

DIE KATZE IM SACK:

FACHKRÄFTEMANGEL, SOCIAL MEDIA UND DIE TEUREN VERSPRECHEN DER DIGITALEN HEADHUNTER

Fachkräftemangel ist das neue Wetter: Alle reden darüber, keiner kann es ändern, und manchmal hat man das Gefühl, es regnet Bewerbungen – nur leider aus der falschen Richtung. Während sich auf klassische Stellenanzeigen zunehmend mehr Headhunter als Bewerber melden, liegt der Gedanke nahe, das Spiel umzudrehen: Warum nicht dorthin gehen, wo die jungen Talente ohnehin sind – auf Social Media?

Instagram statt Indeed, TikTok statt Tageszeitung. Man postet ein sympathisches Teamfoto mit Zahnbürstenherz und Hashtag #DreamTeamKFO, und schwupps, die Bewerber strömen herbei. Theoretisch. Praktisch kommen oft erst einmal: Angebote von Agenturen.

Sie versprechen, in drei Wochen die Praxis „mit qualifizierten Bewerbern zu fluten“. Die Präsentationen glänzen, die Preise auch. Und irgendwo zwischen „Performance Recruiting Funnel“ und „Conversion Optimierung“ geht dann unter, dass es sich juristisch oft um Verträge mit erstaunlich vagen Inhalten handelt.

Die Katze im Sack – juristisch betrachtet

Wer sich für solch ein Social-Media-Recruiting entscheidet, sollte wissen: Viele dieser Verträge sind in ihrer rechtlichen Substanz so dünn wie ein Instagram-Filter. Wichtige essentialia negotii – also die grundlegenden Vertragsbestandteile wie Art und

Umfang der geschuldeten Leistung, Mitwirkungspflichten oder Erfolgskriterien fehlen nicht selten oder sind so unbestimmt formuliert, dass sie im Streitfall kaum durchsetzbar sind.

Was bedeutet das? Nun, wer keine klare Leistung vereinbart, kann später auch keine klare Leistung verlangen. Ein „Wir schalten Anzeigen und optimieren Reichweite“ ist nett, aber rechtlich kein greifbares Versprechen. Eine Erfolgshaftung, also etwa die Verpflichtung, tatsächlich Bewerbungen zu liefern, wird in aller Regel ausgeschlossen. Stattdessen gilt: Gezahlt wird für das Bemühen, nicht für das Ergebnis. Das mag in der Liebe funktionieren, aber im Arbeitsmarkt führt es oft zu einem ernüchternden Fazit: viel Geld, wenig Ergebnis.

KI statt KPI?

Vielleicht liegt die Zukunft ja wirklich in einem anderen Trend: Künstliche Intelligenz. ChatGPT schreibt in 30 Sekunden eine charmante Stellenanzeige, entwirft gleich den passenden Social-Media-Post dazu und berechnet dafür – nichts. Auch wenn das Ergebnis vielleicht nicht gleich das nächste „Dream-Team“ ins Haus spült, ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis unschlagbar.

Und wenn es dann doch nicht funktioniert? Nun, immerhin bleibt einem die Gewissheit, dass man diesmal nicht die Katze im Sack gekauft hat, sondern höchstens eine generierte. ■

© mitK! generiert

**MITARBEITER
GESUCHT-**

**aber bitte keine
Katze im Sack!**



#DreamTeamKFO
#SocialMediaRecruiting