



P R E S S E I N F O R M A T I O N

Mit Bohrermännchen Bodo auf Bewerbersuche: Wie RUKO mit regionaler Präsenz und klarem Profil neue Bewerbergruppen erreichte

Der Fachkräftemangel stellt unterschiedlichste Branchen vor große Herausforderungen – auch in der Region Böblingen und Tübingen. Die RUKO GmbH Präzisionswerkzeuge aus Holzgerlingen begegnete diesem Thema im Frühjahr 2025 mit einer regional ausgerichteten Recruiting-Kampagne. Ziel war es, das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber sichtbar zu machen und gleichzeitig unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen: von Auszubildenden, über Praktikantinnen und dual Studierenden bis hin zu Fach- und Verwaltungskräften für die Bereiche wie etwa Fertigung, Lager, Logistik und Vertrieb.

Sympathieträger mit technischem Bezug: Bodo, das Bohrermännchen

Zentrales Motiv der Kampagne war das „Bohrermännchen Bodo“. Eigens für diese Maßnahme konzipiert, setzt er sich aus den Produkten wie Kernbohrern, Senkern und Schraublochstanzen des RUKO Portfolios zusammen. Auf charmante Weise verkörpert Bodo damit im wahrsten Sinne, wofür RUKO steht: technische Präzision, Identifikation mit dem Unternehmenssortiment ein Bezug zur eigenen Fertigung und – natürlich – zu den Produkten selbst. Gleichzeitig verleiht er der Arbeitgebermarke Emotionalität und Eigenständigkeit – als sympathisches Key-Visual, das sämtliche Kommunikationskanäle der Kampagne begleitet.

Digitale Grundlagen zuerst: Karrierebereich modernisiert und Bewerbungsprozess optimiert

Bereits im Vorfeld der Kampagne wurde die Karriereseite auf der RUKO-Website grundlegend überarbeitet. Der neue Auftritt präsentiert sich heute deutlich strukturierter, ansprechender und bewerber*innengerecht – mit klaren Informationen zu Einstiegsmöglichkeiten, Benefits und Unternehmenskultur.

Der Bewerbungsprozess selbst erfolgt vollständig digital über ein eingebundenes Recruiting-Tool, das eine einfache, nutzerfreundliche und transparente Bewerbung ermöglicht. Auf der Oberfläche hinterlegen Bewerber*innen die Kontaktdaten und übermitteln Bewerbungsunterlagen wie beispielsweise Lebenslauf und Arbeitszeugnis per Upload an RUKO-HR.



Präsenz im Alltag der Zielgruppe: Regional und nahbar

Um möglichst viele Menschen in der Region direkt im Alltag zu erreichen, setzte RUKO auf eine durchdachte Kombination analoger und digitaler Maßnahmen. So kamen im Zeitraum von April bis Juni 2025 verschiedene Medien zum Einsatz.

Dazu zählten Großflächenplakate an S-Bahn-Haltestellen und Bahnhöfen in Böblingen und Tübingen über die RUKO sichtbar im Berufsverkehr war – exakt dort, wo potenzielle Bewerber*innen regelmäßig unterwegs sind und - ganz wichtig - auch länger verweilen.

Ebenso auf dem Heck regionaler Linienbusse im Böblinger Raum war Bodo zu sehen. Die rollende Werbefläche sorgte für zusätzliche Mobilität der Kampagnenbotschaft im städtischen sowie ländlichen Raum.

Aber auch out of the box wurde bei der Media-Strategie gedacht.

Auf 48.000 Brötchentüten, die für 16 verschiedenen Bäckereien im Raum Böblingen gedruckt wurden, forderte Bodo potenzielle Bewerber dazu auf, den Top-Job direkt einzutüten. Eine Maßnahme mit hoher Alltagsrelevanz und direktem Kontakt zu Bürgerinnen und Bürgern verschiedenster Altersgruppen. Eine originell platzierte Kommunikation, die subtil wahrgenommen wird und den Weg bis in die Küche oder den Esstisch daheim findet.

Ergänzend zur physischen Sichtbarkeit wurden vier kurze, aufmerksamkeitsstarke Reels über Instagram ausgespielt, insbesondere um junge und digital affine Zielgruppen zu erreichen. Die einzelnen Videos hatten Schüler*innen, Berufseinsteiger*innen sowie erfahrene Fachkräfte als Zielgruppe und wurden entsprechend, ebenfalls in der Region, in der App ausgespielt.

Strategische Umsetzung mit professioneller Unterstützung

Konzipiert und umgesetzt wurde die Kampagne in enger Zusammenarbeit mit einer Agentur, die sich auf Recruiting-Werbung für mittelständische Unternehmen spezialisiert hat. Gemeinsam mit dem RUKO-Team wurde ein Maßnahmenpaket entwickelt, das zielgruppengenau, kosteneffizient und lokal wirksam ist.

Messbarer Erfolg: Mehr Bewerbungen mit besserer Passung

Die Resonanz auf die Kampagne war durchweg positiv – sowohl unternehmensintern als auch extern. Besonders erfreulich war, dass die Zahl der Bewerbungen im Kampagnenzeitraum merklich anstieg, auch spürbar im Bereich der Ausbildungs- und Praktikumsplätze. Gleichzeitig ließ sich eine deutliche Verbesserung der Bewerbungsqualität feststellen – ein Zeichen dafür, dass die Botschaft nicht nur sichtbar, sondern auch glaubwürdig vermittelt wurde.



ruko.de

Die Kampagne zeigt: Wer im Wettbewerb um Fachkräfte bestehen will, muss heute mehr sein als ein guter Arbeitgeber – er muss als solcher auch wahrgenommen werden. Mit Kreativität, digitaler Infrastruktur und regionalem Fokus ist es RUKO gelungen, diese Wahrnehmung erfolgreich zu gestalten.

Über RUKO

Die RUKO GmbH Präzisionswerkzeuge ist ein mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Holzgerlingen und rund 200 Mitarbeitenden. Seit Jahrzehnten spezialisiert sich das Unternehmen auf die Herstellung von hochwertigen Bohr-, Senk- und Schneidwerkzeugen für die Metallzerspanung – mit eigener Fertigung am Standort. Neben technischer Exzellenz und einer starken Kundenorientierung legt RUKO großen Wert auf ein nachhaltiges und zukunftsfähiges Personalmanagement.

Pressekontakt

Nora Schönhöffer
Presse & Öffentlichkeitsarbeit
Tel: +49 (0) 7031 / 68 00 - 903
E-Mail: nora.schoenhoeffer@ruko.de

RUKO GmbH Präzisionswerkzeuge
Robert-Bosch-Str. 7-11
71088 Holzgerlingen
ruko.de