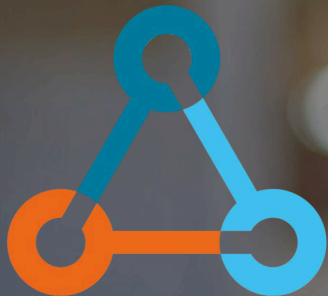


01.01.2025

Recruiting im Handwerk

Learnings & Empfehlungen



Für Marken mit Drive.

Content *Drive*

Recruiting-Insights aus dem Handwerk

Zielgruppenanalyse für eine erfolgreiche Recruiting-Strategie

Unsere Case Study zeigt, worauf arbeitssuchende
Fachkräfte im Handwerk wirklich achten, wenn sie sich ein
erstes Bild von Unternehmen machen.



Research

Der **Personalbestand** im deutschen Handwerk ist 2024 und 2025 weiter **gesunken**. Mehr Betriebe haben Personal verloren als neues eingestellt.

Unsere Umfrage mit 30 Handwerkskräften (18-30 Jahre) liefert praxisnahe Einblicke für gezielteres Recruiting und mehr Vertrauen.

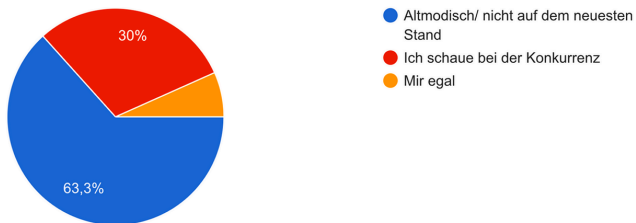


Umfrage-Ergebnisse

93,3% legen Wert auf Social Media Präsenz von Unternehmen

Wenn ein Unternehmen NICHT auf Social Media aktiv ist, wie wirkt das auf dich?

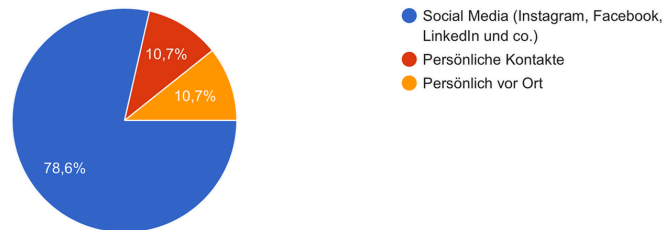
30 Antworten



78,6% informieren sich auf Social Media über Unternehmen

Falls du dich genauer informierst - Wie machst du das?

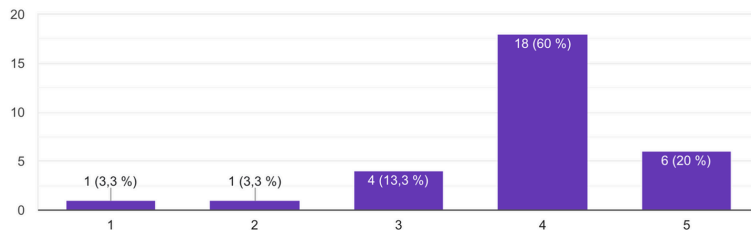
28 Antworten



80% ist der Social Media Auftritt wichtig bis sehr wichtig

Wie wichtig ist dir der Social Media Auftritt eines Unternehmens bei der Entscheidung, dich zu bewerben?

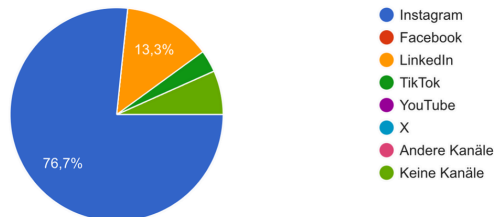
30 Antworten



76,7% informieren sich auf Instagram genauer über Unternehmen

Welchen Social Media Kanal nutzt du, um dir einen ersten Eindruck zu verschaffen?

30 Antworten



Learnings

Social Media ist entscheidend für den ersten Eindruck von Unternehmen. Besonders **Instagram** hat für Jobsuchende eine **hohe Relevanz**.



93,3%

legen Wert darauf, ob ein Unternehmen auf Social Media aktiv ist.



80%

ist der Social Media Auftritt wichtig bis sehr wichtig bei der Entscheidung, sich zu bewerben.

Learnings

Fehlende Sichtbarkeit, mangelnder Content und unzureichende Transparenz **schrecken** viele **Bewerber** in der heutigen Zeit **ab**.



78,6 %

informieren sich auf Social Media über Unternehmen.



76,7 %

informieren sich auf Instagram genauer über Unternehmen.

Best Practices - Bilder



Best Practices - Videos



Link:
<https://drive.google.com/file/d/1HUAFNPu9Pdqu5kvBlgufkYfUKbFj-fJ/view>

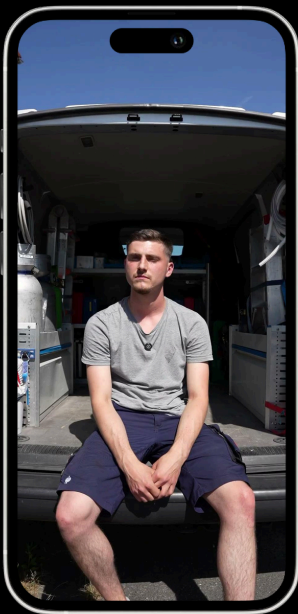


Link:
<https://drive.google.com/file/d/1Riii51EFkZ0qajlA1KGj6Y-EgeSw8wVw/view>

Best Practices - Bilder



Best Practice - Video



Link:
<https://drive.google.com/file/d/1x2VGvshMP1x6sT6eQ2C8oOBplzFT3Emb/view>

Paid Content:

- + Wird gezielt als Werbeanzeige ausgespielt und enthält CTA, sich zu bewerben
- Wird nicht im Feed gepostet

Organic Content:

- + Wird im Feed veröffentlicht und optional zusätzlich als Werbeanzeige ausgespielt
- Kein CTA, um sich zu bewerben

Performance - Analyse einer Kampagne

Laufzeit: 11.07.2025 - 25.07.2025

Impressionen
38.538
Beitragsinteraktionen
132
Kosten/ Bewerbung
47,59€
Bewerbungen
11

Likes
128
Kosten pro Klick
2,01€
Link-Klicks
262
Ausgaben
523,55€



4 Bausteine für erfolgreiche Mitarbeitergewinnung



Funnel - Step 1

Interessanten Content
posten, der die
Zielgruppe anspricht

Funnel - Step 2

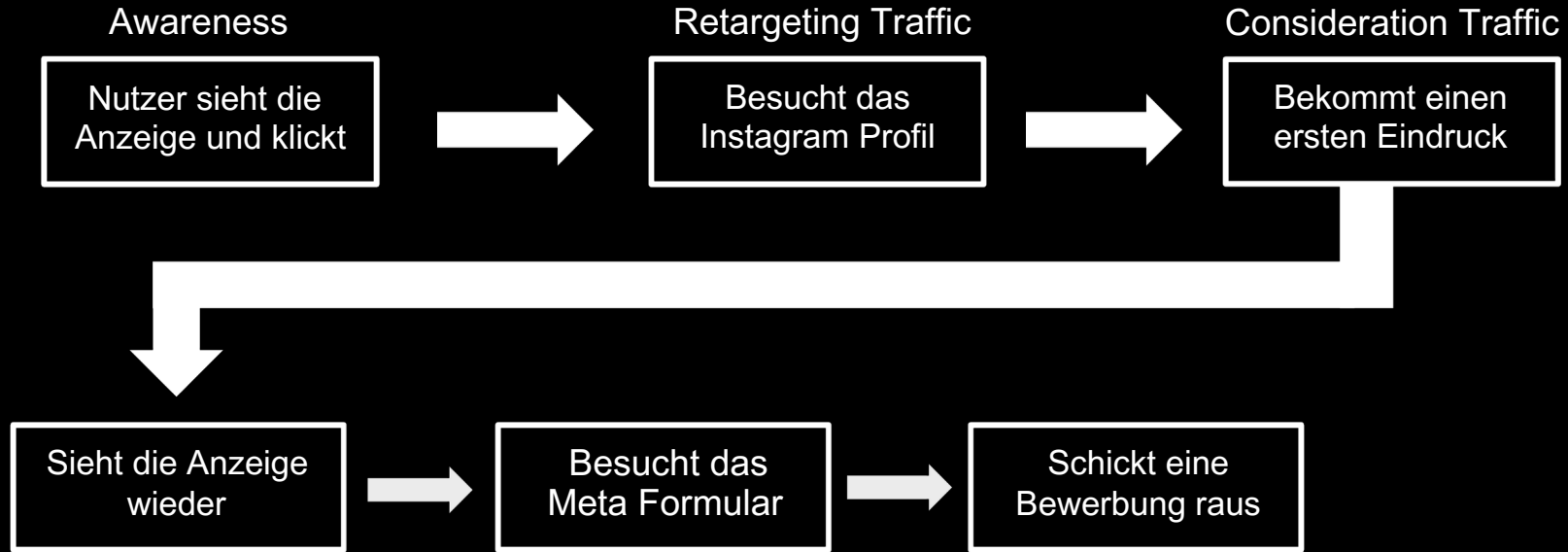
Über Social Paid Ads
potenzielle Bewerber auf
die Landingpage bringen

Funnel - Step 3

Durch das vertrauensvolle
Profil Interesse erzeugen

Funnel - Step 4

Über ein online Formular
direkt Bewerbungen erhalten



Ist jetzt im Conversion Funnel
→ Zielgerichtete Nutzersuche des Algorithmus

Founder

Till Eberhard



Kontakt

till.eberhard@contentdrive.de

Co-Founder

Dario Nemat



Kontakt

dario.nemat@contentdrive.de

Ansprechpartner

Till Eberhard

Dario Nemat

Lacheweg 12

63303 Dreieich

T +49 1520 7527068

till.eberhard@contentdrive.de

dario.nemat@contentdrive.de



Für Marken mit Drive.

Content Drive