



Wie momox LinkedIn nutzt, um Talente in Berlin für sich zu gewinnen



Hauptsitz | Berlin, Deutschland

Anzahl Mitarbeiter:innen des Konzerns | 2.100+

Branche | Re-Commerce



Erfolgsgeschichte

momox ist ein Pionier im Re-Commerce und hat sich seit 2004 als eines der führenden Unternehmen im An- und Verkauf von Büchern, Medien und Kleidung etabliert. Unter den Marken momox, medimops/ momox shop und momox fashion bietet das Unternehmen Europaweit eine nachhaltige Lösung für den Onlinehandel: Second hand Produkte verkaufen und kaufen. Auf diese Weise haben bereits über 400 Millionen Artikel ein neues Leben erhalten. Trotz dieses Erfolgs stand momox vor einer besonderen Herausforderung: Dem äußerst wettbewerbsintensiven Arbeitsmarkt in Berlin, insbesondere im Bereich Tech, Produktentwicklung und Marketing.

Berlin ist bekannt für seine florierende Startup-Szene, die oft frisch durch Investitionsrunden gestärkt wird und mit attraktiven Gehältern um die besten Talente buhlt. In diesem Umfeld stand momox vor der Aufgabe, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und die passenden Fachkräfte für sich zu gewinnen – eine Aufgabe, die durch die verhältnismäßig geringe Bekanntheit der Arbeitgebermarke momox erschwert wurde.



Die Herausforderung

momox steht vor einem der härtesten Arbeitsmärkte Europas: Berlin. Hier konkurrieren sie nicht nur mit anderen etablierten Unternehmen, sondern auch mit aufstrebenden Startups, die nach denselben Talenten suchen, besonders im Tech-Bereich. Diese Startups bieten oft attraktive Gehälter und locken mit einem modernen, dynamischen Image. Für momox, stellte sich die Frage: Wie kann man in einem solchen Umfeld die besten Talente anziehen?

Ein weiteres Entwicklungsfeld war die geringe Bekanntheit der Arbeitgebermarke. Viele Menschen kennen die Marke medimops, bringen diese jedoch nicht automatisch mit momox als Arbeitgeber in Verbindung. Dies führte zu einer relativ niedrigen Sichtbarkeit auf dem Arbeitsmarkt, was es erschwerte, die richtigen Kandidat:innen anzusprechen.



Die Lösung

Um diesen Herausforderungen zu begegnen, entschied sich momox für eine gezielte Nutzung von LinkedIn, sowohl im Employer Branding als auch im Recruiting. Der Ansatz war dabei von Anfang an pragmatisch und experimentell: Try and Error. momox startete mit Unterstützung des LinkedIn-Teams die professionelle Nutzung der Plattform.

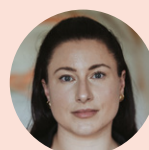
Der erste Schritt bestand darin, sich klar darüber zu werden, was momox als Arbeitgeber auszeichnet und was potenzielle Bewerber:innen interessieren könnte. Dabei halfen regelmäßige Check-Ins und die enge Unterstützung durch LinkedIn, die momox aufzeigten, welche Produkte und Strategien erfolgversprechend sein könnten.

Eine zentrale Rolle spielte dabei die Nutzung der LinkedIn-Job-Slots und das Active Sourcing.

Active Sourcing erwies sich als besonders wertvoll für die Besetzung schwieriger Positionen, obwohl dieser Ansatz zeit- und ressourcenintensiv war. Mit einer soliden Response-Rate von 20-25 % konnte momox dennoch kontinuierlich passende Kandidat:innen identifizieren und ansprechen. Zusätzlich kontrollierte das Team wöchentlich die Performance der Job-Slots und optimierte diese bei Bedarf.

Ein entscheidender Meilenstein für momox war der erste erfolgreiche Hire über den LinkedIn-Recruiter, was das Vertrauen in die Plattform weiter stärkte. Parallel dazu wuchs die Follower-Zahl kontinuierlich an, was die Sichtbarkeit der Arbeitgebermarke erhöhte.

„Mit LinkedIn haben wir einen verlässlichen Partner gefunden, der uns nicht nur durch die enge Betreuung bei der Stärkung unserer Arbeitgebermarke unterstützt, sondern auch maßgeblich dazu beigetragen hat, dass wir kontinuierlich die richtigen Talente anziehen können. Selbst solche, die man auf der Plattform nicht erwarten würde (beispielsweise aus dem Logistikbereich). Für unsere Logistikstandorte ist das unermesslich wertvoll.“



Anna-Lena Glismann
Senior Lead Recruiting and
Employer Branding
momox





Produkt im Fokus

LinkedIn Talent Solutions

LinkedIn Career Pages

LinkedIn Jobs



Über momox

momox ist ein Pionier im Re-Commerce und hat sich seit 2004 als führender Anbieter im An- und Verkauf gebrauchter Bücher, Medien und Kleidung etabliert. momox kauft gebrauchte Bücher, Medien und Fashion-Artikel an und verkauft diese über eigene Onlineshops sowie weltweit über verschiedene Marktplätze weiter. Damit bietet momox eine einfache und schnelle Möglichkeit, nicht mehr benötigte Sachen loszuwerden, während gleichzeitig eine nachhaltigere und budgetfreundliche Alternative zum Neukauf geschaffen wird. Mit seinem Hauptsitz in Berlin und zusätzlichen Logistikzentren in Leipzig und Polen beschäftigt momox über 2.100 Mitarbeitende. Das Unternehmen verbindet Innovation im Tech-Bereich mit operativer Exzellenz in der Logistik, um nachhaltigen Konsum für seine Kund:innen möglich zu machen.



Die Ergebnisse

Die Ergebnisse sprechen eine klare Sprache: Im Jahresvergleich konnte momox die Bewerbungsklicks um **50 %** steigern, und die Job Views wuchsen um **48 %**. Jährlich sehen sich mittlerweile rund **90.000** LinkedIn-Mitglieder die Stellenangebote von momox an. Diese beeindruckenden Zahlen bestätigen, dass LinkedIn zu einer wichtigen Quelle für Bewerbungen bei momox geworden ist – fast 50 % aller Bewerbungen kommen über die Plattform.

Doch LinkedIn brachte nicht nur quantitative Vorteile. Die Plattform eröffnete auch neue Möglichkeiten zur Interaktion und Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitenden. So nutzt momox LinkedIn, um abgeschlossene LinkedIn Learning Kurse der Mitarbeitenden zu kommentieren und zu feiern, was die Bindung und Motivation der Belegschaft stärkt. Zudem bietet LinkedIn momox die Möglichkeit, mit ehemaligen Mitarbeitenden in Kontakt zu bleiben, was Rehiring und die langfristige Bindung an das Unternehmen fördert.

