



SEILBAHNEN **INTERNATIONAL**

REVOLUTION WIE TECHNOALPIN DEN SCHNEE PROGNOTIZIERT

INNOVATION
**WIE DER E-SKI DIE
BRANCHE VERÄNDERT**

AUTOMATION
**WIE SEILBAHN-KI
VERTRAUEN GEWINNT**

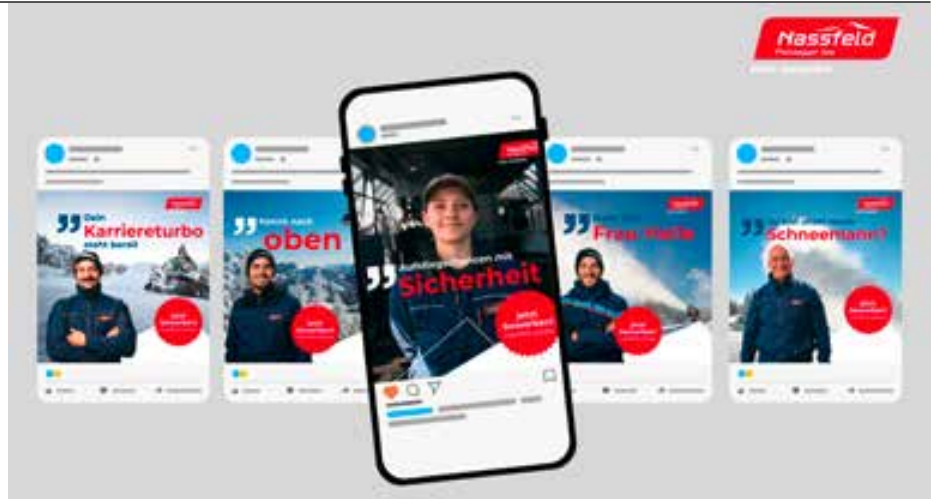
DIGITAL ZU NEUEN MITARBEITERN: PERSONALSUCHE VIA SOCIAL MEDIA

Digitale Kanäle sind das Maß aller Dinge beim Recruiting neuer Mitarbeiter. Wie wirksam sind Digitalkampagnen? Welche Basics braucht es? Was gilt es zu bedenken? Die Bergbahnen Nassfeld und Bad Kleinkirchheim sowie ein Werbeprofi geben Antworten aus der Praxis.

Social Media Postings, mit denen Seilbahnunternehmen im branchenübergreifenden Wettbewerb um Mitarbeiter werben, sind heute Standard. Um das Interesse potenzieller Mitarbeiter zu wecken, werden lässige Einzelbild-Posts ebenso wie dynamische Bildershows und coole Reels, in denen Mitarbeiter zu Wort kommen, abgesetzt.

Die Qualität der Postings ist überwiegend ansprechend, Themen und Aussagen oft aber recht austauschbar. „Social Media wird zum Herzstück des Recruitings, während klassische Kanäle eine Ergänzung darstellen“, betont Bernd Maier, Geschäftsführer der Werbeagentur Rubikon. „Zwar haben Printanzeigen insbesondere in lokalen Medien nach wie vor ihre Berechtigung, auch weil sie Zielgruppen erreichen, die nicht permanent online unterwegs sind. Online-Jobportale sind Standard. Sie bieten Reichweite und Struktur. Social Media ist heute das stärkste Werkzeug, um potenzielle Mitarbeiter nicht nur zu informieren, sondern wirklich zu erreichen und zu begeistern“, konkretisiert der Werber.

Maier und sein Team unterstützen die Bergbahnen Nassfeld seit Herbst 2024 bezüglich Recruiting. „Der Fachkräftemangel, die Notwendigkeit einen durchgängigen Arbeitgeber-Auftritt zu schaffen und eine einheitliche Kommunikationsstrategie umzusetzen, sind mehrere der Gründe warum wir 2024 begonnen haben, unser Employer-Branding zu professionalisieren“, erzählt Robert Buchacher von den Bergbahnen Nassfeld.



Digitales Employer-Branding: Basics

Um professionell digital agieren zu können braucht es eine Reihe von Basics, die wenn nicht vorhanden, geschaffen werden müssen, bevor die ersten Employer-Branding-Kampagnen lanciert werden können. „Wir haben Social Media Kanäle etabliert, einen entsprechenden Mitarbeiter-Bereich inklusive einfacher Bewerbungsmöglichkeit im Web geschaffen, Landingpages vorbereitet u.v.m. Das hat unseren Auftritt in Richtung Mitarbeiter deutlich verbessert“, berichtet der Nassfelder Seilbahner. „Parallel dazu haben wir uns an die Kreation der Employer-Branding-Kampagne gemacht und die Botschaft ‚Diese Arbeit gibt dir Berge‘ samt spannender Headlines und toller Visuals geschaffen“, blickt Rubikon-Chef Maier zurück.

Imageeffekt & Innenwirkung

„Unser neuer Auftritt hat zu deutlich mehr Sichtbarkeit, einer erfreulichen Imagewirkung als Arbeitgeber und großer Motivation und Begeisterung bei den Mitarbeitern geführt, die als Darsteller auf Fotos und in Videos involvierten waren“, zieht Buchacher Zwischenbilanz. „Wichtig ist, dass es gelingt, auch bei Personen, die aktuell keinen Job suchen, die Marke Nassfeld präsent zu halten. Denn sollte ein Jobwechsel anstehen, haben die Bergbahnen gute Karten, bei einer Bewerbung ganz oben zu stehen“, sieht Bernd Maier langfristige Effekte.

Positive Erfahrungen seit 2019

„Wir haben im Rahmen unserer Digitalstrategie 2019 begonnen, der Mitarbeitersuche insbesondere via Social Media großen Stellenwert einzuräumen. Bis heute zeigt sich klar, dass die Kosten-/Nutzen-Relation hier um ein Vielfaches besser ist als bei klassischen Print-Anzeigen. Gleichzeitig hat sich das Medien-Nutzungsverhalten potenzieller Arbeitskräfte hin zu digitalen Kanälen drastisch geändert“, fasst Hansjörg Pflauser, Vorstand der Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen, die Erfahrungen seines Unternehmens zusammen, das auch das Thermal Römerbad betreibt. Print-Inserate schalten die Bad Kleinkirchheim er – ergänzend zu Social Media – nur noch in sehr reduzierter Form, etwa wenn Bereichsleiter- oder Management-Positionen zu besetzen sind. „Doch auch dabei erscheinen uns Online-Portale wirksamer“, verrät Pflauser.

Oliver Pichler

DIE GESPRÄCHSPARTNER

- Robert Buchacher, Bergbahnen Nassfeld, nassfeld.at/de/Jobs
- Bernd Maier, Rubikon Werbeagentur, rubikon.at/referenzen/nassfeld
- Hansjörg Pflauser, Bad Kleinkirchheimer Bergbahnen, badkleinkirchheim.com/jobs