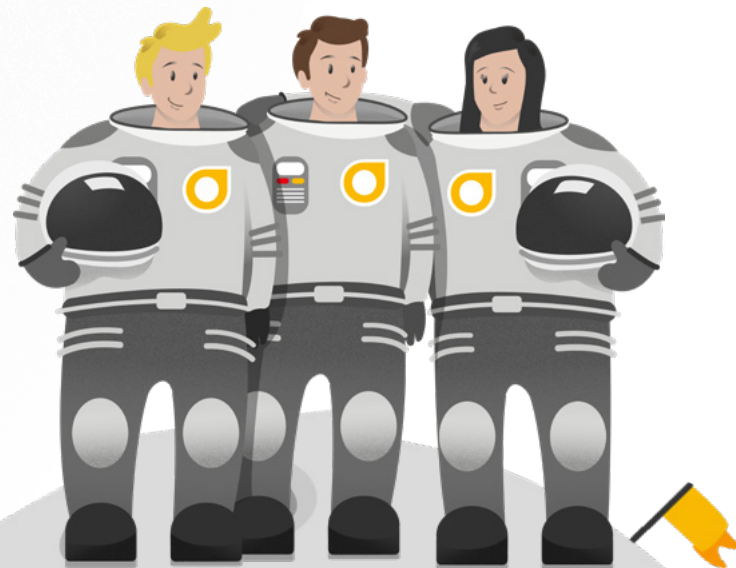


7 TIPPS FÜR DIE TEILNAHME AN RECRUITING-EVENTS

AM BEISPIEL DER OTTO (GMBH & CO KG) AUF DEM



ZUR RELEVANZ VON RECRUITING-EVENTS

In nahezu jeder Branche, doch besonders im IT-Bereich werden sie händeringend gesucht: **Fachkräfte**. Qualifiziert sollen sie sein, motiviert und natürlich flexibel. **Das Problem:** Der Stellenmarkt ist – unter anderem durch den Fachkräftemangel - schon seit Längerem kein Stellenmarkt mehr, sondern eher ein **Bewerbermarkt**. Es gibt überproportional viele freie Stellen und nur wenige verfügbare Mitarbeiter. Dadurch werden die bisher bekannten Rollen getauscht: Die Bewerber können sich aussuchen, welche Stelle ihnen am besten gefällt, und die Unternehmen müssen überzeugen und Werbung in eigener Sache machen.

Nicht nur aufgrund dieser Entwicklung boomt der **Markt für Recruiting-Events**. Egal ob für Absolventen oder Berufserfahrene: Alle möchten sich möglichst **umfangreich und persönlich** informieren. Diese Veranstaltungen sind daher die perfekte Chance, sich gegen konkurrierende Unternehmen **durchzusetzen** und den nächsten Traum-Mitarbeiter zu finden.

Der **IT Career Summit**, kurz **ITCS** richtet sich speziell an **Studenten, Absolventen und junge Fachkräfte aus der IT-Branche**. Er verbindet die Elemente Tech Konferenz, IT-Jobmesse und Festival miteinander, um allen Beteiligten ein tolles Erlebnis zu liefern und die junge Zielgruppe zu begeistern.

Um auf solch einem zukunftsweisenden Event aufzufallen und erfolgreich Bewerber zu finden, müssen Aussteller einiges beachten. Denn nur wer den Besuchern **auf Augenhöhe** begegnet und überzeugend vom eigenen Unternehmen berichtet, hat eine Chance, **im Gedächtnis zu bleiben** und einen Eindruck zu hinterlassen. Wie das geht, erfahren Sie am Beispiel der **Otto (GmbH & Co KG)**, die im Mai 2019 auf dem **ITCS in Hamburg** sehr erfolgreich um neue IT-Talente warb.



INHALTSVERZEICHNIS

... S.4 Gute Vorbereitung



7 Faktoren

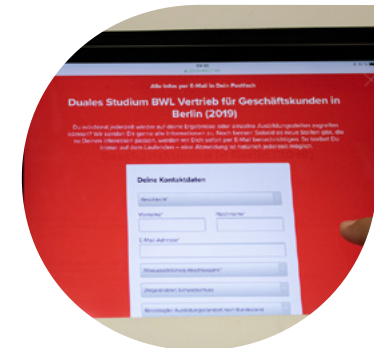
- ... S.5 1. Personal
- ... S.6 2. Storytelling
- ... S.7 3. Individuelle Ansprache
- ... S.8 4. Mit der Zeit gehen
- ... S.9 5. Offene Gestaltung
- ... S.10 6. Klar kommunizieren
- ... S.11 7. Leadmanagement



Entdecke deinen
Traumjob in 360°.



... S.12 ITCS SPECIAL: LED Messewand kostenlos testen

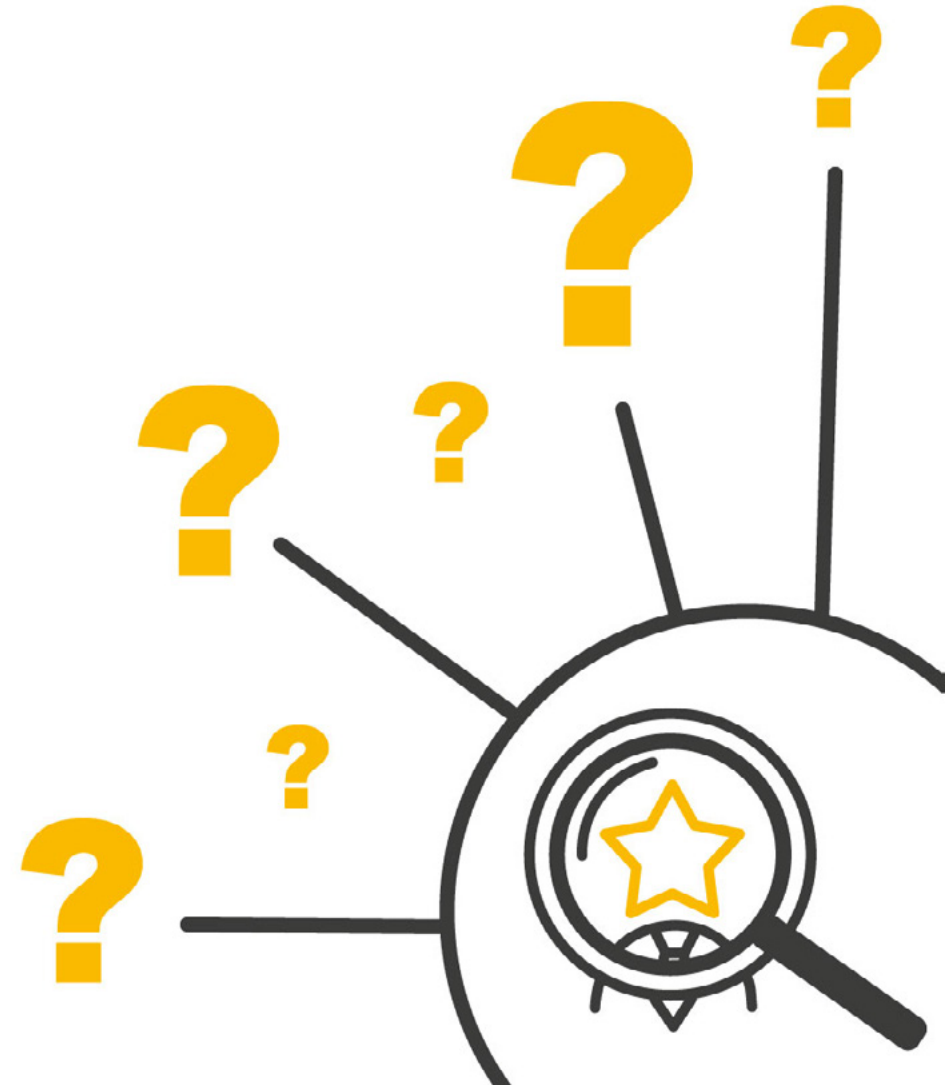


GUTE VORBEREITUNG

Bevor es mit der Messeplanung losgeht, sollten Sie sich diese Fragen stellen:

- Warum nehmen Sie gerade an dieser Messe teil?
- Welche Stellen wollen Sie besetzen?
- Wie viele Gespräche wollen Sie führen?
- Welche Bewerber suchen Sie?
- Wie gehen Sie mit interessanten Bewerbern vor?
- Ab wann stufen Sie die Messe als Erfolg ein?

Die Antworten auf diese Fragen sind die **Basis für Ihre gesamte Messeplanung** und von ihnen hängt auch das **Design Ihres Messestandes** ab. Nehmen Sie sich also genug Zeit für diese Vorbereitung!



1. PERSONAL



Menschen gehen auf Recruiting-Events und Jobmessen, um informiert zu werden und einen Ansprechpartner des Unternehmens **persönlich kennenzulernen**. Die reine Stellenausschreibung können sie auch auf der Homepage nachlesen: was sie suchen, ist **kompetente Beratung**. Und die müssen Sie ihnen bieten!

Darum sollte Ihr Standpersonal umfangreich bescheid wissen über offene Stellen, Einstiegsmöglichkeiten und – je nach Messe – duale Studiengänge und Co. Damit wirklich für jede Frage der passende Ansprechpartner vor Ort ist, sollten Sie ein **diverses Team** mitnehmen: Jede relevante Abteilung sollte vertreten sein, möglichst durch einen Azubi und einen erfahrenen Kollegen.

OTTO

Die Otto (GmbH & Co KG) setzt beim Standpersonal auf einen **bunten Mix** aus gut geschulten Mitarbeitern, die als Experten auf ihrem Gebiet fungieren. Im Jahr 2017 startete das Unternehmen sein **Jobbotschafter-Programm**: Seitdem wurden **über 200 Mitarbeiter** zu Botschaftern für das Unternehmen ausgebildet. Einige von ihnen empfangen auch die Besucher des ITCS in Hamburg. Sie agieren als Experten und **Vertreter ihres Fachbereichs** und können den potentialen Bewerbern nicht nur fachliche Fragen beantworten, sondern auch einen authentischen Eindruck des Arbeitsalltags bei OTTO vermitteln.

Das schafft **Vertrauen und Transparenz** und von Anfang eine persönliche Verbindung. **Das Besondere**: Viele Jobbotschafter sind nicht nur auf Messen unterwegs, sondern vertreten OTTO auch online auf Blogs und in sozialen Medien. Dadurch bieten Sie auch abseits des Messestandes vielfältige und persönliche Einblicke in ihren Arbeitsbereich.



2. STORYTELLING

Um in der vollen Messehalle aufzufallen, muss ein Stand ins Auge springen und eine **klare Botschaft** vermitteln. Das geht durch gekonntes Storytelling. Das Wichtigste: Sie müssen eine Geschichte erzählen, die **leicht verständlich** ist und im **Gedächtnis** bleibt. Dafür müssen Sie sich fragen:

Was macht Ihre Marke/Firma aus? Und was bieten Sie Bewerberinnen und neuen Kollegen? Was hebt Sie von allen anderen Unternehmen ab?

Das kann z. B. die besondere Fachkompetenz Ihrer Firma sein, der große Teamzusammenhalt, die Weiterentwicklungsmöglichkeiten oder der exotische Standort. Sobald Sie dieses Alleinstellungsmerkmal identifiziert haben, müssen Sie es in Ihr Messestanddesign und den gesamten Messeauftritt einbauen. Dazu gehören nicht nur passende Giveaways, sondern auch thematisch abgestimmte Aktionen und Dresscodes.

OTTO

Storytelling wurde beim Auftritt auf dem ITCS groß geschrieben: Anstatt sich auf einen Messestand zu beschränken, setzte die Otto (GmbH & Co KG) auf **mehrere Stationen**. Angelina Peipers, Referentin Personalmarketing:

„Auf dem ITCS wollten wir den Besuchern auf allen Ebenen einen Einblick in unser Unternehmen und unsere Teams geben. Das fing am **Eingang** an: Hier wurden alle von einer **LED-Messewand** empfangen und willkommen geheißten. Auf dem Weg zum Ziel wird man bei der OTTO regelmäßig begleitet – das symbolisierte die **Stufenbeklebung** auf den beiden Treppen, die zur Expo führten. Bei OTTO darf und muss man regelmäßig Neues lernen – das entspricht unserer **Tech-Lounge** mit VR-Modul, Tablets und Technologien der Zukunft. Auf der beruflichen Reise wird einem immer wieder der Weg gewiesen und das Ziel vor Augen geführt – das war in diesem Fall das **Hologramm HoloLUMIN**, das den Besuchern schon von weitem zeigt: Hier ist OTTO! Das Ziel war natürlich der große Messestand, auf dem noch sehr viel mehr geboten wurde. Er vereint verschiedene **interaktive Elemente**, z. B. Live-Coding-Sessions mit unseren Entwicklern.“



3. INDIVIDUELLE ANSPRACHE

Besucher möchten auf Augenhöhe angesprochen werden und sich besonders fühlen. Mit einem **individuell gestalteten** Messestand erhöhen Sie daher die Chance, dass potenzielle Bewerber stehen bleiben und sich bei Ihnen informieren.

Das schaffen Sie z. B., indem Sie Ansprachen an den jeweiligen **Veranstaltungsort** („Hallo Dortmund!“) und an das **Thema bzw. die Zielgruppe der Messe** (z. B. Schüler und Absolventen) anpassen. So gehen Sie sicher, dass Sie auffallen und den Messebesuchern das bieten, was sie suchen. Die Ansprache sorgt außerdem für **Fernwirkung** und zieht die Blicke der Besucher schon von Weitem auf sich.

OTTO

Da der ITCS ein reines **IT-Recruiting-Event** ist, konnte sich die Otto (GmbH & Co KG) bei der Ansprache ganz auf diese Zielgruppe konzentrieren. Mit Aufforderungen wie „Challenge deine Skills in Live-Coaching-Sessions mit unseren DEVS.“ wurden die ITler auf Augenhöhe angesprochen und zugleich zur Interaktion aufgefordert. Das **Hologramm HoloLUMIN** überstrahlte mit einer **Höhe von 3,5 Metern** die übrigen Messestände und sorgte gemeinsam mit dem leuchtenden **LED-Messestand** für Fernwirkung.

Ein kleines vorgelagertes Standmodul mit integriertem **TV-Bildschirm** zeigte die Live-Coaching-Session und lud so zum Stehenbleiben und zur Interaktion ein. Zudem war OTTO auch **Sponsor** des **24-Stunden Hackathon** am Vortag des Events. Diese Plattform nutzte das Unternehmen geschickt, um auf sich und die offenen Stellen aufmerksam zu machen.



4. MIT DER ZEIT GEHEN

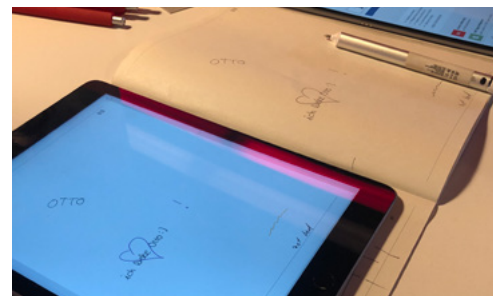
Flyer und Kugelschreiber sind heutzutage nicht mehr genug: Besonders junge Zielgruppen wollen etwas **erleben, sie möchten ausprobieren und anfassen**. Sie erwarten Erlebnisse und denkwürdige Angebote, wenn Sie auf Recruiting-Messen gehen.

Außerdem präsentieren Sie mit Ihrem Messeauftritt ja Ihr Unternehmen und möchten aller Welt zeigen, **wofür Sie stehen**. Da sollte moderne Technik und die Offenheit für Veränderung definitiv eine Rolle spielen. Mit spielerischen und **interaktiven Aktionen am Messestand** können Sie diese Botschaft am effektivsten transportieren. Darum müssen Sie rund um Ihre offenen Stellen ein **interaktives Erlebnis** schaffen. Mithilfe von Tablets, Image-Filmen und VR- bzw. AR-Anwendungen kreieren Sie einen Messeauftritt, der Besucher mit einbezieht und den keiner so schnell vergisst.

OTTO

Die Otto (GmbH & Co KG) war definitiv auf Augenhöhe mit der jungen und besonders digitalen Zielgruppe: In der **Tech-Lounge** wurden moderne technische Anwendungen vorgestellt, mit denen angehende Mitarbeiter auch in Zukunft arbeiten könnten. Dazu gehörte eine **VR-Brille**, die je nach Veranstaltung mit unterschiedlichem Content bespielt wird. Mal ein **360°-Rundgang durchs Unternehmen**, mal ein Video, das den Beruf des E-Commerce-Kaufmanns näherbringt.

Auf bereitgestellten Tablets konnten interessierte Besucher außerdem ihre **eigene Handschrift digitalisieren** und Einblick in digitale Arbeitsumgebungen erhalten. Die Tech-Lounge diente beim ITCS hauptsächlich dazu, die Möglichkeiten und Anwendungsbereiche dieser neuen Technologien vorzustellen. So wurde ein **Messe-Erlebnis** geschaffen, das nicht nur im Gedächtnis bleibt, sondern echten **Mehrwert** bringt und Informationen vermittelt.



5. OFFENE GESTALTUNG

Was ist das Ziel Ihres Messeauftritts? Vermutlich folgendes: Mögliche Bewerber kennenlernen und ein gutes Gespräch mit ihnen führen. Damit das funktioniert, muss auch Ihr Stand genau darauf ausgelegt sein: Er sollte offen und einladend gestaltet werden. Achten Sie daher darauf, dass Sie **keine optischen Barrieren** wie Trennwände oder Theken verwenden. Im Gegensatz zu Messeständen auf Fach- und Industriemessen genügen auf Recruiting-Messen ansprechende Stehtische, die einladend und zugleich unverbindlich wirken. Das wird durch **ausführliches Informationsmaterial** und **spannende Bild-Motive** unterstützt, die neugierig machen und den Gesprächseinstieg erleichtern.

Tipp für Schüler- und Azubi-Messen: Diese Zielgruppe ist häufig unsicher und eher **schüchtern**. Schaffen Sie sogenannte **Kennenlern-Zonen**, in denen sich die jungen Besucher ungestört und eigenständig informieren können, wenn sie noch nicht direkt mit einem Mitarbeiter ins Gespräch kommen wollen. Weitere Infos zu Kennenlern-Zonen finden Sie **in diesem Artikel**.

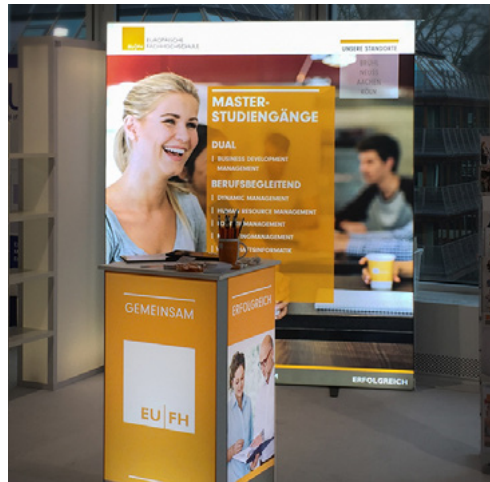
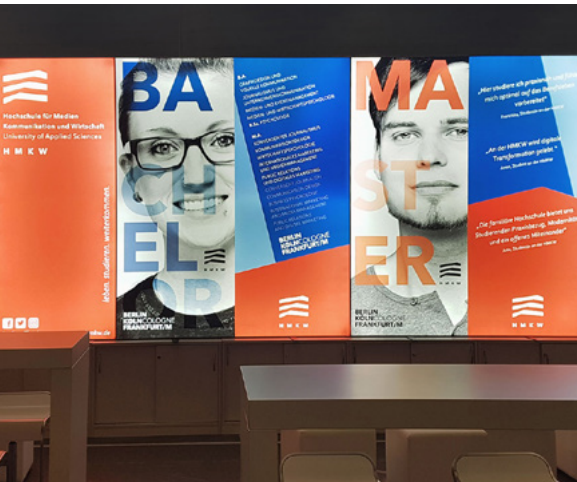
OTTO

Um optische Barrieren zu vermeiden und besonders einladend zu wirken, setzte OTTO auf einen sehr breiten, offenen Aufbau. Die **flachen Sitzmöbel** wirken gemütlich, ohne den Blick auf die Wände zu versperren oder überladen zu wirken. Stehtische laden zum lockeren Gespräch ein und **wirken unverbindlich**. Der beleuchtete Counter zieht zudem schon von Weitem die Blicke auf sich und wurde einladend **am Rand des Standes** platziert.

Sowohl der **TV-Bildschirm an der Hologramm-Wand** als auch ein besonders großes Modell an der Messestand-Rückwand übertrugen die Live-Coaching-Session und **luden so zum Stehenbleiben** ein. „Da es sich beim **IT Career Summit** um ein Event speziell für eine junge Zielgruppe handelt, legten wir Wert auf viele **niedrigschwellige Begegnungszonen**. Dazu gehört auch eine **Multitouch-Stele**, die sich vor der Bühne befand. Hier konnten die Besucher sich völlig selbstständig über offene Stellen und das Unternehmen an sich informieren.“, so Angelina Peipers.



6. KLAR KOMMUNIZIEREN



Welche Stellen möchten Sie in absehbarer Zeit besetzen? Wo fehlen Ihnen passende Bewerber?

Damit von Anfang an die **richtigen Interessenten** auf Ihren Stand aufmerksam werden, sollten Sie **klar kommunizieren, wen Sie suchen**. Das geht am besten durch entsprechende Motive auf Ihren Messewänden und Aufstellern. So können Sie ganz direkt die passenden Bewerber ansprechen und erhöhen automatisch die **Qualität der geführten Gespräche**. Das entlastet das Standpersonal und spart Zeit, die Sie in ausführliche Gespräche mit tatsächlich relevanten Bewerbern investieren können. Hierfür eignen sich besonders Messewände mit **austauschbaren Grafiken**, die Sie passend zur Veranstaltung oder zu den freien Stellen wechseln können.

OTTO

Der ITCS zieht mit seinem Schwerpunkt auf Studenten und Berufsanfänger besonders **junge Fachkräfte** an. Darauf waren auch die Grafiken auf den LED-Messewänden ausgelegt: **Angestellte** der Otto (GmbH & Co KG), **die in ihren ersten Berufsjahren sind**, warben für ein **dynamisches und modernes Arbeitsumfeld**.

Das Unternehmen entscheidet sich außerdem ganz bewusst für die Teilnahme (und das Sponsoring) des **IT Career Summits** in Hamburg. Denn OTTO ist einer der größten digitalen Arbeitgeber in der Hansestadt und besetzt jährlich eine Vielzahl an Stellen in diesem Bereich. „Ein modernes, mutiges Event wie der ITCS ist da die perfekte Plattform, um neue Talente zu begeistern.“, so Angelina Peipers.

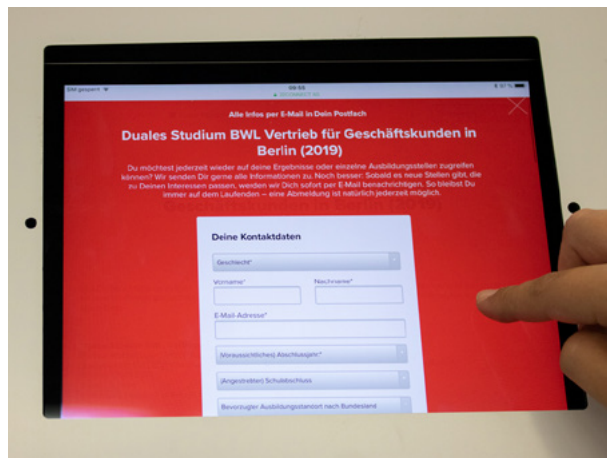


7. LEADMANAGEMENT

Viele Unternehmen können nach Recruiting-Messen keine handfesten Ergebnisse liefern. Erfolge werden danach gemessen, wie **voll der Stand war** und **wie viele Gespräche** die Mitarbeiter geführt haben. Aber messbar sind diese Erfolge nicht, geschweige denn nachhaltig.

Machen Sie das anders! Gehen Sie proaktiv vor und schaffen Sie so nachhaltigen Kontakt zu potentiellen Bewerbern.

Ein Beispiel: Bieten Sie an, den Bewerbern besonders passende Stellenangebote inklusive Zusatz-Informationen nach der Messe per E-Mail zu schicken. Eine tolle Ergänzung dazu sind auch Videos der jeweiligen Abteilungsleiter, die mehr zur freien Stelle erzählen. So bringen Sie sich noch einmal in Erinnerung und bleiben im Austausch.



OTTO

Beim Leadmanagement setzte die Otto (GmbH & Co KG) auf die Stärken seiner **Jobbotschafter**. Interessierte Bewerber konnten sich nach dem ersten Austausch direkt mit ihren Gesprächspartnern auf **LinkedIn** oder **XING** vernetzen. Dafür hatte jeder Standmitarbeiter sein Smartphone jederzeit griffbereit.

Diese Art des Leadmanagements ist nicht nur **unkompliziert und schnell**, sondern unterstreicht die **persönliche Begegnung**: Statt einseitigen Informationsaustauschs (der Bewerber hinterlässt seine E-Mail-Adresse, das Unternehmen meldet sich nach der Messe) wird auf **Networking** gesetzt. So bleiben beide Seiten gleichgestellt und auf Augenhöhe und haben die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme.

Außerdem haben die Bewerber so ganz automatisch Zugriff auf den Content, den die Jobbotschafter in den sozialen Netzwerken teilen, wodurch das Unternehmen im Gedächtnis bleibt. Das alles fördert einen **persönlichen Austausch**, ohne aufdringlich zu sein.



ITCS SPECIAL: LED-MESSEWAND KOSTENLOS TESTEN

Sie sind noch auf der Suche nach einem **ganz besonderen Messeauftritt** für den ITCS? Aber Sie sind sich unsicher, wie Sie die anspruchsvollen ITler begeistern können?

Nutzen Sie einfach unsere **kostenlose Testaktion** und rücken Sie Ihr Unternehmen ins rechte Licht!

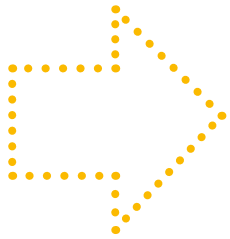
5 Tage lang können Sie Ihr **Wunsch-Motiv** auf einem **2m LED-Rahmen** testen: Prüfen Sie das modulare Messesystem LUMIN6 im Recruiting-Event-Einsatz auf Herz und Nieren und finden Sie heraus, ob es zu Ihnen passt!

Der perfekte Auftritt für den ITCS!

Weitere Infos zur Test-Aktion, viele Beispiel-Fotos und Meinungen von Testern der Messewände finden Sie hier:

KLICK MICH!





Sie möchten noch mehr Infos, Tipps und Messe-Trends?

JETZT NEWSLETTER ABONNIEREN!

Oder besuchen Sie uns auf **LACONCEPT**.de



Sie haben Fragen rund um Ihre Messeplanung?
Ich berate Sie gerne!

