

# Talente suchen und finden

Ein Beitrag von Claudia Gabbert, Marketingexpertin und Inhaberin von Nordquadrat PR & Marketing

**Im „war of talents“ – dem Kampf um talentierte Mitarbeiter – ist ein positives Arbeitgeberimage essenziell. Dentallabore, die sich mit einer starken Arbeitgebermarke von ihren Marktbegleitern absetzen, haben höhere Chancen, Fachkräfte anzuziehen und zu binden – auch bei gleichem Werbebudget.**

Das Wertversprechen eines Unternehmens, auch Employer Value Proposition (EVP) genannt, ist die wichtigste Grundlage für die Talentsuche. Wen will ich als Dentallabor ansprechen? Mitarbeiter für die CAD/CAM-Abteilung in einer großen Stadt springen mit hoher Wahrscheinlichkeit auf eine andere EVP an als Mitarbeiter in der gleichen Position in ländlichen Gebieten. Was die Bewerbungsunterlagen für den Bewerber sind, ist die Employer Value Proposition für das Unternehmen. Mit attraktiven Wertversprechen wirbt ein Dentallabor um die Gunst der Talente auf dem Markt. Es bewirbt sich quasi bei zukünftigen Mitarbeitern.

Sind die Wertversprechen definiert, werden sie über interne Kommunikationskanäle (Intranet, Infotafel, firmeneigene WhatsApp-Gruppe) und nach außen über die Website kommuniziert. Tipp: Wichtig ist, dass sich die Werte auf der Website im Bereich „Über uns“ wiederfinden.

## Mitarbeiter als Testimonials

Am authentischsten bei einer Werbekampagne sind zufriedene und motivierte Mitarbeiter. Sie nehmen eine zentrale Rolle bei der Gestaltung einer starken und glaubwürdigen Arbeitgebermarke ein. Und letztlich ist es auch eine hervorragende Maßnahme zur eigenen Mitarbeiterbindung.

## Bewerbung als Erlebnis

### Erster Blick

- Initiativer Kontakt zwischen Dentallabor und Kandidat. Zum Beispiel Recruitingkampagne bei Social Media, persönlicher Kontakt bei Azubi- oder Jobmesse, Empfehlung, Schnupper-Praktikum mit eigener Praktikumsmappe

### Information

- Website, zum Beispiel Jobs mit professionell aufbereiteter Stellenbeschreibung
- Hinfahren und Umgebung inspizieren

## Bewerbung

- Mitarbeiter ist nach den ersten beiden Phasen soweit und bewirbt sich
- Online-Formulare einfach und übersichtlich gestalten
- One-Click-Bewerbung: problemloser Upload der Bewerbungsunterlagen, keine komplizierten Login-Vorgänge
- Social-Media-Bewerbungen
- Positive und freundliche Bestätigungsmail

## Auswahlverfahren

- Einfache Terminierung
- Empfang im Unternehmen (Zeit, Getränke, Besichtigung, Vorstellung Mitarbeiter)

---

**” Vertrauen ist der essenziellste Wert einer starken Arbeitgebermarke. Das Wertversprechen (Employer Value Proposition) ist die wichtigste Grundlage für die Talentsuche.“**

---

Claudia Gabbert, Marketingexpertin



## dd Wissenswert

### Kanäle für die Mitarbeitersuche:

- Social Media inkl. Werbeanzeigen (Facebook, Instagram, LinkedIn)
- Suchmaschinen-/Google-Werbung
- Content Marketing
- Spektakuläre und unterhaltsame Image-Filme, in denen Mitarbeiter die Hauptrolle spielen
- Kleine Interviews in Text- oder Videoform für Website und Social Media
- Auftritt bei Messen und Events
- Recruiting-Videos mit Mitarbeitern für den gesuchten Arbeitsbereich
- Stellenbörsen (speziell auf „dental“ ausgerichtet)
- Azubimessen
- Tag der offenen Tür – Berufsbildung in weiterführenden Schulen

### Onboarding

- Willkommensmappe
- Freundlicher Empfang

Der Bewerbungsprozess hat sich in den letzten Jahren stark gewandelt, heute suchen sich die Talente ihren Arbeitgeber aus, nicht umgekehrt. Bewerber sollten das dargestellte Wertversprechen eines Unternehmens erleben. Und es kommt auch auf die vielen kleinen Momente an, die ein Bewerber in seiner Bewerbungsphase durchlebt.

Auf der anderen Seite sollte der Arbeitgeber bei der Auswahl neuer Mitarbeiter auch in Betracht ziehen, ob sich ein Bewerber auf Dauer im Unternehmen wohlfühlen wird. Denn auch die talentierteste Fachkraft schadet der Arbeitgebermarke, wenn Erwartungshaltung und tatsächliche Arbeitsbedingungen nicht zusammenpassen. Investitionen in ein gutes Arbeitsklima wirken sich somit nicht nur in Form höherer Leistungsbereitschaft und stärkerer Mitarbeiterbindung aus, sondern zahlen auf lange Sicht auch auf die Arbeitgebermarke ein.

### Kontakt

Nordquadrat PR & Marketing  
Claudia Gabbert  
22393 Hamburg  
Fon +49 40 600 13788  
c.gabbert@nordquadrat.de  
www.nordquadrat.de



IHR DIREKTER WEG  
ZUR LIQUIDITÄT

## Hoch hinaus – mit dem richtigen Partner

Blieben Sie finanziell auf der Höhe und sichern Sie sich Ihre Unabhängigkeit von Banken. Mit der LVG an Ihrer Seite schaffen Sie sich flexiblen Spielraum für Investitionen oder um Verbindlichkeiten abzubauen. Denn wir finanzieren Ihre Rechnungswerte vor, begleichen Ihre Außenstände und übernehmen das Ausfallrisiko für Sie.

Seit mehr als 35 Jahren bieten wir unseren Partnern Schutz vor Forderungsausfällen und Hilfe beim Abbau von Verbindlichkeiten. Wann kommen Sie an unsere Seite?

**L.V.G.**  
**Labor-Verrechnungsgesellschaft mbH**  
Hauptstraße 20 / 70563 Stuttgart  
T 0711 66 67 10 / F 0711 61 77 62  
kontakt@lvg.de



[www.lvg.de](http://www.lvg.de)