

## #MSEimpuls Marketing und Recruiting mit Social Media

*Demmin/Waren (Müritzt), 16.06.2022:* Beim #MSEimpuls am 15.06.2022 ging es um das Trendthema Social Marketing und wie man dieses gezielt für das eigene Marketing, den Imageaufbau und die Personalgewinnung nutzt.

Social-Media-Expertin Kora Mette von der Wirtschaftsförderung MSE klärte die durchschnittlich 35 TeilnehmerInnen eingangs noch einmal über die Bandbreite der bekannten Kanäle von LinkedIn bis TikTok und deren Werdegang und Charakteristika auf. Verbunden mit einer demografischen Übersicht der Medienkonsumenten und deren Nutzungsverhalten zeigte sich, dass das Konsumentenverhalten eng gekoppelt ist an die einzelnen Generationen und deren Bindung an die einzelnen Medien. Während also die älteren Jahrgänge bis zu den Millennials mit klassischen Medien groß geworden sind und diese naturgemäß intensiver nutzen, wachsen die Generationen Y bis Alpha mit digitalen Medien auf und verwenden diese ganz selbstverständlich im Alltag. Je nach Zielgruppe, die man erreichen will – und besonders bei der Personalgewinnung –, kommt man also um die Social-Media-Kanäle nicht herum. Bleibt allerdings die Frage, welche der vielen Social-Media-Möglichkeiten nutzt man für wen, wann und wie.

Antworten darauf gaben im Folgenden Jascha Barkhan, Referent Personalmarketing Land MV und Pascal Seifert von [Edeka Esslinger](#) ein. In ganz unterschiedlichen Herangehensweisen nutzen beide die Sozialen Medien für Imageaufbau und -pflege und natürlich auch zur Personalgewinnung. Während das Land MV in exklusiv produzierten, agenturgestützten Kampagne vor allem auf Social Marketing und damit anzeigenfinanzierte cross-mediale Kommunikation in digitalen und analogen Medien setzt, kommt bei Edeka Esslinger nur selbstproduzierter Content in die Kanäle. Die Medienaffinität vor allem der Azubis und jungen Mitarbeiter nutzend, produzieren diese fast täglich kleine Videos vom Alltag im Unternehmen, gehen in diesen auf Steilvorlagen fremder Beiträge ein, greifen aktuelle Trends und Inhalte auf und vermitteln den Zuschauern so liebenswert lebensecht und authentisch das Gefühl, mittendrin zu sein im Edeka-Arbeitsalltag. So etabliert das Familienunternehmen ein Image als moderner Lebensmittelhändler am Puls der Zeit, der neue Produkte oft als erster im Sortiment hat und bei dem vor allem junge Leute gerne arbeiten. Probleme, offene Ausbildungsstellen zu besetzen, kennt Pascal Seifert daher eher nicht. Und neu gelistete Produkte, hip und zielgruppengerecht in Szene gesetzt, an den Kunden zu bringen, auch nicht. 400.000 Followern und 9 Millionen Klicks auf dem unternehmenseigenen [TikTok-Kanal](#) sei Dank.

Wie relevant das Thema bei den Unternehmen in MSE ist, zeigte auch die kleine Umfrage unter den Teilnehmenden. Von denen nutzen immerhin 61 Prozent regelmäßig Social Media – allerdings nur 50 Prozent auch mit den Marketingmöglichkeiten. Immerhin 75 Prozent wollen nach dem #MSEimpuls ihre Social-Media-Aktivitäten anpassen. 21 Prozent gaben an, dabei Unterstützung zu benötigen.

Informationen und Beratung: Marcus Lange, T: 03991 634 310, M: 0174 308 4005,  
[marcus.lange@wirtschaft-seenplatte.de](mailto:marcus.lange@wirtschaft-seenplatte.de)

#### **Förderung von Social-Media-Aktivitäten**

Mit dem Förderprogramm „go-digital“ gibt es die Möglichkeit, Beratungskosten zum Thema Social-Media durch autorisierte Beratungsunternehmen bis zu 50 Prozent gefördert zu bekommen. Sowohl eine Potenzialanalyse als auch die Umsetzung können dabei begleitet werden, in dem Modul „Digitale Markterschließung“ gehören dazu u.a. auch die Entwicklung einer Online-Marketing-Strategie oder die Nutzung von Social-Media-Plattformen und Content-Marketing.

#### **Vormerken!**

##### **Das sind weitere spannende #MSEimpulse 2022:**

21.09.2022: Nachhaltigkeit – Grüne Energien und Klimaneutralität

16.11 2022: Leuchttürme der Wirtschaft in MSE

**Alle Termine und weiterführenden Informationen:** <https://wirtschaft-seenplatte.de/termine/>