

Tipps und Anregungen für Ausstellende von Ausbildungs- und Jobmessen

Der Arbeits- und Fachkräftemangel wird zunehmend zum Problem. Unternehmen müssen immer mehr Anstrengungen unternehmen, um an geeignete Auszubildende und Arbeitskräfte zu kommen. Viele Firmen suchen mittlerweile auf Job- und Ausbildungsmessen den persönlichen Kontakt mit zukünftigen Mitarbeitenden. Hier einige Tipps und Anregungen für eine erfolgreiche Messeteilnahme:

1. Zielsetzung

Beginnen Sie die Planung mit Ihren Messezielen, denn diese bilden die Basis für die Erfolgskontrolle.

- Was möchten Sie mit der Messeteilnahme erreichen?
- Möchten Sie sich Interessierten als potentiellen arbeitgebenden Betrieb vorstellen?
- Möchten Sie über Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten informieren?
- Möchten Sie sich mit Talenten und Nachwuchskräften vernetzen?
- Möchten Sie konkret offene Positionen/Ausbildungsplätze besetzen?
- Welche der in der Region angebotenen Veranstaltungsformate passt zu Ihren Zielen?

Setzen Sie sich realistische Ziele. Überlegen Sie sich vorab, anhand welcher Kriterien Sie die Ziele messen möchten. Beispielsweise anhand der Anzahl der geführten Gespräche, der eingesammelten Kontakte, der Bewerbungen nach der Messe etc. Auf Basis dieser Zahlen können Sie leichter entscheiden, bei welchen Veranstaltungen Sie künftig teilnehmen wollen.

2. Hinweise zur Messeplanung

Wenn Sie wissen, welche Ziele Sie haben, können Sie mit der eigentlichen Messeplanung beginnen. Legen Sie sich einen präzisen Zeitplan fest und verteilen Sie die Verantwortlichkeiten. Planen Sie Pufferzeiten ein.

Nutzen Sie einen Projektplan in dem Sie festlegen, wer wann für was zuständig ist.

Die wichtigsten Punkte, die es zu bedenken gibt, sind:

- Gestaltung Ihres Messeauftritts
- Logistik, Auf- und Abbau des Messestandes
- Standpersonal
- Marketingmaßnahmen

3. Das Auswahl des Standpersonals

Das richtige Team für die Betreuung des Messestandes kann viel zum Erfolg der Messe beitragen. Planen Sie rechtzeitig, wie viele Ihrer Mitarbeitenden bei der Messe vor Ort sein sollen.

Binden Sie das Standpersonal ein und besprechen Sie die vorab festgelegten Messeziele.

Überlegen Sie gemeinsam, mit wem Sie auf der Messe ins Gespräch kommen möchten. Nicht jede bewerbende Person ist vermutlich interessant für Sie. Planen Sie dafür weniger Gesprächszeit ein. Aber lassen Sie es die Bewerbenden nicht spüren.

Stimmen Sie sich ab, wie sich Ihr Unternehmen als zukünftiger Arbeitgeber darstellen möchte. Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal als Firma? Welche Benefits bieten Sie, die über den Tarif hinausgehen? Welche Maßnahmen zur Bindung der Mitarbeitenden bieten Sie an (z.B. Familienfreundlichkeit, Jobrad, HEIMATGUTSCHEIN)? Versichern Sie sich, dass Ihr Standpersonal alle diese wichtigen Informationen für die Bewerbenden parat hat.

Planen Sie als Standpersonal, sofern vorhanden, nicht nur ein Team aus der Personalabteilung ein, sondern auch aus den einzelnen Fachabteilungen.

4. Rühren Sie die Werbetrommel

Verlassen Sie sich nicht nur auf das Marketing der Messeveranstaltungen, sondern ergreifen Sie selber die Initiative, indem Sie alle Kanäle nutzen, die Ihnen zur Verfügung stehen.

- Erstellen Sie eine Landingpage auf Ihrer Website
- Erstellen Sie z.B. ein Xing Event
- Schalten Sie Anzeigen auf den Social Media Kanälen. Überlegen Sie vorab, auf welchen Kanälen sich Ihre Zielgruppe aufhält und bespielen Sie diese gezielt. Ggf. können internetaffine Mitarbeiter*innen Sie dabei unterstützen.
- Bitten Sie Ihre Mitarbeitenden, über die eigenen Kanäle die Veranstaltung zu bewerben.
- Nutzen Sie Presseverteiler.

5. Heben Sie sich mit Ihrem Stand ab

Auf einer Messe sind viele Ausstellende, die alle das gleiche Ziel haben. Überlegen Sie sich, wie Sie die Aufmerksamkeit der Besucher*innen auf sich ziehen können.

Hier einige Ideen:

- Live-Vorfürungen
- Interaktive Produktvorführungen an Touchscreens
- Innovative Technik wie Hologramme, Virtual Reality
- Fotoboxen
- Verteilung von kostenlosem Popcorn, Eis oder Süßigkeiten
- Give Aways
- Gewinnspiele

Bitte achten Sie darauf, dass Sie mit Ihren Aktionen die Nachbarstände nicht „belästigen“ (z.B. zu laute Musik).

6. Gestalten Sie Ihren Messestand ansprechend

Ihr Messestand sollte ordentlich und aufgeräumt sein. Faltdisplays, Tresen und Banner sollten professionell wirken und Ihr Corporate Design widerspiegeln. Der Stand sollte zu Ihnen passen. Mit einfachen Lichteffekten können Sie bspw. zusätzliche Aufmerksamkeit erregen.

Stellen Sie Ihr Unternehmen oder Ihre Marke authentisch dar und vermitteln Sie einen persönlichen Eindruck. Verwenden Sie in Ihrer Grafik passende Motive, die klar kommunizieren, wen Sie suchen oder was Sie als Arbeitgeber*in zu bieten haben.