

## **Karriere durch Social Media: So erobern Azubi-Influencer die GenZ**

Die Good News Company revolutioniert den Azubi-Markt: Innovative Ansätze zur Ansprache der GenZ im Bildungsbereich.

## **Herausforderungen im Ausbildungsbereich und innovative Lösungen**

*Dachau*

Die Ausbildungslandschaft in Deutschland ist gegenwärtig von einem ernsthaften Fachkräftemangel betroffen. Eine alarmierende Studie der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) zeigt, dass nahezu die Hälfte der Unternehmen Schwierigkeiten hat, geeignete Auszubildende zu finden. Viele Betriebe berichteten sogar davon, dass sie in letzter Zeit nicht einmal eine einzige Bewerbung erhalten haben.

## **Die Bedeutung von Social Media im Recruiting**

Um dieser Herausforderung zu begegnen, wird der Einsatz von sozialen Medien zunehmend entscheidend. Jens Meurer, Gründer der „Good News Company“, weist darauf hin, dass insbesondere die Generation Z, die vor allem über Plattformen wie TikTok und Instagram erreichbar ist, nicht von den Unternehmen angemessen angesprochen wird. Trotz des Potenzials, das Social Media für das Recruiting birgt, wird es oft noch nicht ernsthaft

genutzt.

Meurer betont: „Viele Unternehmen erkennen Social Media nicht als effektives Rekrutierungsinstrument. Wer Nachwuchs gewinnen will, braucht einen eigenen, erfolgreichen Kanal.“ Dadurch wird deutlich, dass moderne Ansätze und Strategien im Recruiting unverzichtbar sind, um die jungen Talente von morgen zu erreichen.

## **Mr. Karriere als Vorreiter**

Mit seinem Kanal „Mr. Karriere“ hat Meurer über 200.000 Follower auf TikTok gewonnen und fungiert als eine Art Job-Influencer. Seiner Meinung nach ist es entscheidend, Kooperationen zwischen Ausbildungsbetrieben und der Gen Z zu fördern. Unternehmen wie SAP, Airbus und Bosch nutzen bereits seine Dienstleistungen, um ihren Zugang zu dieser wichtigen Zielgruppe zu verbessern.

Meurer erklärt: „Wir helfen Unternehmen, einschließlich der Hochschule Heilbronn und der Landeshauptstadt München, einen direkten Draht zur Generation Z herzustellen, indem wir maßgeschneiderte Social-Media-Kanäle entwickeln.“ Durch die Produktion von 90 Videos in kurzer Zeit und das anschließende Community-Management wird eine nachhaltige Reichweite erzielt.

## **Aufbruch für junge Frauen mit ‚Ms. Karriere‘**

Zusätzlich zu „Mr. Karriere“ hat Meurer den TikTok-Kanal „Ms. Karriere“ ins Leben gerufen, der sich speziell an junge Frauen richtet. Innerhalb von nur sechs Monaten hat dieser Kanal 15.000 Follower angezogen und zielt darauf ab, junge Frauen in ihrer Karriereplanung zu unterstützen. Der Inhalt wird dabei explizit von Frauen für Frauen gestaltet.

„Wir möchten jungen Frauen den Mut geben, ihre Karriere selbstbewusst zu gestalten“, betont Meurer. Unterstützt wird dieses Projekt von namhaften Partnern wie SAP und der Universität St. Gallen, die zur Förderung von Diversität und Chancengleichheit beitragen.

## **Marktführer in der sozialen Medientechnologie**

Dank dieser Initiativen hat die „Good News Company“ kürzlich behaupten können, die größte Social-Media-Agentur im Bereich Ausbildung und Beruf zu sein. In Kombination mit weiteren Influencern erreicht die Agentur über 1,2 Millionen Follower. Meurer erläutert: „Mit GNC & Friends bieten wir Unternehmen die Bekanntheit und den direkten Zugang zur Generation Z durch spannende und lehrreiche Inhalte.“

In einer Zeit, in der der Wettbewerb um junge Talente intensiver denn je ist, stellt die Integration von Social Media in den Rekrutierungsprozess eine vielversprechende Lösung dar, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und die zukünftigen Führungskräfte von morgen zu gewinnen.

Details

**Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)**