



Social Recruiting 2026

**Wie Unternehmen durch organische
Social-Media-Strategien endlich wieder
qualifizierte Bewerbungen bekommen**

Ein praxisnaher Guide von Robert Bohnke
Gründer von Peakline Studios, für mehr
Sichtbarkeit, Reichweite und Bewerberqualität.

www.peakline-studios.com

VORWORT

Wer bin ich und was bringt euch dieser Guide?

Hallo! Ich bin Robert Bohnke und Gründer von Peakline Studios.

Seit über fünf Jahren begleite ich Unternehmen aus ganz unterschiedlichen Branchen, vom Bauwesen über Rundholzlogistik, Gastronomie bis hin zu internationalen Kampagnen von global Playern und Tourismusverbänden europaweit. Durch meine Erfahrungen helfe ich Unternehmen dabei, sich erfolgreich in der digitalen Welt zu positionieren. In dieser Zeit habe ich unzählige Gespräche mit Geschäftsführenden, Personalverantwortlichen und Marketingteams geführt. Und eines zieht sich wie ein roter Faden durch all diese Gespräche:

der Fachkräftemangel.

Willkommen in diesem Ratgeber

Unternehmen finden keine passenden Bewerber mehr, klassische Stellenanzeigen mit "Wir suchen XYZ (M/W/D)" verlieren zurecht an Wirkung und die Konkurrenz um Talente wird härter. Gleichzeitig hat sich der Arbeitsmarkt grundlegend verändert. Fachkräfte informieren sich heute weniger über Jobportale, sondern über Social Media. Das muss nicht mal aktiv geschehen, sondern ganz nebenbei. Genau hier entsteht die größte Chance für Unternehmen, die bereit sind, neue Wege zu gehen.

Social Recruiting ist längst kein Trend mehr, sondern ein entscheidender Erfolgsfaktor im modernen Recruiting. Wer es schafft, sein Unternehmen dort sichtbar zu machen, wo die Zielgruppe täglich Zeit verbringt, also auf Instagram, Facebook, LinkedIn oder TikTok, wird langfristig die Nase vorn haben.

In diesem Guide zeige ich dir, wie du Social Media organisch nutzt, um mehr Sichtbarkeit, Vertrauen und qualifizierte Bewerbungen zu generieren. Ohne teure Werbebudgets, große Marketingteams oder komplizierte Kampagnen.

Mein Ziel ist es, dir zu zeigen, wie auch du mit den richtigen Inhalten und einer klaren Strategie nachhaltige Ergebnisse erzielen kannst. Authentisch, effektiv und messbar.

Gliederung

- 1 BEGRIFFSKLÄRUNG – WAS IST SOCIAL RECRUITING EIGENTLICH?**
- 2 WARUM KLASSISCHE STELLENAUSSCHREIBUNGEN NICHT MEHR FUNKTIONIEREN**
- 3 WARUM SOCIAL RECRUITING DIE LÖSUNG IST**
- 4 FÜR WEN LOHNT SICH SOCIAL RECRUITING?**
- 5 WIE DU MIT ORGANISCHEM CONTENT REICHWEITE UND BEWERBUNGEN ERZEUGST**
- 6 #3 ERFOLGREICHE CASE STUDIES – ECHTE EINBLICKE**
- 7 WARUM AUTHENTIZITÄT ENTSCHEIDEND IST**
- 8 DER GRÖSSTE FEHLER, DEN UNTERNEHMEN MACHEN**
- 9 WIE PEAKLINE STUDIOS UNTERNEHMEN UNTERSTÜTZT**
- 10 SCHLUSSWORT**

Die Begriffserklärung

Lange Zeit war die Mitarbeitengewinnung klar definiert: eine Anzeige in der Zeitung, ein Eintrag auf der Website, vielleicht noch ein Radiospot oder eine Stellenausschreibung auf einem Jobportal. Dann hieß es warten.

Doch diese Wege funktionieren heute kaum noch. Menschen verbringen ihre Zeit weniger auf Jobbörsen. Sie hängen stattdessen täglich für mehrere Stunden auf Social Media. Beim Scrollen durch Reels, beim Anschauen von Stories oder beim Lesen von Beiträgen von Marken, denen sie folgen. Genau hier setzt Social Recruiting an.

Social Recruiting bedeutet, Mitarbeitende über soziale Netzwerke zu gewinnen, sowohl organisch als auch bezahlt.

Während bei bezahltem Recruiting (Paid Ads) Reichweite durch gezielte Werbeanzeigen gekauft wird, geht es beim organischen Social Recruiting darum, durch authentischen, regelmäßig veröffentlichten Content langfristig Vertrauen und Sichtbarkeit aufzubauen. Genau dieser organische Ansatz ist häufig der unterschätzte Hebel: Er sorgt dafür, dass potenzielle Bewerbende dein Unternehmen nicht als anonyme Firma, sondern als sympathischen, greifbaren Arbeitgebenden wahrnehmen. Social Recruiting erreicht damit nicht nur aktive Jobsuchende, sondern vor allem diejenigen, die gar nicht aktiv suchen, sondern zufällig auf Inhalte stoßen, die sie inspirieren und neugierig machen.

Genau diese passiv suchenden Fachkräfte sind heute der Schlüssel im Recruiting-Markt.



**“SOCIAL RECRUITING
BEDEUTET, NEUE
MITARBEITENDE ÜBER
SOZIALE NETZWERKE ZU
GEWINNEN. DURCH
AUTHENTISCHE INHALTE, DIE
VERTRAUEN SCHAFFEN UND
BEWERBER DORT ERREICHEN,
WO SIE SICH TÄGLICH
AUFHALTEN.”**

Der Wandel

Früher war die Welt des Arbeitsmarkts klar verteilt: Unternehmen suchten Mitarbeitende und Bewerbende suchten Arbeitgebende. Man schrieb eine Anzeige in die Zeitung, veröffentlichte einen Job auf einem Portal und wartete auf Bewerbungen.

Doch diese Zeiten sind vorbei. Das Verhalten der Arbeitnehmenden hat sich grundlegend verändert. Heute wechseln Fachkräfte häufiger den Job, wenn sie das Gefühl haben, dass ihre Arbeit nicht geschätzt wird oder andere Arbeitgebende attraktivere Perspektiven bieten. Loyalität über Jahrzehnte ist die Ausnahme geworden.

Wir befinden uns längst in einem Arbeitnehmermarkt. Also in einer Situation, in der qualifizierte Fachkräfte die Auswahl haben, nicht umgekehrt.

Ein gutes Beispiel: Stell dir einen hervorragend ausgebildeten Koch in einer ländlichen Region vor. Vor zwanzig Jahren hätte er froh sein müssen, wenn ein Restaurant ihn einstellt.

Heute ist es umgekehrt: Mehrere Betriebe würden ihn am liebsten sofort im Team haben. Doch er entscheidet, wo er sich am wohlsten fühlt, wo das Arbeitsklima stimmt, und wo er sich langfristig entwickeln kann. Arbeitgebende sind also in der Verantwortung, sich zu präsentieren, zu überzeugen und zu zeigen, warum man gerade bei ihnen arbeiten sollte.

Kapitel 2

02

WARUM KLASSISCHE STELLENAUSSCHREI- BUNGEN NICHT MEHR FUNKTIONIEREN

Gleichzeitig hat sich auch der Ort verändert, an dem Aufmerksamkeit entsteht. Früher reichte eine Anzeige im Lokalblatt, heute scrollen potenzielle Bewerbende lieber durch Instagram-Reels, TikToks oder LinkedIn-Beiträge. Aufmerksamkeit ist die neue Währung und wer sie nicht gewinnt, verliert Talente an die Konkurrenz.

Ein Beispiel aus meiner täglichen Arbeit zeigt das sehr deutlich: Ein einziger Social-Media-Post eines Kunden erreichte innerhalb von 24 Stunden über 3.000 Menschen. Zum Vergleich: Eine klassische Jobportal-Anzeige generiert in derselben Zeit oft nur wenige Dutzend Aufrufe und das meist von Personen, die ohnehin aktiv suchen.

Über Social Media erreichst du dagegen auch die passiv suchenden Fachkräfte, also Menschen, die eigentlich gar nicht auf Jobsuche sind, sich aber für ein Unternehmen begeistern, weil sie es sympathisch, modern oder authentisch finden. Natürlich kann man die Aufrufzahlen nicht 1:1 vergleichen. Sie geben aber einen ersten Einblick in welcher Region wir uns hier bewegen.

Die Spielregeln im Recruiting haben sich geändert. Nicht mehr die beste Stellenanzeige gewinnt, sondern der Arbeitgebende, der es schafft, echte Aufmerksamkeit zu erzeugen.



Business summary

Klassische Stellenanzeigen verlieren an Wirkung, weil sich das Bewerberverhalten grundlegend verändert hat. Fachkräfte suchen nicht mehr aktiv, sondern lassen sich inspirieren.

Wir leben in einem Arbeitnehmermarkt, in dem Aufmerksamkeit die neue Währung ist.

Nur wer seine Arbeitgebermarke auf Social Media sichtbar macht, erreicht heute die richtigen Menschen.

Der Lösungsansatz

Auf Instagram, Facebook, LinkedIn oder TikTok entscheidet sich, ob ein Unternehmen wahrgenommen wird oder nicht. Social Recruiting nutzt diese Plattformen gezielt, um Reichweite dort aufzubauen, wo die Zielgruppe ihre Zeit verbringt. Es geht nicht darum, Stellenanzeigen einfach nur "digital zu posten", sondern darum, Einblicke in den echten Arbeitsalltag zu geben: in das Team, in Projekte, in die Atmosphäre. Kurz gesagt, in das, was ein Unternehmen wirklich ausmacht.

Denn am Ende geht es im Recruiting nicht nur um Qualifikationen, sondern um Vertrauen.

Menschen bewerben sich nicht auf Stellen, sie bewerben sich auf Emotionen.

Wenn potenzielle Bewerbende in einem Reel sehen, wie Kollegen zusammenarbeiten, lachen oder stolz auf ein gemeinsames Projekt blicken, entsteht sofort ein Gefühl: "Da würde ich auch gern arbeiten." Und genau das kann man ihnen nicht verübeln. Wir Menschen sind soziale Wesen und ein intakter soziales Arbeitsumfeld zu haben, ist vielen potenziellen Bewerbenden enorm viel wert.

Emotionen schaffen Vertrauen und Vertrauen schafft Bewerbungen.

Kapitel 3

03

WARUM SOCIAL RECRUITING DIE LÖSUNG IST

Social Recruiting funktioniert also nicht nur, weil es Reichweite erzeugt, sondern weil es die Distanz zwischen Arbeitgebenden und Bewerbenden auflöst. Statt austauschbarer Jobtexte entsteht ein authentischer erster Eindruck: Die Persönlichkeit des Unternehmens wird sichtbar. Genau das stärkt langfristig das Employer Branding, also die Arbeitgebermarke. Ein Hebel, der weit über einzelne Bewerbungen hinausgeht.

Ein gutes Beispiel ist einer meiner Kunden, ein Logistik-Unternehmen.

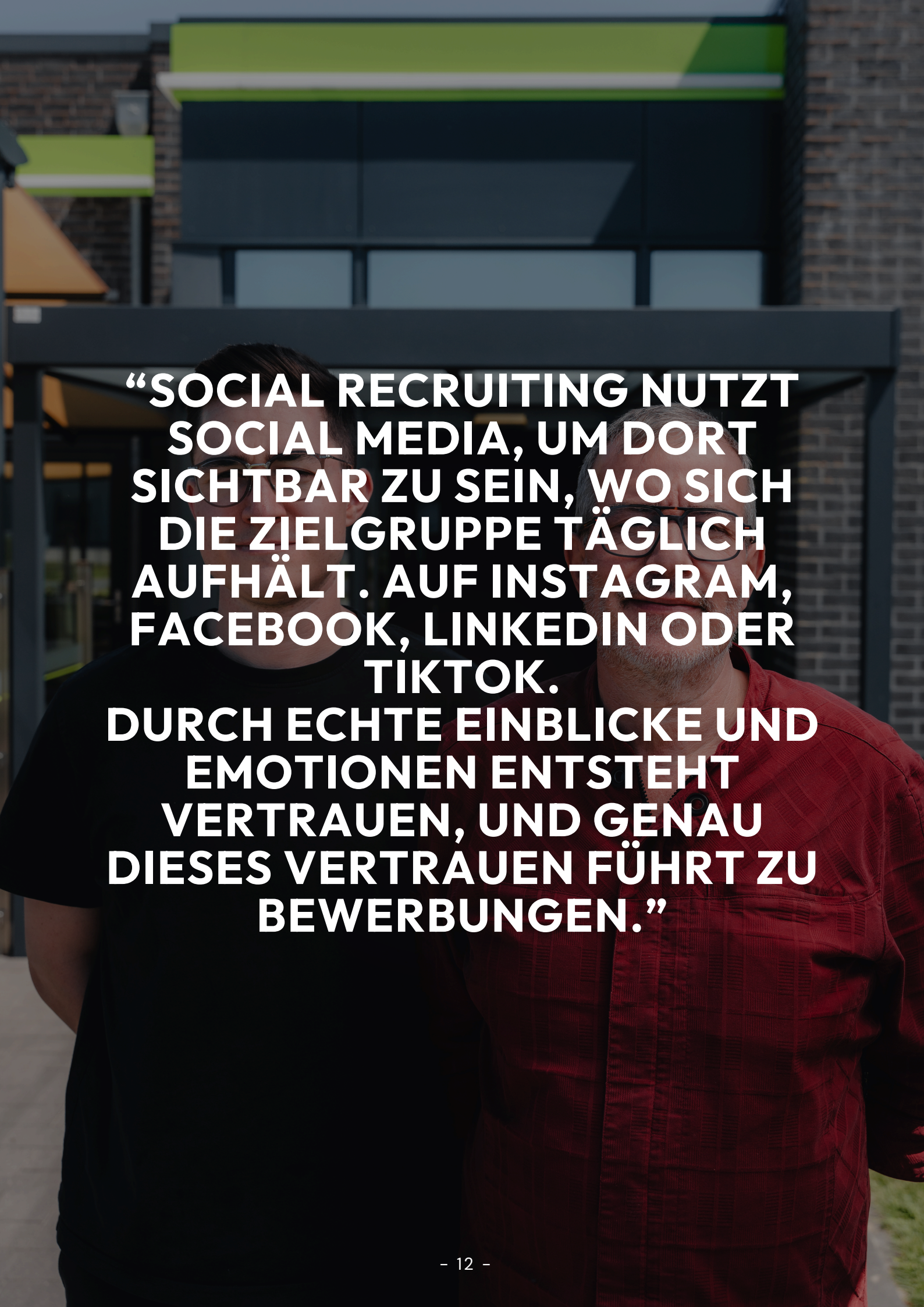
Einer ihrer Maschinenfahrer ist nicht über eine klassische Anzeige auf sie aufmerksam geworden, sondern über einen ganz normalen Instagram-Post. Kein Bewerbungsaufruf, keine große Kampagne. Einfach ein authentischer Einblick in den Arbeitsalltag: moderne Maschinen, Teamstimmung, ehrliche Worte. Der Fahrer hat das Reel zufällig beim Scrollen gesehen und sich gedacht:

„Sieht nach einem guten Laden aus.“

Kurz darauf hat er sich gemeldet, ohne aktiv auf Jobsuche zu sein. Genau das ist die Stärke von Social Recruiting: Menschen zu erreichen, bevor sie überhaupt suchen.

Unternehmen, die Social Recruiting strategisch einsetzen, profitieren gleich doppelt:

Sie erhalten mehr qualifizierte Bewerbungen, weil sie gezielt die richtigen Menschen ansprechen und sie gewinnen Reichweite und Sympathie, die sich auch positiv auf Kunden und Partner auswirkt. Kurz gesagt: Social Recruiting ist die Brücke zwischen Aufmerksamkeit und Vertrauen. Und wer diese Brücke baut, wird in Zukunft keine Probleme mehr haben, passende Mitarbeitende zu finden.



**“SOCIAL RECRUITING NUTZT
SOCIAL MEDIA, UM DORT
SICHTBAR ZU SEIN, WO SICH
DIE ZIELGRUPPE TÄGLICH
AUFHÄLT. AUF INSTAGRAM,
FACEBOOK, LINKEDIN ODER
TIKTOK.
DURCH ECHTE EINBLICKE UND
EMOTIONEN ENTSTEHT
VERTRAUEN, UND GENAU
DIESES VERTRAUEN FÜHRT ZU
BEWERBUNGEN.”**

Die Zielgruppe

Aus meiner Erfahrung funktioniert Social Recruiting besonders gut in Branchen, in denen Menschen und Teams im Mittelpunkt stehen. Also im Bau, der Logistik, dem Handwerk, in der Gastronomie oder Hotellerie.

Gerade dort, wo Fachkräfte dringend gebraucht werden und Bewerbende oft über Empfehlungen kommen, kann Social Media enorme Wirkung entfalten.

Wichtig ist dabei: Du brauchst kein großes Marketingteam oder aufwendige Technik. Eine einfache Social-Media-Basis reicht völlig aus, um zu starten. Entscheidend sind Regelmäßigkeit, Persönlichkeit und Authentizität.

Denn am Ende überzeugt kein Hochglanzvideo, sondern die ehrliche Meinung eines Mitarbeitenden, der gern zur Arbeit kommt.

Und ganz ehrlich: Ich kann mir keine Branche vorstellen, in der Social Recruiting nicht funktionieren würde. Überall dort, wo Menschen arbeiten, lassen sich neue Mitarbeitende auch über Menschen gewinnen.

05

Kapitel 5

WIE DU MIT ORGANISCHEM CONTENT REICHWEITE UND BEWERBUNGEN ERZEUGST

Das how to

Social Recruiting funktioniert dann am besten, wenn Unternehmen sich nicht als perfekte Marke, sondern sich mit echten Menschen zeigen. Und genau das erreicht man mit organischem Content. Also Beiträgen, die nicht bezahlt, sondern authentisch entstehen.

Aus meiner Erfahrung haben sich dabei vier klare Content-Säulen herausgebildet, die in fast jedem Unternehmen funktionieren.

01 Mitarbeitendeinblicke

Zeig, wer die Menschen hinter dem Unternehmen sind.

Was macht zum Beispiel Max Mustermann im Alltag? Welche Aufgaben hat er, was schätzt er an seinem Job, und was motiviert ihn? Diese Einblicke schaffen Nähe und machen ein Unternehmen greifbar.

Mitarbeitenden-Posts funktionieren deshalb so stark, weil sie nicht gestellt, sondern echt wirken. Wenn Mitarbeitende stolz erzählen, was sie tun, spürt man das und genau das zieht Bewerbende an.

Kapitel 5

05

WIE DU MIT ORGANISCHEM CONTENT REICHWEITE UND BEWERBUNGEN ERZEUGST

02

Behind the Scenes

Hier geht's um den Blick hinter die Kulissen.

Wie sieht der Arbeitsalltag wirklich aus? Wie läuft ein Auftrag ab, wie sieht's in der Werkstatt aus, wie in der Küche oder auf der Baustelle?

Solche Inhalte zeigen, dass es bei dir nicht um Stockfotos oder Slogans geht, sondern um echte Abläufe, echte Menschen und echtes Handwerk.

Gerade im Recruiting ist Authentizität entscheidend, niemand bewirbt sich auf ein Hochglanzbild, aber viele auf ein ehrliches Video vom echten Arbeitsplatz.

03

Teamkultur & Interviews

Das ist der emotionale Kern des Ganzen.

Zeig die Kultur deines Unternehmens: Wer ist der Lustigste im Büro? Wie war die letzte Weihnachtsfeier? Wie gehen Chef und Team miteinander um?

Solche kurzen, lockeren Interviews oder O-Töne schaffen eine Verbindung, bevor überhaupt eine Bewerbung geschrieben wurde.

Denn Menschen wollen heute Teil einer Gemeinschaft sein und genau das kann Social Media perfekt transportieren.

05

Kapitel 5

WIE DU MIT ORGANISCHEM CONTENT REICHWEITE UND BEWERBUNGEN ERZEUGST

04

Projekte

Hier geht's um das, was Unternehmen richtig stark macht: ihre Arbeit.

Zeig spannende Projekte, aber nicht steril, sondern aus Mitarbeitersicht.

Wenn Max Mustermann selbst erklärt, wie cool es war, an einem neuen Auftrag zu arbeiten, und wie das Team zusammengehalten hat, entsteht Begeisterung, die sich überträgt.

Projekte geben potenziellen Bewerbenden außerdem das Gefühl: "Da passiert was. Da bewegt sich was."

Konstanz und Authentizität schlagen Perfektion

Das Wichtigste beim organischen Social Recruiting ist nicht das perfekte Licht oder der perfekte Schnitt. sondern Regelmäßigkeit und Ehrlichkeit.

Ein ehrliches Handyvideo mit klarer Botschaft funktioniert besser als ein aufwendig produzierter Clip, der nichts sagt.

Ich sage es immer wieder: Konstanz schlägt Perfektion.

Kapitel 5

05

WIE DU MIT ORGANISCHEM CONTENT REICHWEITE UND BEWERBUNGEN ERZEUGST

Posting-Frequenz & Plattformen

Wie oft man posten sollte, hängt immer vom Unternehmen ab.

Erfahrungsgemäß fahren wir mit unseren Kunden gut mit drei bis vier Posts pro Woche. Zwei Bildposts und zwei Videos (bei uns nennen wir sie „Socials“).

Die besten Plattformen, um zu starten, sind Facebook, Instagram und gegebenenfalls TikTok.

Wichtig ist, dass alle Kanäle miteinander verknüpft sind, damit möglichst wenig Arbeitsaufwand entsteht und Inhalte parallel laufen.

Erste Schritte

1. Erstelle einen Facebook Business Account und verknüpfe ihn mit Instagram.
2. Wähle ein klares Profilbild (Logo oder Teamfoto) und schreibe eine kurze, sympathische Bio.
3. Verlinke deine Website.
4. Lege in einem Plan fest, was du wann posten willst und halte dich daran.

So entsteht ein organischer, planbarer Flow, der mit der Zeit immer mehr Reichweite und Bewerbungen bringt.

Tools für den Einstieg

Ich reiße das hier nur kurz an, denn Tools sollen unterstützen, nicht überfordern:

01

Canva

für einfaches Design
und Posts

02

Metricool

für automatisches
Planen und
Veröffentlichen

03

Notion

für die Content-
Planung und
Ideenverwaltung

04

DaVinci
Resolve

für Videoschnitt mit
professionellem Look

05

Lightroom

für einfache
Bildbearbeitung für
einen einheitlichen
Stil

Mit diesen Tools lassen sich Inhalte strukturiert planen, posten und auswerten. Auch ohne Marketingabteilung, einfach und effizient.



Business summary

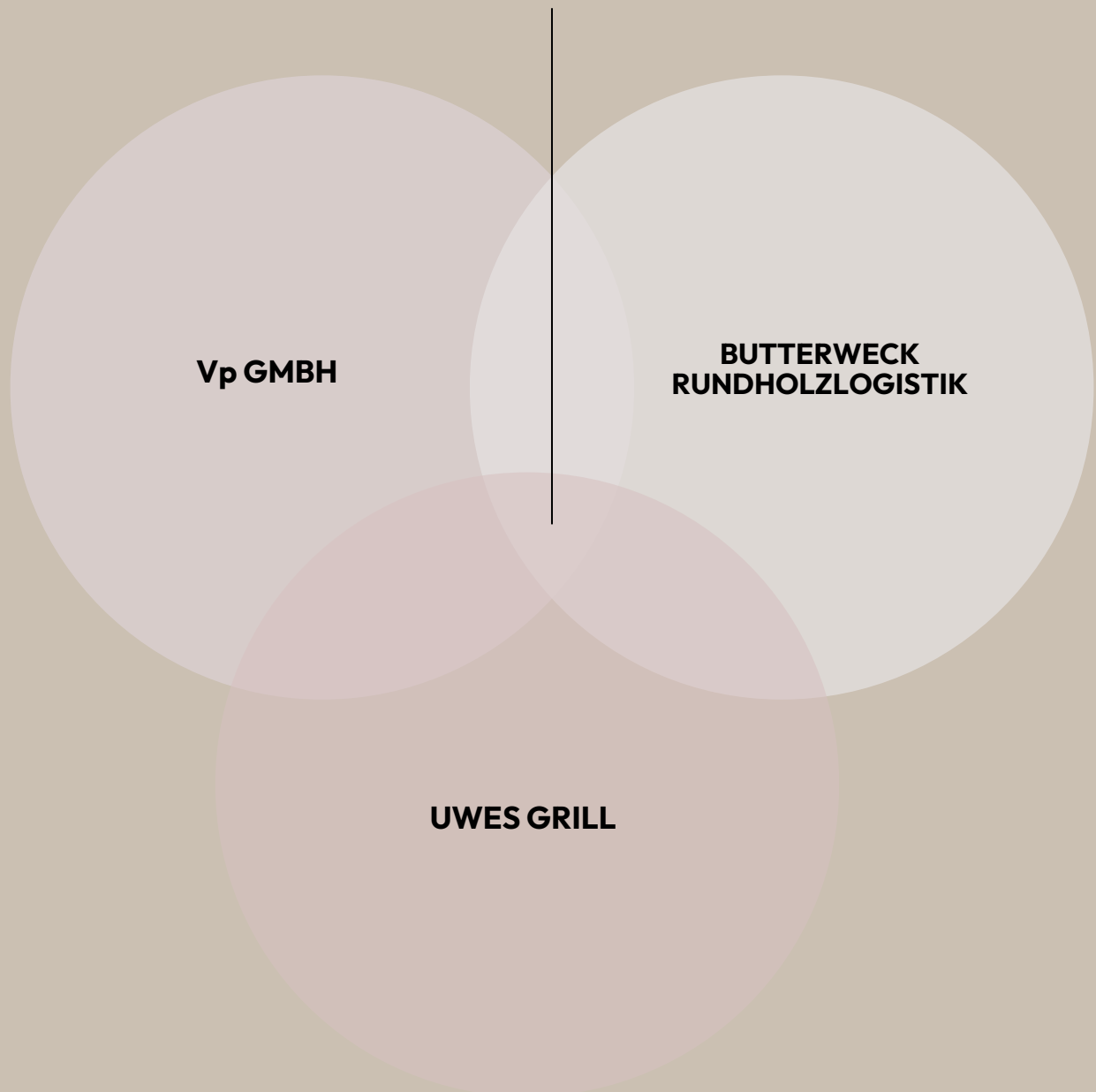
Erfolgreiches Social Recruiting lebt von regelmäßigem, authentischem Content, der den Alltag, die Menschen und die Projekte eines Unternehmens zeigt.

Mit dem 4-Säulen-Modell aus Mitarbeitendeneinblicken, Behind-the-Scenes, Teamkultur und Projekten entsteht ein Content-Mix, der Vertrauen aufbaut und Reichweite erzeugt.

Wichtiger als Perfektion sind Konstanz, Ehrlichkeit und Struktur. Wer kontinuierlich echten Einblick gibt, gewinnt langfristig Bewerbende und Sympathie.

Case Studies unserer Bestandskunden

ERFOLGREICHE PROJEKTE



Kapitel 6

06

UNSERE ERFOLGGESCHICHTEN

Case Study #1 – Vp GmbH: Social Recruiting im Bauwesen

Herausforderung

Die Vp GmbH stand, wie viele Unternehmen in der Dienstleistungsbranche, vor der Herausforderung, qualifizierte Fachkräfte für Montage, Logistik und Außendienst zu gewinnen. Zwar verfügte das Unternehmen über ein internes Marketing-Team, doch der Bereich Social Recruiting war weitgehend unerschlossen, bzw. durch schlechte Erfahrungen vorheriger Zusammenarbeiten mit Agenturen geprägt. Kurz gesagt, viel Geld investiert und wenig Ergebnis erhalten. Ziel war es, die Arbeitgebermarke gezielt zu stärken und über Social Media authentisch neue Bewerbende zu erreichen.

Strategie

Gemeinsam mit dem Marketing- und Personalteam der Vp GmbH entwickelten wir ein sechsmonatiges Konzept, das auf monatliche Drehtage und einen klaren Contentplan setzte. Die Zusammenarbeit war eine echte Symbiose aus internem Wissen und externer Expertise: Das Marketing-Team lieferte wertvolle Insights aus dem Tagesgeschäft, das Personalteam steuerte Bewerber-Perspektiven bei und ich brachte Strategie, Konzept und Umsetzung ein.

Wir entschieden uns, den Content gezielt zwischen den beiden Unternehmensbereichen TPA Mobile Straßen und Groundforce zu splitten, um sowohl das Recruiting als auch die Markenwahrnehmung langfristig zu stärken.



Kapitel 6

UNSERE ERFOLGGESCHICHTEN

Umsetzung

Insgesamt entstanden in sechs Monaten über 1.000 Content-Assets: Recruitingfilme, Social Clips, Mitarbeiterporträts und Bildmaterial aus dem Arbeitsalltag.

Besonderes Augenmerk lag auf den Interviews. Rund 20 Mitarbeitende, vom Geschäftsführer über Monteure bis hin zu Fahrern, erzählten offen über ihre Arbeit, ihr Team und die Projekte. Diese O-Töne kombinierten wir mit emotionaler B-Roll aus echten Einsätzen und Projekten.

Das Ergebnis waren mehrere große Recruiting-Filme, die das Unternehmen anschließend selbst als Ads ausspielte. Mit beachtlicher Resonanz.

Ergebnis

Ein einzelnes Recruiting-Video generierte über 200 Bewerbungen, was das bisherige Ergebnis aller klassischen Maßnahmen deutlich übertraf. Gleichzeitig wurde ein umfangreicher Content-Pool geschaffen, mit dem das interne Marketing-Team auch 2026 weiterarbeiten kann. Vom Social-Recruiting-Clip bis zum Employer-Branding-Post.

Die Zusammenarbeit zeigte eindrucksvoll, dass Social Recruiting selbst in bestehenden Marketingstrukturen enorme Wirkung entfalten kann. Und dass es sich lohnt, für bestimmte Phasen externe Expertise ins Boot zu holen. Nicht nur für das Ergebnis, sondern auch für das Know-how, das langfristig im Unternehmen bleibt.

Ergebnisse auf einen Blick

→ 200+ Bewerbungen

auf ein einziges Recruiting-Video. Deutlich mehr als über klassische Anzeigen

→ 1.000+ Content-Assets

aus sechs Monaten Produktion: Recruitingfilme, Socials, Fotos und Interviews

→ 3 Teams, 1 Ziel

Marketing, Personal und Peakline Studios arbeiteten Hand in Hand

→ Ziel erreicht:

Authentisches Employer Branding, das Reichweite, Bewerbungen und Vertrauen geschaffen hat



Kapitel 6

06

UNSERE ERFOLGGESCHICHTEN

Case Study #2 – Butterweck Rundholzlogistik: Social Recruiting im Forst

Herausforderung

Butterweck Rundholzlogistik stand vor der Herausforderung, die eigene Arbeitgebermarke authentisch und sichtbar zu machen. In der Vergangenheit kamen fast alle Bewerbungen bereits über Social Media, allerdings fehlte eine klare Strategie, um diesen Erfolg langfristig auszubauen.

Das Unternehmen hatte bereits eine gute Basis: Die Geschäftsführerin pflegte den Kanal, so wie es die Zeit eben zu lies. Ab und zu kamen Postings, allerdings unregelmäßig. Ziel war es, das Social-Media-Thema strategisch, konstant und professionell aufzubauen.

Strategie

Gemeinsam entschieden wir uns für eine langfristige, laufende Zusammenarbeit mit monatlichen Drehtagen und vollständigem Social-Media-Management durch Peakline Studios.

So konnten wir sicherstellen, dass regelmäßig hochwertiger Content entsteht und gleichzeitig das Unternehmen intern entlastet wird.

Die Herausforderung: Die Mitarbeitenden, von Harvester-, LKW bis Rückemaschinenfahrern, arbeiten auf weitläufigen Einsatzgebieten. Umso wichtiger war es, pro Drehtag gezielt Geschichten einzufangen und dabei die verschiedenen Sparten authentisch zu vertreten.



Kapitel 6

UNSERE ERFOLGGESCHICHTEN

Umsetzung

Seit Mai begleiten wir Butterweck regelmäßig vor Ort, mit einzelnen und auch Doppeldrehtagen.

Dabei setzen wir konsequent auf die vier Content-Säulen: Mitarbeitendenvorstellungen, Behind-the-Scenes, Teamkultur und Projekte.

Vom Recruiting- und Imagefilm über Social Clips bis hin zu lockeren Mitarbeitendeninterviews, alles wurde so konzipiert, dass es ehrlich, nahbar und wiedererkennbar ist.

Das Besondere: Auch intern wird der Content mit großer Begeisterung aufgenommen. Anfangs war es eine Herausforderung, Mitarbeitende vor die Kamera zu bekommen. Heute melden sich viele von selbst, weil sie stolz zeigen möchten, was sie tun. Dieses Umdenken ist einer der schönsten Erfolge des Projekts.

Ergebnisse

Der neue Social-Media-Auftritt ist heute ein echtes Aushängeschild, regional wie überregional.

Die organische Reichweite liegt inzwischen bei über 100.000 Menschen pro Monat, die Followerzahl wächst kontinuierlich, und der Content erzielt eine überdurchschnittlich hohe Interaktion.

Gleichzeitig ist der Teamzusammenhalt spürbar gestärkt worden, weil Mitarbeitende stolz darauf sind, Teil der Marke Butterweck zu sein.

Mit über 1.000 produzierten Assets und einem laufenden Contentplan ist der Außenauftritt langfristig gesichert, alles mit minimalem Aufwand für den Kunden, da das komplette Social-Media-Management bei Peakline Studios liegt.

Ergebnisse auf einen Blick

→ **100.000+ Reichweite pro Monat**

durch konstanten, authentischen Content auf Instagram & Facebook

→ **1.000+ produzierte Assets**

aus Mitarbeitenden-Interviews, Projekten und Recruiting-Filmen

→ **Stärkerer Teamzusammenhalt**

Mitarbeitende identifizieren sich mit dem Unternehmen und stehen gern vor der Kamera

→ **Social Media komplett ausgelagert**

Peakline Studios übernimmt Strategie, Produktion und Management, die Kundin hat keine operative Arbeit



Kapitel 6

06

UNSERE ERFOLGGESCHICHTEN

Case Study #3 – Uwes Grill: Markenaufbau durch Social Media

Herausforderung

Uwe's Grill ist ein Familienrestaurant, das in der Region Aschendorf längst bekannt war, doch die Herausforderung lag in der Wochenauslastung und im Fachkräftemangel. Am Wochenende platzte das Restaurant regelmäßig aus allen Nähten, unter der Woche blieben jedoch Plätze frei. Gleichzeitig war es schwierig, qualifiziertes Personal zu finden. Ziel war es, mit einer klaren Social-Media-Strategie sowohl die Auslastung gleichmäßig zu verteilen als auch die Arbeitgebermarke zu stärken.

Strategie

Seit April 2025 betreuen wir Uwe's Grill mit einem monatlichen Drehtag vor Ort und übernehmen das komplette Social-Media-Management, inklusive Community-Pflege auf Facebook und Instagram.

Gemeinsam mit dem Team entwickelten wir ein Konzept, das Inhalte rund um kulinarische Highlights, Teamstimmung und Wochenaktionen kombiniert.

Das Besondere: Drei bis vier Posts pro Woche, regelmäßige Storys und klar kommunizierte Thementage (z. B. Montag = Schnitzeltag, Dienstag = Currywurst-Happy-Hour, Donnerstag = Burger-Tag) ein Plan, der das Publikum emotional bindet und aktiv in die Woche zieht.



Kapitel 6

UNSERE ERFOLGGESCHICHTEN

Umsetzung

An jedem Drehtag produzieren wir Fotos und Socials, die Atmosphäre, Team, Monatsangebote und Gerichte zeigen.

Die Posts wirken echt und sympathisch, nicht gestellt, so, wie das Restaurant selbst ist. Das Konzept greift voll: Die Wochenaktionen werden auf Social Media gefeiert, Gäste teilen Storys, markieren Freunde und kommen gezielt an Wochentagen vorbei.

So gelang es, den Umsatz zu steigern, weil sich die Besucherströme gleichmäßiger über die Woche verteilen.

Ergebnisse

Die organische Reichweite liegt inzwischen bei über 120.000 Menschen pro Monat. Komplette ohne bezahlte Werbung.

Der Social-Media-Auftritt hat das Restaurant weit über die Region hinaus bekannt gemacht: Gäste reisen teilweise hundert Kilometer aus den Niederlanden an, weil sie die Gerichte aus Reels und Posts kennen.

Auch im Recruiting zeigt sich der Effekt: Mehr Bewerbungen, höhere Sichtbarkeit und ein sympathisches Arbeitgeberimage.

Heute wissen die Menschen: Wenn sie Lust auf ein richtiges gutes Schnitzel haben, dann gehen sie zu Uwes Grill.



Ergebnisse auf einen Blick

→ **120.000+ organische Reichweite pro Monat**

ohne bezahlte Werbung, durch konstante Posts & Storys

→ **Spürbare Umsatzsteigerung**

gleichmäßigere Auslastung unter der Woche durch gezielte Aktionen

→ **2.000+ Follower & starkes Engagement**

Regionale Community wächst stetig und interagiert aktiv

→ **1.000+ produzierte Assets**

regelmäßige Drehs, hochwertiger Content und authentische Markenpräsenz

→ **Positives Feedback aus der Region**

Kunden sprechen die Betreiber auf Social Media Auftritt an – echte Markenbindung



Echtheit überzeugt

Am Ende steht und fällt Social Recruiting immer mit einem Punkt: Echtheit.

Menschen folgen Menschen. Nicht Logos, nicht Werbebotschaften, nicht Hochglanzbildern. Was wirklich zählt, sind reale Gesichter und ehrliche Geschichten. Ein LKW-Fahrer, der erzählt, warum er seinen Job liebt. Eine Büromitarbeiterin, die über ihren ersten Arbeitstag spricht. Ein Koch, der mitten im Trubel kurz in die Kamera lächelt. Genau das bleibt hängen, weil es menschlich ist.

In meinen Projekten sehe ich immer wieder: Die erfolgreichsten Beiträge sind die, in denen Mitarbeitende einfach sie selbst sind. Kein Skript, keine auswendig gelernten Phrasen, nur ehrliche Einblicke in ihren Alltag. Diese Menschen sind die besten Markenbotschafter, die ein Unternehmen haben kann. Denn sie verkörpern das, was kein Corporate Design der Welt transportieren kann: Emotionen, Vertrauen und Persönlichkeit.

Wenn man Mitarbeitende in den Content einbindet, ist Vorbereitung alles. Ich arbeite gerne mit offenen Fragen, die zum Erzählen einladen.

**„WER BIST DU UND WAS
MACHST DU IM
UNTERNEHMEN?“**

**„KANNST DU DICH NOCH AN
DEINEN ERSTEN ARBEITSTAG
ERINNERN?“**

**„WIE WIRD IN DEINEM
UNTERNEHMEN FÜHRUNG
GELEBT?“**

**„WAS WÜRDDEST DU DEINEM
TEAM GERNE MAL SAGEN?“**

**„WAS MÜSSTE JEMAND
MITBRINGEN, UM GUT INS
TEAM ZU PASSEN?“**

Kapitel 7

07

WARUM AUTHENTIZITÄT ENTSCHEIDEND IST

Diese Fragen schaffen echte Gespräche. Keine Interviews, sondern Momente, die berühren. Sie geben den Mitarbeitenden Raum, ihre eigene Geschichte zu erzählen, und das ist oft viel stärker als jede inszenierte Kampagne.

Auch Projektvorstellungen funktionieren hervorragend: Wenn Mitarbeitende über ein Projekt sprechen, das sie besonders stolz gemacht oder gefordert hat, spürt man sofort die Leidenschaft und die Motivation. Genau diese Energie überträgt sich auf die Zuschauenden und macht aus einem einfachen Video ein Stück echter Unternehmenskultur.

Authentizität schlägt Perfektion.

Es braucht keine Models, keine Slogans und keine großen Versprechen. Nur Menschen, die zeigen, was sie lieben. Und wenn genau diese Echtheit nach außen getragen wird, dann entsteht das, was Social Recruiting wirklich ausmacht: Vertrauen, das begeistert und Bewerbungen, die aus Überzeugung kommen.

Diesen Fehler vermeiden

Der wohl größte Fehler, den Unternehmen im Social Recruiting machen, ist zu glauben, ein Social-Media-Post sei schon Social Recruiting.

Viele posten hier und da mal ein Bild vom Team, vom neuen Projekt oder von der Weihnachtsfeier, ohne Konzept, ohne klare Strategie. Und dann wundern sie sich, warum keine Bewerbungen kommen.

Aber Social Recruiting funktioniert nicht über Zufall, sondern über Ziel, Struktur und Wiedererkennung.

Es geht nicht darum, einfach irgendetwas zu posten, sondern, gezielt Geschichten zu erzählen, Vertrauen aufzubauen und ein Gefühl für das Unternehmen zu schaffen.

Wer Social Media nur „mitmacht“, wird nie die Ergebnisse erzielen, die möglich sind.

Der Unterschied zwischen Content posten und strategischem Recruiting via Content liegt in der Intention:

Beim einfachen Posten geht es darum, etwas zu zeigen. Beim Social Recruiting geht es darum, Menschen zu erreichen, zu berühren und zu überzeugen.

Und genau das macht am Ende den Unterschied zwischen „wir haben gepostet“ und „wir haben eingestellt.“

Wir unterstützen Unternehmen

Bei Peakline Studios glauben wir daran, dass erfolgreiches Social Recruiting immer mit einer ehrlichen Geschichte beginnt. Mit echten Menschen, echten Emotionen und echtem Interesse an dem, was ein Unternehmen besonders macht.

Unser Ansatz verbindet authentische Inhalte, strategische Planung und kreative Umsetzung zu einem klaren Ziel: Unternehmen nachhaltig dabei zu unterstützen, sichtbar zu werden und Bewerbende zu begeistern.

Wir begleiten mittelständische und familiengeführte Betriebe, Handwerks- und Bauunternehmen, Logistikfirmen oder Gastronomiebetriebe oft über viele Monate hinweg. Mit monatlichen Drehtagen, konstantem Austausch und einem tiefen Verständnis für ihre Werte.

Das ist für uns mehr als ein Job. Es ist Leidenschaft. Wir lieben es, mit Menschen hinter und vor der Kamera zu arbeiten, ihre Geschichten einzufangen und diese in Content zu verwandeln, der andere berührt. Genau das macht für uns Social Recruiting so besonders: Wir helfen nicht nur, Positionen zu besetzen, wir bauen Verbindungen auf. Deswegen ist unsere Arbeit so wirkungsvoll: Weil wir Unternehmen nicht von außen beraten, sondern Seite an Seite begleiten.

Von der ersten Idee bis zur ersten Bewerbung

10

Kapitel 10

**KEIN RISIKO. KEIN DRUCK.
NUR NEUE
PERSPEKTIVEN.**

Schlusswort

Ich hoffe, dieser Guide hat dir gezeigt, wie viel Potenzial in echtem, organischem Social Recruiting steckt und dass du mit den richtigen Schritten bereits selbst viel bewegen kannst.

Wenn du aber die bestmöglichen Ergebnisse erzielen möchtest, offene Stellen wirklich gezielt und nachhaltig besetzen willst und dir dabei eine klare Strategie wünschst, dann lohnt es sich, einfach einmal gemeinsam zu sprechen.

Buche dir ein kostenloses und unverbindliches Erstgespräch. 20 Minuten, in denen wir gemeinsam anschauen, was du bisher gemacht hast, was schon gut läuft und wo noch Potenzial liegt.

Ich bereite mich individuell auf jedes Gespräch vor, damit du echte Impulse mitnehmen kannst. Ganz ohne Risiko und ohne Verpflichtung.

Scanne einfach den QR-Code oder nutze den Link zum Kontaktformular.

Ich freue mich sehr auf den Austausch und hoffe, dass du aus diesem Guide viele Ideen, Motivation und konkrete Ansätze mitnehmen konntest.

Ich wünsche dir weiterhin maximalen Erfolg und freue mich von dir zu hören!

Robert Bohnke

Gründer von Peakline Studios

JETZT KOSTENLOSES ERSTGESPRÄCH BUCHEN

hier
Termin buchen



Peakline Studios