

Session-Nr. 13

Session Owner: Nico Kleinfeldt, ANOVA

Anzahl Teilnehmende: 7

## **Diskussionsfrage und Situation zu Beginn der Session:**

- Keine zweite Chance für den ersten Eindruck
- Wie können digitale Medien aussehen, um Fachkräfte zu gewinnen?

## **Inhalte:**

- Idee: Wie sieht ein Messestand auf einer Personalmesse/Azubis aus, um wirksam zu Gesprächen zu führen?
  - Hinweis auf Karrieremesse an der Leuphana-Universität Lüneburg
  - Idee: auf vorang. Messe gab es Messestand mit Waffelbäckerei: „Firmen-Logos auf die Waffel“
  - Give-aways: Kullis und Textmarker
    - Technik kann begeistern: Etwas zum Ausprobieren anbieten!
  - Idee: Nutzung von VR auf dem Messestand: Darstellung von Berufsalltag
  - Idee: Nutzung einer Schnitzeljagd für die Führung über ein Gelände, z.B. Hafen Hamburg
- Medienkonzept passend gestalten!
  - Mehrfach nutzbare Grafiken, funktioniert als Eye Catcher, z.B. auch in Social Media-Kanälen
  - Einfache Nutzbarkeit: z.B. auch durch alle Mitarbeitende in dem Unternehmen, die dann damit Kontakte knüpfen
  - Betonung: gezielte Auswahl der Social Media Kanäle wichtig!
- Sind private Netzwerke besser zu nutzen als dienstliche Netzwerke?
- Idee: Teaser-Videos „Hinter den Kulissen“
- Erfahrungsbericht: Logo-Wechsel, um Zielgruppe besser anzusprechen, Farbe/Form usw., immer Zeitgeschmack beachten
- Spanien/Deutschland Vergleich:
  - Kulturell kaum unterschiedlich
  - Deutschland hat inzwischen aufgeholt
- Betonung: Es kommunizieren immer Menschen, nicht „Firmen“, Sichtbarkeit von Menschen ist wichtig, wenn man Medien nutzt, siehe Kontaktseiten auf Websites usw.

## **Erwartungen / Wünsche an die FGL P& Q:**

- Idee: maritime Ecke auf Karrieretag oder anderen Personalmessen umsetzen
- Idee: digitale Schnitzeljagd über ein Gelände (Hamburger Hafen)

**Ansprechpartner: siehe oben**