

EMPLOYER BRANDING STELLENANZEIGE SCHAFFT DAS NÖTIGE PLUS AN AUFMERKSAMKEIT



Brammer ist Europas größter technischer Händler mit mehr als 3.500 Mitarbeitern an über 460 Standorten in 23 Ländern. Das Team wächst. Gemeinsam mit den Neuanrücklingen im Unternehmen will der Betrieb weitere Erfolgsgeschichten schreiben. Dafür sucht das Unternehmen eigenmotivierte Mitarbeiter, die sowohl im Team als auch selbstständig arbeiten wollen und durch die Bereitschaft angetrieben sind, immer ihr Bestes zu geben. Um genau diese Talente auf sich aufmerksam zu machen, schlug der Betrieb im Recruiting neue Wege ein.

Vor welcher Herausforderung standen Sie in Ihrem Recruiting?

Unsere Schwierigkeit bestand darin, dass wir lange Zeit nur Stellenanzeigen im Onepager-Format hatten: Viel Text und nicht mobil optimiert. Dieses Layout war veraltet und wir wollten etwas Aufmerksamkeitsstärkeres. Ich habe mich daraufhin im Markt umgeschaut und bin auf ein spannendes Angebot von Monster gestoßen.

Wofür haben Sie sich entschieden?

Gemeinsam mit Monster haben wir uns für eine Stellenanzeige im Employer-Branding-Design entschieden. Wir konnten viele Bilder darin verwenden - unter anderem ein großes Headerbild.

Außerdem ist die Anzeige fast schon aufgebaut wie eine Homepage im Miniformat. Auf fünf Seiten, die über gliedernde Reiter angesteuert werden können, sind sämtliche Informationen klar strukturiert und übersichtlich abrufbar.

Das war uns deshalb wichtig, weil unsere eigene Karriereseite eher überschaubar gestaltet ist. Wir wollten daher bereits in der Stellenanzeige viele Informationen über uns verpacken, damit sich der Kandidat von Beginn an ein ausführliches Bild über die Vakanz und BRAMMER machen kann.

Was haben Sie bei der Zusammenarbeit mit Monster als besonders angenehm empfunden?

Wir fanden das Format gleich super, weil das Design über die bisherigen technischen Möglichkeiten weit hinausgeht und die Blicke auf sich zieht. Toll war außerdem, dass professionelle Mediadesigner die Erstellung der Design-Vorlage übernommen haben. Auch die Texte für die Stellenanzeige kamen von Monster.

FÜR JEDEN DAS PASSENDE DESIGN...

Jede MONSTER Stellenanzeige lässt sich um die Design-Variante "Employer Branding" erweitern. Das individuelle Design spricht Jobsuchende emotional an. Durch die Einbindung interaktiver Elemente stärken Arbeitgeber ihre Arbeitgebermarke. So bieten zum Beispiel Bilder aus dem Unternehmen oder Videos eine Bühne für zusätzliche Informationen über eine Stelle.

ARBEITGEBER KÖNNEN ZWISCHEN FOLGENDEN FORMATEN WÄHLEN:

Multi-Navigation: Bis zu 5 vertikale oder horizontale Reiter, die sich auf verschiedene inhaltliche Elemente beziehen, bspw. die Stellenbeschreibung, die Anforderungen, die Vorstellung des Unternehmens, etc.

Multi-Rotation: Rondell Navigation mit 3 bis 5 Bildern. Durch Anklicken eines Bildes rotiert dieses in den Vordergrund. Dabei können verschiedene Textteile angezeigt werden.

Multi-Video: Einbindung von 2-6 Videos

VORTEILE:

- ✓ Mehr Aufmerksamkeit
- ✓ Unverwechselbarkeit
- ✓ Stärkung des Arbeitgeberimages
- ✓ Alle Designs werden von erfahrenen Mediadesignern gestaltet

Wie gestaltete sich der Ablauf von der Erstellung bis zur Schaltung der Stellenanzeige?

Bei der Erstellung der Texte haben wir gemerkt: Monster meint es ernst mit dem, was es tut. Uns wurde ein wirklich ausführliches Briefingprotokoll zugeschickt, das wir ausfüllen sollten. Abgefragt wurden die

SUCCESS STORY „EMPLOYER BRANDING“

Stellenbeschreibung, der typische Tagesablauf im Unternehmen, typische Aufgaben, Onboarding-Eckdaten, die Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten bei BRAMMER und auch die Unternehmenskultur kam zur Sprache.

Es waren fast schon ungewöhnlich viele Angaben, die wir da beantworten sollten. Aber uns leuchtete auch ein: Man braucht schon etwas Futter, um eine gute Stellenanzeige zu texten. Mit den Angaben von uns wusste Monster gleich, welche Informationen für welche Zielgruppe in Worte verpackt werden können.

Hat sich die Zusammenarbeit aus Ihrer Sicht gelohnt?

Und ob! Heraus kamen Texte und Beschreibungen, die etwas frecher, provokanter und frischer formuliert waren, als man es von Stellenanzeigen im Allgemeinen gewöhnt ist. Auf diese Weise können wir uns inhaltlich von üblichen Anzeigen abheben.

Die erste Textvorlage von Monster ging schon direkt in die richtige Richtung, wurde von uns dann aber nochmal etwas abgeändert. Die Erstversion wäre uns vielleicht doch ein bisschen zu revolutionär gewesen! Der zweite Wurf war dann aber stimmig.

Wie sind sie mit dem finalen Design der Stellenanzeige zufrieden?

Mit einem Wort: Sehr! Wir bekommen auch immer wieder von Kandidaten zurückgemeldet, dass die Anzeige sehr sympathisch herüberkommt. Sie kommt in unserem Corporate Design daher mit Logo und Bildern aus dem Unternehmen. In Absprache mit Monster haben wir bewusst keine Agenturbilder verwendet. Als die Anzeige dann gesetzt war, waren wir alle happy. Sie ist wirklich gut geworden.

Gibt es schon belastbare Zahlen in Sachen Bewerbungsrücklauf?

Wir bekommen eine Auswertung von Monster mit durchaus soliden Zahlen. Das wichtigste ist aber: Wir konnten erste Stellen bereits besetzen. Allein im vergangenen Jahr haben wir acht neue Mitarbeiter nach einer große Recruitingoffensive in den Sommermonaten willkommen geheißen. Auch danach konnten wir eine gesteigerte Anzahl an Bewerbungseingängen verbuchen.