



**Ohne mineralische Rohstoffe keine Infrastruktur –
ohne Social Media kein Recruiting:**

**Wie Unternehmen der Steine-Erden-Industrie mit
gezielten Social-Media-Strategien neue Fachkräfte
gewinnen und langfristig binden**

Werk- und Prüfstellenleiter-Schulung 21. Januar





Warum Social Media für jedes Bauunternehmen wichtig ist

Mitarbeiter finden, sichtbar werden, Vertrauen schaffen

Problem: Der Arbeitsmarkt hat sich verändert

- Fachkräftemangel trifft die Baubranche besonders stark
- Klassische Kanäle (Zeitung, Jobportale) verlieren Wirkung
- Junge Fachkräfte informieren sich online – zuerst!

Warum Social Media?

- Sichtbarkeit: Wer nicht sichtbar ist, existiert nicht
 - Vertrauen: Einblicke schaffen Nähe
 - Reichweite: Kostenlose Aufmerksamkeit für Projekte & Jobs
-
- Expertise & coole Arbeitsatmosphäre beweisen
 - Schnell und Kosten-Effizient

BAUSTELLE

- Bauvovranirren:
- Bauvooramen:
- Bauherr:
- Aachickett:
- Arciktekt:
- Bauliaoktett:
- Baulieution:
- Ausfürttante Firma:



- Bauzeit:
- Baustebtelllel:

0aa:0J0TT:
Gatirne! Bastettuen:



Ackten
Bausselle!



„Bauzeit“
„Bauzeit“



„Bauzeit“
„Bauzeit“



„Bauzeit“
„Bauzeit“



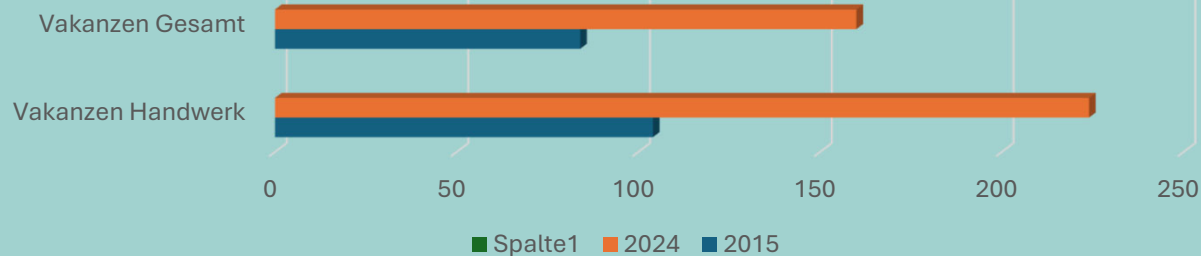
„Bauzeit“
„Bauzeit“



Fachkräfte fehlen strukturell

Zu wenig Sichtbarkeit, wo Fachkräfte sind.

Gleichzeitig stagnierende bzw rückläufige Beschäftigungszahlen im Handwerk.



Klassische Kommunikationskanäle sind technisch korrekt, aber zeitlich ineffizient – kein HR-Problem, sondern ein Distributionsproblem

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Potenziellen Mitarbeiter vollständig digital erreichbar.

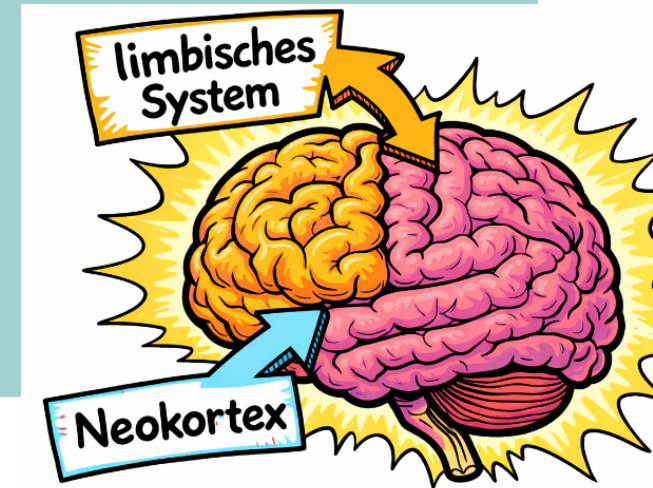
Fakten:

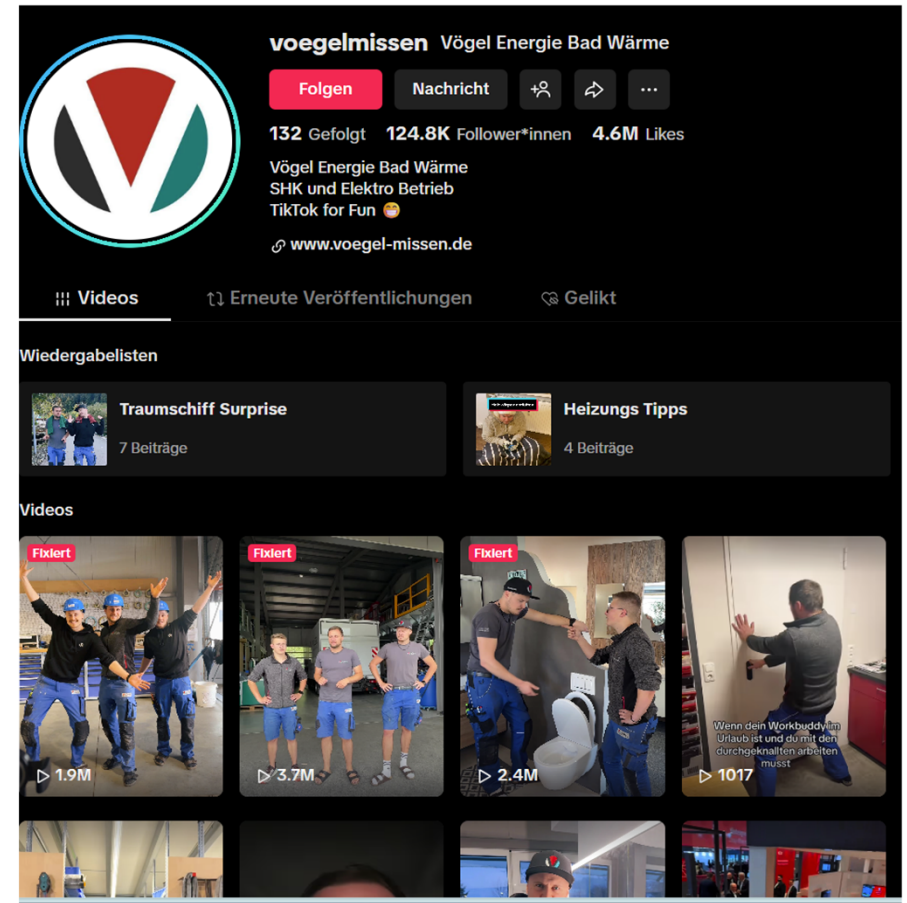
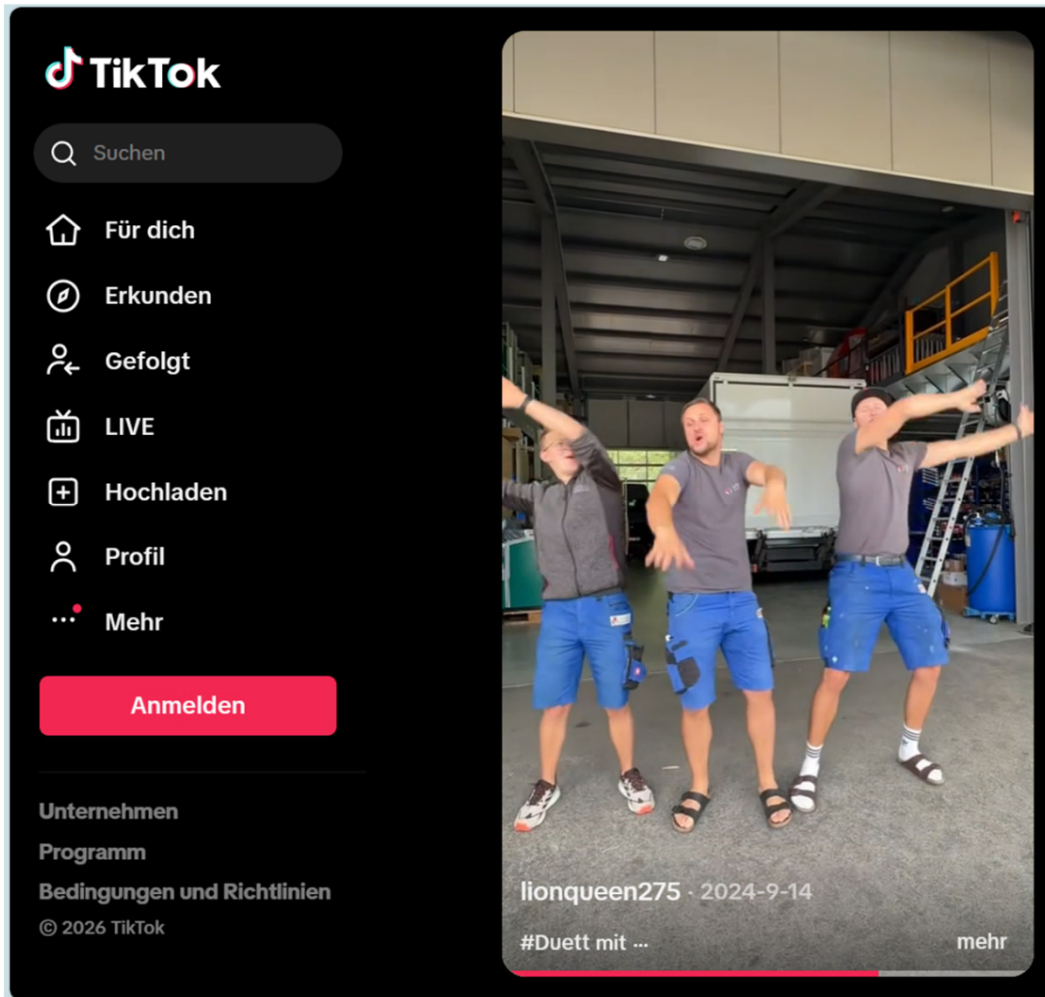
- Internetnutzung Deutschland: 16–64 Jahre: ~**100%**
- Social-Media-Nutzer: **>50 Mio. Menschen**
- Internet-User auf Social-Media: ~ **89%**
- Wer heute nicht digital rekrutiert, **verzichtet aktiv auf Reichweite.**
- Klassische Kanäle (Zeitung, Aushang, Agentur) sind Add-ons, kein Hauptkanal mehr.

Quelle: Bitkom

Was Bewerber heute erwarten

- Authentische Einblicke ins Team
- Einfache Bewerbungswege
- Moderne, sympathische Arbeitgebermarke
- „Menschen wollen Menschen sehen“
- Emotionen gehen ins limbische System





#Duett mit @Vögel Energie Bad Wärme #voegelmissen | TikTok

Best Practice 1: Team zeigen

- Teamfotos, Selfies, kurze Clips
- Wirkung: Persönlichkeit & Identifikation
- Beispiel: „Hier packt Chef noch selbst mit an“

Best Practice 2: Alltag auf der Baustelle

- 10–20 Sekunden Clips: Bagger fahren, Beton gießen, Tipps & Tricks zeigen
- Wirkung: Aktivität & Kompetenz
- Häufig hohe Reichweite aufgrund Dynamik

Best Practice 3: Vorher–Nachher

- Baufortschritte dokumentieren
- Qualität sichtbar machen
- Sehr teilbare Inhalte, emotional



Best Practice 4: Niedrigschwellige Bewerbung

- „Schreib uns per WhatsApp“
- Kein Lebenslauf nötig
- Kontakt in unter 10 Sekunden möglich

Wie fange ich an?

- Ein Kanal reicht: Instagram oder TikTok
- 1 Post pro Woche
- 1 verantwortliche Person (zB Azubi, der eh Spaß daran hat)
- Authentizität wichtiger als Perfektion



Instagram vs. TikTok für Startphase

- **Reichweite:**

Instagram erreicht anfangs fast nur Follower oder braucht Werbebudget.
TikTok verteilt Videos auch ohne Follower direkt an neue Leute.

- **Zielgruppe:**

Instagram spricht eher etwas ältere, bereits etablierte Nutzer an (> 50% 18-34)
TikTok erreicht viele jüngere Handwerker, Azubis und Wechselwillige (~ 86% 18-24)

- **Einstieg:**

Instagram braucht Zeit zum Aufbau.
TikTok kann sofort Reichweite bringen.



Einfacher Workflow

- Handyfoto → Kurze Beschreibung → Post
- Tools: Canva, CapCut, Nano Banana (Google), ChatGPT
 - Achtung: Prompt-Hinweise beachten
- Automatisiert planen & veröffentlichen



Dos & Don'ts

Do:

- Menschliche Einblicke
- Regelmäßigkeit
- KISS (keep it short & simple)

Don't:

- Stockfotos
- Perfektionismus
- Lange Texte oder Fachjargon



Der Start in 5 Schritten

- Kanal auswählen
- Profil aktualisieren (Logo, Beschreibung, Kontakt)
- 10–15 Fotos/Videos sammeln (Team & Baustellen)
- Post erstellen (Foto + 1-2 Sätze + Kontakt)
- Erste Woche posten & testen

Für Fortgeschrittene:

einfachen Posting-Plan erstellen (gerade Woche Team, ungerade Woche Baustelle)



Prompt ChatGPT Formel

Rolle + Aufgabe + Kontext + Ergebnisformat

Rolle = wer soll die KI sein?

Aufgabe = was soll konkret getan werden?

Kontext / Regeln = wichtige Rahmenbedingung, Annahme, Ausschlüsse

Ergebnisformat = wie soll die Antwort aussehen?



Rolle:

Handle als erfahrener Social-Media-Recruiting-Experte für Handwerksbetriebe in der Baubranche.

Aufgabe:

Erstelle einen Social-Media-Post zur Mitarbeitergewinnung.

Kontext / Rahmenbedingungen:

- Zielgruppe sind ausgebildete Handwerker (z. B. Maurer, Zimmerer, Bauhelfer) im regionalen Umfeld.
- Tonalität: ehrlich, bodenständig, nicht werblich, nicht übertrieben, frech&fröhlich.
- Fokus auf Sicherheit des Arbeitsplatzes, gutes Team, pünktliche Bezahlung, geregelte Arbeitszeiten.
- Keine Floskeln, kein Fachjargon, keine Emojis.
- Man soll nicht gleich erkennen, dass du mir geholfen hast, schreibe authentisch, wie ich sprechen würde

Ergebnisformat:

Ein kurzer Post (max. 4-5 Sätze), geeignet für Instagram, mit klarer Handlungsaufforderung am Ende.

ChatGPT 5.2 ▾

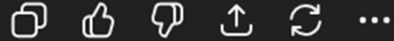
Wir suchen keine Helden, sondern Leute, die ihr Handwerk
warum sie aufstehen.

Bei uns gibt's pünktlichen Lohn, feste Zeiten und ein Team,
Reden schwingt.

Der Job ist sicher, die Baustellen sind hier in der Gegend und
Feierabend.

Wenn du keinen Bock mehr auf Chaos, leere Versprechen oder
passt das ganz gut.

Meld dich einfach kurz per Nachricht oder ruf an, dann re



handwerksbetrieb



Gefällt 287 Mal

handwerksbetrieb Wir suchen keine Helden, sondern Leute, die ihr Handwerk können und morgens wissen, warum sie aufstehen.

Bei uns gibt's pünktlichen Lohn, feste Zeiten und ein Team, das lieber arbeitet als große Reden schwingt.

Der Job ist sicher, die Baustellen sind hier in der Gegend und Feierabend ist auch wirklich Feierabend.

Wenn du keinen Bock mehr auf Chaos, leere Versprechen oder ewige Überstunden hast, passt das ganz gut.

Social Media ist kein Projekt – sondern ein Vermögenswert

Wer Social Media dauerhaft pflegt, baut einen Unternehmenswert auf – ähnlich wie Maschinen, Fuhrpark oder Standort.

- Jeder Post zahlt auf Bekanntheit und Vertrauen ein
- Inhalte wirken langfristig (auch Monate später sichtbar)
- Bewerber informieren sich **vor** der Kontaktaufnahme
- Social Media = digitales Gedächtnis des Unternehmens

Warum Kontinuität Vertrauen schafft

Nicht der einzelne Post überzeugt – sondern die Wiederholung.

- Regelmäßigkeit signalisiert Stabilität
- Verlässliche Sichtbarkeit = verlässlicher Arbeitgeber
- Menschen folgen Unternehmen, bevor sie wechseln
- Vertrauen entsteht durch Wiedererkennung



Langfristige Mitarbeiterbindung beginnt vor der Bewerbung

Social Media wirkt **lange vor** dem eigentlichen Jobwechsel.

- Mitarbeiter identifizieren sich öffentlich mit dem Unternehmen
- Stolz auf Projekte & Team wird sichtbar
- Empfehlungs-Effekt: Mitarbeiter werden Markenbotschafter
- Geringere Fluktuation durch emotionale Bindung



Fazit

- Social Media = modernste „digitale Baustellentafel“
- Geringer Aufwand, starke Wirkung
- Wer heute sichtbar ist, bekommt morgen Bewerbungen

Einfach mal starten



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!