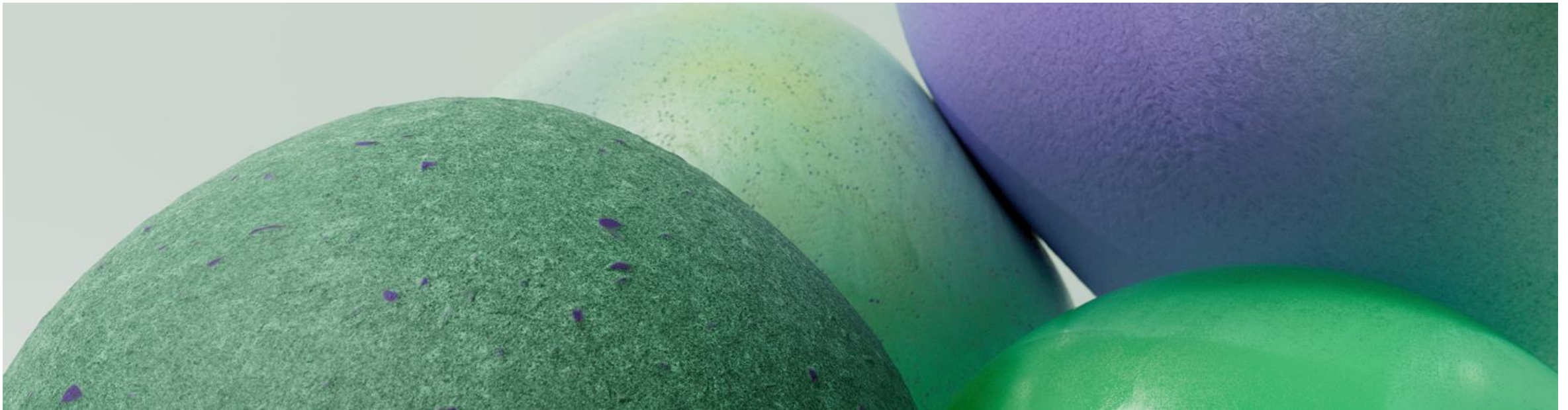


# Klarheit, Konsistenz, Kreativität.

Employer Branding für Museen als Weg zur  
Gewinnung von begehrten Fachkräften.



**Employer Branding**

Employer Branding bedeutet, das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren, um die besten Talente zu gewinnen und zu binden.

### Employer Branding

Sie haben es mit (mindestens) zwei Zielgruppen und deren Anforderungen und Erwartungen zu tun.

## **Bewerber:innen**

Wie begeistert ein Unternehmen vielversprechende, potenzielle Mitarbeiter:innen am hart umkämpften Talente-Markt für sich?

## **Mitarbeiter:innen**

Wie muss sich ein Arbeitgeber anfühlen, damit er von den Mitarbeitenden – vom „Newbie“ bis zu den langjährigen Kolleg:innen – als mehrwertig und attraktiv erlebt wird?

## Employer Branding

Mitarbeiter:innen kommen nicht mehr automatisch zu Ihnen

- Fachkräftemangel
- Demografischer Wandel
- Generationsunterschiede
- Neue Job-Profile & -Kompetenzen
- Veränderte Mitarbeiter:innen-Bedürfnisse
- Digitalisierung





**f**

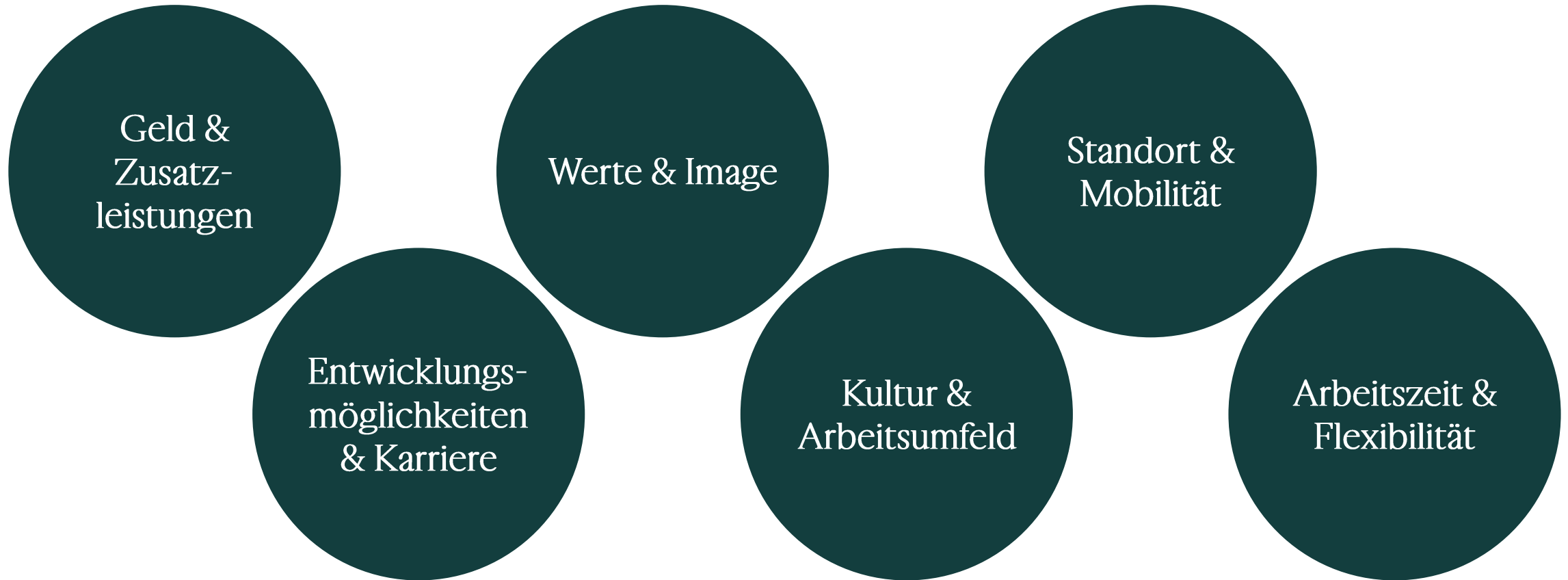
Sie konkurrieren auf dem Arbeitsmarkt mit vielen anderen Organisationen und Unternehmen. Und die Latte hängt stetig höher. Was heute überraschend ist, wird morgen als Standard erwartet.

**f****f**

**Employer Branding**

Was macht uns eigentlich (un)attraktiv?

Oder: Niemand fängt für einen kostenlosen Obstkorb an.



## Employer Branding

# In 3 Schritten zur attraktiven Arbeitgeber-Marke

## Klarheit

- Was ist eigentlich unser Problem?
- Worauf bauen wir auf?
- Was denken Bewerber:innen und Mitarbeiter:innen?
- Wofür wollen wir stehen?
- Was sind unsere Versprechen (Komm- & Bleib-Gründe, Alleinstellungsmerkmale)?

**Employer Branding**

# In 3 Schritten zur attraktiven Arbeitgeber-Marke

## Klarheit

- Was ist eigentlich unser Problem?
- Worauf bauen wir auf?
- Was denken Bewerber:innen und Mitarbeiter:innen?
- Wofür wollen wir stehen?
- Was sind unsere Versprechen (Komm- & Bleib-Gründe, Alleinstellungsmerkmale)?



## Konsistenz

- Überzeugt die Positionierung Mitarbeitende und Führungskräfte?
- Wie machen wir die Arbeitgebermarke spürbar erlebbar?
- Sind unsere Versprechen Realität oder müssen wir uns verändern?



**Employer Branding**

# In 3 Schritten zur attraktiven Arbeitgeber-Marke

## Klarheit

- Was ist eigentlich unser Problem?
- Worauf bauen wir auf?
- Was denken Bewerber:innen und Mitarbeiter:innen?
- Wofür wollen wir stehen?
- Was sind unsere Versprechen (Komm- & Bleib-Gründe, Alleinstellungsmerkmale)?



## Konsistenz

- Überzeugt die Positionierung Mitarbeitende und Führungskräfte?
- Wie machen wir die Arbeitgebermarke spürbar erlebbar?
- Sind unsere Versprechen Realität oder müssen wir uns verändern?



## Kreativität

- Welche Kanäle und Kontaktpunkte nutzen wir?
- Wie können wir mit kreativen Ideen den Unterschied machen?
- Wie können wir unsere eigene Kreativität und Inszenierungskraft nutzen?

## Employer Branding

# Netze BW – mit Sinn und Systemrelevanz punkten

An advertisement for Netze BW. The background is a photograph of a man with a beard and soap suds on his chest, standing in a shower with water spraying from a showerhead. The man is holding a yellow rubber duck. The text is overlaid on the image.

**Ein Solo unter der Dusche?**  
Läuft nur mit dir.

Strom, Gas und Wasser läuft nur mit dir in Baden-Württemberg. Danke, dass du jetzt schon Teil des Networks bist und die Energiezukunft vorantreibst.

**Netze BW**

Direkt bewerben!

Ein Unternehmen der EnBW



## Employer Branding

# Netze BW – mit Sinn und Systemrelevanz punkten



**Netze BW**

## Sommerfeeling im Wintergarten?

Läuft nur mit dir.

Strom, Gas und Wasser läuft nur mit dir in Baden-Württemberg. Danke, dass du jetzt schon Teil des Networks bist und die Energiezukunft vorantreibst.

Direkt bewerben!

Ein Unternehmen der EnBW

## Employer Branding

## München Klinik – Menschen zeigen, (mit) Storys spielen



**m:k**  
MÜNCHEN  
KLINIK

**Pflege?  
Zählt bei uns.**


„Ich bin nach  
der Ausbildung geblieben.  
Das sagt eigentlich alles.“

Leon H. Gesundheits- und Krankenpfleger  
München Klinik Bogenhausen

**MACHEN KÖNNEN.**

München Klinik  
Der Gesundheitsversorger der Stadt

**Jetzt informieren:**  
muenchen-klinik.de/ausbildung

muenchen-klinik.de/jobs/pflegewissenschaft/portrait-katharina-bergmann/

Berichte Download free Eigene Dateien – O... 1 1 neue Mitteilung...

Unsere Kliniken Für Mitarbeitende Einweiser-Service Presse Spenden & fördern EN + Notfall

KARRIERE **Berufswelten** Stellenmarkt Ausbildungen Fort- & Weiterbildungen

m:k  
MÜNCHEN  
KLINIK

Home / Berufswelten / Pflege / Pflegewissenschaft / Portrait: Katharina Bergmann



**Der Anfang? Ein ganzes Leben.**

Katharina Bergmann hilft kleinsten Frühchen und ihren Eltern durch den anstrengenden Krankenhausaufenthalt - und ist Vorbild und Mentorin für die nächste Pflege-Generation.

„Menschen von Anfang an bestmöglich zu begleiten, liegt mir am Herzen – das gilt für die Pflege von Frühgeborenen wie für die Lernbegleitung auf der interprofessionellen Ausbildungs-Station IPANEO.“

MÜNCHEN KLINIK KARRIERE  
Express-Kontakt für Ihre Wünsche

3-Minuten-Kennenlernen starten...



## Employer Branding

## München Klinik – Menschen zeigen, (mit) Storys spielen



muenchen...  
9.023 Follower

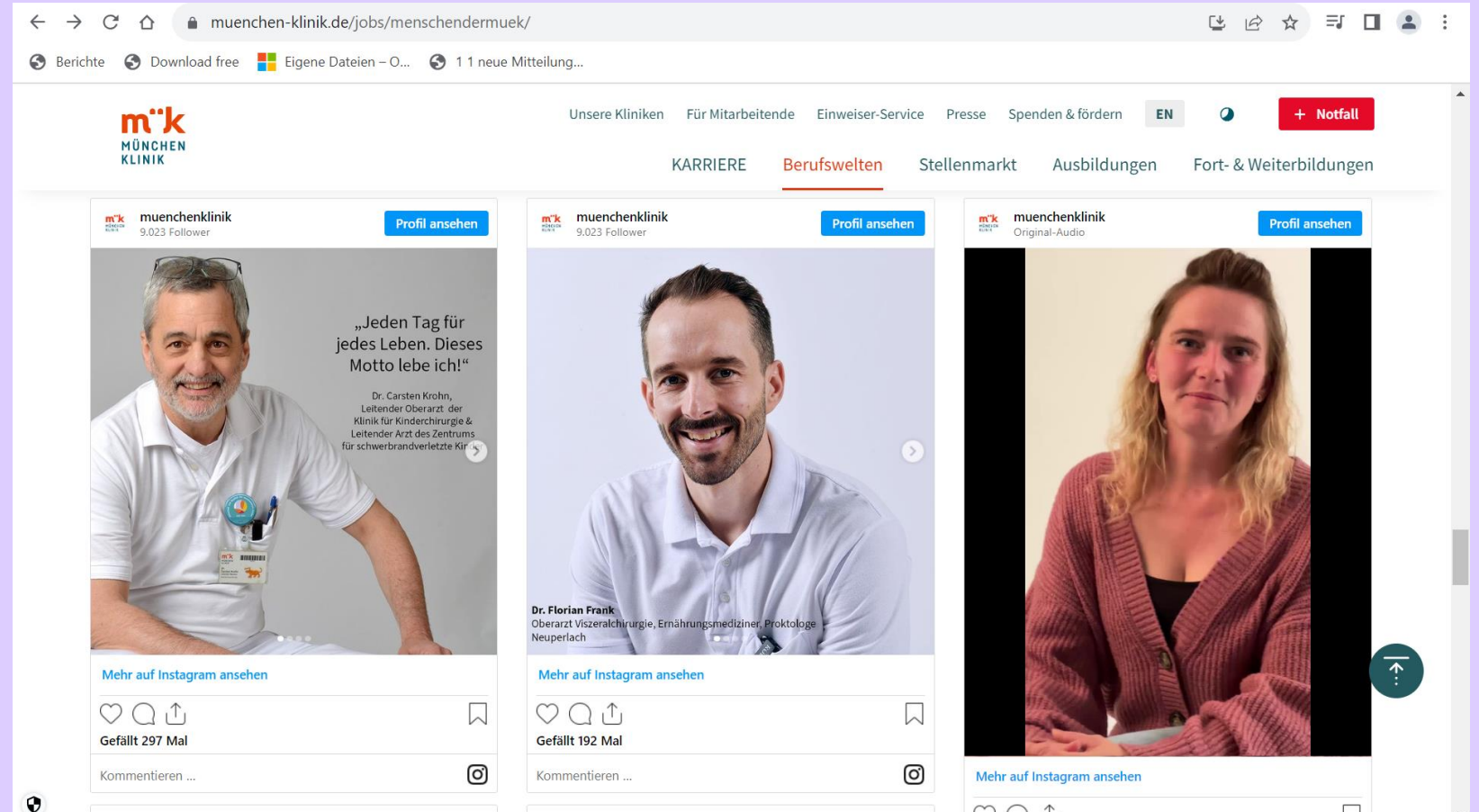
[Profil ansehen](#)

„Meine Freunde sagen, sie hätten nicht gedacht, dass ich mal im Krankenhaus arbeite. Vorher war ich in der Automobil-industrie tätig.“

Vincent Yao,  
Technischer Leiter Bau-,  
Technik-, Immobilienmanagement

[Mehr auf Instagram ansehen](#)

Gefällt 136 Mal



muenchen-klinik.de/jobs/menschendermuek/

Berichte Download free Eigene Dateien – O... 1 1 neue Mitteilung...

münchen KLINIK

Unsere Kliniken Für Mitarbeitende Einweiser-Service Presse Spenden & fördern EN + Notfall

KARRIERE Berufswelten Stellenmarkt Ausbildungen Fort- & Weiterbildungen

muenchenklinik 9.023 Follower [Profil ansehen](#)

„Jeden Tag für jedes Leben. Dieses Motto lebe ich!“

Dr. Carsten Krohn,  
Leitender Oberarzt der  
Klinik für Kinderchirurgie &  
Leitender Arzt des Zentrums  
für schwerbrandverletzte Kir...

[Mehr auf Instagram ansehen](#)

Gefällt 297 Mal

Kommentieren ...

muenchenklinik 9.023 Follower [Profil ansehen](#)

Dr. Florian Frank  
Oberarzt Viszeralchirurgie, Ernährungsmediziner, Proktologe  
Neuperlach

[Mehr auf Instagram ansehen](#)

Gefällt 192 Mal

Kommentieren ...

muenchenklinik Original-Audio [Profil ansehen](#)

[Mehr auf Instagram ansehen](#)



## Employer Branding

## BVG – Vielfalt, jung, zum Schmunzeln





## Employer Branding

## BVG – Vielfalt, jung, zum Schmunzeln



**FREIE JOBS**  
in Fahrdienst,  
IT, Werkstatt  
u.v.m.

**Habibi, Bro und Besti.**

**Amigo, Digga und Schwesti.**

*Ganz gleich, wie ihr euch nennt: Wir nennen es Vielfalt im Job.*

**BVG**

## Employer Branding

## BVG – Vielfalt, jung, zum Schmunzeln

SPASS IM  
TEAM

***Mia, Emma und Erika.  
Malou, Azra und Zelia.***

*Ganz gleich, wie du heißt: Wir heißen Vielfalt im Job willkommen.*

BVG

WEIL WIR DICH LIEBEN.

Jetzt bewerben und mit uns die Mobilität von morgen gestalten: [BVG.de/Karriere](https://www.bvg.de/Karriere)

## Employer Branding

Was Sie tun können, um potentielle Mitarbeiter:innen auf sich aufmerksam zu machen und deren Interesse zu wecken – ein paar erste Gedankenanstöße.

- eigene Mitarbeiter:innen als Botschafter:innen stärken (sprach- bzw. auskunftsfähig machen, ggf. incentivieren)
- lokale Netzwerke nutzen
- Mit überraschenden Stellenanzeigen hervorstechen
- Kreative Aushänge im Museum
- Kleine „Arbeiten@...“-Filmchen (kurz, im Instagram-Stil, einfach zu teilen) mit Blick hinter die Kulissen
- Echte Mitarbeiter:innen zeigen
- Mit anderen Häusern Rekrutierungsallianzen bilden

**Employer Branding**

Und: Sie sind nicht egal – sie haben einen Sinn. Nutzen sie den Vorteil für ihre Arbeitgebermarken-Positionierung.

Sammeln,  
Bewahren,  
Forschen

Bilden,  
Kultur  
fördern

Kinder-  
augen zum  
Leuchten  
bringen

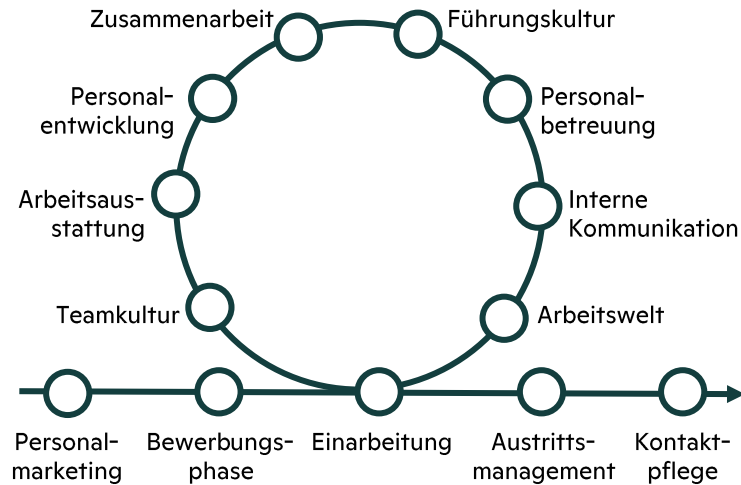


Employer Branding

# Nichts tun, ist keine Option. Drei Tipps fürs Anfangen

## Tipp 1 In den Schuhen der Zielgruppe.

z.B. Interviews mit Newbies oder Menschen, die das Haus verlassen.  
Check der Kununu-Bewertungen.



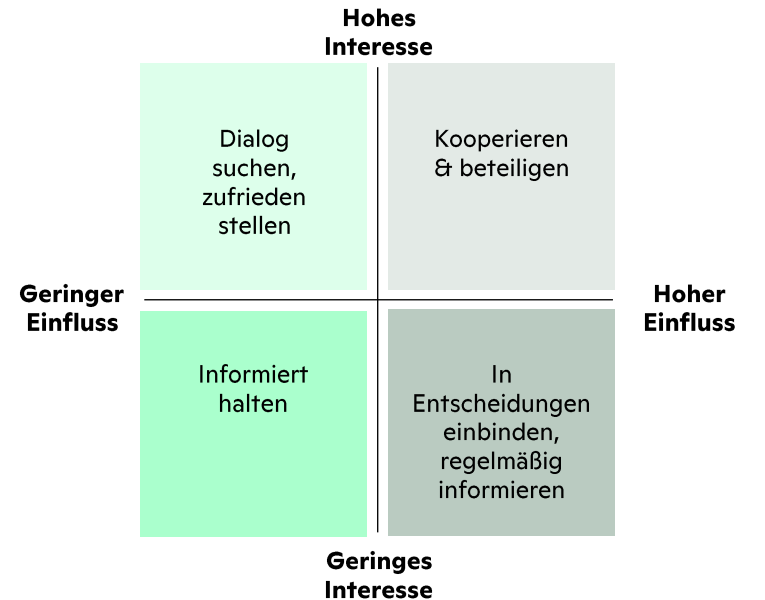
## Tipp 2 Wissen, wofür Sie stehen.

z.B. Definition von Werten, Versprechen und Alleinstellungsmerkmalen in co-kreativen Workshops



## Tipp 3 Kompliz:innen suchen.

z.B. durch Stakeholder-Analysen. Die Kraft ihres Netzwerks nutzen.



**diffferent**

Vielen Dank!

**Nico Rudorf**  
Director  
[Nico.rudorf@diffferent.de](mailto:Nico.rudorf@diffferent.de)

**diffferent GmbH**  
[www.diffferent.de](http://www.diffferent.de)

Schlesische Straße 38  
D-10997 Berlin  
Osterwaldstraße 10  
D-80805 München