

Recruiting

# Soziale Netzwerke: Sind Sie schon drin?

Facebook, Instagram: Viele Landmaschinenhändler winken jetzt vielleicht genervt ab: „Haben wir bis jetzt nicht gebraucht – brauchen wir in Zukunft auch nicht!“ Unternehmen müssen nicht jeden Trend mitmachen – bei Social Media lohnt sich aber ein genauere Blick. Gerade bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter bieten sich hier interessante Möglichkeiten. Genau wie Ihr Verkaufsraum und Ihre Werkstatt soll Ihre Firma auch im Netz Professionalität ausstrahlen. Wir geben Ihnen hier einige Tipps zur Umsetzung.

## 1. Welt im Wandel

Vor kurzem vermeintlich exotischer Schnickschnack – heute gelebter Alltag. Aktuelles Beispiel: Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Instrument Videokonferenz. Digitalisierung, demografischer Wandel und andere Megatrends verändern unsere Lebenswelt fortlaufend. Ein Teil davon sind die sozialen Netzwerke und ihre Einflüsse auf verschiedene Unternehmensbereiche, wie Marketing, Vertrieb oder Personalarbeit. Unternehmen, die den Anschluss nicht verlieren wollen, müssen diese Entwicklungen im Blick behalten und – wo es Sinn macht – reagieren.

## 2. Social Media und Arbeitgebermarke

Die Veränderungen in der Arbeitswelt haben dazu geführt, dass viele Unternehmen das Thema Employer Branding bereits in ihre Personalarbeit integrieren. Dabei geht es um den Aufbau von Arbeitgebermarken mit dem Ziel, sich im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Die Arbeit mit sozialen Netzwerken ist oft wichtiger Bestandteil



des Employer Brandings. Wer im Kampf um die Talente in seiner Branche und/oder Region die Nase weiterhin vorne haben möchte, wird um Social Media nicht mehr herumkommen.

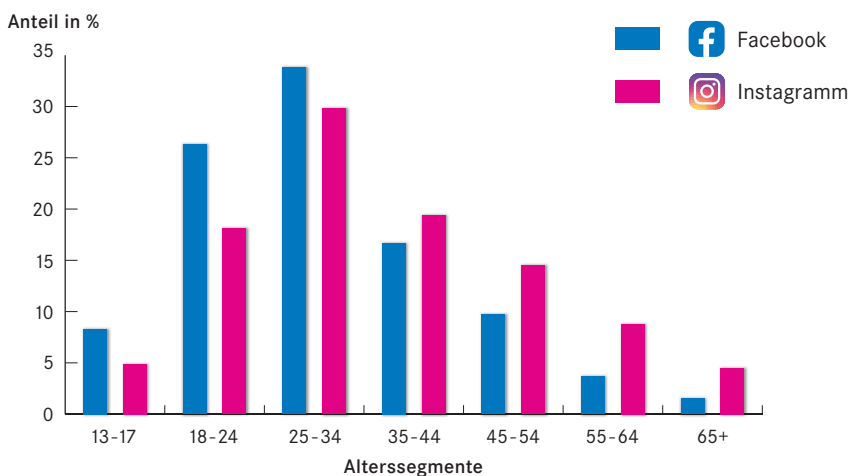
## 3. Klappern gehört zum Handwerk

Soziale Netzwerke eröffnen Landmaschinen-

unternehmen die Chance, sich dort zu präsentieren, wo ihre Zielgruppen unterwegs sind. Das können potenzielle neue Mitarbeitende aber auch Kunden sein. Kleine YouTube-Videos, in denen die neuesten Schlepper oder Precision Farming-Produkte vorgestellt werden, sind nur eine Möglichkeit. Stellenausschreibungen auf Instagram und Facebook erreichen nicht nur die junge Zielgruppe. Oder die direkte Kontaktaufnahme zu spannenden Kandidaten über Karriereportale wie z.B. Xing. Die Möglichkeiten sind bunt.

Gerade jüngere Menschen, die eine neue Herausforderung oder einen Ausbildungsplatz suchen, schauen sich nach der Homepage auch die Social-Media-Präsenzen von Unternehmen an. Sind diese attraktiv gestaltet und auf dem neuesten Stand, kann man als Unternehmen entscheidende Pluspunkte sammeln. Hier einige Vorschläge für Inhalte: Neue Modelle der Lieferanten, Übergaben von größeren Maschinen an Kunden, neue Teammitglieder, Investitionen, wie einen neuen Servicewagen oder eine Reifenmontiermaschine vorstellen, nach Corona auch wieder Einladungen zu Veranstaltungen und Schulungen oder den Spritzen-TÜV sowie aktuelle Stellenausschreibungen. Ein Landmaschinenbetrieb sollte im Internet und den sozialen Medien genau so repräsentativ und

### Überblick Nutzerzahlen Social Media



### Nutzer pro Monat in Deutschland



Quelle: NapoleonCat.com, Xing, Stand April 2020

Fortsetzung Seite 6

## Digitaltag 2020

# Wieviel Technik ist nötig?

Digitalisierung in der Landwirtschaft – Das Experimentierfeld Agro-Nordwest lädt zur Online-Podiumsdiskussion am 19. Juni um 11 Uhr ein.

Die Landwirtschaft steht in vielfältiger Hinsicht vor großen Herausforderungen: Zum einen besteht der Wunsch nach gesellschaftlicher Akzeptanz bei einer zunehmenden Entfremdung der Akteure. Zum anderen steht sie in der öffentlichen Kritik – zu Recht oder Unrecht – hinsichtlich Umweltbelastungen und der Tierhaltung. Und dann ist da auch noch der Fachkräftemangel. Digitali-

sierung wird vielfach als Allheilmittel zur Lösung dieser Probleme gesehen. Dabei sagen viele Landwirte: Die Technik ist zu kompliziert, zu teuer und der Nutzen ist gering. Stimmt das?

In dem vom Bundesministerium für Landwirtschaft und Ernährung (BMEL) geförderten Experimentierfeld Agro-Nordwest geht es genau um diese Punkte: Digitalisierung in der Praxis, heute und morgen. Im Rahmen des ersten bundesweiten Digitaltages am 19. Juni lädt das Experimentierfeld Agro-Nordwest daher zu einer Online-Podiumsdiskussion ein, bei der alle Interessierten eingeladen sind, mit ausgewiesenen Fachleuten über die Aspekte der Digitalisierung in der Landwirtschaft im Spannungsfeld Mensch – Technik – Ökologie zu diskutieren.

Die Auswahl der Podiumsteilnehmer spiegelt die ganzheitliche Herangehensweise der Organisatoren wider: So diskutieren Prof. Uta Wilkens (Institut für Arbeitswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum), Prof. Dieter Trautz (Agrarökologie und umweltschonende Landwirtschaft, Hochschule Osnabrück), Dr.

Thomas Jarmer (Fernerkundung und Digitale Bildverarbeitung, Universität Osnabrück) und Prof. Dr. Michael Brinkmeier (Didaktik der Informatik, Universität Osnabrück).

Moderiert wird dieser digitale Dialog von Dr. Henning Müller. Der Landwirt und technische Leiter der Firma Kotte Landtechnik gilt als Experte zur Digitalisierung der Landwirtschaft.

Die Diskussion findet am 19. Juni von 11.00 Uhr bis ca. 12.00 Uhr als virtuelle Podiumsdiskussion via Zoom-Meetings statt. Interessierte können sich ohne vorherige Anmeldung über die Seite des Digitaltages zuschalten: <https://digitaltag.eu/digitalisierung-in-der-landwirtschaft-braucht-das>.

Oder direkt via Zoom: <https://hs-osnabrueck.zoom.us/j/91293811742>



Digitalisierung in der Landwirtschaft ist Thema der Podiumsdiskussion.

## Veranstalter

### Experimentierfeld Agro-Nordwest

Das Agro-Nordwest ist ein Verbundprojekt von Agrotech Valley Forum e.V., Hochschule Osnabrück, Universität Osnabrück, Ruhr-Universität Bochum, Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz und Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung. Mehr zu diesem Experimentierfeld zur digitalen Transformation im landwirtschaftlichen Pflanzenbau unter: [www.agro-nordwest.de](http://www.agro-nordwest.de).

## Fortsetzung von Seite 5

agil wirken, wie mit seiner Betriebsstätte! Auch die „virtuelle Firma“ muss, genau wie Verkaufsraum und Werkstatt, Professionalität ausstrahlen.

### 4. Strategie und Kosten

Viele Netzwerke bieten Unternehmen kostenfreie Basis-Accounts an. Diese sind in ihren Darstellungsmöglichkeiten im Vergleich zu den Bezahlvarianten zwar beschränkt, reichen für den Einstieg aber oft aus.

Wichtig ist, dass man nicht aus einer Laune heraus agiert, sondern sich mit einer Strategie ans Werk macht. Wer kümmert sich? Wie viel Arbeitszeit muss man einplanen? Macht man alles in Eigenregie oder holt man externe Dienstleister ins Boot? Gibt es ein Budget für die Social-Media-Arbeit? Wie will man professionell mit einem möglichen Shit-Storm umgehen? Welcher Zweck

wird mit dem Auftritt verfolgt – geht es nur um die Arbeitgebermarke oder auch um den Vertrieb? Wer ist die Zielgruppe? Wo ist diese vertreten? Welche Netzwerke sollen gespielt werden?

### 5. Der Faktor Zeit

Social Media-Auftritte, die nach kurzer Zeit wieder verschwinden, werfen kein gutes Licht auf die Unternehmen. Man sollte dieses Projekt gut und langfristig umsetzen oder lieber ganz die Finger davon lassen.

### 6. Wer macht es?

Bevor man externe Agenturen einschaltet, werfen Sie einen Blick in die eigene Belegschaft. Vielleicht gibt es dort jemanden, der geeignet ist und Spaß an diesem Thema hat. Dieser Person kann man mit dieser Kommunikationsaufgabe eine tolle Entwicklungsperspektive bieten und so ans Unternehmen binden. Hier lohnt es sich dann auch in Weiterbildung in Sachen Social Media zu investieren. Ergebnis im Idealfall: Mo-

tivierter Social-Media-Verantwortlicher und überzeugende Unternehmenspräsenz.

## Fazit

Soziale Netzwerke sind keine digitale Eintagsfliege. Sie sind etablierte Instrumente der modernen Arbeitswelt. Gerade für KMU können sie – wohlüberlegt eingesetzt und gestaltet – ein vergleichsweise kostengünstiger und guter Weg der Außendarstellung sein, die nicht nur in der Personalarbeit eingesetzt werden können, sondern auch die Arbeit anderer Unternehmensbereiche, wie z.B. den Vertrieb, aktiv unterstützen.



Schwerdtfeger

Isabel Purnhagen  
Dr. Schwerdtfeger  
Personalberatung  
GmbH & Co. KG  
purnhagen@  
personal-schwerdtfeger.de