

Wenn KI den Arbeitgeber empfiehlt

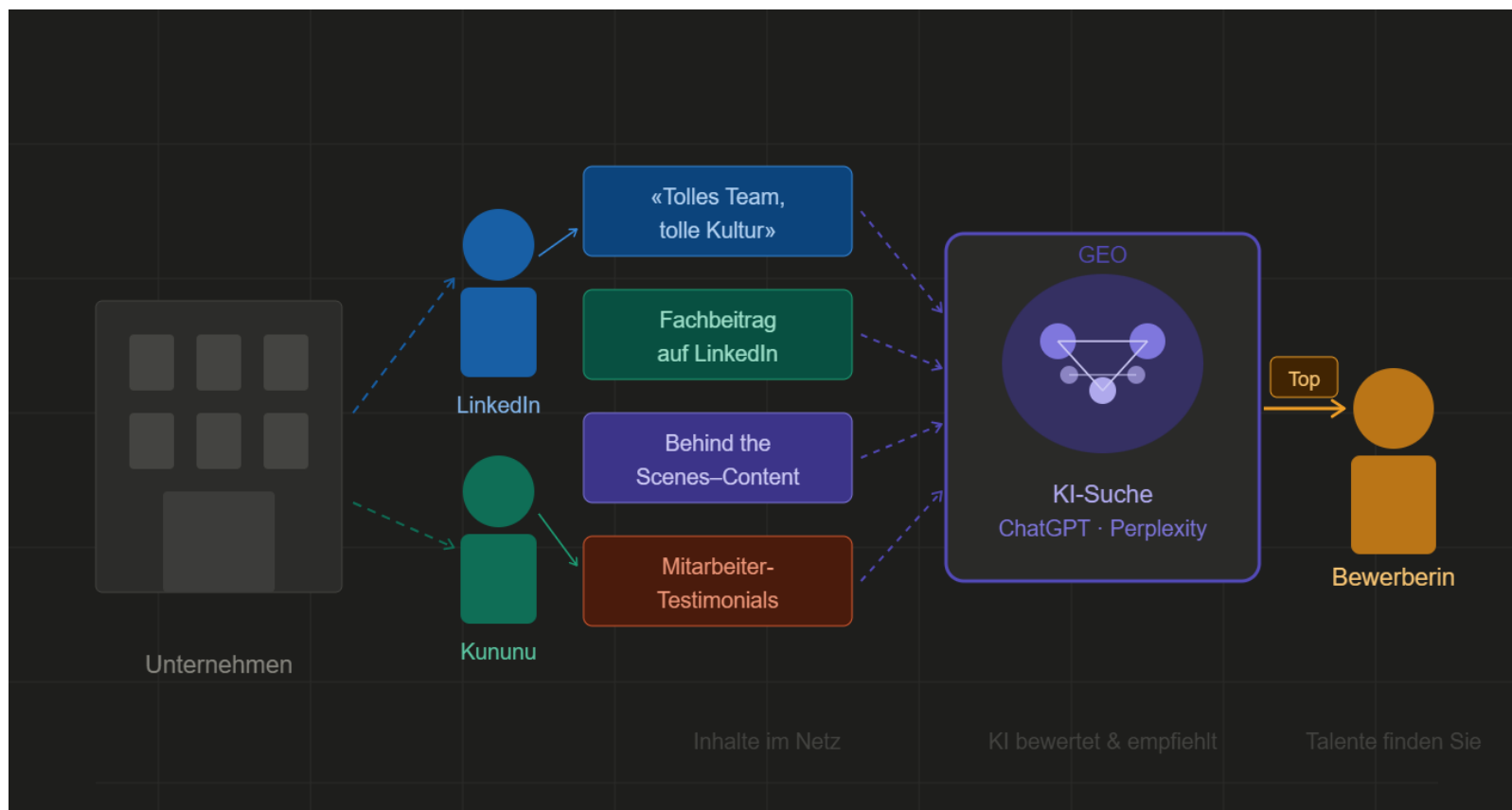


Bild: Claude.ai

Haben Sie in Ihrem Unternehmen das tollste Team? Das beste Arbeitsklima? Gratuliere! Erlauben Sie die Anschlussfrage: Weiss das jemand ausserhalb Ihrer Firma? Findet man die begeisterten Statements Ihrer Mitarbeitenden im Netz? Authentische Belege, dass sie ein top Arbeitgeber in Ihrer Region sind?

Warum es jetzt allerhöchste Zeit ist eine Sichtbare Arbeitgebermarke zu werden und was das mit Künstlicher Intelligenz zu tun hat.

Die Art und Weise wie Menschen nach Produkten, Marken und auch Arbeitsstellen suchen, verändert sich gerade grundlegend. Viele von uns sind noch Generation «Google». Eine traditionelle Suchmaschine war unsere erste Anlaufstelle, egal ob bei Stellensuche, Kochrezepten oder Lohnrechner.

Doch dieses Verhalten verändert sich grundlegend: 50 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer verwenden zumindest gelegentlich KI-Chats statt klassischer Suchmaschinen und bei den 16- bis 29-Jährigen sind es sogar zwei Drittel. Und mit Google, die ihre «KI-Modus» bei jeder Suchanfrage pushen, wird dieser Trend rasant zunehmen. Für Unternehmen heisst das: Sie müssen neu auch in ChatGPT oder Perplexity gefunden werden. Die traditionelle «Search Optimization» (SEO) im Internet wird zur «Generative Serch Optimization» (GEO).

Der Paradigmenwechsel kann in zwei Sätzen veranschaulicht werden:

SEO optimierte für Indexierung, Keywords und Klicks.
GEO optimiert für Verstehen, Kontext und Vertrauen.

Verstehen bedeutet, dass Ihre Inhalte im Netz die Karriereziele und Werte potenzieller Bewerber ansprechen. Kontext heisst nicht nur Stellen ausschreibt, sondern zeigen, wie zum Beispiel die Möglichkeit zur Teilzeitarbeit bei einem ländlichen Arbeitgeber die Vereinbarkeit von Arbeit und Mithilfe im elterlichen Bauernbetrieb sicherstellt. Das Vertrauen wird durch echte Mitarbeiterstimmen und zertifizierte Weiterbildungsprogramme untermauert, die von der KI als Beweis für eine attraktive Unternehmenskultur gewertet werden. So erscheint der Betrieb bei der Suche nach «modernen Arbeitgebern in der Region» nicht nur als Treffer, sondern als fundierte Empfehlung.

Was heisst das für Sie?

- Es zählt weniger, wo Sie erscheinen, sondern wie über Sie gesprochen wird.
- Inhalte müssen nicht nur auffindbar, sondern verständlich, zitierfähig und kontextrelevant sein, so dass sich von einer KI übernommen werden können.
- KI-Systeme bevorzugen konsistente und gut strukturierte Informationen. Unabhängig davon, ob sie auf Ihrer Website, in Fachartikeln, Social-Media-Posts oder Produktbeschreibungen stehen.

Beispiel: Sie gewinnen als Unternehmen einen Award. Früher hätte diese Information gereicht, weil Preis = Anerkennung = gut. Heute liefert das KI-Suchergebnis auch die Information, ob dieser Preis wirklich renommiert ist, also von einer Jury vergeben wird, oder ob er z. B. verliehen wird, wenn man sich bei einer Organisation einkauft.

Markenaufbau wird jetzt unverzichtbar

Spätestens jetzt wird der Aufbau einer Arbeitgebermarke zum «must-have». Der Vorteil: Sie können sehr viel selber steuern, was über Ihre Unternehmung im Netz auffindbar ist.

- Schreiben Sie zum Beispiel auf der Website, in Blogs, FAQs oder wenn möglich Fachartikel, tiefgehende, erklärende Inhalte zu häufigen Fragen potentieller Mitarbeiter.
- Nutzen Sie dafür wenn möglich strukturierte Formate (z. B. „Was ist...?“, „Wie funktioniert...?“, „Vorteile von ...?“), weil KIs solche Fragen bevorzugt verarbeiten.

KIs beziehen Wissen aus dem gesamten Web. Darum sind Empfehlungen in Form von Links von anderen Websites wichtig (sogenannte Backlinks. KI-Systeme bevorzugen Inhalte, die oft erwähnt oder verlinkt werden.

- Veröffentlichen Sie Fachartikel auf LinkedIn oder in Branchenblogs.
- Bieten Sie Ihre Unternehmensgeschichte und Expertise für Interviews und Podcasts an.
- Nutzen Sie Presseportale (z. B. openPR, Pressebox) für Fachmitteilungen.
- Pflegen Sie Unternehmensprofile auf Wikipedia, Crunchbase, ProvenExpert oder anderen Datenbanken.
- Branchenverzeichnisse sind wertvoll, wenn sie seriös und thematisch passend sind.

Ihre Mitarbeitenden sind dabei der wichtigste Hebel gegen den Fachkräftemangel. Sie sind die Aushängeschilder ihrer Firma im Netz. Motivieren Sie sie, die Sichtbarkeit und das Vertrauen Ihrer Firma im Netz zu erhöhen. Zum Beispiel mit:

- **Authentischen Bewertungen auf Plattformen:** Ehrliche Rezensionen auf Portalen wie Kununu oder Google Maps sind für KI-Modelle harte Fakten. Wenn Mitarbeitende dort spezifische Aspekte (z. B. Führungskultur oder Weiterbildung) loben, validiert das Ihre Marketing-Aussagen auf der Website.
- **Fachliche Präsenz auf LinkedIn:** Wenn Mitarbeitende über technische Lösungen oder HR-Themen posten, steigt die «Autorität» des gesamten Unternehmens. Die KI verknüpft die Expertise der Köpfe mit der Kompetenz der Firma.
- **«Behind the Scenes»-Content:** Echte Einblicke in den Arbeitsalltag, ohne Hochglanz-Filter. Am besten über mehrere Plattformen hinweg, also LinkedIn, Instagram, Facebook.
- **Interaktion mit Branchen-Themen:** Wenn Ihre Leute fachlich relevante Beiträge kommentieren oder teilen, erkennt die generative Suche dein Unternehmen als aktiven, lebendigen Teil eines Experten-Netzwerks an.
- **Mitarbeiter-Testimonials mit Gesicht:** Zitate auf der Website oder in sozialen Medien, die mit echten Profilen verknüpft sind, dienen als sozialer Beweis. Für GEO ist die Verknüpfung von Namen, Funktion und positiver Aussage ein starkes Signal für Verlässlichkeit.

Pro Tip zum sofort Umsetzen: Mit dieser einfachen Formel können Ihre Mitarbeitenden in ihrem LinkedIn Ihre Arbeitgebermarke stärken.

[Experte für Thema X] | [Spezifischer Fokus/Kontext] | [Deine Rolle bei Firma Y] Projektleiter für nachhaltigen Holzbau | Experte für energieeffiziente Sanierung in Luzern | Musterbau GmbH

Wie geht's jetzt weiter?

Employerbranding für GEO ist nicht schnell, schnell erledigt. Der Aufbau einer Marke dauert seine Zeit und muss stetig gepflegt werden. Es ist der sprichwörtliche Marathon. Lassen Sie sich aber davon nicht entmutigen. Wenn Ihre Firma heute damit beginnt, jede Woche eine Stunde in LinkedIn, Fachartikel, Mitarbeiter Testimonials oder eine optimierte Website zu investieren, werden Sie in einem Jahr so viel weiter sein als heute und für jede KI-Suche eine relevante Quelle werden.

Quelle Studie:

[Bitkom: Internet-Suche im Wandel – die Hälfte nutzt bereits KI-Chats](#)

Lisa Catena Gyger ist Unternehmerin und Expertin für digitale Transformation. Die gebürtige Schweizerin gründete und leitet als Produktverantwortliche die Berufswahlplattform „Lehrberufe Live“. Als Dozentin für das Fach Künstliche Intelligenz ist sie am CEPS der Universität Basel und einer höheren Wirtschaftsfachschule tätig. Ihre Mission: Menschen und Unternehmen in der KI-Transformation zu begleiten und fit zu machen.

Webseite: <https://www.lisacatenagyger.ch/>

**So werden Sie bei ChatGPT und Co. Gefunden!**

Generative Engine Optimization

Bei santur KI für Unternehmen

CHF 29.90

