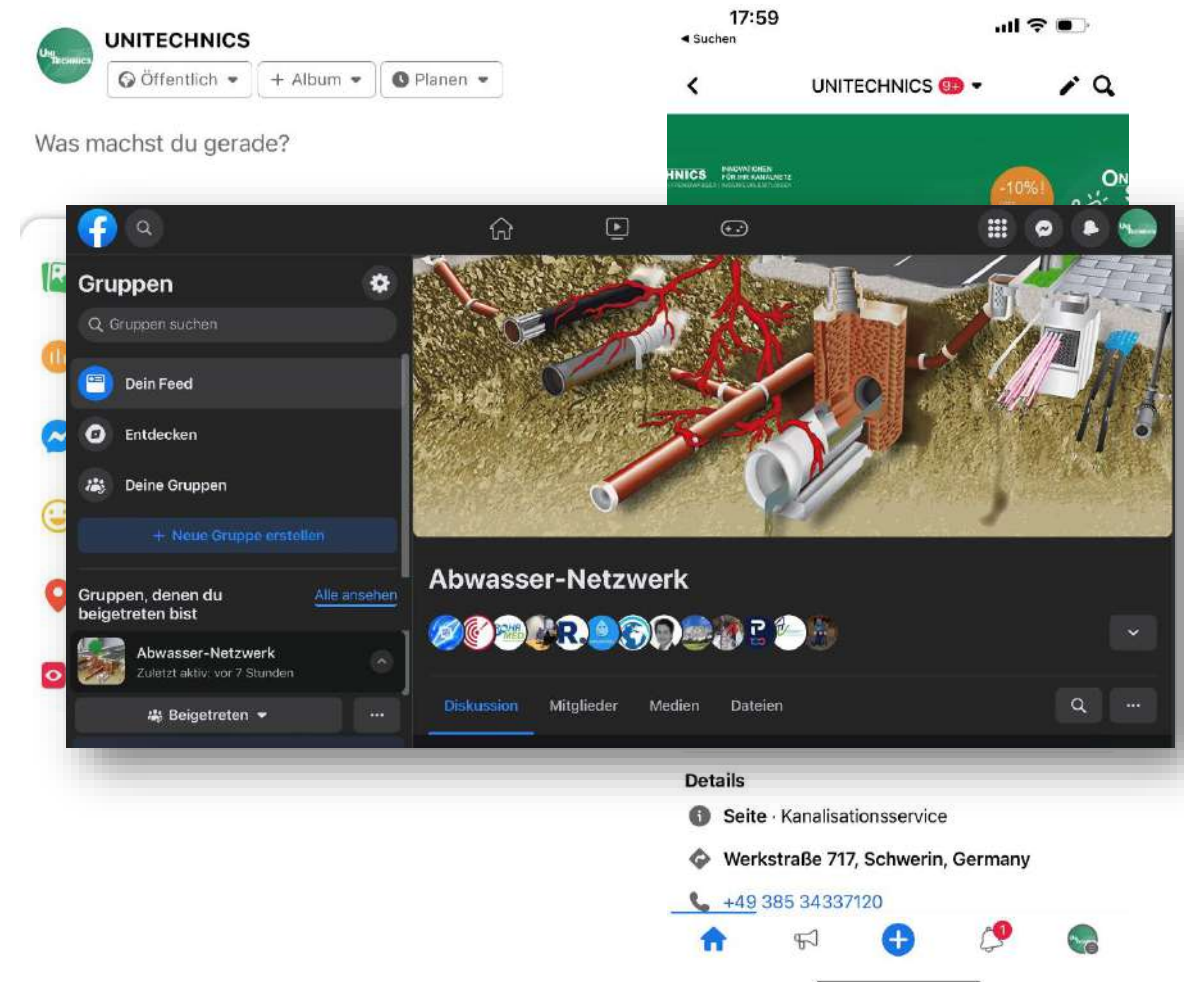
Stories: Fotos und Videos, die Sie in Storys teilen, verschwinden in der Regel nach 24 Stunden aus dem Feed





Facebook:

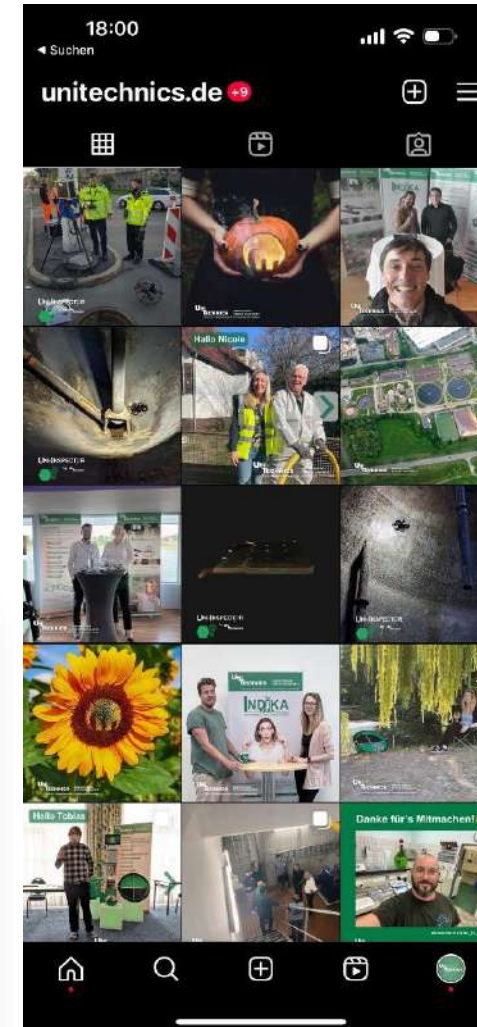
- Ein großer Teil des Zielmarktes ist zugänglich
- Facebook definiert sich durch Gruppen
- wertvolle Kontakte knüpfen
- Durchschnittsalter der Nutzer steigend





Instagram:

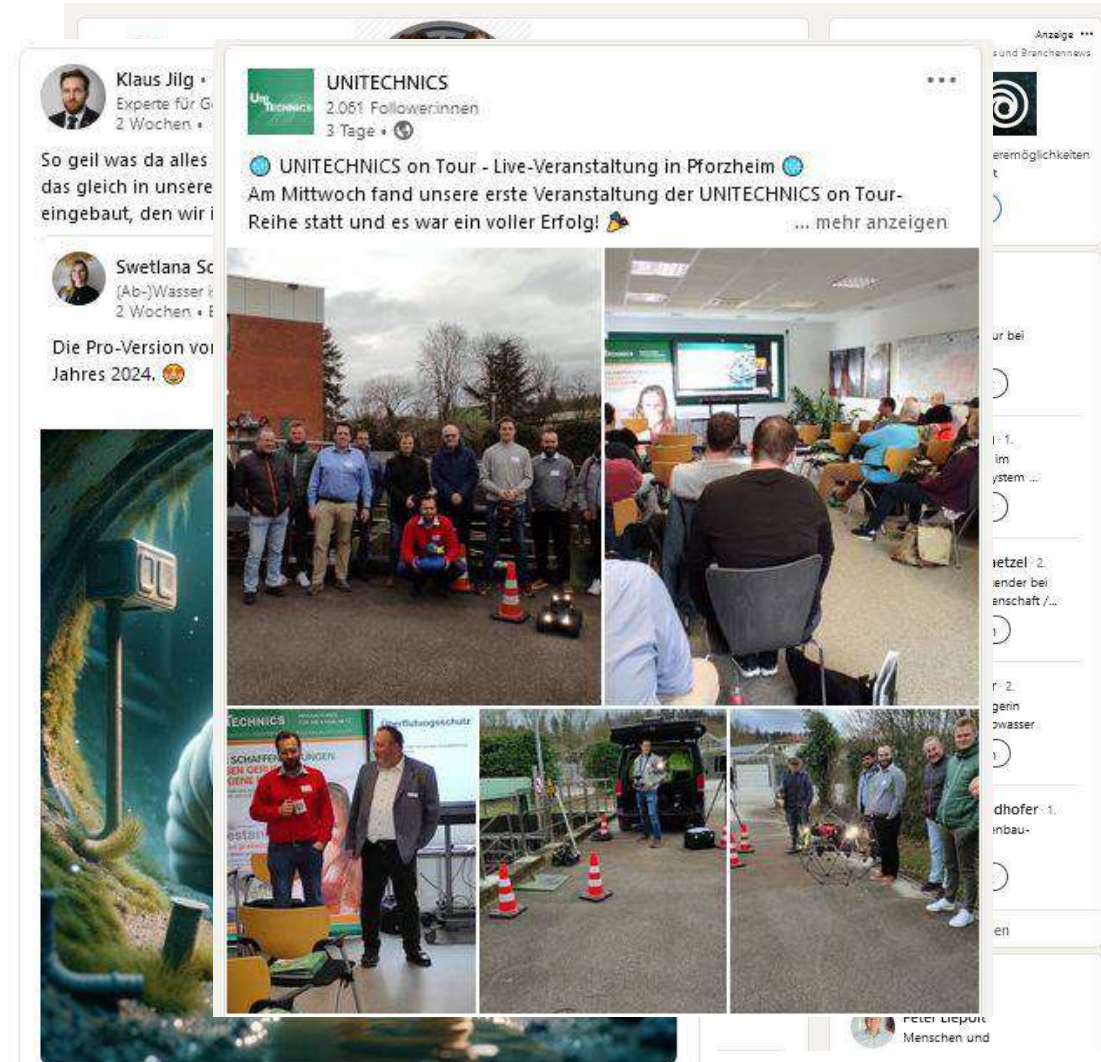
- Fokus Bilder und Videos
- Snackable Content
- Communityaustausch zu gesetzten Themen





LinkedIn:

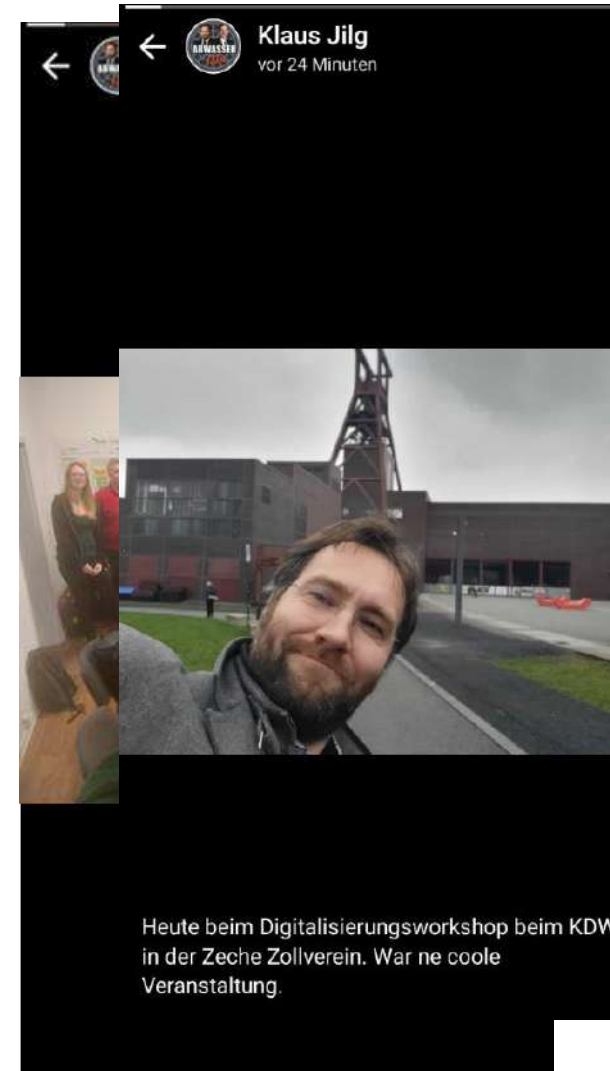
- LinkedIn-Profil ist ein öffentlich zugänglicher Lebenslauf
- Darstellung der Arbeitskultur
- Nachrichten über aktuelle Themen im Unternehmen und in der Welt
- Networking
- Personalakquise



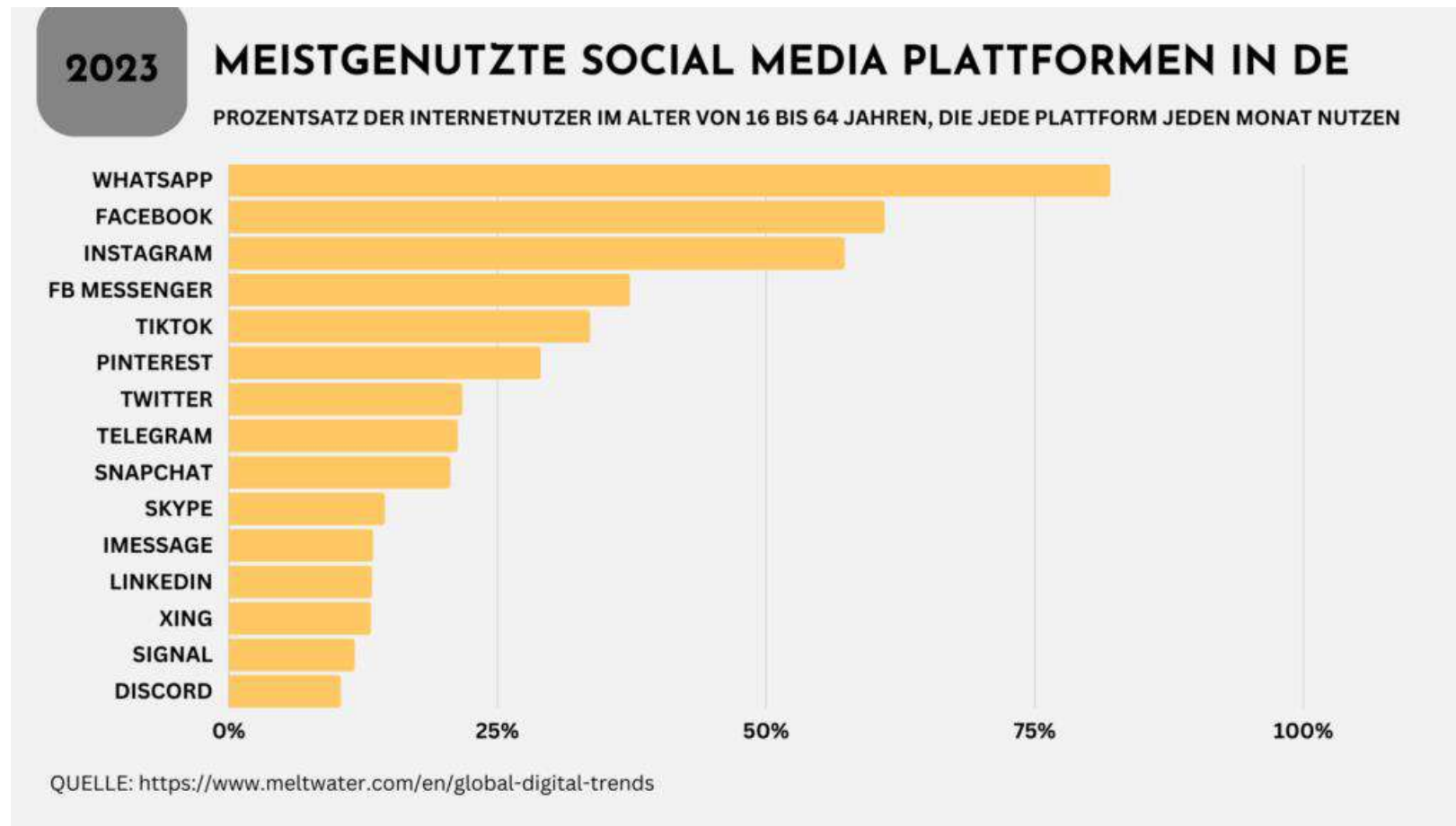


Whats App:

- Inhalte können schnell im Status geteilt werden
- Gemeinsame Kontakte können Statusmeldungen sehen
- Man kann indirekt vermitteln
- Etappen eines Arbeitstages können geteilt werden und schaffen so einen realistischen Einblick







Social-Media Fahrplan:

- Ziel festlegen → Mitarbeitergewinnung, Öffentlichkeitsarbeit oder Weiteres
- Geeignete Social-Media Plattformen auswählen
- Plan zum Veröffentlichen erstellen
- Inhalt an die Plattform anpassen
- Social-Media Tools nutzen
- KI nutzen



Montag

Post: SULFIDUS
Monatsthema
(ersten Montag im Monat)



Story:
-Veranstaltungen
-WWT
-aktuelle Aktionen
(wöchentlich)



Dienstag

Post:
-UNI-INSPECTOR
-KA von Oben
-WWT
-Veranstaltungen
(abwechselnd)



Mittwoch

Artikel:
Was ist eigentlich...?
(am zweiten Mittwoch im Monat)



Story:
-Onlineshop
-Dienstleistungen
-Wir suchen Dich!



Donnerstag

Post:
we@work:
-auf der Arbeit
-gemeinsam mit einem Kunden



Freitag

Story:
auf ins WE
-Gruppenchatfoto
-Spruch Wasser
-Wasser Facts
-Umwelttipp
(wöchentlich)



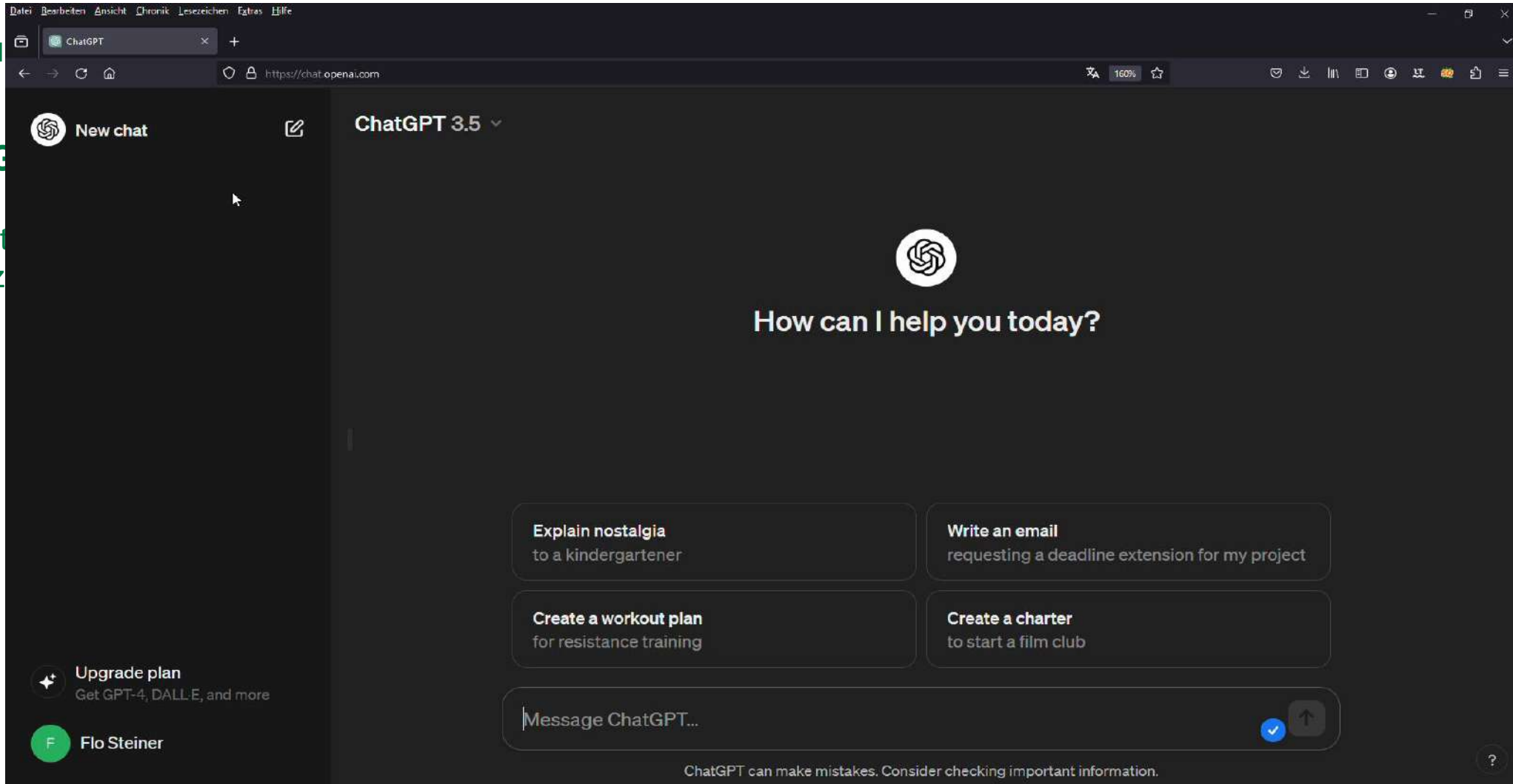
Themen:

- Employer Branding/Personal Branding
- Differenzierung der Social-Media-Kanäle
- KI für die Erstellung von Content nutzen
- Ansprache der unterschiedlichen Generationen
- Vorteile der Nutzung von Social Media

Wie u

ChatG

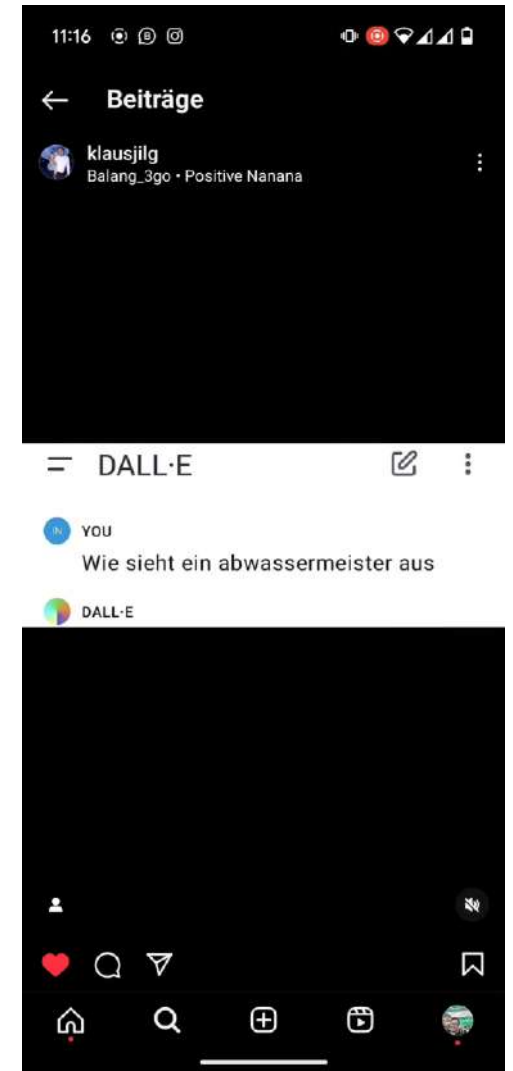
- Seit
- In z



e
er Inhalt

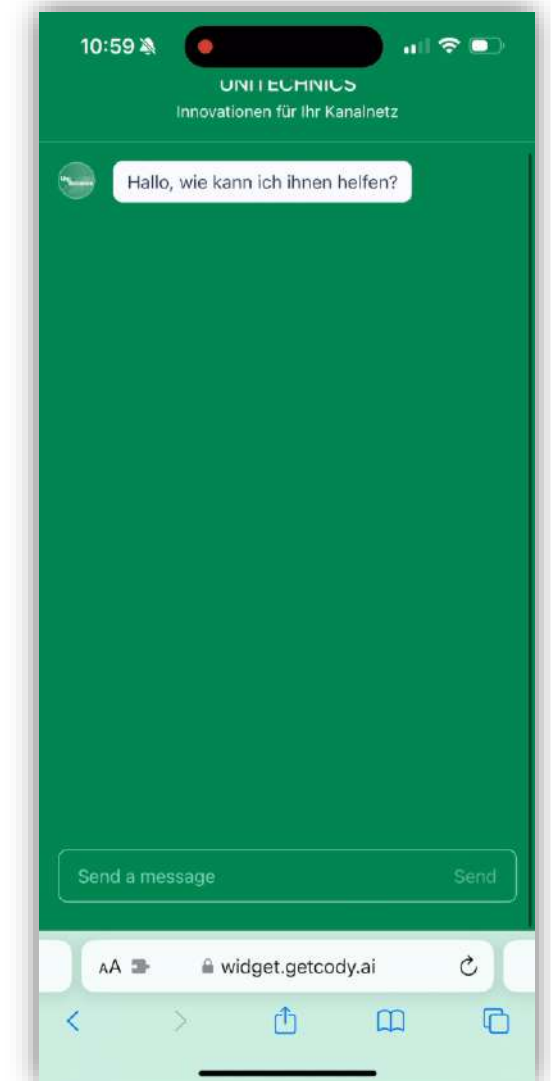
Dall-E

- Dall-E ist ebenfalls eine Entwicklung von OpenAi
- Es lernt aus Bildern von professionellen Fotografen und Künstlern
- Die Nutzung der Bilder ist gemäß den Nutzungsrichtlinien von OpenAI gestattet, wobei für kommerzielle Zwecke möglicherweise eine Genehmigung erforderlich ist.



UNITECHNICS Chatbot

- Nimmt als Basis zur Recherche unsere Webseite
- Lernt ständig hinzu
- Sprachsteuerung bereits in Planung

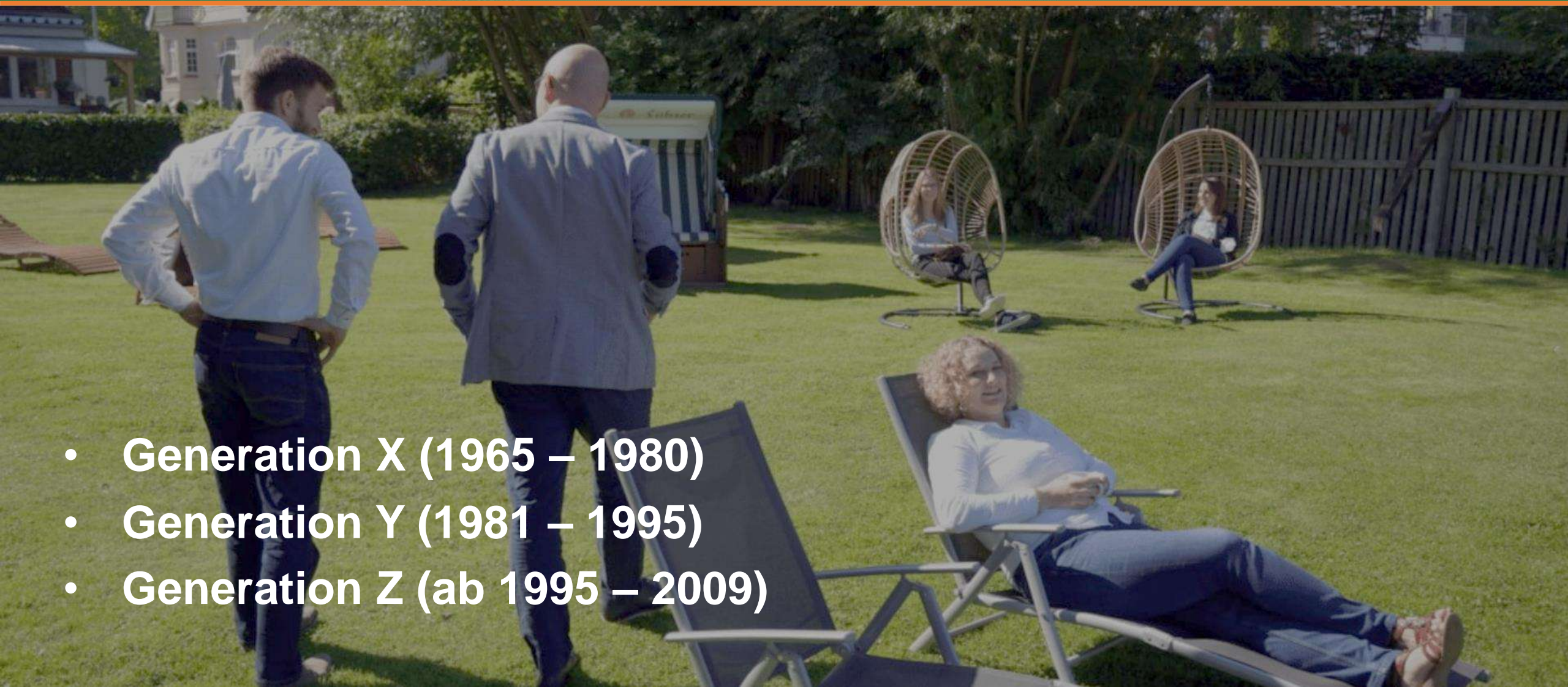


Themen:

- Employer Branding/Personal Branding
- Differenzierung der Social-Media-Kanäle
- KI für die Erstellung von Content nutzen
- **Ansprache der unterschiedlichen Generationen**
- Vorteile der Nutzung von Social Media

Es ist wichtig, die Zielgruppe und die Gewohnheiten der potenziellen neuen Mitarbeiter zu kennen und den Stil der Videos, Beiträge und Informationen an sie anzupassen.



- 
- **Generation X (1965 – 1980)**
 - **Generation Y (1981 – 1995)**
 - **Generation Z (ab 1995 – 2009)**

Die Generation X auf dem Arbeitsmarkt.

Die Generation, die zwischen 1965 und 1979 (im Alter von 45 bis 59 Jahren) geboren wurde.

- **Prägend in der Jugend:** Wohlstand, Computer, Tschernobyl, Babypille,

Scheidungsrate steigt

- **Typisch:** Individualismus, Sinnsuche, Work-Life-Balance

- **Einstellung zur Arbeit:** Arbeiten um zu leben



Die Generation Y auf dem Arbeitsmarkt.

Die Generation, die zwischen 1981 und 1995 (im Alter von 44 bis 30 Jahren) geboren wurde.

- **Prägend in der Jugend:** Wohlstand, E-Mail, Handy, Elternspruch “mach was dich glücklich macht”, Freiheit, Ende der Wehrpflicht
- **Typisch:** Freiheit liebend, Egoismus, erst Selbstverwirklichung - dann Familienplanung, für den Moment lebend (Rente, was ist das?)
- **Einstellung zur Arbeit:** Erst das Leben, dann die Arbeit



Die Generation Z auf dem Arbeitsmarkt:

Die Generation, die zwischen 1995 und 2009 (im Alter von 15 bis 24 Jahren) geboren wurde.

- **Prägend in der Jugend:** Angst vor Wohlstandsverlust, Smartphones, Social Media, Eltern als best Friends, Dauerkrise (Wirtschaft, Politik, Umwelt etc.), Terror
- **Typisch:** Dating über Apps und Social Media, strebt nach Feedback/Anerkennung, Angst vor der Zukunft, Schwierigkeit Entscheidungen zu treffen, top Priorität “Zusammenhalt in der Familie”, Vertrauen über Bewertungen und Likes, Schwierigkeiten in der persönlichen Kommunikation
- **Einstellung zur Arbeit:** Hier ist die Arbeit, da mein Leben



Themen:

- Employer Branding/Personal Branding
- Differenzierung der Social-Media-Kanäle
- KI für die Erstellung von Content nutzen
- Ansprache der unterschiedlichen Generationen
- Vorteile der Nutzung von Social Media

Vorteile der Nutzung Social Media:

- Geringere Kosten für Personalwerbung
- Sie erreichen Menschen, die nicht aktiv auf Stellensuche sind, aber das Unternehmen mögen. Vielleicht wechseln sie sogar deswegen.
- Eine gut präsentierte Stelle und Unternehmenskultur wird Menschen anziehen, denen die Atmosphäre gefällt.
- Interessenten bekommen einen besseren Einblick in die Firmenstruktur



Wie nutzen Sie bisher Social-Media im Unternehmen?

Welche Fragen sind noch offen?

Folgen Sie uns auf Social-Media und bleiben Sie auf dem Laufenden:

