

Modernes Personalmarketing: Neue Kampagne mit besonderer Überzeugungskraft

Mitarbeiter als Markenbotschafter

Especkamp. Was gibt es besseres für ein Unternehmen, als begeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter? Denn wo immer solche Beschäftigte sich privat mit Freunden und Bekannten treffen, werden sie positiv über ihren Arbeitgeber berichten. Und nichts ist so glaubhaft und überzeugend, wie Meinungen und Stories aus erster Hand!

Längst reicht es nicht mehr aus, wenn sich Unternehmen mit Anzeigen und Prospekten, einer ansprechenden Homepage und gekonnter PR in der Öffentlichkeit präsentieren. Für einen guten Ruf und überdurchschnittliche Bekanntheit eines Unternehmens sind mehr denn je authentische Markenbotschafter gefragt. Diese unterscheiden sich maßgeblich von der steigenden Anzahl der sogenannten Influencer, die für eine entsprechende Bezahlung so ziemlich jedes Produkt und Unternehmen anpreisen. Markenbotschafter hingegen sind glaubwürdige Fürsprecher, die wirklich hinter dem stehen, was sie sagen.

Gerade in einer Zeit des Ringens um geeignete Fachkräfte können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die entscheidende Rolle auf dem Bewerbermarkt spielen, denn wer könnte besser von den Vorteilen eines Arbeitgebers, beispielsweise den optimalen Arbeitsbedingungen, einer vorbildlichen Work-Life-Balance oder hervorragenden Weiterbildungs- und



Aufstiegschancen überzeugen, als die Beschäftigten selbst?

Diesen Grundgedanken des „Employer Brandings“ hat sich auch die Gauselmann Gruppe zu Eigen gemacht und mit einer neuen Werbekampagne ihrem Image als Top-Arbeitgeber ein authentisches Gesicht verliehen.

„Bisher haben wir bei unserer Personalwerbung vielfach mit fremdproduziertem Fotomaterial gearbeitet“, beschreibt Jan Schürmeyer aus dem Personalmarketingbereich der Gauselmann Gruppe die Situation. „Nun geben wir unserem Arbeitgeber ein Gesicht!“



Insgesamt 16 Azubis, duale Studenten, Praktikanten und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen wurden rund eine Woche lang von einem Hamburger Fotografen in typischen Arbeitsumfeldern an den Unternehmensstandorten in Espelkamp und Lübbecke fotografiert.

„Gemeinsam mit unseren Werbefachleuten im Haus entwickelten wir zu den einzelnen Motiven dann passende Headlines, die gleichzeitig die Vielfalt an beruflichen Möglichkeiten im Unternehmen betonen“, erläutert Jan Schürmeyer, verantwortlich für die interne Koordination und erfolgreiche Umsetzung des Kampagnen-Projekts.

Katharina und Tiago sind zwei der neuen Kampagnen-Gesichter. Ihnen hat nicht nur das Shooting selbst großen Spaß gemacht, sie sind auch davon überzeugt, dass Werbeanzeigen wie diese, mit authentischen Personen, eine wesentlich höhere

Aufmerksamkeit erzielen.

„Vielleicht bewirbt sich der Ein oder Andere eher, wenn echte Gesichter aus der Unternehmensgruppe zu sehen sind. Ich zumindest würde mich freuen, wenn ich mir schon vorher ein Bild von neuen Kolleginnen und Kollegen machen könnte und ein Gefühl für das neue Umfeld bekomme.“ *Katharina Müller, Bereich Controlling*

„Gerade wenn es um Arbeitgeberwerbung geht, sollte ja auch ein authentisches Bild vermittelt werden – Fotos von eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind da meiner Meinung nach ein super Mittel!“ *Tiago Dias Ferreira, Bereich Marketing*

Die Image-Anzeigen und Fotomotive werden ab Sommer 2019 in unterschiedlichen Kommunikationsmitteln eingesetzt, zum einen im Printbereich, für Zeitungen und Zeitschriften aber auch im digitalen Bereich, auf Homepages, Online-Arbeitgeberplattformen und Social-Media-Kanälen.