

**So erreichen Sie  
die junge Zielgruppe**



**KONTAKT**

Ronja Tölle  
toelle@lafonline.de

# Inhalt



## **VORWISSEN**

Die junge Zielgruppe  
besser verstehen



## **DIE VORBEREITUNG**

Eine klare Unternehmens-  
Botschaft vermitteln



## **DAS ANGEBOT**

Darstellung von Karriere-  
möglichkeiten und -Perspektiven



## **DER ERSTE EINDRUCK**

Passend auftreten und  
Bewerbende gut empfangen



## **INTERAKTION**

Interesse wecken und  
ins Gespräch kommen



## **NACHBEREITUNG**

In Kontakt bleiben und zur  
Bewerbung motivieren



## **VORWISSEN**

Die junge Zielgruppe  
besser verstehen

# Warum Sie Ihre Zielgruppe kennen und verstehen sollten

Eine gute Employer-Branding-Strategie sollte nie auf Grundlage von Bewerber-Zielgruppen erfolgen, sondern fußt auf dem Charakter des Unternehmens. Andernfalls müsste sonst alle paar Jahre die Employer-Branding-Strategie an neue Zielgruppenbedürfnisse angepasst werden, was die Marke verwässern würde. Auch haben Unternehmen oft mehrere Zielgruppen, darunter potenzielle Bewerber mit unterschiedlichen Hintergründen, Erfahrungen und Interessen. Eine zu starke Fokussierung auf eine bestimmte Zielgruppe kann dazu führen, dass andere Zielgruppen vernachlässigt werden.

Eine ganzheitliche Employer Branding Strategie berücksichtigt die Bedürfnisse und Interessen aller relevanten Zielgruppen und fokussiert sich auf Unternehmenswerte und den tatsächlichen Charakter eines Unternehmens. Ein starkes Employer Branding basiert auf einem langfristigen Engagement für Mitarbeiterzufriedenheit, Entwicklungsmöglichkeiten und eine positive Arbeitsumgebung, die für alle Mitarbeiter relevant sind.

Geht es allerdings darum, sein Unternehmen auf einem Bewerberevent zu präsentieren, ist der Blick auf die Zielgruppe unbedingt notwendig. Bei einer Messe für Fachleute kann ich ein gewisses Grundwissen und Eigeninitiative voraussetzen. Spreche ich Schüler\*innen an, fange ich bei den Basics an und muss zunächst einmal Interesse wecken und ins Gespräch kommen.

Indem man die Zielgruppe vorab kennt, kann man gezielt auf ihre Interessen, Bedürfnisse und Erwartungen eingehen. Dies ermöglicht es, die Kommunikation und die Botschaften des Unternehmens entsprechend anzupassen, um eine größere Resonanz bei den potenziellen Bewerbern zu erzielen.

**Auf den nächsten Seiten finden Sie Hintergrundinformationen zur Zielgruppe „Generation Z“. Dies ist die Zielgruppe, die Ihnen auf dem Berufsinformationstag begegnen.**

## **Tipp:**

Der Aufbau einer Employer-Branding-Strategie und Arbeitgebermarke stellt die Weichen für mehrere Jahre, benötigt aber auch mindestens 3 Jahre konsequente Arbeit, bis die Marke in den Köpfen angekommen ist.

Wer jetzt nicht anfängt, verspielt kostbare Zeit. Kontaktieren Sie uns gern, wenn Sie beim Aufbau Ihrer Arbeitgebermarke Unterstützung benötigen.

# GENERATION Z

## Kurzfacts

- ca. 1997 - 2012 geboren
- Leben ohne Internet und Social Media ist unvorstellbar
- Wichtige Lebensziele: Zeit mit Familie/ Freunden/Hobby, gesundheitsbewusstes Leben, hoher Lebensstandard, gute Bildung, sicherer Arbeitsplatz
- Die Optimierung des Lebenslaufs ist nicht mehr das alleinige Ziel, sondern auch: die Welt zu verbessern
- Klare Trennung von Privatleben und Beruf
- Sicherheitsbewusst, erfolgsorientiert, wissbegierig, digital affin, autonom erzogen
- Gleichzeitig sensibel, ängstlich und psychisch belastet
- Beeinflusst von sozialen, hedonistischen, materialistischen und individualistischen Werten
- Bedürfnis nach Selbstbestimmtheit, Sinnerfüllung und Selbstverwirklichung
- Harmonie, Altruismus und Gerechtigkeitsgefühl ausgeprägt
- Präferenz für einzigartige Arbeitserfahrungen, Spaß, Sinnhaftigkeit, Abwechslung, Herausforderungen
- Eigeninitiative, Kreativität und Innovation wichtig
- Vorliebe für orts- und zeitunabhängiges Arbeiten mit festem Arbeitsplatz im Unternehmen
- Wahlfreiheit als Motivationsfaktor

## Charakter: Authentisch, kreativ, selbstbestimmt

Die 14 bis 24 Jährigen wollen vor allem eines: Spaß haben und das Leben genießen. Am liebsten gemeinsam mit Freunden. Doch obwohl ihnen zwischenmenschliche Beziehungen wichtig sind, führt die Generation Z vor allem ein selbstbestimmtes Leben. Sie lässt sich nichts vorschreiben: Egal ob es um die Planung ihrer Karriere, um Hobbys oder um Interessen geht. Erlebnisse, Gedanken und Ideen hält die Generation Z am liebsten in Form von Videos, Blogs und Fotos fest. Die Generation Z ist kreativ, authentisch und zielstrebig, wenn es darum geht, Abenteuer zu erleben und Pläne in die Tat umzusetzen.

## Karriere und Finanzen: Der Job muss Spaß machen

Digitales Nomadentum ist nicht mehr nur erfolgreichen Influencern vorbehalten. Für die Generation Z ist Reisen, Normalität. Auslandssemester oder Praktika, eine Weltreise oder ein digitales Startup gründen – für die Generation Z ein Selbstverständnis. Als Arbeitnehmer sind der Generation Z die Ethik der Branche, spannende Inhalte, flexible Arbeitszeiten sowie ein anerkannter Berufsstand fast ebenso wichtig, wie ein hohes Gehalt und Zusatzleistungen. Rund 60 Prozent wünscht sich ein hohes Gehalt, etwa, um sich den Traum vom Eigenheim zu erfüllen. Doch gerade Themen wie Karriere und die finanzielle Zukunft verunsichert über die Hälfte der 14 bis 24 Jährigen.

## Werte der Generation Z

Geprägt durch die Fridays for Future-Bewegung, bereiten der Generation Z der Klimawandel und damit verbundene Naturkatastrophen die größten Sorgen. Über die Hälfte der Menschen zwischen 14 und 24 Jahren setzt sich deshalb aktiv für den Umweltschutz ein: Indem sie Recyclingprodukte verwenden, den Verbrauch von Einwegkunststoffen reduzieren und öffentliche Verkehrsmittel nutzen oder mit dem Fahrrad, anstatt mit dem Auto zu fahren. In Sachen Ernährung achtet rund jeder Zweite darauf, dass Fleisch- und Milcherzeugnisse von Tieren aus artgerechter Haltung stammen. Auch in politischer Hinsicht sympathisiert die Zielgruppe mit Parteien wie Bündnis 90/Die Grünen, die sich dem Umweltschutz verschrieben haben.

## Hobby und Freizeit: Freunde, Kunst und Sport

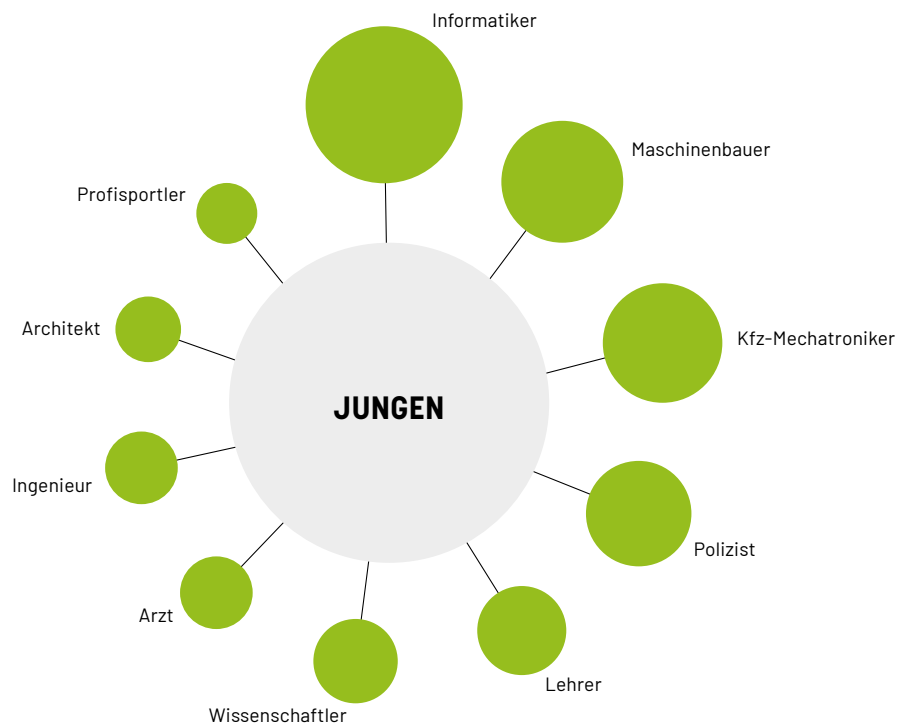
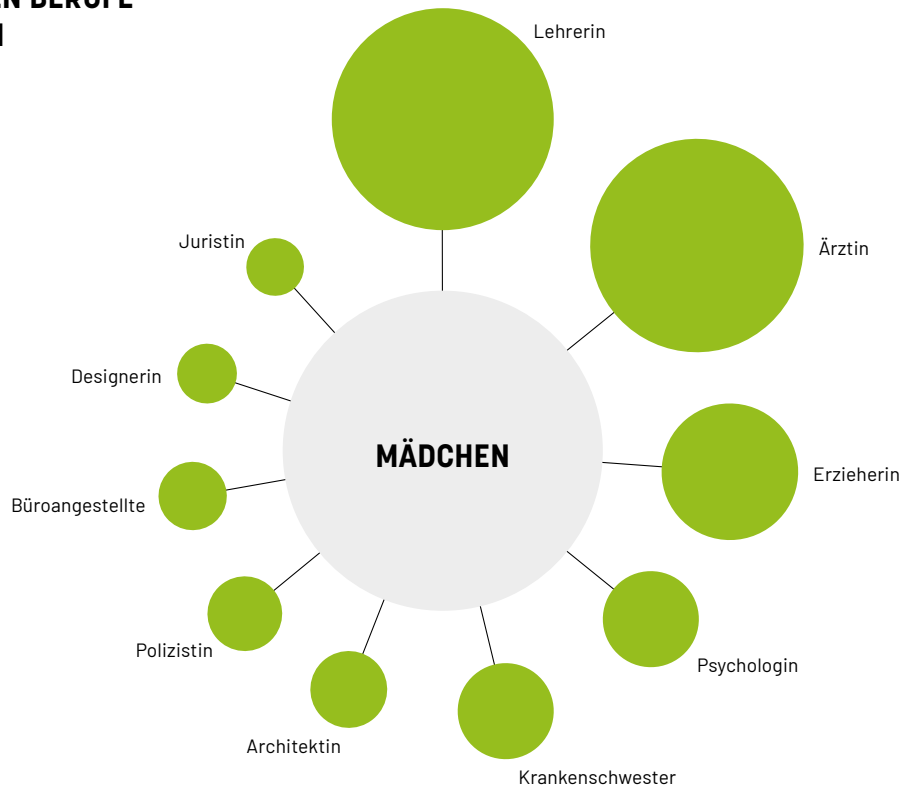
Zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Zielgruppe gehören neben Einkaufen und Essen gehen, vor allem Fotografieren und Computerspiele. Auch Unternehmungen, die mit Freunden am meisten Spaß machen, stehen weit oben auf der Liste: So trifft sich die Generation Z in Clubs zum Tanzen oder zu einem Spieleabend mit Monopoly, Siedler von Catan und Co. Auch Sportarten wie Joggen und Fußball sowie das Training im Fitnessstudio gehören zum Alltag der Generation Z. Fast jeder Zweite der 14 bis 19 Jährigen treibt mehrmals in der Woche Sport.

## Konsumverhalten der Generation Z: Trends und Nachhaltigkeit im Fokus

Wenn es um Konsum geht, probieren fast 8 von 10 Jugendlichen gerne neue Produkte aus. Die Mehrheit der Generation Z achtet dabei auch darauf, welche Produkte, Marken und Unternehmen gerade angesagt sind. Jedoch bleiben Sie vor allem den Marken treu, die sie einmal überzeugt haben. Jeder Zweite achtet dabei darauf, dass das Unternehmen sozial und ökologisch verantwortlich handelt. Wenn die Möglichkeit besteht, kauft die Hälfte Produkte aus der Region oder teilt Dinge sowie Dienstleistungen, um einen aktiven Beitrag zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu leisten.

# MAN KANN NICHT WERDEN, WAS MAN NICHT KENNT.

## TOP 10: DIE BELIEBTESTEN BERUFE BEI 15-JÄHRIGEN





## **DIE VORBEREITUNG**

Eine klare Unternehmens-  
botschaft vermitteln

# Warum eine gründliche Vorbereitung vor Bewerberereignissen entscheidend ist

In der heutigen Zeit haben sich die Rollen im Bewerbungsprozess verändert. Statt dass Bewerber sich allein um eine Stelle bemühen, befinden wir uns in einer Situation, in der Unternehmen aktiv um Bewerber werben müssen. Vor diesem Hintergrund ist eine gründliche Vorbereitung seitens des Unternehmens vor Bewerberereignissen von entscheidender Bedeutung.

## **Wettbewerb um Talente:**

Der Arbeitsmarkt ist zunehmend umkämpft, insbesondere in bestimmten Branchen und Berufsfeldern. Unternehmen müssen sich bewusst machen, dass sie nicht mehr die einzige Wahl für Bewerber sind. Stattdessen müssen sie sich aktiv bemühen, Bewerber von sich zu überzeugen. Eine gute Vorbereitung vor Bewerberereignissen ermöglicht es Unternehmen, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und Bewerber gezielt anzusprechen.

- Welche Berufsbilder bieten wir?
- Welche Karrierechancen gibt es?
- Wie wird Weiterbildung gefördert?

## **Authentische Unternehmensdarstellung:**

Eine gründliche Vorbereitung ermöglicht es Unternehmen, ihre Unternehmenskultur, Werte und Arbeitsumgebung authentisch zu präsentieren. Bewerber suchen nach Unternehmen, die zu ihren Werten und Zielen passen. Durch eine gezielte Vorbereitung können Unternehmen ihre Alleinstellungsmerkmale hervorheben und Bewerbern ein klares Bild davon vermitteln, warum sie bei diesem Unternehmen arbeiten sollten.

Sorgen Sie außerdem für eine Kommunikation auf Augenhöhe, indem Sie z. B. Azubis mit potentiellen Azubis sprechen lassen.

- Welche Werte haben wir?
- Was sind unsere Vision und Mission?
- Welche Ziele verfolgt das Unternehmen?

## **Effektive Kommunikation:**

Eine gute Vorbereitung ermöglicht es Unternehmen, ihre Botschaften klar und effektiv zu kommunizieren. Durch das Verständnis der Zielgruppe können sie ihre Kommunikationsstrategie darauf ausrichten und gezielte Informationen bereitstellen. Dies hilft Bewerbern, eine fundierte Entscheidung zu treffen und sich besser mit dem Unternehmen zu identifizieren.

- An welche Zielgruppe richtet sich das Event?
- Welche Botschaften möchte ich vermitteln?
- Erkennt man schnell und eindeutig, wer ich bin?

## **Auswahl der passenden Bewerber:**

Eine sorgfältige Vorbereitung hilft Unternehmen dabei, klare Kriterien für die Auswahl der Bewerber festzulegen. Indem sie im Vorfeld ihre Anforderungen und Erwartungen definieren, können sie gezielt diejenigen Bewerber ansprechen, die am besten zur Stelle und zum Unternehmen passen. Dies spart Zeit und Ressourcen bei der Auswahl und stellt sicher, dass Unternehmen qualifizierte Bewerber identifizieren.

- Wen suchen Sie?
- Was muss man für die Stelle mitbringen?
- Was haben Sie zu bieten?

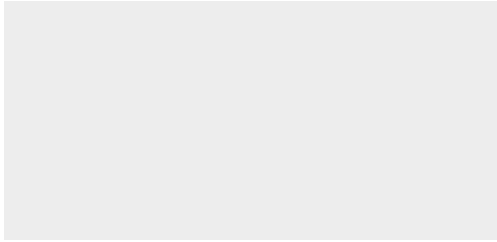
## **Positive Arbeitgebermarke:**

Eine gute Vorbereitung vor Bewerberereignissen trägt zur Entwicklung einer positiven Arbeitgebermarke bei. Unternehmen, die sich gründlich vorbereiten und Bewerber wertschätzen, hinterlassen einen nachhaltigen Eindruck. Dies kann dazu führen, dass Bewerber das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber wahrnehmen und sich positiv über ihre Erfahrungen weiter erzählen. Eine positive Arbeitgebermarke zieht langfristig qualifizierte Bewerber an und fördert die Mitarbeiterbindung.

**Auf den nächsten Seiten finden Sie als Hilfestellung für eine gute Vorbereitung einen Unternehmens-Steckbrief.**



# UNTERNEHMENS-STECKBRIEF



Unternehmensname und Rechtsform



Gründungsjahr

Gründer\*innen

Geschäftsführung

Personalgröße

Standorte

Branche

Produkte/  
Dienstleistungen



Anschrift

Telefonnummer

E-Mail-Adresse

Website



Das Ziel unseres Unternehmens / Unsere Mission



Die grundlegenden Werte, nach denen unser Unternehmen handelt



Einzigartiger Mehrwert oder Vorteil, den unser Unternehmen gegenüber der Konkurrenz bietet / Unique Selling Proposition (USP)



Beschreibung der Zielgruppe(n), an die sich unser Unternehmen richtet



Die größten Erfolge, Auszeichnungen, Zertifizierungen und Meilensteine unseres Unternehmens



Das haben wir zu bieten (Hard Facts)



Das bilden wir aus



Das haben wir zu bieten (Soft Facts)



Das kann man bei uns studieren



Diese Praktika vergeben wir



## **ATTRAKTIVER MESSESTAND**

Wie Sie sich vor Ort ansprechend präsentieren und auffallen

# Vor Ort ansprechend präsentieren und auffallen

Ein gut durchdachter und gestalteter Messestand ist für Bewerberevents aus verschiedenen Gründen wichtig:

## **Positive erste Eindrücke:**

Ein ansprechend gestalteter Stand kann potenzielle Bewerber bereits beim Betreten des Events positiv beeindrucken. Ein professioneller und einladender Stand vermittelt den Eindruck, dass das Unternehmen Wert auf Qualität und Selbstdarstellung legt. Dies kann das Interesse der Bewerber wecken und sie dazu ermutigen, sich näher mit dem Unternehmen auseinanderzusetzen.

- **Bemühen Sie sich wirklich, neue Azubis zu finden und drückt Ihr Stand diese Wertschätzung auch aus?**

## **Markenrepräsentation:**

Der Stand ist eine Gelegenheit, das Unternehmen und seine Marke zu repräsentieren. Durch die Gestaltung des Standes mit den Unternehmensfarben, dem Logo und relevanten visuellen Elementen können Bewerber einen klaren Eindruck von der Identität und Kultur des Unternehmens gewinnen. Ein konsistenter Markenauftritt am Stand trägt zur Schaffung einer starken Arbeitgebermarke bei.

- **Gibt es ein Corporate Design, an dem man sich gestalterisch orientieren muss?**
- **Welche Botschaften sollen auf den ersten Blick zu erkennen sein?**

## **Effektive Kommunikation:**

Ein gut gestalteter Stand ermöglicht es dem Unternehmen, seine Botschaften und Informationen effektiv zu kommunizieren. Durch eine klare und ansprechende Präsentation können wichtige Aspekte wie Karrieremöglichkeiten, Unternehmenswerte, Benefits und Arbeitskultur hervorgehoben werden. Dies erleichtert Bewerbern das Verständnis und die Entscheidungsfindung. Wagen Sie zur Prüfung immer einen Perspektivwechsel und versetzen Sie sich in potentielle

Bewerbende. Oft wird man betriebsblind und sieht überhaupt nicht, dass wichtige Informationen fehlen.

- **Was habe ich zu bieten?**
- **Was stelle ich her/ biete ich für wen an?**
- **Was bilde ich aus?**

## **Interaktive Erfahrungen:**

Ein durchdachter Messestand bietet Möglichkeiten für interaktive Erfahrungen, die Bewerbern ein tieferes Verständnis des Unternehmens ermöglichen. Durch Aktivitäten wie Live-Demonstrationen, interaktive Spiele oder Diskussionen mit Mitarbeitern können Bewerber einen Einblick in die Arbeitsumgebung und die Teamdynamik gewinnen. Dies fördert die Interaktion und das Engagement der Bewerber.

- **Auf die interaktive Erfahrung gehen wir ein paar Seiten später ein.**

## **Differenzierung von der Konkurrenz:**

Auf einem Bewerberevent stehen Unternehmen oft in direktem Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Bewerber. Ein gut gestalteter Messestand kann helfen, sich von der Konkurrenz abzuheben und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Ein einzigartiges Design, innovative Präsentationsmethoden und kreative Elemente können dazu beitragen, dass das Unternehmen in Erinnerung bleibt und Bewerber dazu motivieren, sich weiter mit dem Unternehmen auseinanderzusetzen.

**Auf den nächsten Seiten finden Sie Hilfestellungen zur Optimierung Ihres Messestands und Auftritts vor Ort auf Karrieremessen.**

### **Tipp:**

Ein Stand für eine Karrieremesse muss kein Vermögen kosten. Online-Druckereien wie z.B. Flyeralarm haben auch erschwingliche Systeme, wie z.B. Textilfaltdisplays im Programm, die auch noch einfach aufzubauen sind.

**MAN HAT NUR  
EINEN ERSTEN EINDRUCK.**

**KARRIEREINFORMATION  
AUF DEN ERSTEN BLICK**



**RÜCKWAND  
WER IST DAS UNTERNEHMEN?**

**KARRIEREINFORMATION  
DETAILLIERTE INFORMATION**

**EYECATCHER  
AKTION, GEWINNSPIEL,  
WETTBEWERB, VIDEO, ...**

**OFFENER STAND  
EINLADEND, NICHTS  
VERSPERRT DEN WEG**

# EVENT-CHECKLISTE

Ist auf den ersten Blick zu erkennen, wer das Unternehmen ist?

Ist schnell zu erkennen, was das Unternehmen macht?

Ist schnell zu erkennen, welche Ausbildungsmöglichkeiten das Unternehmen anbietet?

Sind Mitarbeitende ausgewählt und informiert, die das Unternehmen auf dem Karriereevent vertreten sollen?

Ist ein Azubi dabei?

Ist der Kleidungsstil für das Event festgelegt?

Gibt es einen Gesprächsleitfaden für gezielte Gespräche mit Interessenten?

Sind die Inhalte klar, die vermitteln werden sollen?

Sind häufig gestellte Fragen und Antworten vorbereitet?

Sind die benötigten Materialien vorbereitet? Zum Beispiel:

Unternehmensbroschüre oder Flyer

Karriereinformationen

Visitenkarten

Give-Aways

Ist der Eyecatcher festgelegt, der die Menschen zum Stand lockt?

Wird unterstützendes, digitales Präsentationsmaterial benötigt?

Kann das benötigte Equipment vor Ort (optisch) gut verstaut werden?

Sind alle Dinge für einen ansprechenden Stand parat? Zum Beispiel:

Ansprechende Rückwand

Roll-ups

Steh Tisch (optional mit Husse)

Bildschirm



## **KARRIEREINFORMATIONEN**

Ausbildungsprogramme und  
Karrieremöglichkeiten präsentieren

# Karrieremöglichkeiten präsentieren

Die Entscheidung für eine berufliche Laufbahn ist für Schüler, Auszubildende und Studierende von großer Bedeutung. Um eine fundierte Entscheidung treffen zu können, ist es wichtig, dass sie Einblicke in verschiedene Unternehmen und Berufsbilder erhalten. Wie schon im Schaubild auf Seite 6 zu erkennen ist, wählen viele Schüler\*innen Berufe, die sehr bekannt sind und wo Aufgabenfelder recht klar sind. Aus diesem Grund ist es von entscheidender Bedeutung, dass Unternehmen ihre Präsenz auf Karrieremessen nutzen, um sich und ihre Berufsbilder angemessen zu präsentieren – gerade wenn es sich um Nischen handelt, die einem im privaten Umfeld nicht unbedingt bekannt sind.

Denken Sie daran, dass es wichtig ist, Ihre Unternehmenskultur, Werte und das Engagement für die Entwicklung junger Talente authentisch zu vermitteln. Eine gezielte und gut vorbereitete Präsentation Ihres Unternehmens wird helfen, das Interesse der Azubis zu wecken und potenzielle Bewerber anzusprechen.

## Informationsquelle:

Karrieremessen bieten Schülern, Auszubildenden und Studierenden die Möglichkeit, direkten Kontakt zu Unternehmen zu knüpfen und aus erster Hand Informationen über verschiedene Berufsbilder zu erhalten.

Eine attraktiv aufbereitete Unternehmenspräsenz ermöglicht es den Besuchern, das Unternehmen und seine Tätigkeitsbereiche kennenzulernen, Einblicke in den Arbeitsalltag zu erhalten und Fragen zu stellen. Dadurch können sie ein umfassendes Bild davon gewinnen, welche Ausbildungs- und Karrieremöglichkeiten das Unternehmen bietet und ob diese zu ihren eigenen Interessen und Fähigkeiten passen.

- Fragen Sie „betroffene“ Mitarbeitende in Ihrem Unternehmen, wie deren Unternehmensalltag aussieht
- informieren Sie sich im Vorfeld ausgiebig über die Aufgaben der verschiedenen Berufsbilder, die Sie anbieten

## Karriereinformationen bereitstellen:

Bieten Sie informative Materialien an, wie Broschüren, Flyer oder Handouts, die die Ausbildungsprogramme, Karrieremöglichkeiten und Vorteile Ihres Unternehmens darstellen. Machen Sie die Informationen leicht zugänglich und ansprechend gestaltet.

## Mitarbeiterengagement:

Stellen Sie qualifizierte und begeisterte Mitarbeiter bereit, die den Besuchern Ihre Ausbildungsprogramme aus erster Hand erklären können. Aktuelle Azubis können authentische Einblicke in den Arbeitsalltag geben und Fragen der angehenden Azubis beantworten.

## Erfolgsgeschichten präsentieren:

Teilen Sie Erfolgsgeschichten von ehemaligen Auszubildenden, die in Ihrem Unternehmen erfolgreich sind. Zeigen Sie, wie Ihre Ausbildung den Weg zu einer vielversprechenden Karriere geebnet hat. Das motiviert und inspiriert potenzielle Bewerber.

**Auf der nächsten Seiten finden Sie einen Ausbildungs-Steckbrief der Ihnen hilft, alle wichtigen Informationen rund um ein Berufsbild zu erfassen.**

### Tipp:

Keiner kann authentischer über einen Beruf berichten, als der, der ihn ausübt. Nehmen Sie unbedingt Azubis mit auf die Karrieremesse, denn sie sind zudem noch nah an der Zielgruppe.



# AUSBILDUNGS-STECKBRIEF

Ausbildungsberuf



Ausbildungsdauer

Beginn

Standort

Ausbildungsleitung

Vergütung



Benötigter  
Schulabschluss

Interessen und  
Fähigkeiten, die  
von Vorteil sind

Bewerbungs-  
unterlagen

Bewerbungsfrist



Unternehmen

Ansprech-  
partner\*in

Anschrift

Telefonnummer

E-Mail-Adresse

Website



Hauptaufgaben und Tätigkeiten im Rahmen der Ausbildung



Das bringen wir dir bei



So sieht ein exemplarischer Arbeitstag aus



Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten nach der Ausbildung



## **INTERAKTION**

Interesse wecken und  
ins Gespräch kommen

# Interesse wecken

Durch eine starke Präsentation können Unternehmen auf Karrieremessen interaktive Erfahrungen bieten, die das Interesse der Besucher wecken und ihre Neugierde fördern. Aktivitäten wie Live-Demonstrationen, praktische Übungen oder Gespräche mit Mitarbeitenden ermöglichen es den Besuchern, einen realitätsnahen Einblick in die verschiedenen Berufsbilder und die Unternehmenskultur zu erhalten. Solche Erfahrungen können die Besucher begeistern und dazu ermutigen, sich näher mit dem Unternehmen und den angebotenen Karrieremöglichkeiten zu beschäftigen.

Denken Sie daran, dass das interaktive Element sowohl informativ als auch unterhaltsam sein sollte, um das Interesse der Azubis zu wecken und sie aktiv einzubeziehen. Es ist auch wichtig, dass es die Werte und Besonderheiten Ihres Unternehmens widerspiegelt.

**Einige Ideen für interaktive Erlebnisse auf Ihrem Messestand haben wir Ihnen hier zusammengetragen:**

## **Glücksrad:**

Der Klassiker unter den interaktiven Erlebnissen auf dem Messestand. Funktioniert immer, ist aber auch nicht sonderlich innovativ. Wir empfehlen, in irgendeiner Form einen Unternehmensbezug herzustellen (z. B. eigene Produkte oder Dienstleistungen auf dem Rad, die die verschiedenen Gewinnkategorien darstellen).

## **1 gegen 1:**

Gerade bei der jungen Zielgruppe darf es gern mal spielerisch werden. Lassen Sie doch zwei Schüler\*innen gegeneinander antreten (z. B. Pflastern einer Fläche auf Zeit, mit dem Tacker Luftballons abschießen, Pizzateig ausrollen, ...). Die Challenge sollte möglichst berufs- oder unternehmensbezogen sein. Der Gewinner bekommt einen kleinen Preis, wie z. B. ein Eis.

## **Wettbewerb:**

Finden Sie Challenges, die in Bezug zu Ihrem Unternehmen stehen und am Messetag durchgeführt werden können. Die Polizei Duisburg hat z. B. auf einem Event eine Klimmzugstange aufgebaut und wer mindestens 60 Sekunden daran hängen konnte, hat ein Eis bekommen.

## **Schnell-Check:**

Lassen Sie Schüler\*innen über ein Quiz oder einen Fragebogen auf dem Tablet herausfinden, ob sie zum Unternehmen passen. Machen Sie sich Gedanken, welche Fragen dazu sinnvoll sind.

## **Unternehmens-Quiz:**

Ähnlich wie beim Schnell-Check können Sie ein Unternehmens-Quiz auf dem Tablet spielen lassen. Ab einer gewissen, erreichten Punktzahl gibt es einen Preis, oder Sie loben einen Tages-Gesamtsieger aus.

## **Instagram-Aktion:**

Bei Ihnen muss man eine bestimmte Uniform tragen oder arbeitet in einer gewissen Arbeitsumgebung? Können Sie daraus eine kleine Fotobox erstellen, in der die Uniform probegetragen werden kann oder man sich in die spätere Arbeitsumgebung stellen kann? Rufen Sie zu einer Instagram-Aktion aus und lassen Sie Schüler\*innen Bilder oder Selfies mit Ihrer Unternehmens-Verlinkung posten. Das Bild mit den meisten Likes bekommt am Ende des Tages einen Preis.

## **Umfragen:**

Um schon von Weitem aufzufallen und Menschen an Ihren Stand zu locken, können Sie Umfragen zu bestimmten Themen rund um Ihr Unternehmen an Ihrem Stand starten. Lassen Sie die Schüler\*innen z. B. Klebepunkte auf die Benefits kleben, die ihnen am wichtigsten sind und sammeln Sie nebenbei Informationen für Ihr Recruiting.

**Graffiti-Wand:**

Anstelle von Umfragen mit Klebepunkten können Sie Schüler\*innen auch auf einer großen Wand malen lassen, was Ihnen z. B. wichtig ist, oder was sie mit Ihrem Unternehmen verbinden.

Die Graffiti-Wand ist dann vielleicht sogar ein guter Eyecatcher für die Karriereseite oder einen Raum im Unternehmen.

**Simulations- oder VR-Erfahrungen:**

Bieten Sie den Besuchern die Möglichkeit, virtuell in verschiedene Arbeitsbereiche oder Projekte Ihres Unternehmens einzutauchen. Mithilfe von Simulationen oder Virtual Reality können sie realitätsnahe Eindrücke von den Tätigkeiten gewinnen. Wem das zu aufwändig und kostenintensiv ist, der kann auf einzelne Kurzvideos zurückgreifen.

**Hands-on-Demonstrationen:**

Richten Sie an Ihrem Messestand praktische Stationen ein, an denen die Azubis selbst kleine Aufgaben oder Experimente durchführen können, die typisch für Ihre Branche oder bestimmte Berufsfelder sind. Dies ermöglicht ihnen, die Arbeit hautnah zu erleben. Im letzten Jahr konnte auf dem BIT zum Beispiel gepflastert oder an einer Videowall gestrichen werden.

**Case Studies:**

Erstellen Sie reale oder fiktive Fallstudien, die die Besucher lösen können. Die Aufgaben sollten relevante Herausforderungen aus Ihrem Unternehmen abbilden und den Azubis die Möglichkeit geben, ihre analytischen und kreativen Fähigkeiten einzusetzen.

**Meet & Greet mit Mitarbeitern:**

Stellen Sie qualifizierte Mitarbeiter zur Verfügung, die den Azubis persönliche Einblicke in ihre Tätigkeiten und Karrierewege geben können. Dies kann in Form von informellen Gesprächen, Panels oder kurzen Präsentationen erfolgen.

**Technologie zum Ausprobieren:**

Zeigen Sie den Besuchern innovative Technologien oder Geräte, die in Ihrem Unternehmen eingesetzt werden. Lassen Sie sie die Technologien selbst ausprobieren und erfahren Sie mehr über deren Anwendung in den verschiedenen Arbeitsbereichen.

**Video- und Bildmaterial:**

Erstellen Sie ansprechende Videos oder Bildergalerien, die verschiedene Aspekte der Arbeit in Ihrem Unternehmen zeigen. Sie können diese auf Bildschirmen oder Tablets präsentieren und den Azubis die Möglichkeit geben, sich einen visuellen Eindruck zu verschaffen.

**Tipp:**

Weniger ist mehr.  
Entscheiden Sie sich für ein interaktives Element und überladen Sie Ihren Stand nicht.



## **NACHBEREITUNG**

In Kontakt bleiben und zur  
Bewerbung motivieren

# In Kontakt bleiben

Nach Karrieremessen für Schüler\*innen stellt man oft folgendes fest: Aus den Augen, aus dem Sinn.

Sie möchten aber natürlich, dass die Arbeit sich lohnt, die Sie in das Event gesteckt haben. Dazu können Sie die Kontaktdaten interessierter Bewerber erfassen und den Kontakt über die Messe hinaus aufrechterhalten. Es ist wichtig, eine ausgewogene Kommunikation zu wahren und die Privatsphäre und Zustimmung der Bewerber zu respektieren.

**Hier ein paar Tipps, wie Sie an die Daten Ihrer Wunschkandidaten kommen können:**

## **Newsletter-Anmeldung:**

Bieten Sie den interessierten Bewerbern die Möglichkeit, sich für Ihren Unternehmensnewsletter anzumelden. Hierbei können Sie sie über neue Stellenangebote, Unternehmensneuigkeiten oder bevorstehende Veranstaltungen informieren. Stellen Sie sicher, dass Sie ihnen die Option geben, sich jederzeit abzumelden, um den Datenschutzbestimmungen gerecht zu werden.

## **Karriere-Blog:**

Bauen Sie einen Karriere-Blog auf, in dem Sie Informationen zum richtigen Bewerben, dem Aufbau eines Lebenslaufs, Karrieremöglichkeiten in Ihrem Unternehmen etc. geben. Über eine Newsletter-Anmeldung erfahren junge Leute von neuen Blogbeiträgen. Vielleicht möchten Sie sogar einen Ansprechpartner für Fragen benennen.

## **Soziale Medien:**

Nutzen Sie die Präsenz Ihres Unternehmens auf Social-Media-Plattformen, um mit den interessierten Bewerbern in Verbindung zu bleiben. Bitten Sie sie, Ihre Unternehmensprofile zu folgen und ermutigen Sie sie, sich mit Ihnen zu vernetzen. Teilen Sie relevante Inhalte und Informationen, die für Bewerber von Interesse sein könnten, und beantworten Sie Fragen oder Kommentare, um das Engagement aufrechtzuerhalten.

## **Follow-up-E-Mails:**

Senden Sie interessierten Bewerbern nach der Messe personalisierte Follow-up-E-Mails, in denen Sie sich für ihr Interesse bedanken und weitere Informationen, Links zu Karriereseiten oder Details zu offenen Stellenangeboten bereitstellen. Individualisieren Sie die E-Mails, um den Eindruck zu vermitteln, dass Sie die Teilnahme an der Messe schätzen.

## **Tag der offenen Tür:**

Um an Kontaktdaten zu kommen, können Sie auch von einem angedachten Tag der offenen Tür berichten, zu dem Sie gern per Mail einladen möchten.

## **Flyer + QR-Codes:**

Legen Sie Flyer aus, über die Interessierte ihre Kontaktdaten hinterlassen können. Alternativ legen Sie QR-Codes aus, um ein digitales Formular auszufüllen.

## Als erfahrene Marketing-Spezialisten schaffen wir echte Werte für dein Unternehmen.

Du möchtest dein Unternehmen nachhaltig voranbringen? Wir liefern dir dazu die strategische Expertise in allen Bereichen rund um Markenentwicklung, Online- und klassische Medien. Gemeinsam erarbeiten wir eine klare Kommunikationsstrategie, die dich an dein Ziel bringt.



### **Beratung + Strategie**

Gute Marketing-Arbeit ist für uns wie eine Arzt diagnose. Nach einer gründlichen Analyse schlagen wir dir einen Behandlungsplan vor, der deine Beschwerden heilt – individuell für dein Unternehmen entwickelt und darauf zugeschnitten.



### **Markenentwicklung**

Gemeinsam entdecken wir das Potenzial, das in deinem Unternehmen steckt und erhöhen deine Markenstärke. Wir stehen für eine nachhaltige Entwicklung von Marke, effektivem Marketing und einer guten Unternehmenskultur.



### **Employer Branding**

Verwandle dein Unternehmen mit uns in eine glaubhafte und anziehende Arbeitgeber-Marke, denn Stellenanzeigen und Benefits reichen längst nicht mehr aus. Gewinne auch in Zukunft genug Arbeitskräfte und binde deine Mitarbeitenden an dein Unternehmen.



### **Websites + Online-Marketing**

Egal ob Website, Shop oder Social Media – Online-Medien sind für Interessierte in der Regel erste Anlaufstelle. Wir optimieren deinen Auftritt und zeigen dir für noch mehr Erfolg, welche Möglichkeiten dein Unternehmen im Online-Marketing hat.



### **Corporate Design**

ist ein gutes, durchdachtes und stringentes Corporate Design. Wir sorgen für Wiedererkennbarkeit – egal ob Neuentwicklung einer Marke, oder Weiterentwicklung einer Bestehenden.



### **Fotografie + Film**

Authentisches Bild- und Videomaterial stärkt deine Unternehmensmarke und wird immer mehr zu dem Must-Have im Marketing! Videos und Fotos sind eine gute Möglichkeit, Kunden und Bewerbende emotional von sich zu überzeugen.



**RONJA TÖLLE**

Strategie, Konzeption  
und Art Direction

toelle@lafonline.de

Tel.: 02151 622003

Nordwall 84  
47798 Krefeld  
Tel.: 02151 622001  
welcome@lafonline.de  
lafonline.de

© LOHMANN AND FRIENDS GMBH – 05.07.23

Die Weitergabe von Präsentationsunterlagen an Dritte, sowie deren Veröffentlichung, Vervielfältigung oder sonstige Verbreitung ist ohne ausdrückliche Zustimmung der Agentur unzulässig.