

## Mit Social Media Stellen besetzen?

*Er ist in aller Munde – der Fachkräftemangel. Die Suche nach neuen Mitarbeitenden über herkömmliche Wege wie Inserate oder Jobplattformen führt immer weniger – meist gar nicht – zum Erfolg. Es gilt für KMU, bei der Rekrutierung Neues zu wagen.*

VON RAHEL MEISTER

**O**hne Smartphone geht heute nichts mehr. Laut einer Studie verbringt jeder und jede von uns pro Tag etwa 2,5 Stunden am Handy – Tendenz steigend. Eine grosse Rolle spielen dabei die sozialen Medien – 5,4 Mio. Schweizerinnen und Schweizer sind laut dem Portal Statista auf Facebook registriert, auf Instagram sind es um die vier Millionen. Der Gedanke liegt also nah: Wenn sich so viele Menschen in den sozialen Medien tummeln, müssten dort doch auch Fachkräfte zu finden sein?

### Was macht uns als Unternehmen aus?

Doch wie gelingt es, unter den unzähligen Social-Media-Nutzenden geeignete Kandidatinnen und Kandidaten zu erreichen und sogar eine Stelle zu besetzen? Einer, der es weiss, ist der Solothurner Leo Stalder. Er hat sich mit seinem Unternehmen risem

auf die Personalsuche für KMU in den sozialen Medien spezialisiert: «Wichtig ist, dass sich ein Unternehmen seine Stärken, seine Alleinstellungsmerkmale und die gewünschte Zielgruppe ins

Bewusstsein ruft. Diese Erkenntnisse liegen jeder erfolgreichen – eigenen oder in Auftrag gegebenen – Onlinekampagne zugrunde.» In einem nächsten Schritt gilt es, hochwertige Bilder und Videos zu erstellen. Sie sollten von guter Qualität und die Filme nicht zu lang sein. Emojis oder Hintergrundmusik können sinnvoll eingesetzt werden. Bei Videos sind Untertitel zu empfehlen, dafür gibt es inzwischen auch kostenlose Onlineprogramme. Hilfreich sind auch Aussagen von Mitarbeitenden, die das Unternehmen ins rechte Licht rücken

und für die nötige Authentizität sorgen.

Schliesslich werden die Inhalte in den sozialen Medien ausgespielt, in der Regel auf Facebook und Instagram – um Lernende anzusprechen, kommt

**«Jeder und jede von uns verbringt pro Tag etwa 2,5 Stunden am Handy.»**

auch TikTok in Frage. Wichtig sei dabei die genaue Zielgruppenansprache, das sogenannte Targeting, betont Stalder: «So werden die Anzeigen und Imagefilme nur bestimmten Personen angezeigt. Zu den sinnvollen Kriterien zählen die Wohnregion oder persönliche Interessen.» In der Regel lohnt es sich, mehrere verschiedene Anzeigen zu erstellen und ihren Erfolg mit der Hilfe von Datentracking – z.B. Meta Pixel – zu testen. Die digitalen Inhalte können gelickt, geteilt oder an Freunde weiterempfohlen werden. Das sorgt für regionale

### Autorin

Rahel Meister, Sprachwerk GmbH, hat den Artikel im Auftrag von risem verfasst.



Mit dem richtigen Auftritt in den sozialen Medien gelingt es Handwerksbetrieben wie der Nyffenegger Storenfabrik, qualifizierte Fachleute aus der Region zu gewinnen

### Rückwirkendes Arztzeugnis – was nun?

Eines der häufigsten Themen in unserer Rechtsberatung ist die Frage nach der Zulässigkeit von rückwirkenden Arztzeugnissen. Beispiel: Ein Arbeitnehmer bringt ein am 3.9.2024 ausgestelltes Arztzeugnis, worin eine Arbeitsunfähigkeit seit dem 26.8.2024 attestiert wird. Zwei Interpretationen sind möglich: Die Erstkonsultation war am 3.9.2024, und es wird eine rückwirkende Arbeitsunfähigkeit für den Zeitraum vor der ersten Untersuchung attestiert. Oder die erste Untersuchung fand irgendwann zwischen dem 26.8. und dem 3.9.2024 statt. Zu beachten ist, dass das Ausstelldatum des Arztzeugnisses noch nichts über das – entscheidende – Datum der Erstkonsultation aussagt. Leider wird die Rubrik «... steht in meiner Behandlung seit ...» von der Ärzteschaft in den Zeugnissen häufig gar nicht ausgefüllt. Nur mit dieser Information lässt sich prüfen, ob tatsächlich ein rückwirkendes Attest vorliegt.

In der Praxis werden rückwirkende Arztzeugnisse in engen Grenzen als zulässig erachtet, d.h. eine Rückwirkung für ein paar Tage (zwei bis drei Tage) ist grundsätzlich zu akzeptieren. Die Ärztesgesellschaft des Kantons Zürich (AGZ) empfiehlt, dass eine Rückwirkungsdauer «in jedem Fall eine Woche aber nicht überschreiten» soll (Empfehlung AGZ vom 20.9.2020).

Bei der Beurteilung, ob bereits vor der ersten Konsultation eine Arbeitsunfähigkeit bestanden hat, verlassen sich die Ärzte in der Regel auf die Angaben der Patienten. Dies ist grundsätzlich verständlich, doch insbesondere bei Anzeichen von Ungereimtheiten wäre kritisches Nachfragen wünschenswert. Gerade bei einem möglichen Zusammenhang mit einer Kündigung empfiehlt auch die AGZ, die Patienten darauf anzusprechen.

Die Beurteilung, ob ein Arztzeugnis für eine behauptete Arbeitsunfähigkeit vom Arbeitgeber akzeptiert werden muss, ist letztlich eine Frage des Beweisrechts. Je länger der Zeitraum einer rückwirkenden Attestierung, desto geringer ist der Beweiswert.

Kurt Mettler, Rechtsanwalt



Diese Rubrik wird unterstützt durch

#### SIZ Care AG

Verena-Conzett-Strasse 11, CH-8004 Zürich  
T 044 496 63 00, F 044 496 63 19  
info@sizcare.ch, www.sizcare.ch

Sichtbarkeit. Will man noch einen Schritt weitergehen, bietet z.B. der Werbepartner Meta-Audience-Netzwerk die Möglichkeit, die Onlineanzeigen in Websites und kostenlosen Apps auszuspielen. So werden auch Personen ausserhalb der sozialen Medien erreicht.

#### Nicht nur Stellensuchende im Visier

Eine erfolgversprechende Onlinekampagnenform sind «Blitzbewerbungsprozesse», die sich direkt am Handy durchspielen lassen: «Mit quizähnlichen Fragen gibt eine Person erste Informationen wie Ausbildung oder Berufserfahrung über sich preis und erhält gleichzeitig Einblicke ins Unternehmen», erklärt Stalder. Das mühselige Zusammenstellen von Lebenslauf und weiteren Bewerbungsunterlagen entfällt, die Hemmschwelle für einen ersten Kontakt sinkt markant.

Eine solche Kombination aus guten Social-Media-Inhalten und Kurzbewerbung wird auch als Social Recruiting bezeichnet und hat einen entscheidenden Vorteil: Im Gegensatz zu klassischen Jobinseraten werden nicht nur aktiv Stellensuchende erreicht. Dies hat auch Karin Bühler, Bereichsleiterin Personal beim



Energieversorger EW Höfe am rechten Zürichseeufer, so erlebt: «Vor der Kampagne mit risem war es für uns nahezu unmöglich, Elektrofachleute für die Installation oder Netzmontage zu finden. Auf Inserate hat sich überhaupt niemand gemeldet und

#### KMU: Online zum Erfolg

Ob Personalsuche oder Brand-Awareness – die wichtigsten Tipps für Ihre erfolgreiche Onlinekampagne, zusammengefasst von Leo Stalder, Inhaber der Personal- und Neukundengewinnungsagentur risem:

- Ansprechende Website mit Karriereseite, Social-Media-Profil mit gutem, regelmässigem Content, Google-Unternehmensprofil und Kununu mit positiven Bewertungen
- Zielgruppe und Anforderungsprofil klar definieren und unbedingt lokal begrenzen
- Unterschiedliche Zielgruppen – z.B. mit verschiedenen Interessen – testen
- Hochwertigen Content – Fotos, Videos und Texte – erstellen (lassen), um trotz hoher Informationsdichte aufzufallen
- Mehrere verschiedene Anzeigen erstellen und ihren Erfolg testen
- Nachbearbeitung: Video-Untertitel, Effekte wie Emojis oder Hintergrundmusik sinnvoll einsetzen
- Unkomplizierten und ansprechenden Kurzbewerbungsprozess bieten, keinesfalls einfach auf ein PDF-Inserat verlinken
- Auf eingehende Bewerbungen innerhalb von 24 bis 48 Stunden reagieren
- Daten-Tracking – z.B. Meta-Pixel – einrichten, um die Kampagne zu optimieren
- Meta-Audience-Netz nutzen: Dieser Werbepartner spielt Onlinekampagnen auch in kostenlosen Apps oder auf viel besuchten Websites aus.
- Mit einem Bewerbungs-Managementsystem Bewerbungen effizient bearbeiten und z.B. einen Kontaktabbruch mit den Bewerber/-innen verhindern



© RISEM

auch Vermittlungsprämien führten nicht zum Erfolg.» Mit der ersten Onlinekampagne wendete sich das Blatt: Während der ersten Kampagne seien rund 20 Anfragen eingegangen, bei einem grossen Teil habe die Qualität überzeugt, so Bühler. «Seither haben wir vier Kampagnen geschaltet und konnten jedes Mal jemanden einstellen, es ist unglaublich. Nun können wir unser Unternehmen auch jenen Personen präsentieren, die bisher noch nicht über einen Jobwechsel nachgedacht hatten. Das sehe ich als grossen Vorteil dieser Art der Personalsuche.»

### So viele Bewerbungen wie noch nie

Doch was bedeutet dies nun für KMU? Nach einem gewissen Initialaufwand – Bilder und Videos müssen erstellt und die Texte freigegeben werden – lassen sich die Inhalte beliebig lange und mehrmals ausspielen und bilden ein stabiles Fundament, um sich als Unternehmen zu positionieren. Zentral dabei sei, die Inhalte sorgfältig an das eigene Unternehmen anzupassen, so Carmen Vetter, Leiterin HR bei der schweizweit tätigen Nyffenegger Storenfabrik: «Bei unserer ersten Kampagne haben wir über 100 Anfragen erhalten. Auf unseren Wunsch hat

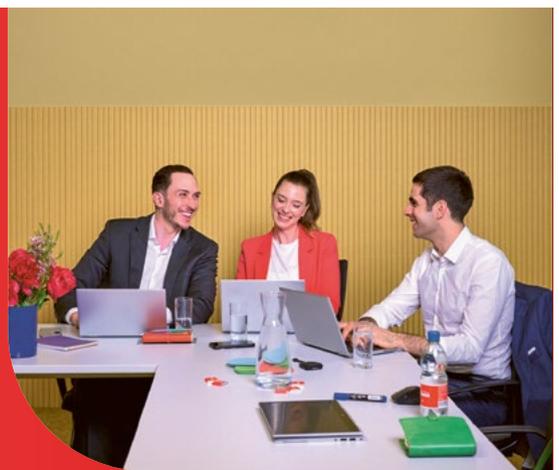
**«Eine erfolgversprechende Onlinekampagnenform sind «Blitzbewerbungsprozesse», die sich direkt am Handy durchspielen lassen.»**

**Vom Erfolg überrascht: Bei jeder Onlinekampagne konnte der Energieversorger EW Höfe mindestens eine Person einstellen.**

risem darauf die Kampagne sofort mit zusätzlichen Anforderungskriterien angepasst. risem verschickt allen Bewerbern eine automatische Eingangsbestätigung in unserem Namen, dies ist für uns eine grosse Entlastung. Da unsere Storenfachleute unbedingt über mehrjährige Berufserfahrung in der Schweiz verfügen müssen, leitet uns risem eine Liste mit allen Kandidatinnen und Kandidaten weiter, die diese Frage bejaht haben. Diese Dienstleistung schätzen wir sehr.»

Stalder – der mit seinem Unternehmen schon mehr als 160 Unternehmen begleitet hat – sieht in den Kampagnen grosses Potenzial für regional verankerte KMU: «Viele Betriebe leisten Bemerkenwertes, sprechen aber kaum darüber. Eine Onlinekampagne bringt regionale Sichtbarkeit – auf Facebook und Co. tummeln sich nicht nur mögliche Mitarbeitende, sondern auch potenzielle Kundschaft.»

ANZEIGE



Jetzt profitieren

## Lohnfortzahlung im Krankheitsfall?

Entlasten Sie Ihr Unternehmen dank der richtigen Versicherung bei der Lohnfortzahlungspflicht im Krankheitsfall.

[visana.ch/ktg](https://visana.ch/ktg)

Versicherungen **visana**