

# Fotoprotokoll und Dokumentation zum Workshop I – FINDEN im Zeitalter der Digitalisierung

Dr. Frank Hees

Dr. René Vossen

23. Juni 2016

# Agenda

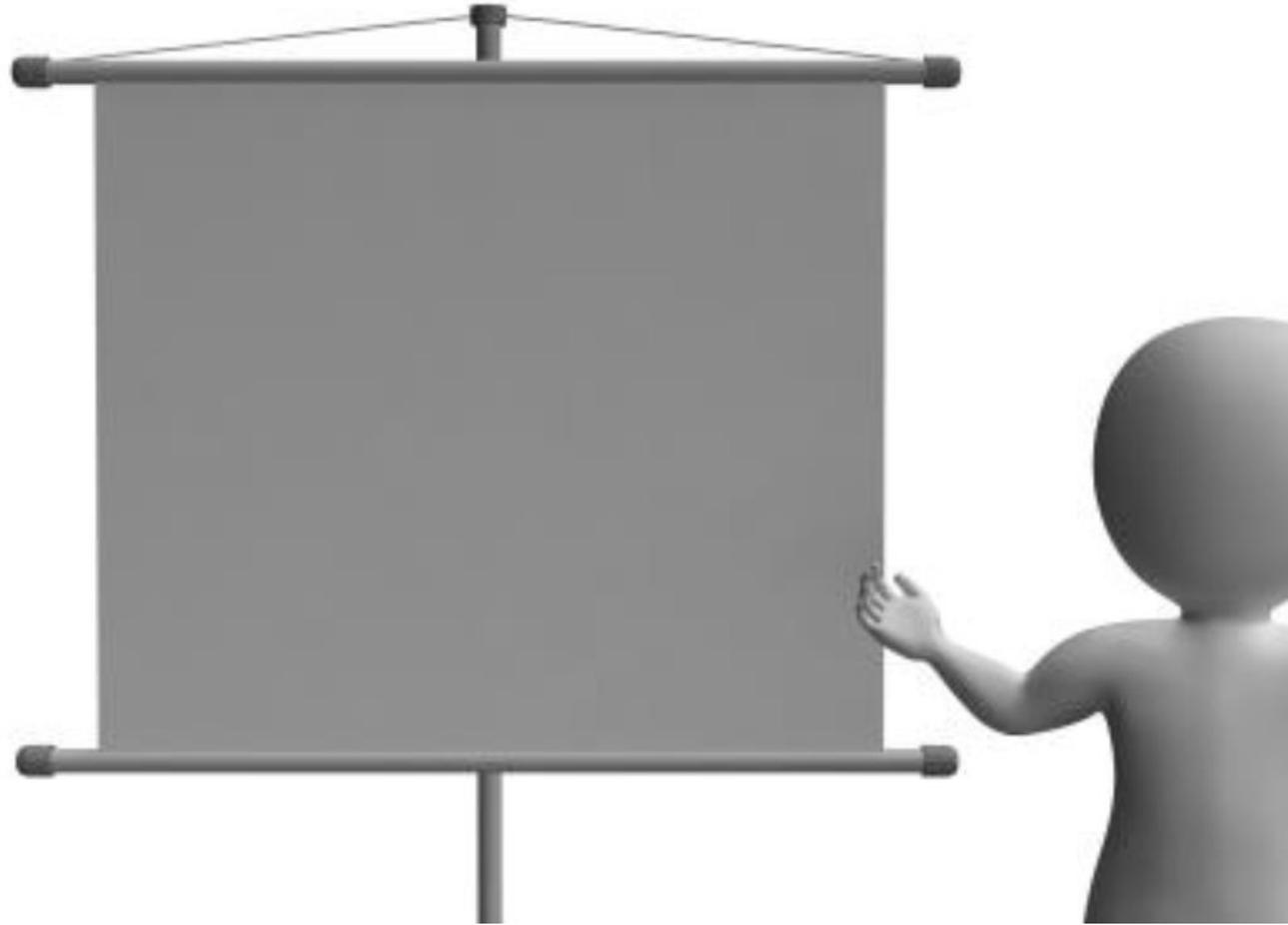


# Workshop-Impressionen



# Vortragsfolien

---



# HERZLICH WILLKOMMEN!

---



**& FINDEN  
& BINDEN**  
IM KREIS HEINSBERG

## Workshop I – FINDEN im Zeitalter der Digitalisierung

Donnerstag, 23.06.2016  
Haus Lennartz, Heinsberg

## TERMINE

**Fachkräfte Finden**

**Donnerstag 23.06.2016**

**Fachkräfte Binden**

**Donnerstag 22.09.2016**

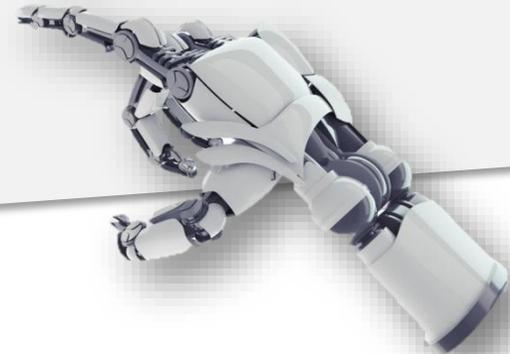
**Fachkräfte Qualifizieren**

**Donnerstag 09.02.2017**



## ZIELE

- **Schneller FINDEN, Besser BINDEN und Gezielter QUALIFIZIEREN**
- **Austausch mit Gleichgesinnten und Experten**
- **Unternehmens-Innenwirkung und -Außenwirkung kennenlernen und Erneuerungen umsetzen**
- **Strategien definieren mit den Fokus auf Kosten und Rentabilität**



# Einführung Workshopteam

- Fachexperte
- Marketing
- Markenentwicklung



Prof. Dr.  
Schroiff



Bernd  
Steinbrecher



- Fachmann
- Werbung und Kommunikation
- Strategieentwicklung



- Moderation
- Kommunikations- und Organisationsentwicklung



Dr. rer. nat.  
Frank Hees



Dr. rer. nat.  
René Vossen



- Co-Moderation
- Bewertung und Ermittlung von Intellektuellem Kapital



# Workshop – FINDEN | BINDEN | QUALIFIZIEREN

## Agenda

---

17:00 Uhr Begrüßung und Einführung

17:15 Uhr Input zum Themenfeld von Herrn Prof. Dr. Schroiff



17:45 Uhr Workshop Teil 1

Input zum Themenfeld von Herrn Steinbrecher

Diskussion



18:30 Uhr Kurze Pause mit Imbiss

18:45 Uhr Workshop Teil 2

Museumsmethode inkl. Diskussion mit proaktiven Feedback durch die Fachleute



19:45 Uhr Zusammenfassung und Ausblick: Vorstellung des Handlungsplans durch Moderation

20:00 Uhr Ausklang und Get-Together

## Commitment

**Dieser Workshop war erfolgreich, wenn...**

**... Sie konkrete Maßnahme kennengelernt haben, die für Sie/Ihr Unternehmen relevant und erfolgsversprechend ist.**

**... Sie wissen, wie Sie die Maßnahme konkret umsetzen und in Ihrem Unternehmen erproben können.**

**... Sie Ansprechpartner und/oder Gleichgesinnte identifiziert haben, die Sie bei der Umsetzung unterstützen können.**

**... die Wirtschaftsförderung von Ihnen prüfbare Anregungen zu Ihrer Unterstützung mitnehmen kann.**



### Dos and Don'ts

Dieser Workshop soll produktiv gestaltet werden, daher...

... sagen Sie was Sie denken und sagen wollen.

... seien Sie offen für die Meinung anderer.

... lassen Sie andere aussprechen.

... nutzen Sie Ich-Botschaften.

... vermeiden Sie Totschlagargumente.

... einfach mal „etwas sacken lassen“.

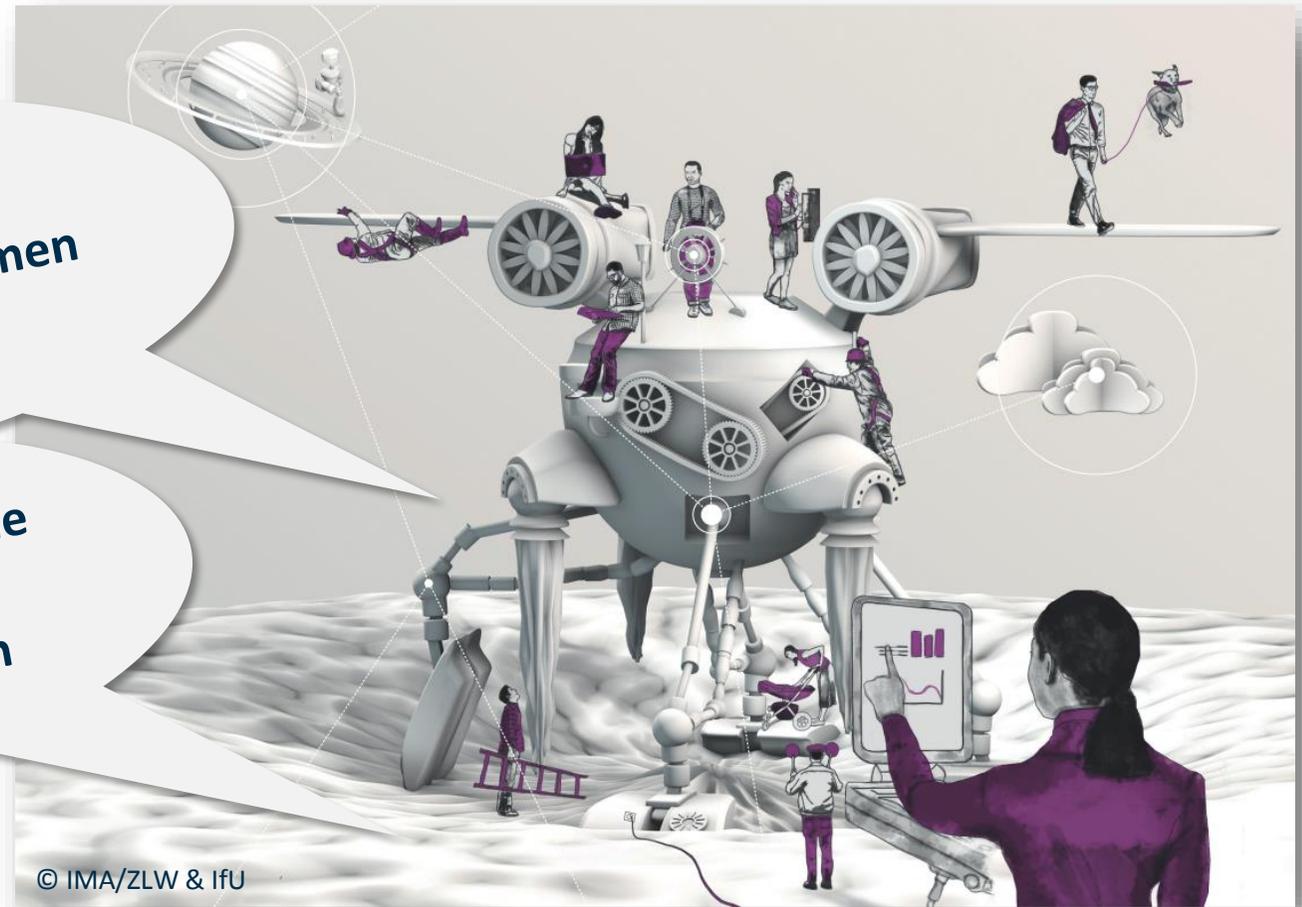


# Workshop I - FINDEN

## Vorstellungsrunde

Name und Unternehmen

Beim Wort  
„Digitalisierung“: Welche  
Erwartungen und  
Befürchtungen haben  
Sie?



© IMA/ZLW & IfU



## Recruiting in der Digitalisierung & Arbeitgebermarke/Employer Branding

Leitfragen zum folgenden Impulsvortrag:

**Wie wichtig erachten Sie für sich eine individuelle Arbeitgebermarke?**

**Welche nächsten Schritte würden Sie für sich sehen?**

**Wie kann die WFG in den nächsten Schritten unterstützen?**



---

# Recruiting in der Digitalisierung & Arbeitgebermarke/Employer Branding



Impulsvortrag



**Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff**  
Marketing-Experte „MindChainge“, Aachen/Neuss

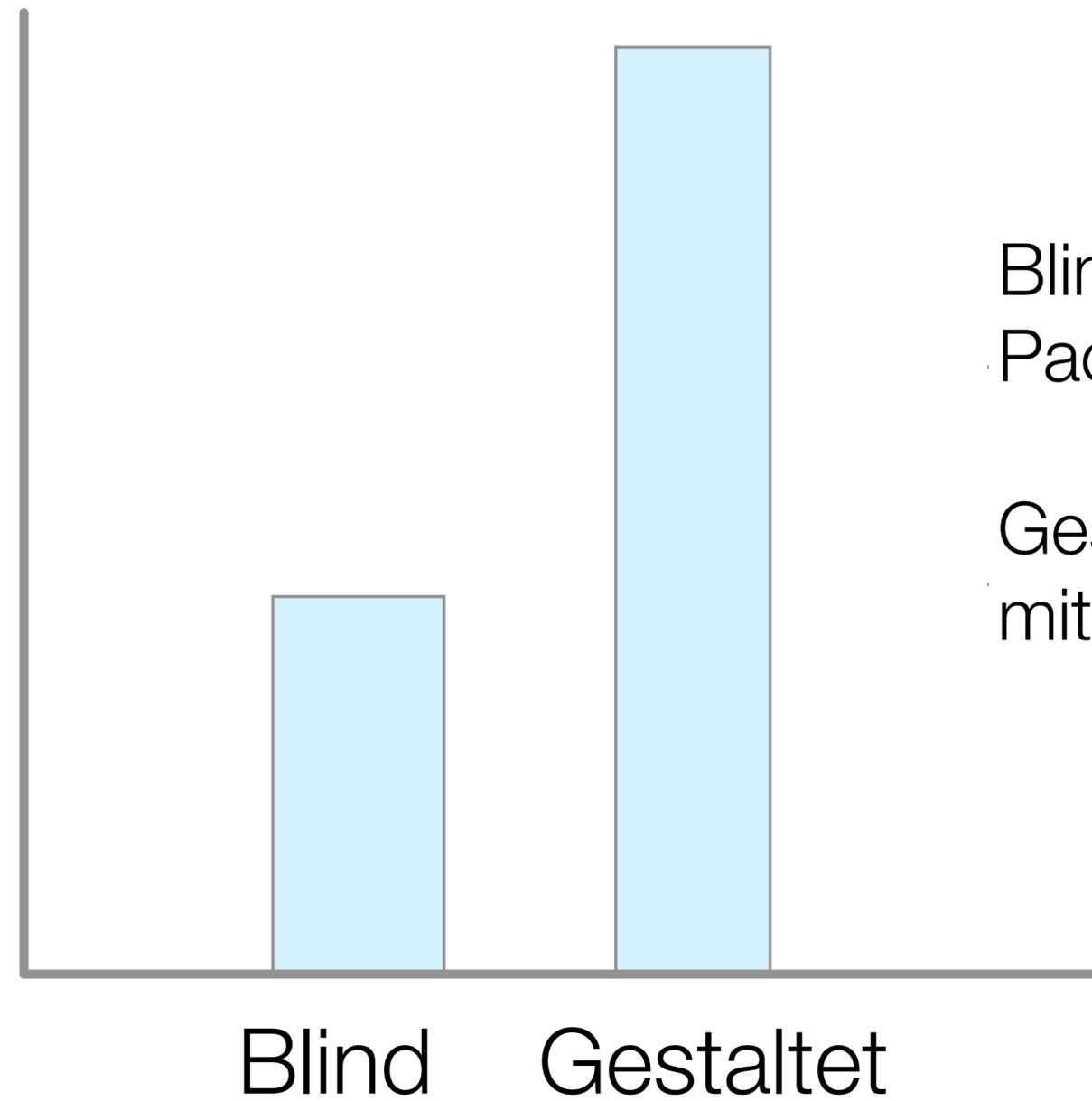
# Employer Branding

**Grundlagen der Positionierung und Inszenierung  
von Unternehmens-Marken**

Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff  
Lehrstuhl für Marketing, RWTH Aachen

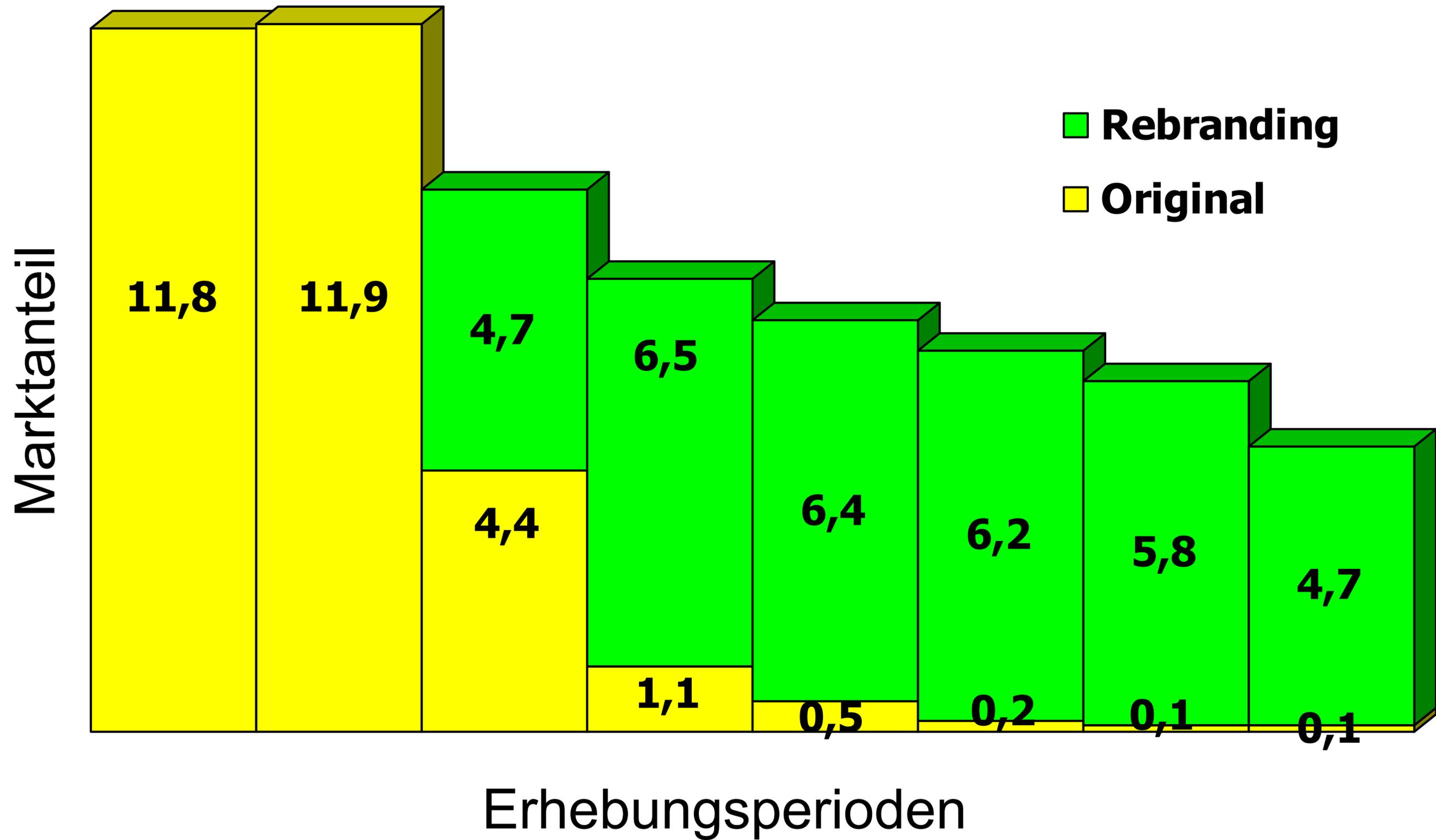
23. Juni 2016

Würde  
bestimmt  
kaufen  
(%)



Blind = Neutrale  
Packung

Gestaltet = Packung  
mit Markengestaltung



---

# Fazit

---

Es ist wichtig, eine „Marke“ zu sein.

---

Wie wird man eine „Marke“?

---

Positionierung  
Inszenierung

**June 1982**

„.... the human mind is a rational decision making machine, very similar to a computer“.



**September  
2013**

„.... the human mind is an emotional decision making imperative, very different to a computer“.



# Emotionale Bedürfnis-Architektur

# Stimulanz

Exploration  
Entdeckung

Spiel

Jagd/Beute

Raufen

# Dominanz

Konkurrenz  
Verdrängung

Schlaf  
Nahrung

Sexualität

Bindung

Fürsorge

# Balance

Sicherheit  
Stabilität



 Stimulant

 Dominance

Adventure Thrill

extravagance

impulsiveness

rebellion

courage

victory

creativity

extravagance

Hunting

fight

power

individualism

spontaneity

autonomy

elite

Toyina

art

variety

Sexuality male

freedom

fame

status

assertion

fun

curiousness

pride

effort

humc

# Mineralwasser

efficiency

fanta

pleasure

ambition

tenacity

dreaming

poetry

flexibility

justice

discipline

Fantasy Pleasure

poetry

poetry

flexibility

friendship

obedience

morality

duty

sensuality

cordiality

friendship

obedience

morality

duty

sociability

trust

family

loyalty

cleanliness

hygiene

asceticism

sociability

trust

family

loyalty

cleanliness

hygiene

asceticism

sociability

Care

home

Bonding

safety

reliability

thriftiness

sociability

Care

home

Bonding

safety

reliability

thriftiness

nature

nostalgia

security

health

quality

tradition

 Balance

Discipline Control

Source: Häusel (2007)

© 2012 by Prof. Dr. Hans-Willi Schroiff. All Rights Reserved.

# Funktional

## Adventure Thrill

 Stimulant

 Dominance

extravagance impulsiveness rebellion

creativity extravagance **Hunting** courage victory  
fight power

individualism spontaneity autonomy fame status elite

**Sexuality male**

fun **Toying**

art variety freedom fame status assertion  
curiousness pride effort  
humour honour efficiency

fantasy easiness tolerance ambition tenacity  
pleasure candour flexibility order logic precision  
dreaming poetry cordiality friendship morality duty discipline

**Fantasy Pleasure**

sensuality trust home **Care** friendship  
sociability nature nostalgia sec

**Restoring Body Equilibrium**

 Balance

**Discipline Control**

# Emotional

Adventure Thrill

 Stimulant



 Dominance

extravagance

impulsiveness

rebell

courage

creativity

extravagance Hunting

individual

Refreshing/

omy



freedom

fame

status

assertion

fun

Toying

curiousness

vari

freedom

pride

effort

honour

efficiency

Health and



easiness

tolerance

flexibility

friendship

thriftiness

Enjoyment



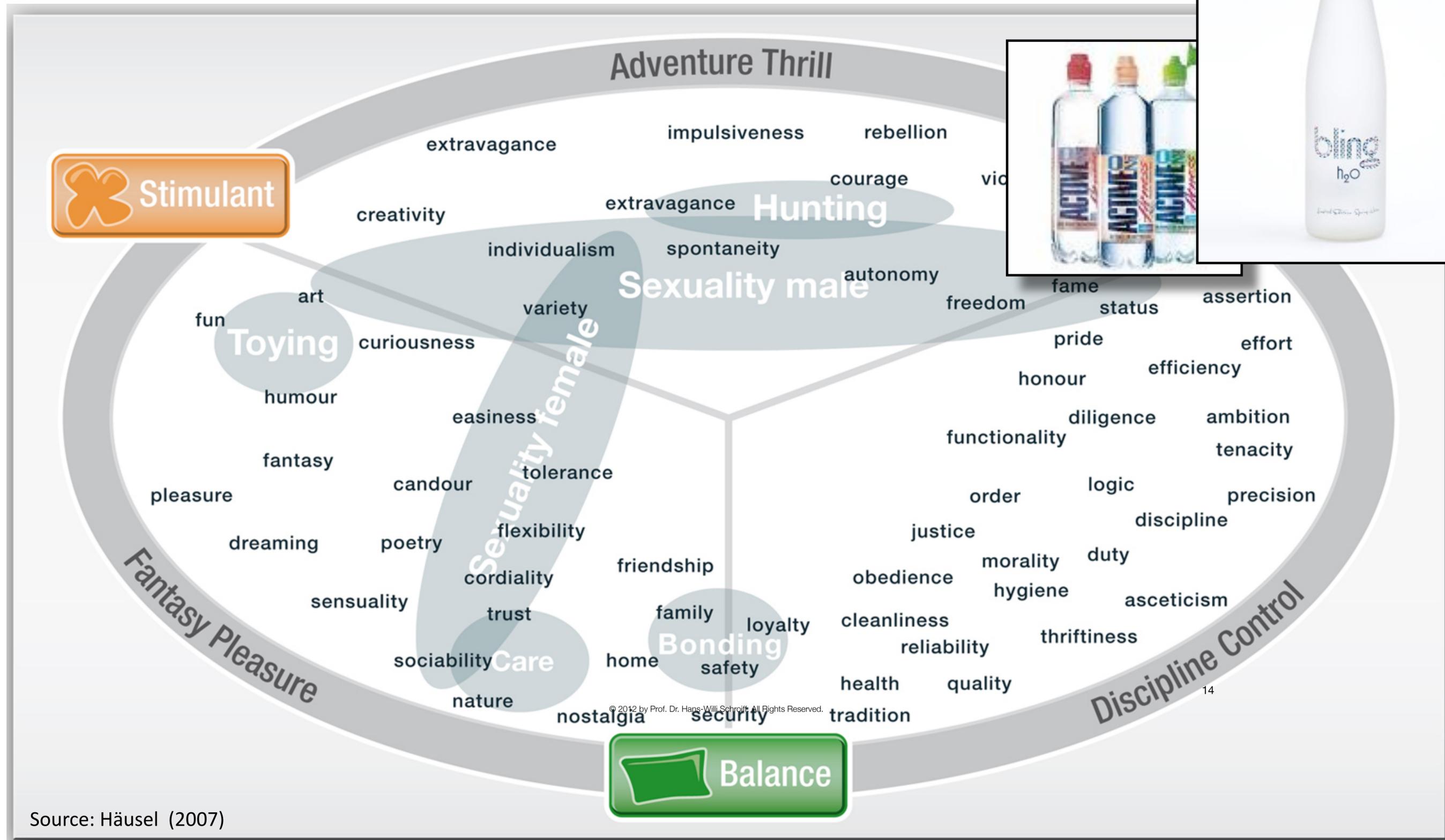
being/  
kation

Restor  
Body  
Equilibrium

 Balance

Discipline Control

# Self-expressive



# Adventure Thrill

 Stimulant

 Dominance



 Balance

Fantasy Pleasure

Discipline Control

Toying  
fun  
art  
humour

Sexuality male  
Hu  
spontaneity  
extravagance

impulsiveness rebellion

extravagance

creativity

individualism

variety

curiousness

humour

easiness

tolerance

dreaming

poetry

flexibility

friendship

sensuality

community

family

loyalty

social

Bonding

safety

nature

nostalgia

security

health

quality

tradition

functionality

diligence

ambition

tenacity

order

logic

precision

justice

discipline

obedience

morality

duty

cleanliness

reliability

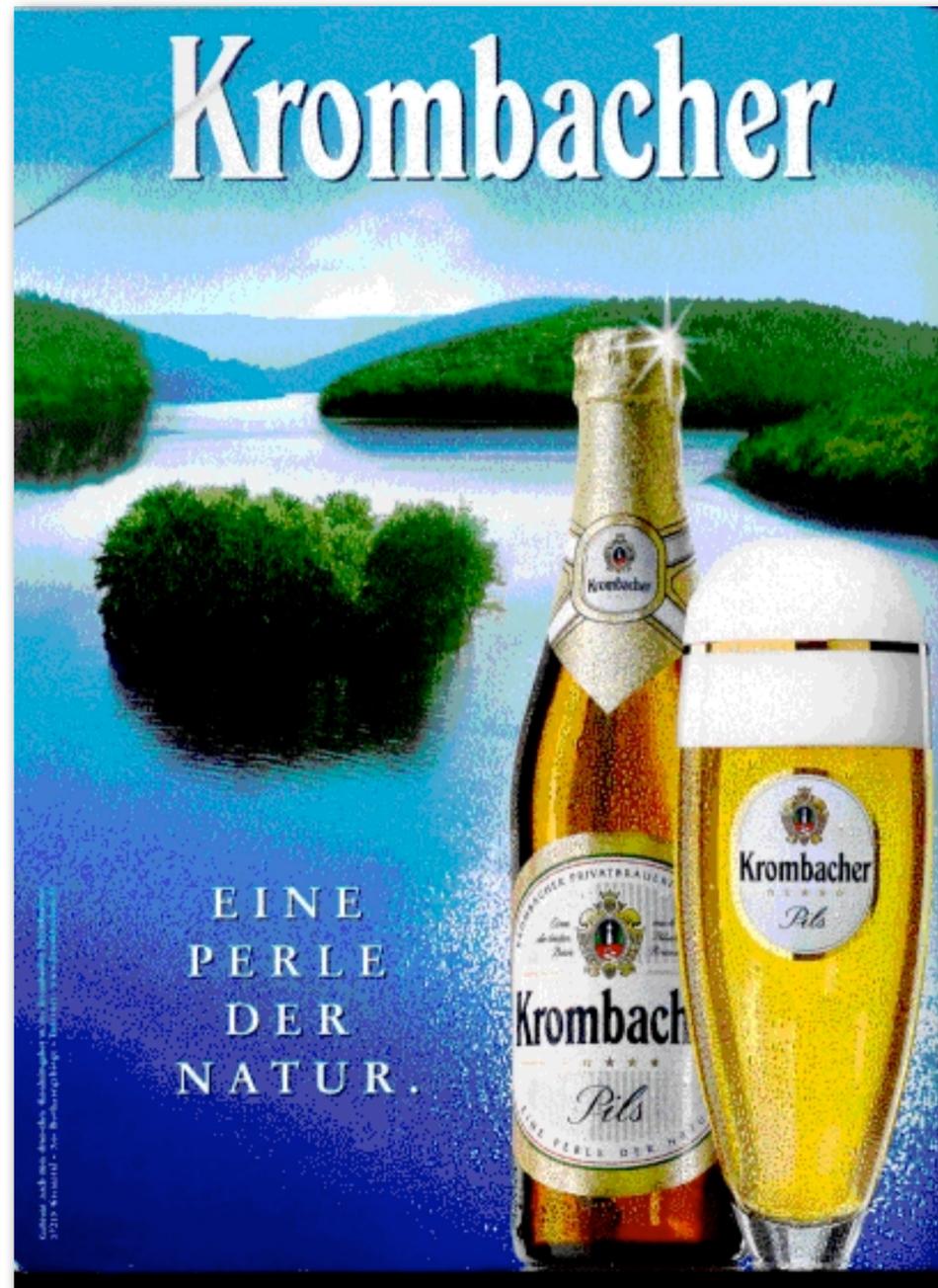
meticism

health

quality

Sexuality female

# Krombacher



EINE PERLE DER NATUR.

© 2014 Krombacher Brauerei AG, Krombach, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Krombacher ist eine Marke der Krombacher Brauerei AG. Krombacher Pils ist ein eingetragenes Warenzeichen der Krombacher Brauerei AG. Krombacher Pils ist ein eingetragenes Warenzeichen der Krombacher Brauerei AG.

The advertisement features a central image of a Krombacher beer bottle and a tall glass filled with beer topped with a thick head of foam. The background is a scenic landscape with a river or lake winding through green hills under a blue sky. The brand name 'Krombacher' is prominently displayed at the top in a large, white, serif font. Below the bottle and glass, the slogan 'EINE PERLE DER NATUR.' is written in a smaller, white, serif font. In the bottom left corner, there is a small block of fine print in German.

# BECK'S

FRISCH.  
PUR.  
BECK'S.



THE BECK'S EXPERIENCE

The advertisement shows a close-up of a hand holding a Beck's beer bottle, which is being splashed with water. The bottle is covered in condensation droplets. The background is a blurred, outdoor setting. The brand name 'BECK'S' is visible at the top of the bottle neck. The slogan 'FRISCH. PUR. BECK'S.' is written in a white, sans-serif font on the left side of the bottle. At the bottom of the image, the text 'THE BECK'S EXPERIENCE' is written in a white, sans-serif font on a dark green background.



Stimulant

Dominance

Balance

Sexual

Quality female

Adventure

victory

fight

power

elite

assertion

effort

efficiency

ambition

tenacity

precision

discipline

duty

asceticism

thriftiness

quality

tradition

security

cleanliness

reliability

health

loyalty

eternity

justice

obedience

morality

hygiene

order

functionality

freedom

honor

pride

status

fame

my

sp

im

ion

REG.

TM.

Toying

fun

humour

fantasy

pleasure

dreaming

sensuality

creativity

individualism

variety

easiness

candour

poetry

flexibility

tolerance

extravagance

im

sp

ship

loyalty

ety

security

Balance

Adventure

extravagance

extravagance

victory

fight

power

elite

assertion

effort

efficiency

ambition

tenacity

precision

discipline

duty

asceticism

thriftiness

quality

tradition

security

cleanliness

reliability

health

loyalty

ety

security

justice

obedience

morality

hygiene

order

functionality

freedom

honor

pride

status

fame

my

sp

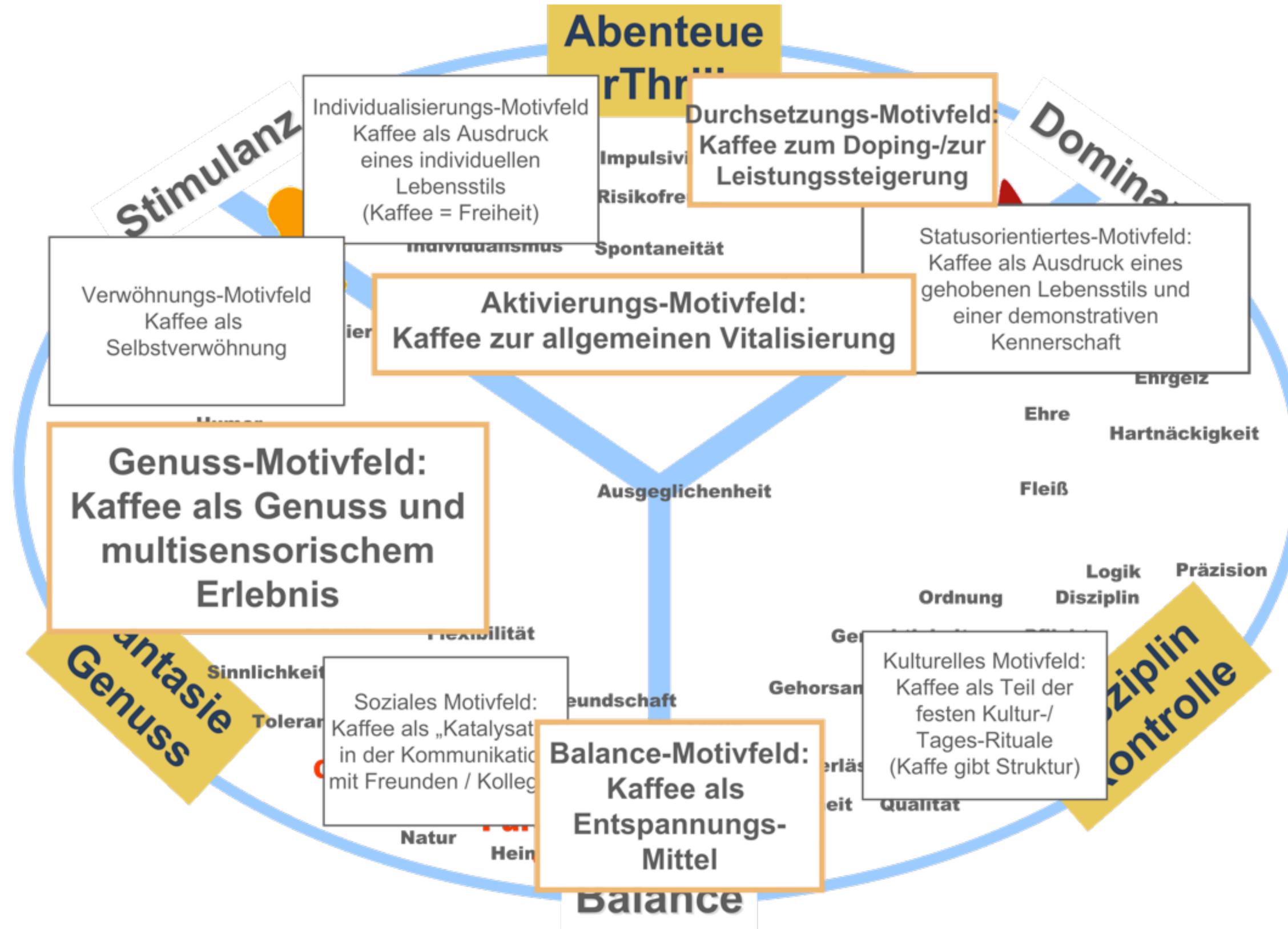
im

ion

REG.

TM.

REG.







1. Haben Sie eine (emotionale) Positionierung?
2. Relevant für Ihre Zielgruppen?
3. Differenziert die zu den Wettbewerbern?
4. Kennen alle Ihre Mitarbeiter/Innen diese Positionierung?

# (Implizite) Inszenierung

Welcher Wein ist teurer?



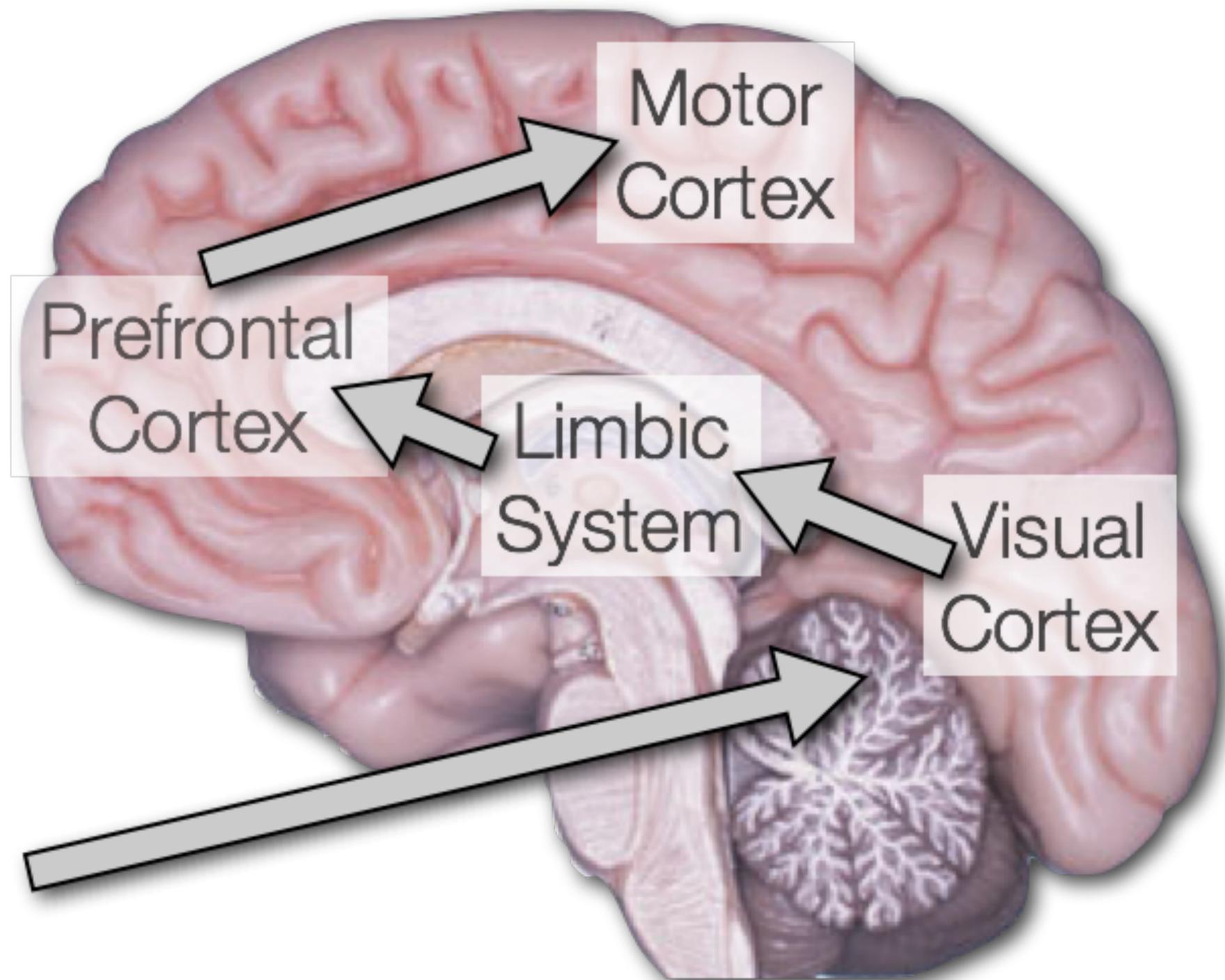


**2%**

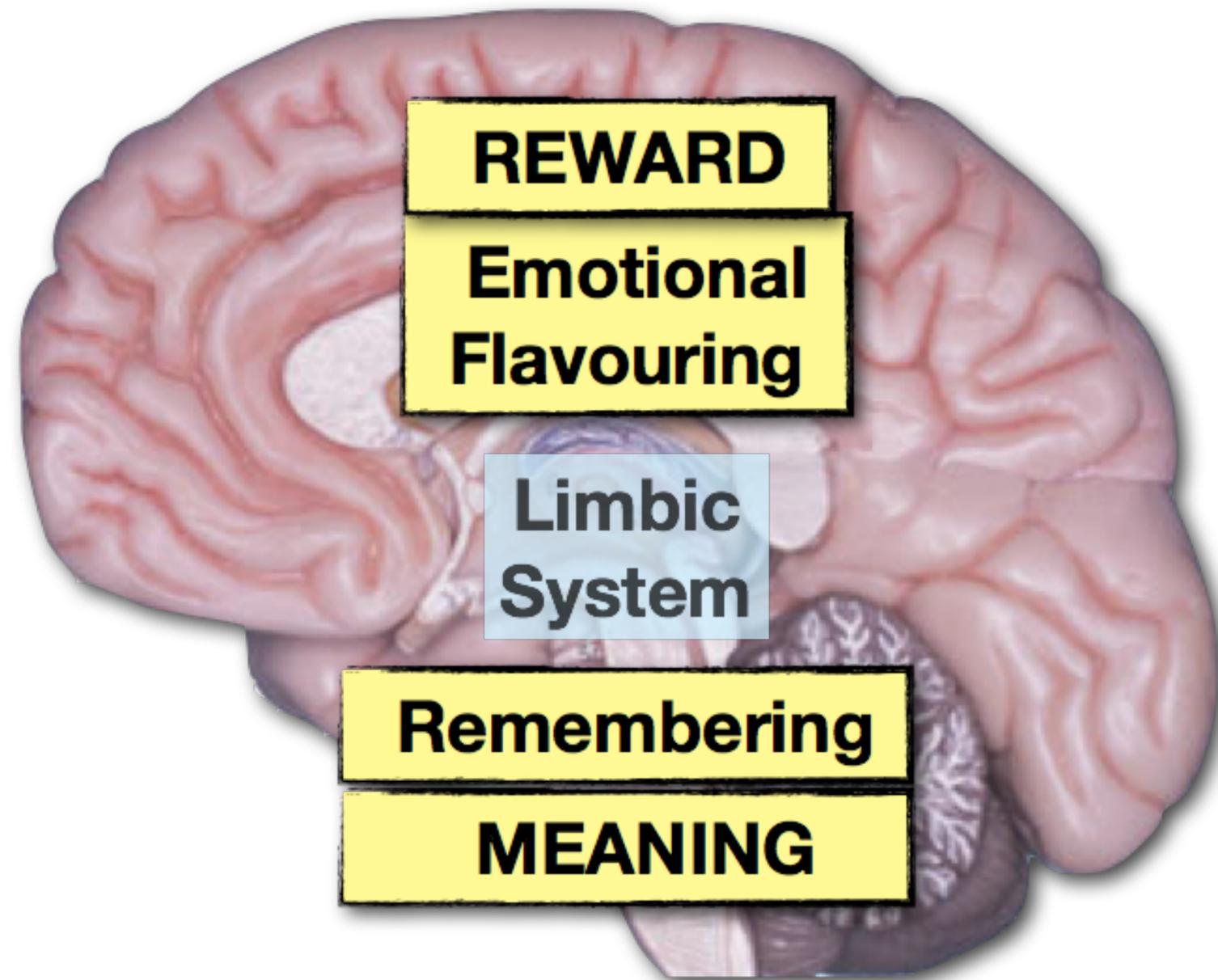


**98%**





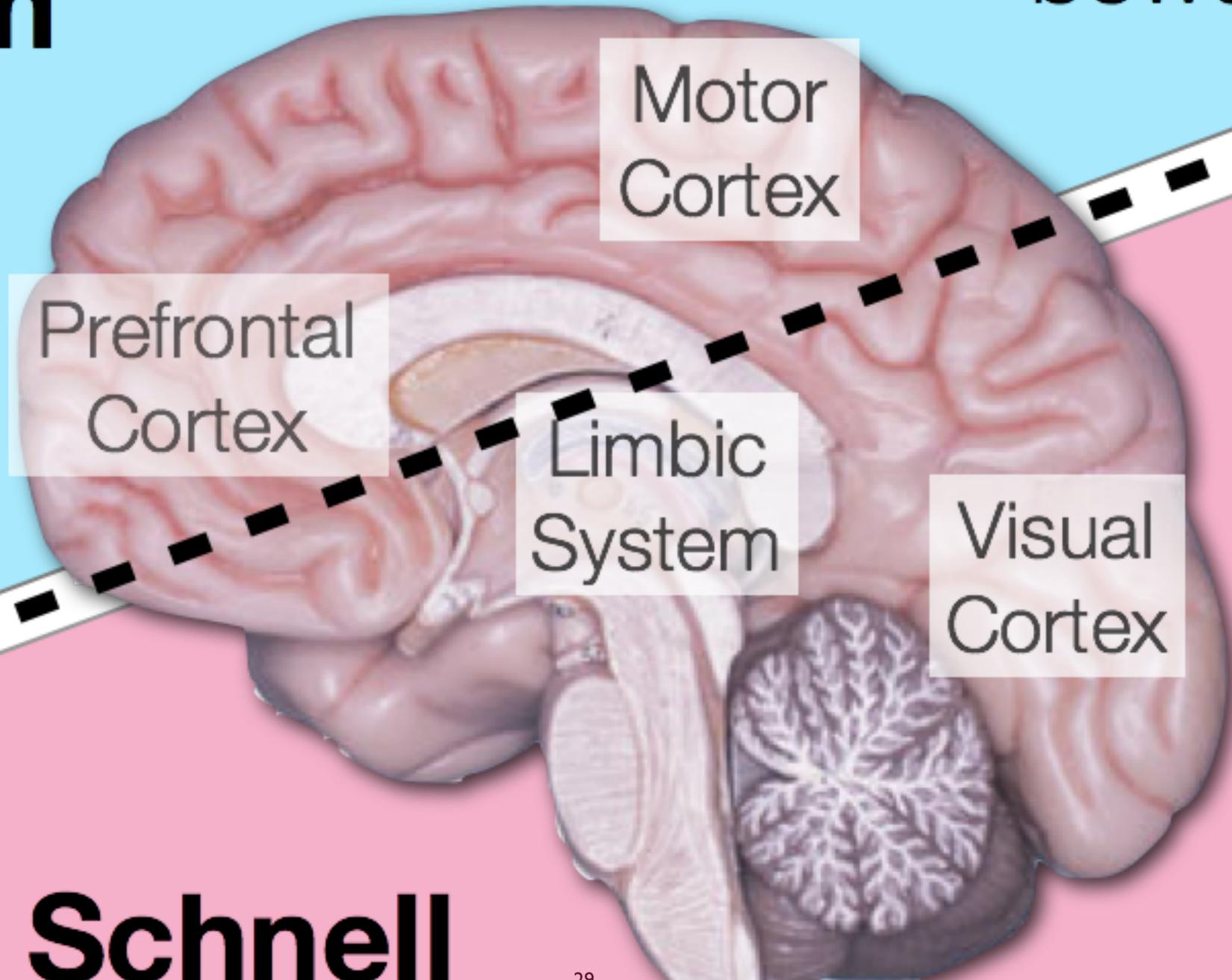
Belohnung



Bedeutung

**Langsam**

bewusst



unbewusst

**Schnell**

Die 2 Fragen unseres Gehirns.

Frage 1:  
Was ist es?

Um welches Produkt handelt es sich?



04.04.17  
3KJ2/KEAD  
賞味期限

ストローク





380 msec

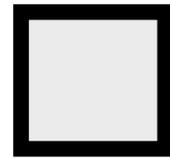


Frage 2:  
Wofür steht es?

Welche Stylingmarke garantiert ein elastischeres Haargefühl?

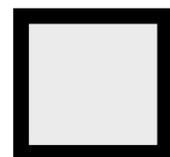
**Taft**

**Wellaflex**



### **Arrangement von Jungpute und gedämpftem Lachs**

in Limetten-/Chai-Tee-Sud auf Spargel-Ruccola-Beet  
(optional begleitet von einem gratinierten Kartoffel-Carpaccio)



**„American Bullrider“-Steak**, direkt aus der Hüfte geschnitten,  
auf offenem Holzkohlenfeuer gegrillt, mit kernigem Maiskolben  
und riesigen Präriekartoffel-Wedges, mit ultrascharfer  
mexikanischer „tongue twister“ Salsa

## Menu Choices (%)

---

Turkey/ Salmon	29	88
Steak	71	12
	Men	Women

Welche Eigenschaften haben diese Produkte?





Ist das eine „männliche“ Handbewegung?



**Dial**  
For Men

THE  
**ULTIMATE  
CLEAN**  
WITHOUT DRYING SKIN

**RECHARGE**

HYDRATING  
WASH



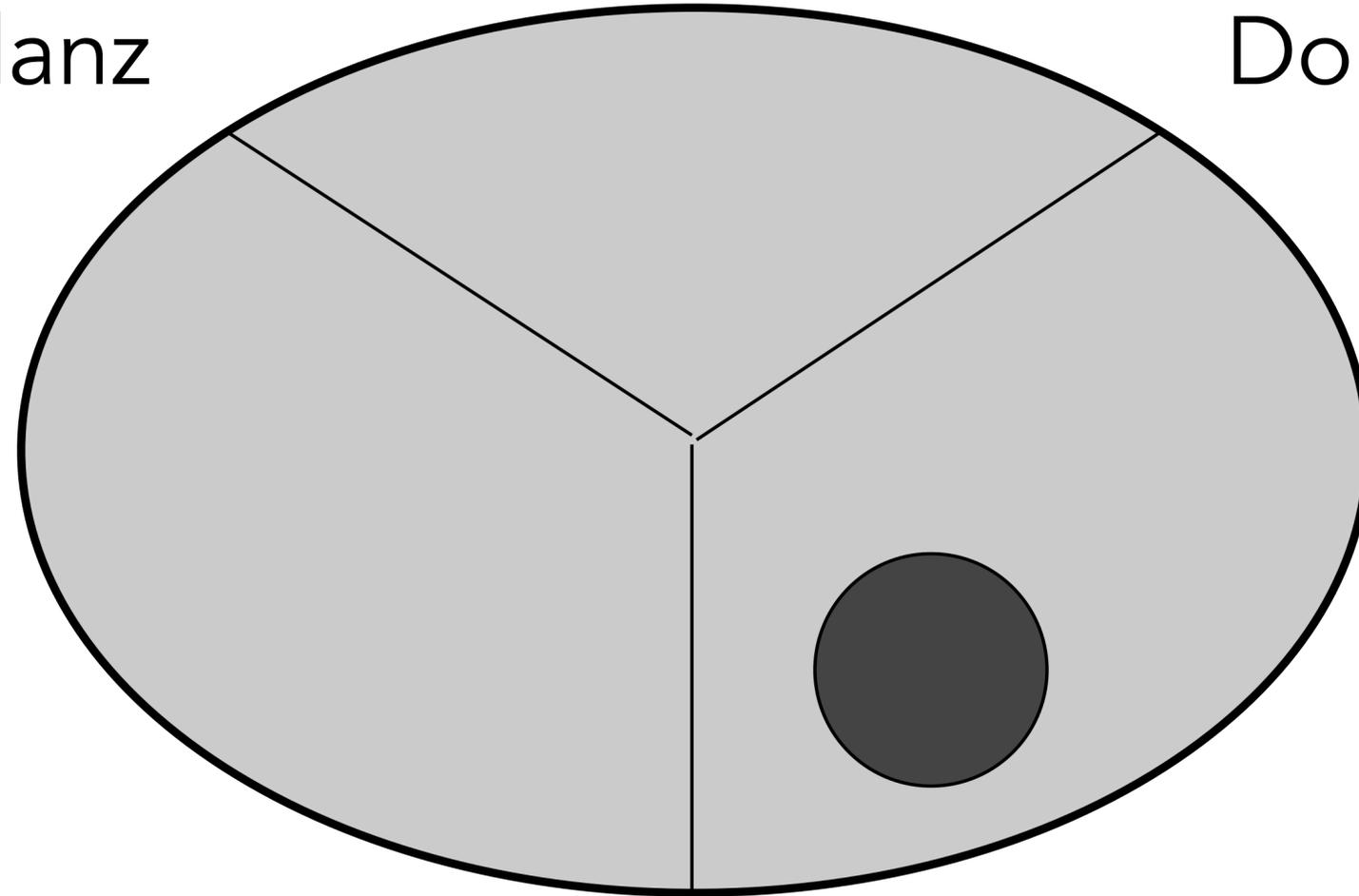
18 FL OZ (532 mL)  
DL-G-04000-12 / 1223784

---

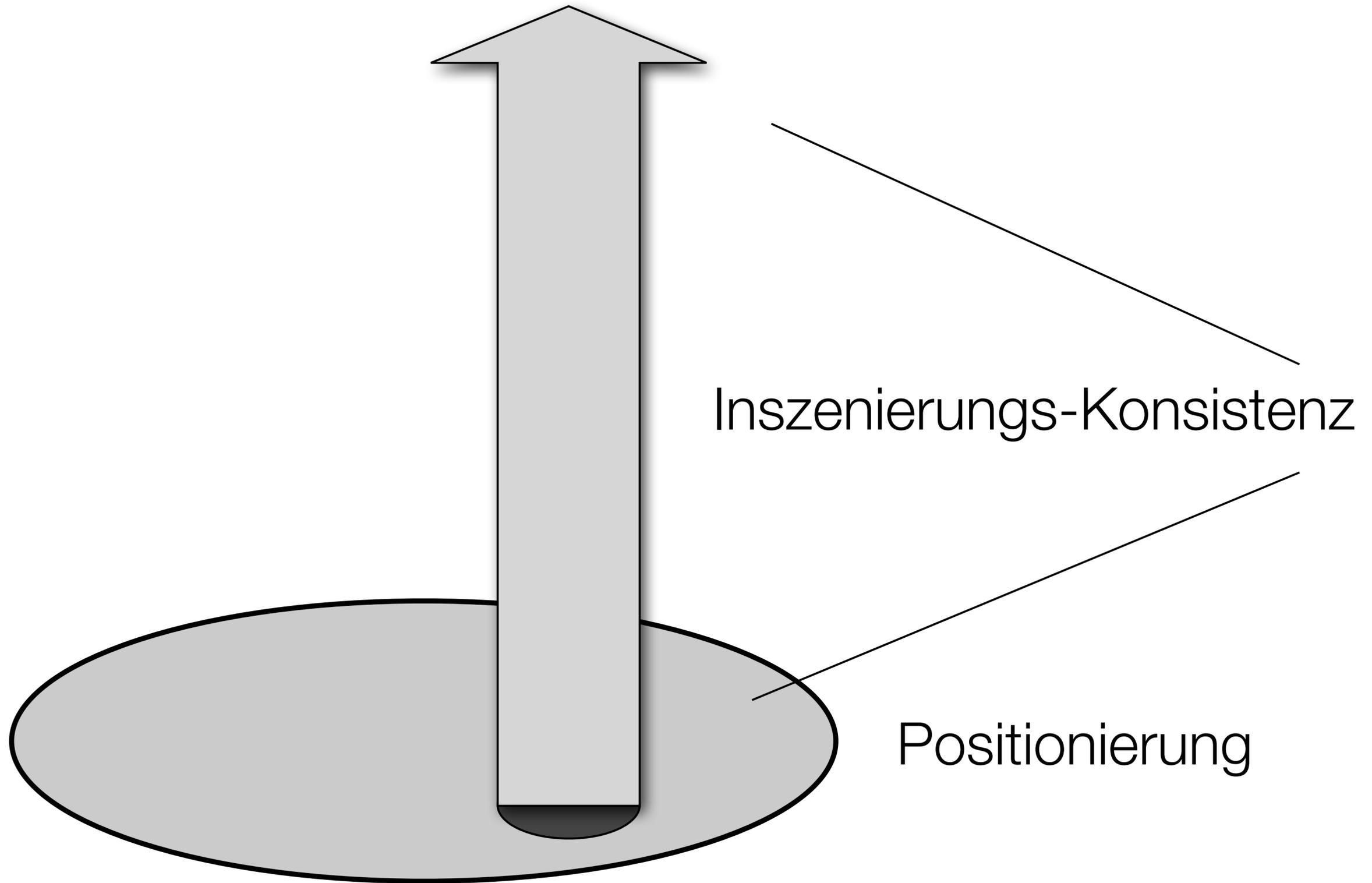
Das Grundprinzip:  
„Consistent-Backboning“

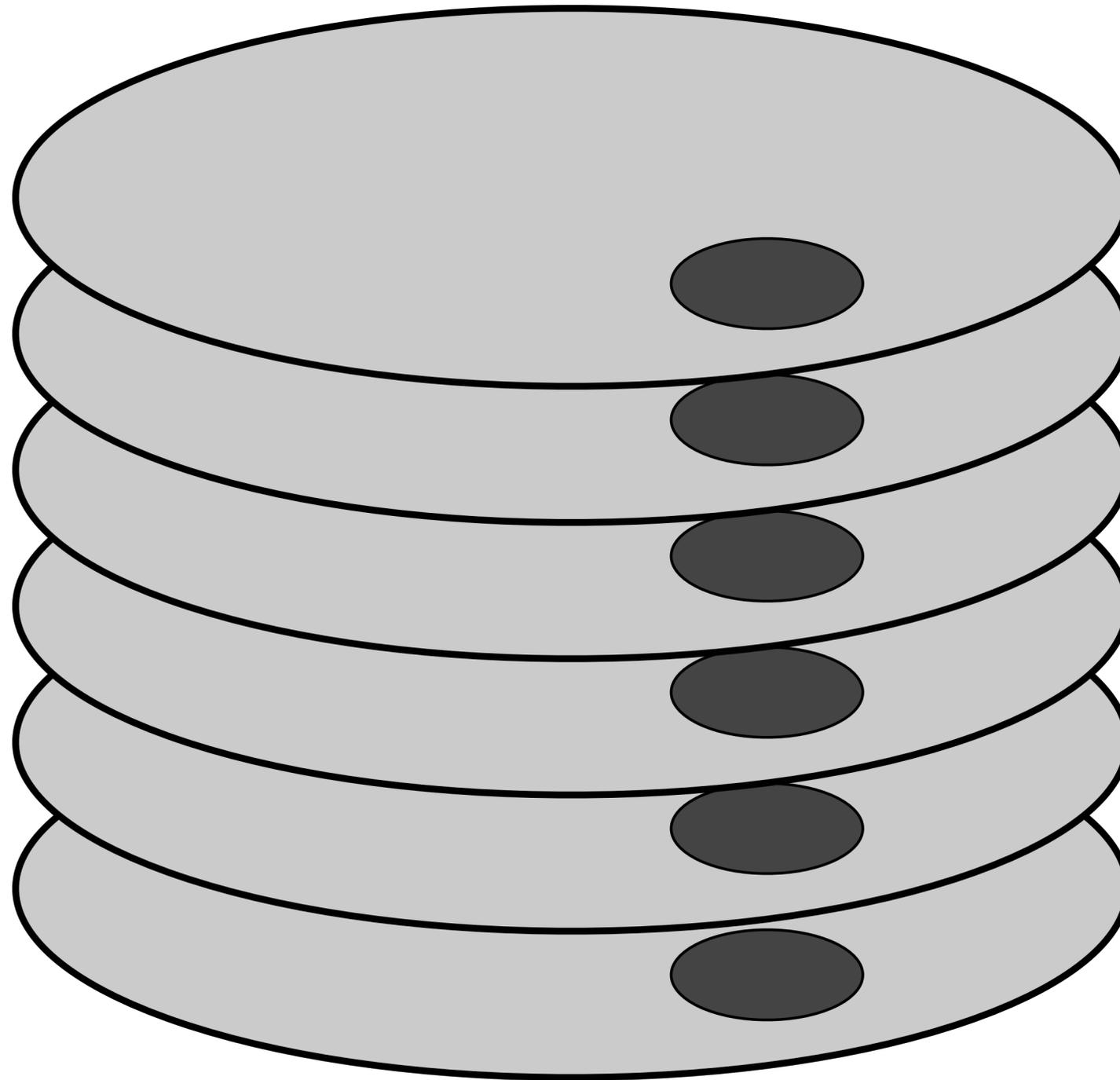
Stimulanz

Dominanz



Balance





PR/ Social Media

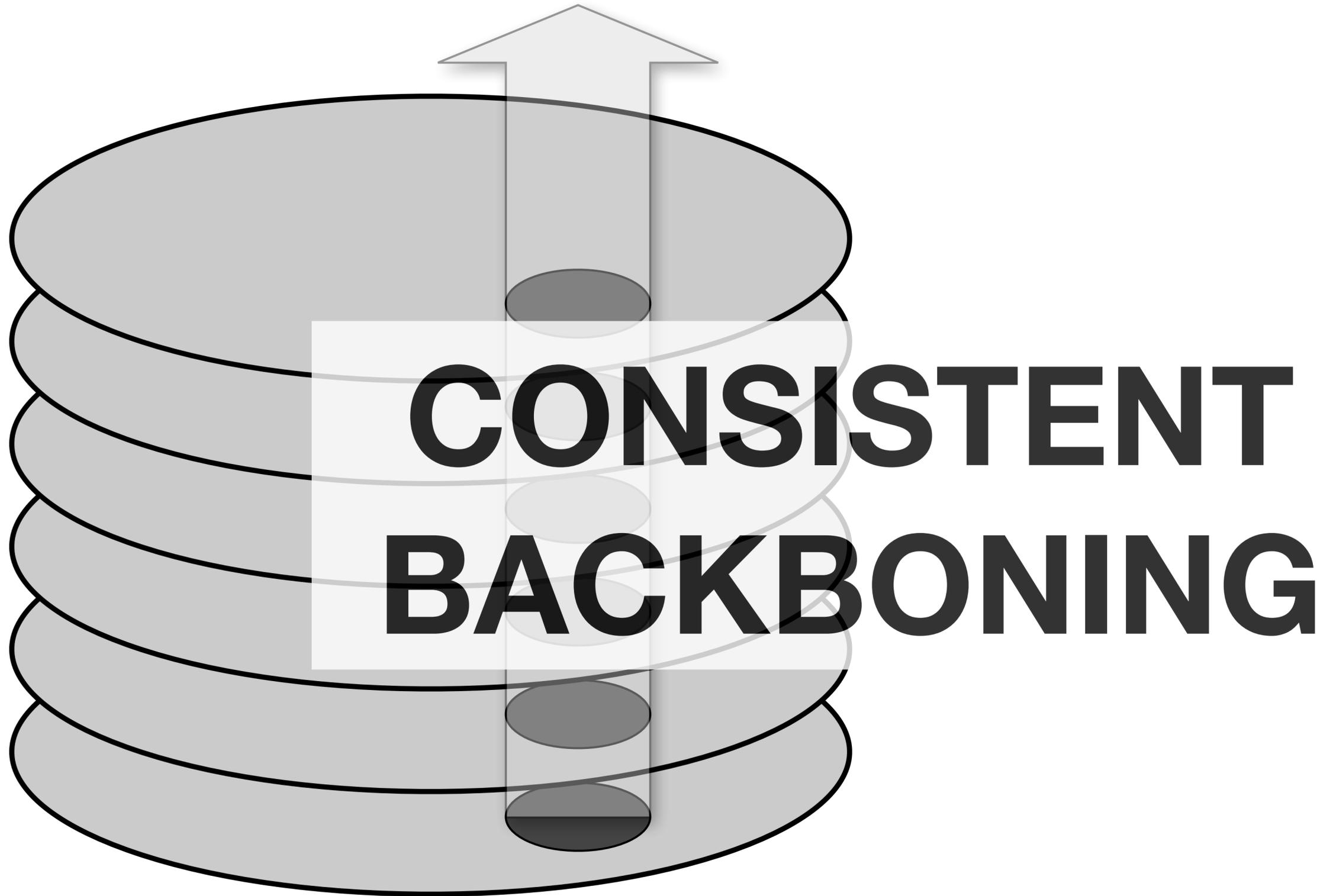
Print/ TV/ Media

Packung

Produkt-Aesthetics

Funktion

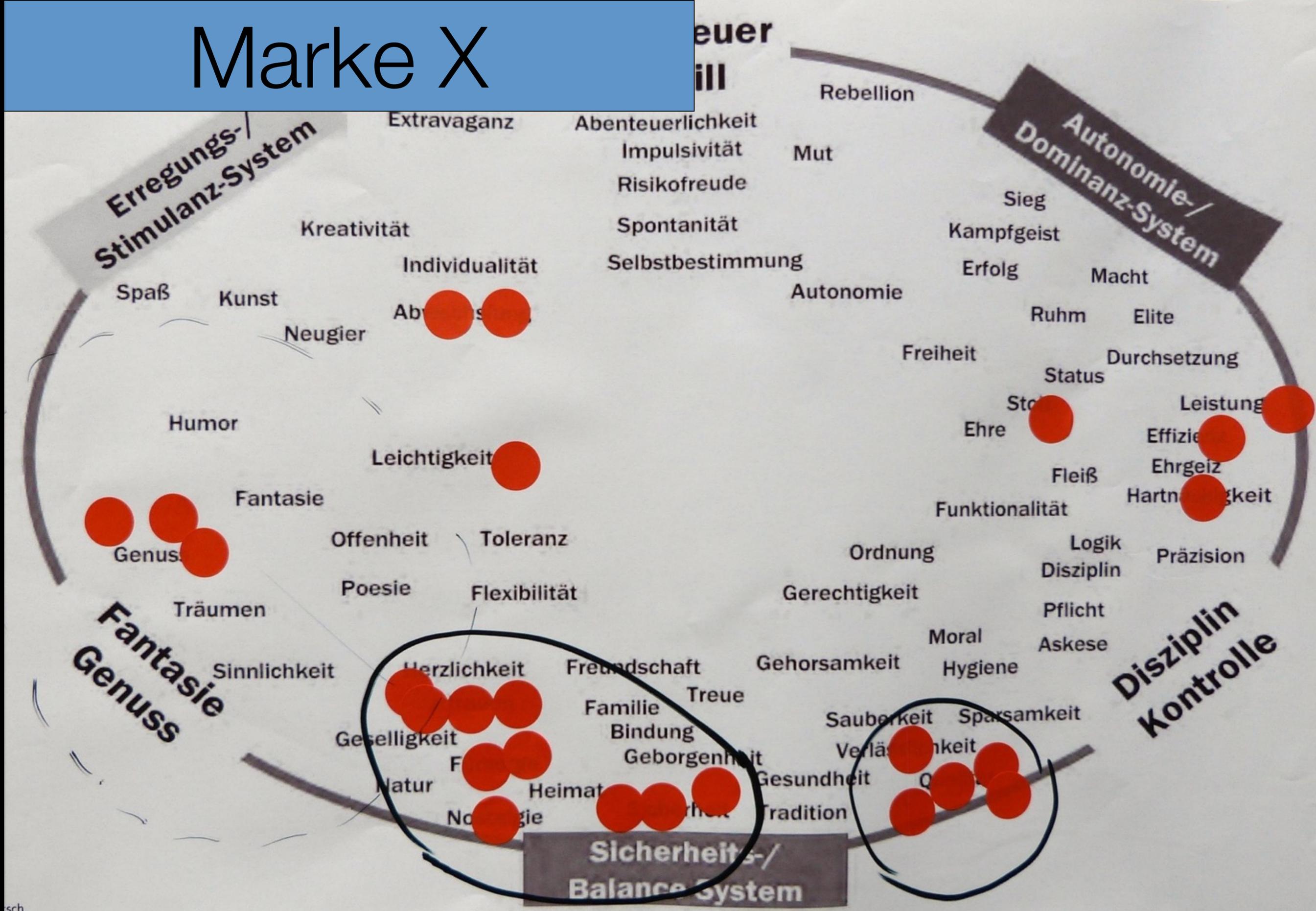
Positionierung



1. Haben Sie eine (implizite) Inszenierung?
2. Verständlich für Ihre Zielgruppen?
3. Konsistent auf allen „Touchpoints“?
4. Differenzierend zu den Wettbewerbern?
5. Verstehen alle Ihre Mitarbeiter/Innen diese Inszenierung?

Employer Branding:  
Inszenierung nach innen.

# Marke X



Employer Branding:  
Inszenierung nach außen.

# Zusammenfassung

# Pause





## Arbeitgebermarke/Employer Branding – Praxisbeispiele & Lessons Learned

Leitfragen zum folgenden Impulsvortrag:

**Welche Impulse ziehen Sie aus dem Vortrag?**

**Welche nächsten Schritte würden Sie für sich sehen?**

**Wie kann die WFG in den nächsten Schritten unterstützen?**



---

# Arbeitgebermarke/Employer Branding – Praxisbeispiele & Lessons Learned



Impulsvortrag



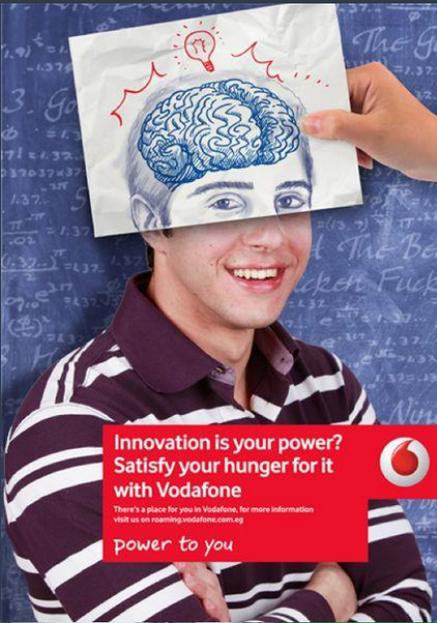
**Bernd Steinbrecher**

Geschäftsführer Werbeagentur „Power&Radach“, Aachen

# FINDEN & BINDEN

WFG Heinsberg





**Innovation is your power?  
Satisfy your hunger for it  
with Vodafone**

There's a place for you in Vodafone, for more information  
visit us on [reaching.vodafone.com/eg](http://reaching.vodafone.com/eg)

power to you 

 **Cigna Careers**  
Sponsored ·  Like Page

Work with us, and you'll be making a difference for the millions of customers we serve around the world. Apply today!



**How L'oreal Uses  
Transparency to Drive  
Employer Branding**



**REAL DREAMS NEVER STOP**

梦想派，来友邦  
实现梦想，不必和真我说再见，  
在友邦，活出真自我！





Learning experience.

**teamwork  
purpose excitement  
ambition**




**All of the opportunities of a start-up.  
With ideas that we put into practice  
instead of only hatching.**

Get started now and shape the world's leading digital publisher house with us.



axel springer 

Our ideas don't just take off,  
they're out of this world.



MAKE IT MEAN MORE | **MARS**



# Arbeitgebermarken und Bewertungen

# 95%

aller Beschäftigten sagen, dass Bewertungen von Mitarbeitern ihre Entscheidung beeinflussen, wo sie arbeiten wollen.

# 53%

Aller Beschäftigten würden ihren Arbeitgeber einem Freund weiterempfehlen.

# 61%

der Beschäftigten bestätigen, dass die Realitäten sich bereits während des Bewerbungsprozesses von den Erwartungen entfernen.

# 4-7

Bewertungen lesen Bewerber durchschnittlich, bevor sie entscheiden, ob eine Bewerbung abgegeben wird.



## Die TOP 10

Kategorie: ab 20 Bewertungen

Name des Unternehmens	Gesamtnote (5 Punkte Höchstnote)
ITK Engineering AG	4,68
Zieltraffic AG	4,58
M&M Software GmbH	4,58
Volksbank Bühl	4,50
abat AG	4,48
sellxpert GmbH & Co KG	4,44
EnOcean GmbH	4,40
SMA Solar Technology	4,38
Intershop Communications AG	4,36
TechniData IT-Service GmbH	4,34

Kategorie: unter 20 Bewertungen

Name des Unternehmens	Gesamtnote (5 Punkte Höchstnote)
aam it GmbH	4,96
Blech & Technik GmbH	4,96
Salaw & Partner GmbH	4,80
positiv Multimedia GmbH	4,79
W.A.F. Institut für Betriebsräte-Fortbildung AG	4,75
switspot GmbH & Co KG	4,74
LEXTA CONSULTANTS GROUP	4,74
Sparda-Bank München eG	4,74
Maximum Personalmanagement GmbH	4,72
protected-networks.com GmbH	4,71



## Wer steckt dahinter?

# 94%

Aller glauben, dass ihre Arbeit die Welt verändert.

# 100%

unterschreiben, dass sich Arbeit und Spaß nicht ausschließen

# 100

Bewerber auf eine offene Stelle – im Durchschnitt.

# 20%

der Arbeitszeit sind für freie Kreativität und Innovation vorgesehen

## Divers

die Karrierebiografien aller Mitarbeiter sind extrem verschieden – von ehemaligen Wrestlern bis zu Neurochirurgen.



# Top 5

Ranking der Auftritte beim Employer Branding.

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

# Platz 5

Deutsche Bahn AG



**DB** **2494** Stellen heute verfügbar. **Kein Job wie jeder andere.**   

[Jobs bei der DB](#) [Arbeitgeber DB](#) [Die Bewerbung](#) [Stellenbörse](#)

**Als Quereinsteiger Menschen bewegen**  
Denken Sie über einen Berufswechsel nach? Wir bieten tolle Einstiesmöglichkeiten für Quereinsteiger in zahlreichen Berufsfeldern. Ist das was für Sie?  
[Jobs für Quereinsteiger suchen >](#)

**Vielfältige Jobs für Facharbeiter**  
Sind Sie ein Profi auf der Suche nach größeren Aufgaben z.B. als **Elektrotechniker, Mechaniker** oder **Triebfahrzeugführer**? Jetzt bei der DB einsteigen.  
[Alle Jobs für Facharbeiter anzeigen >](#)

Für jeden der passende Einstieg:

Ich bin **Schüler**      Ich bin **Student/Absolvent**      Ich bin **Berufserfahrener**

[Eventkalender](#)   [Backstage DB Events](#)   [Downloads](#)   [Kontakt](#)   

© 2016 DB Mobility Logistics AG |  English      [Cookies](#) | [Datenschutz](#) | [Impressum](#)

# Deutsche Bahn AG

- Eigene Karriereseite
- Filterung nach Bildungsabschluss
- Social Media → „Deutsche Bahn Karriere“
- Veranstaltungen/Karrieretage/Messen/Camps für Mitarbeiter



# Platz 4

Daimler AG

DAIMLER Anbieter / Datenschutz

**KARRIERE** DAS SIND WIR / SCHÜLER / STUDENTEN / ABSOLVENTEN / BERUFSERFAHRENE / JOBSUCHE

Daimler als Arbeitgeber Menschen Diversity Globales Arbeiten Berufliche Entwicklung Events



## Daimler als Arbeitgeber

Die eigene Zukunft gestalten. Die Welt bewegen.

Daimler bietet mehr als einen Arbeitsplatz, Daimler bietet die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zukunft. Und das nicht nur beruflich, sondern auch privat. Mit einer ansprechenden Vergütung und zusätzlichen Sonderleistungen. Mit flexiblen und modernen Arbeitsbedingungen. Mit einer Life-Balance, die Beruf und Familie vereinbar macht. Und mit einem Gesundheits- und Sportangebot, das Sie fit hält. Für eine erfolgreiche Karriere – und ein erfolgreiches Leben.

### Jobsuche

Suchbegriff oder Stellen-Nr.

Aktuell freie Stellen: **1 9 1 2**

[Job-Newsletter >](#) [Meine Bewerbung >](#)

# Daimler AG

- Landing Page
- Angebote für Arbeitnehmer
- Job-Newsletter
- Filterung nach Bildungsabschluss/Merkliste
- Unternehmensfilm
- Kennenlern-Events
- Social Media → „Daimler Career“



# Platz 3

Fresenius SE & CO. KGaA

 **FRESENIUS** KARRIERE

Services  Menü  

Mein Fresenius   
Anmelden 

Jobsuche

Ein Gesundheitskonzern. Viele Erfolgsgeschichten.

Sinnvoll Karriere machen bei Fresenius.

Mehr erfahren

Ich suche... 

Direkt zur Jobsuche

### Informationen für ...

 Berufserfahrene	 Berufseinsteiger	 Studierende	 Schüler
--	---	--	--

## Fresenius SE & CO. KGaA

- Eigene Karriere-Website
- Job-Highlights
- News über Social Media → „Fresenius Karriere“
- Mobile App für Android mit Stellenangeboten, Benachrichtigungen für passende Jobs, Wissenstest, Blog
- Karriereblog, Qualifikations Matcher, Navigator
- Login-Bereich mit Vorteilsservices



**FRESENIUS** KARRIERE



Mehr als 200.000 Mitarbeiter weltweit. Und jede Menge Erfolgsgeschichten.

[Mehr erfahren](#)

**Mein Fresenius - Ihre Vorteile**

Ihr personalisierter Bereich mit Funktionen rund um Ihre Bewerbung und passende Jobs bei Fresenius.

-  Vorschläge für Jobs und Inhalte
-  Bewerbungsstatus verfolgen
-  Weitere relevante Neuigkeiten

# Platz 2

Telekom AG



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

 Suchen

- Konzern
- Innovation
- Verantwortung
- Investor Relations
- Medien
- Karriere**
- Jobsuche
- Schüler
- Studenten
- Absolventen
- Professionals
- Warum Telekom
- Inside Telekom
- Bewerbungstipps
- Kontakt und Service
- FAQ

Produkte & Service

Social Media



Telekom Apps



Telekom TV

DAX 9.644,39

T-Aktie 14,25€

Stand Fr., 17. Jun 2016  
15:03:29 MEZ



Schüler

Studenten

Absolventen

Professionals

Jobsuche -- 297 Stellen verfügbar

Suche nach Stichwort/Stellen-ID

Stadt/Ort hinzufügen

Suchen

Login und Registrieren

RSS

13.06.2016  
Top Arbeitgeber für Frauen

Die Besucherinnen der „women&work“-Karrieremesse haben die Telekom zum attraktivsten Arbeitgeber für Frauen gewählt.

17.05.2016  
Gold beim Trendence-Award

Careers4refugees ist als Employer Branding Innovation des Jahres ausgezeichnet und unser Hochschulmarketing ist besonders vielfältig und interaktiv.

Weitere Meldungen

Jobsuche



- für Schüler
- Barrierefrei bewerben
- in Deutschland
- mobil per App
- weltweit (engl.)

Werden Sie Fan! Telekom Karriere



Frauen & Jobs



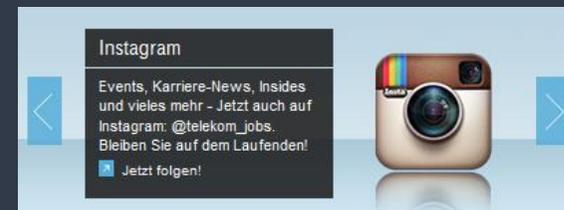
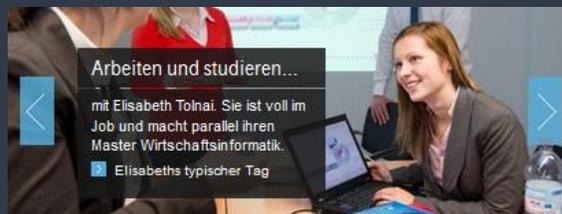
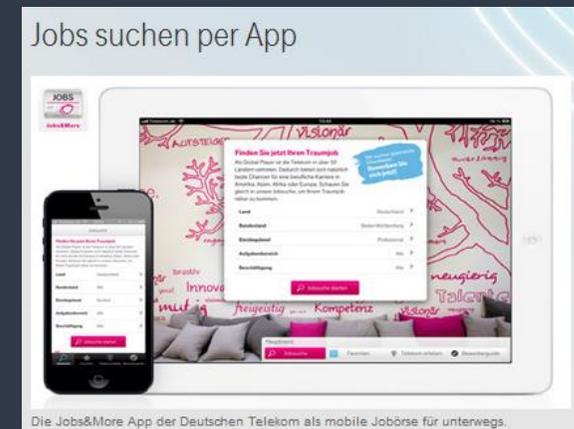
Refugees welcome – Ihr Einstieg bei uns

Hilfe für Flüchtlinge: Wir bieten Ihnen Praktika schon während des Asylverfahrens. Jetzt bewerben!

Ihr Einstieg bei uns – So funktioniert's

# Telekom AG

- Landing-Page auf Karriereseite
- News und Meldungen rund um Karriere
- Filterung nach momentanen Bildungsabschluss
- Login-Bereich
- „Typischer Tag“, Social Media → „Telekom Karriere“
- Mobile App „Jobs&More“ mit Hintergrundinformationen, Blogs, Jobangebote & -favoriten festlegen,



# Platz 1

OTTO GmbH & Co. KG.

**OTTO**[Kontakt](#) | [RSS](#) | [English](#)[ottogroup.com](#)[OTTO-Shop](#)[Unternehmen](#)[Fashion & Lifestyle](#)[E-Commerce](#)[Jobs](#)[Newsroom](#)[Corporate Website](#) > [Jobs](#)Mein Profil. [Hier](#) einloggen oder [registrieren](#).

## DIGITALE ZUKUNFT GESTALTEN

Direkt auf dem OTTO-Campus in Hamburg die Zukunft des E-Commerce vorantreiben. Nutzen Sie den E-Commerce-Spirit von OTTO und die Innovationskraft unseres Konzerns. Arbeiten Sie in den unterschiedlichen Teams, die otto.de erfolgreich machen und in einem der Otto Group Funktionsbereiche, die 123 nationale und internationale Einzelgesellschaften steuern. Legen Sie los!

## JOBBÖRSE

**197** Jobs warten auf Sie.

Jetzt Ihren Traumjob finden!

[Zur erweiterten Jobsuche](#) »**STUDENTEN****BERUFS-  
EINSTEIGER****ARBEITSWELT****SCHÜLER****BEWERBEN****PROFIS****JOBBÖRSE****ROT4**

## DAS PASSIERT IM SOCIAL WEB

Filtern nach 



Wie baut man #Apps? Kollegen aus der Softwareentwicklung haben mit unseren

**Mehr dazu**



RT @OttoGroup\_Com: „Ältere Führungskräfte sollten Freiräume geben und sich als

**Mehr dazu**

AZUBI BLOG

Gastbeitrag Joana: Die BS28 – Schule für die „SpoFis“ u.ä.m.

**Mehr dazu**



UX Camp  
25.06.2016 9:00 -  
26.06.2016 17:00 Berlin

**Mehr dazu**



Unter dem Motto "Deine Idee. Deine App. Dein ROT4." startete diese Woche ein neues Veranstaltungsformat für Praktikanten. Stefanie, Martin, Natalie und Lennart aus der ...

**Mehr dazu**



Wir sind bei #Whatsapp! Du hast Fragen zum #Praktikum bei

**Mehr dazu**



Wir sind bei #Whatsapp! Du hast Fragen zum Praktikum bei OTTO? Chatte doch

**Mehr dazu**



Auf der OTTO-Karrieresite gibt es jetzt viel Neues zu entdecken: Du kannst

**Mehr dazu**



#OTTO ist heute beim #Absolventenkongress Hamburg um 13:00 Uhr bei der

**Mehr dazu**



RT @OttoGroup\_Com: Der Digitalisierungsmacher 2016, Dr. Michael Otto,

**Mehr dazu**

AZUBI BLOG

Traum von Amsterdam

**Mehr dazu**



Auf der OTTO-Karrieresite gibt es jetzt viel Neues zu entdecken: Du kannst

**Mehr dazu**



RT @wiwo: Man darf sich bei der @OttoGroup\_Com zwar duzen, aber man

**Mehr dazu**



RT @AlinaMitDT: Michael Otto: Einführung des Duzen war bei Otto ein Signal

**Mehr dazu**



Rückblick zur @HHCompanyTour. Bei OTTO gab es einen Fachvortrag, einen

**Mehr dazu**



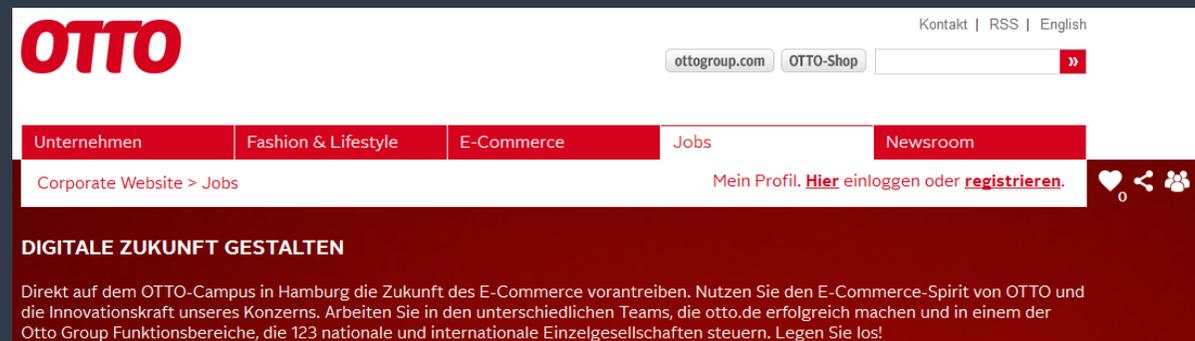
Neu: Bewerben ohne #Anschreiben und viele neue Funktionen auf <https://t.co>

**Mehr dazu**

**Mehr laden**

## Otto GmbH & Co. KG.

- Landing-Page auf Unternehmenswebsite
- Jobbörse, Mitarbeiterbewertungen
- Übersicht der Aktivitäten im Social Web  
→ OTTO Jobs
- Filterung nach momentanen Bildungsabschluss
- Login-Bereich



# Regionale Beispiele

Handwerk. Industrie.



Azubi-Werbung

Bäckerei Moss



**JEDE MENGE KONTAKTE, GANZ OHNE FACEBOOK.**

100 Gespräche von Mensch zu Mensch zu 100 verschiedenen Bäckereien und aufeinander machen das.

**Azubi werden!**

[zukunft@baeckerei-moss.de](mailto:zukunft@baeckerei-moss.de)



**WERDE TEILCHEN- BESCHLEUNIGER**

Schnelles Denken, Frisches Backen, Sympathisch Verkaufen, Bäcker und Bäckereifachverkäuferinnen machen das.

**Azubi werden!**

[zukunft@baeckerei-moss.de](mailto:zukunft@baeckerei-moss.de)



Azubi-Werbung  
Bäckerei Moss

ECHAT  
HNE  
SMART-  
PHONE

Mensch zu Mensch.  
machen das.

JEDE NACHT  
MIT EINEM  
HEISSEN  
OFEN  
UNTERWEGS

Handwerk und Technik mit Leidenschaft verbinden  
Bäcker machen das.

**Azubi werden!**

[zukunfft@baeckerei-moss.de](mailto:zukunfft@baeckerei-moss.de)



ECHAT  
HNE  
SMART-  
PHONE

Mensch zu Mensch.  
machen das.

BÄCKER?  
LÄUFT  
BEI DIR.

Azubi werden!

[zukunft@baeckerei-moss.de](mailto:zukunft@baeckerei-moss.de)





Suche \_\_\_\_\_  
 Home | Unsere Filialen | Unsere Produkte | Die Handwerksbäckerei | Printshop

Datenschutzerklärung | Impressum

WIR  
BILDEN  
AUS

# THE BIG BACK THEORY

Azubi werden!  
 zukunfft@baeckerei-moss.de

**MOSS**  
 Und mein Tag lächelt.

## Spaß am Beruf ist die Basis für Außergewöhnliches.

Die Bäckerei MOSS ist ein Ausbildungsbetrieb aus Überzeugung und aus Familiensinn. Dem unsere MOSS-Philosophie kennt man am besten von Anfang an und mit Freude am Beruf kennen. Die Qualität unserer Ausbildung hat sich bereits herumgesprochen. Denn bereits mehrfach sind aus dem Kreis unserer jungen Kollegen Siegerinnen und Sieger bei Landeswettbewerben der Auszubildenden hervorgegangen. 2011 wurde unsere Auszubildende Siegerin auf Kammererbene. Im Oktober 2012 drücken wir Sie für den Leistungswettbewerb auf Landesebene die Daumen. Wir freuen uns riesig und gratulieren herzlich zu diesen Erfolgen.

Wenn auch Sie sich für die Ausbildung bei MOSS interessieren, finden Sie hier viele weitere nützliche Informationen.

DER PURE  
GENUSS  
SUCHT SIE!

### Unterstützen Sie uns!

Bewerben Sie sich gleich und werden Sie ein Teil des MOSS-Teams in Aachen und der Eifel!

# Deine Zukunft? Lecker!

Spaß am Beruf ist nur ein Bestandteil der „BIG BACK THEORY“ bei MOSS.



Und mein Tag lächelt.



## The big back theory

Die Bäckerei MOSS ist ein Ausbildungsbetrieb aus Überzeugung und aus Familiensinn. Denn unsere MOSS-Philosophie lernt man am besten von Anfang an und mit Freude am Beruf kennen. Die Qualität unserer Ausbildung hat sich inzwischen herumgesprochen. Denn bereits mehrfach sind aus dem Kreis unserer jungen Kollegen Siegerinnen und Sieger bei Landeswettbewerben der Auszubildenden hervorgegangen.

In unseren über 45 Filialen in der StädteRegion Aachen machen wir täglich rund 20.000 Kunden glücklich.

Willst Du uns dabei unterstützen?



## Bäcker/in

Du backst den puren Genuss

Willst Du zu den besten Bäckern in Deutschland gehören? Und mit Deiner Leidenschaft und Kreativität die Produkte backen, die Menschen in Aachen und Düren und zwischen Eifel und Jülich täglich zum Lächeln bringen? Dann bist Du richtig bei MOSS. Denn als zukunftsorientierte, moderne Handwerksbäckerei setzen wir auf puren Geschmack aus dem vollen Korn und mit vielen weiteren regionalen Zutaten.

In Deiner dreijährigen Ausbildung lernst Du in der MOSS-Handwerksbäckerei und in der Berufsschule, aus natürlichen Rohstoffen gute Brote, leckere Brötchen und feine Backwaren zu produzieren.

### Was lernst Du?

- Herstellung von Brot, Backwaren und Süßspeisen
- Lagern und kontrollieren von Lebensmitteln
- Kreation neuer Backwaren
- Die Besonderheit des „Vollen-Korns“

### Was bringst Du mit?

- Hauptschulabschluss, Realschulabschluss, Abitur
- Sinn für Sauberkeit und Hygiene
- Gespür für Ästhetik und technisches Verständnis
- Teamfähigkeit
- Lust auf frühes Aufstehen und tägliches Aktivsein

### Was kommt nach der Ausbildung?

- Diverse fachbezogene Seminare
- Weiterbildung zum Meister-/Lebensmitteltechniker
- Studium (auch ohne Abitur möglich)

## Bonusprogramm

Wir bei MOSS sind der Meinung, dass gute Leistung auch belohnt werden darf, deswegen haben wir ein attraktives Bonussystem entwickelt um Dich vielleicht noch ein bisschen mehr zu motivieren. Das Bonusprogramm gilt für alle Ausbildungsverträge, die ab 2016 geschlossen werden.

### • Einstieg •

- Ausbildungsvergütung nach aktuellem Bäcker Tarifvertrag
- Personalrabatt in allen Filialen
- Monatsfahrkarte während der Ausbildung

### • Zwischenprüfung •

- Gesamtnote 1: 500 EUR Einmalzahlung
- Gesamtnote 2: 300 EUR Einmalzahlung
- Gesamtnote 3: 200 EUR Einmalzahlung

### • Abschlussprüfung •

- Gesamtnote 1: Übernahme­garantie + 1.000 EUR Einmalzahlung
- Gesamtnote 2: Übernahme­garantie + 400 EUR Einmalzahlung
- Gesamtnote 3: Übernahme­garantie + 300 EUR Einmalzahlung



Dressed Like Machines



# DRESSED LIKE MACHINES

Dressed Like Machines  
@DressedLikeMachines

Gefällt dir Nachricht senden

Chronik Info Fotos Instagram feed Mehr

Unterhaltungswebseite

bäckerei

192.119 Personen gefällt das  
Boris Radke und 9 weiteren Freunden  
Freunde einladen, diese Seite mit „Gefällt mir“ zu markieren

### INFO

Contact: postfach@druma.net/  
Impressum here:  
<http://www.druma.net/impressumdisclaimer/>  
<http://druma.net/>  
Impressum

### APPS

We're on Instagram  
Instagram feed



So kann man natürlich auch für neue Azubis werben  
19. Juni um 11:40 · 

Wenn Unternehmen für Azubis werben  
Unser heutiger Preis für die kreativste Art Nachwuchskräfte anzuzwerben geht an die Bäckerei Moss. Muss man auch erstmal drauf kommen.  
DRLUMA.NET

Gefällt mir Kommentieren Teilen

28

Top-Kommentare





THE FLEXIBLE EXPERTS  
IN COATING 

## GLÄNZENDE PERSPEKTIVEN

Wenn es um die Veredelung von Oberflächen geht, erfüllen wir von KSK die Anforderungen unserer Kunden aus der Automobilindustrie ohne Kompromisse - klein oder groß, Metall auf edelstahle Industrielackieren, die auch Sonderanfertigungen realisieren, sowie auf erprobte Robotertechnologie, die Effizienz in der Serienfertigung garantiert. Seit 27 Jahren sind wir der Spezialist und zuverlässige Partner für die Internationalen Größen der Automobil- und Nutzfahrzeugbranche.

Eines ist bei KSK immer identisch: die KSK-Qualitätsphilosophie. Wir leben tagtäglich den unbedingten Anspruch an Qualität bei Produkten wie Prozessen. Dafür stehen sie mit Ihrem Namen. Dann verstärken Sie doch unser Team, z. B. als:

- Profit-Center Manager (m/w)
- Produkt-Sachbearbeiter (m/w)
- Qualitätsmanager (m/w)
- Lackierer (m/w)
- Vorarbeiter (m/w)
- Schichtführer (m/w)
- Mechatroniker (m/w)
- Produktionsmitarbeiter (m/w)
- Auszubildender zum Verfahrensmechaniker für die Beschichtungstechnik (m/w)
- Auszubildender zum Industriekaufmann (m/w)

Gerne informiert Sie unsere Personalreferentin Sarah Lehmann.  
E-Mail: [s.lehmann@ksk-online.com](mailto:s.lehmann@ksk-online.com), Tel.: 02451 / 98 03 0

[www.ksk-online.com](http://www.ksk-online.com)  [facebook.com/ksk.Industrielackierungen](https://www.facebook.com/ksk.Industrielackierungen)

## Employer Brand

### KSK Industrielackierung





**KSK** **WIR VON KSK**  
DAS MAGAZIN FÜR MITARBEITER UND KUNDEN



**SOMMERFEST 2014**  
BBL, Musik und Fair  
Rückblick S. 2-3



**PROTOTYPEN MIT KSK**  
Neues  
Ausbildungsangebot S. 4



**ENERGIEMANAGEMENT**  
EIN-Phasennetz einleiten  
KSK-Zertifizierung S. 8

**AUSGABE**  
**NOV. 2014**

**Auf dem Weg zur Fabrik von morgen**  
KSK legt mit neuem IT-System den Grundstein für die Industrie 4.0

Nicht nur in der Automobilindustrie sind diejenigen im Wettbewerb führend, die ihre Geschäftsprozesse durchgängig organisieren und ständig optimieren. Unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“ vollzieht sich derzeit ein Wandel, der durch Digitalisierung Optimierungspotenziale in der Fertigung erschließen und neue Verfahren ermöglichen soll.

Dass auch bei KSK konsequent auf Weiterentwicklung gesetzt wird, zeigt sich nun mit „InproKSK“: dies ist der Name des IT-Systems, mit dem die Integration der Informationstechnologie in die Fertigung

vorangetrieben wird. Durch die Verbindung von Waren, Prozessen und Informationen über alle Bereiche hinweg erschließen die angeschlossenen Systeme ihr volles Potenzial.

Geschäftsführer Daniel Karpfinger begründet, warum KSK hier auf ein eigenentwickeltes System setzt: „InproKSK ist eine Erweiterung des bestehenden Intranets und eröffnet uns neue Möglichkeiten der intelligenten Fertigung. Denn das System ist vollkommen auf die Prozesse bei KSK zugeschnitten und entfaltet somit optimal seine Vorteile. Wir haben mit dieser neuen

Technologie einen bedeutenden Schritt gemacht, von dem sowohl wir als auch unsere Kunden profitieren.“



Fortsetzung auf Seite 2

Aktueller Sp...  
besagt „der KSK Ideen...“  
Vitor dos Santos

**Corporate Publishing**  
KSK Industrielackierung



Corporate Events  
KSK Industrielackierung

THE FLEXIBLE EXPERTS  
IN COATING

**KSK**

# 25 Jahre Wir von **KSK** Die Zukunft im Blick

Werk 1

Unser  
Sommerfest  
**14.09.**  
**2013**

10:30 bis 15:00 Uhr in Werk 1  
KSK im Wandel

Begrüßung, Ansprache, Ehrungen und  
Präsentationen, Rahmenprogramm für  
Groß- und Klein, Jung und Alt

ab 19:30 Uhr in Werk 2  
Die große KSK-Sommerparty

Freuen Sie sich auf gute Unterhaltung  
Live-Musik und ein vielfältiges  
Getränkangebot

# 25 Jahre Wir von **KSK** Die Zukunft im Blick

Unser  
Sommerfest

**14.09.**  
**2013**

# 25 Jahre Wir von KSK

# Schlussfolgerungen

Thesen zum Employer Branding

# Thesen

Eine Arbeitgebermarke ist dann stark, wenn ...

- die Marke stark ist
- sie für Kunden und Mitarbeiter Identifikation mit Ihrer Mission / Ihrem Sinn schafft
- sie in allen Kanälen in gleicher Tonalität kommuniziert
- ihr Fremdbild auch in Bewertungen authentisch gespiegelt wird

# Thesen zur Kommunikation einer Arbeitgebermarke

## Die gelenkte Kommunikation einer Arbeitgebermarke ...

- ist entkoppelt von der Kommunikation Ihrer Produkte.
- darf sich nicht in der Bedienung von Allgemeinplätzen erschöpfen.
- lebt häufig stark von den „echten“ Menschen / Mitarbeitern als Träger.
- ist immer auch Imagewerbung für das gesamte Unternehmen.

# Zentrale Fragen für die eigene Employer Brand

## **Botschaften / Leitbild / Zuspitzung**

Welche Aussagen differenzieren mein Unternehmen als Arbeitgeber von anderen Arbeitgebern?

## **Kanäle / Medien / Maßnahmen**

In welchen Formen werden die Aussagen zugespitzt nach außen getragen?

## **Mitwirkung / Einbindung / Identifikation**

Wie gelingt es, die für die Authentizität der Aussagen wichtigen Mitarbeiter einzubinden?

## **Projekt / Prozess / Daueraufgabe**

Wie strukturiert man das initiale Projekt?  
Und wie den damit entstehenden Aufgabenkomplex im laufenden Betrieb?

Das Thema Marke muss  
in den Köpfen aller  
Mitarbeiter sein –  
sonst funktioniert es nicht.

Claus Hipp

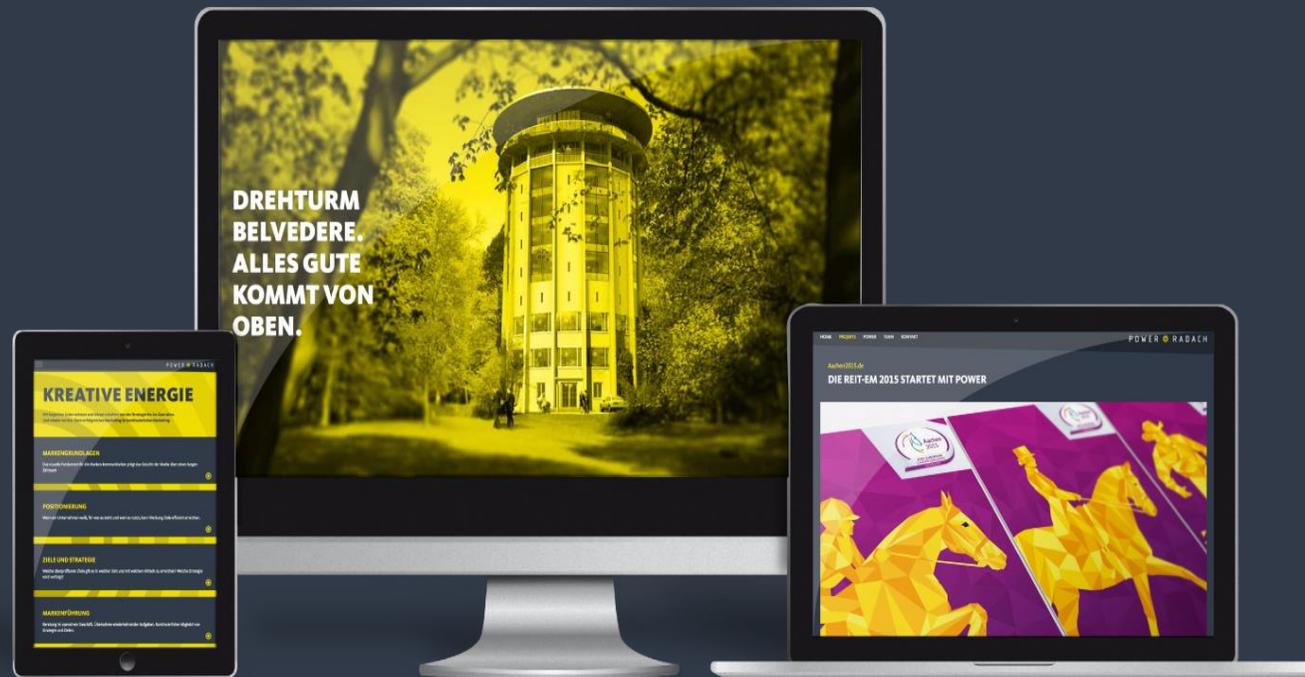


# Ihre Fragen...

... beantworten wir gerne.

POWER+RADACH werbeagentur gmbh  
Belvedereallee 5 - Drehturm  
52070 Aachen

E: [welcome@power-radach.de](mailto:welcome@power-radach.de)  
F: +49 (0)241 91 88 00  
W: [www.power-radach.de](http://www.power-radach.de)



## Interaktive Museumsmethode



Arbeitsphase



Freies Bewegen im „Museum“  
Lessons Learned und Diskussion  
an Praxisbeispielen  
Zeitraumen: 30 Minuten

# Workshop I - FINDEN Museumsrundgang

Poster 1





# Workshop I - FINDEN Museumsrundgang



Poster 3



# Impressionen Museumsrundgang



# Impressionen Museumsrundgang

---





# Museumsrundgang Ergebnisdokumentation - Details

Fokus:  
Poster 1



# Museumsrundgang Ergebnisdokumentation - Details

Fokus:  
Poster 1



# Museumsrundgang Ergebnisdokumentation - Details

Fokus:  
Poster 2



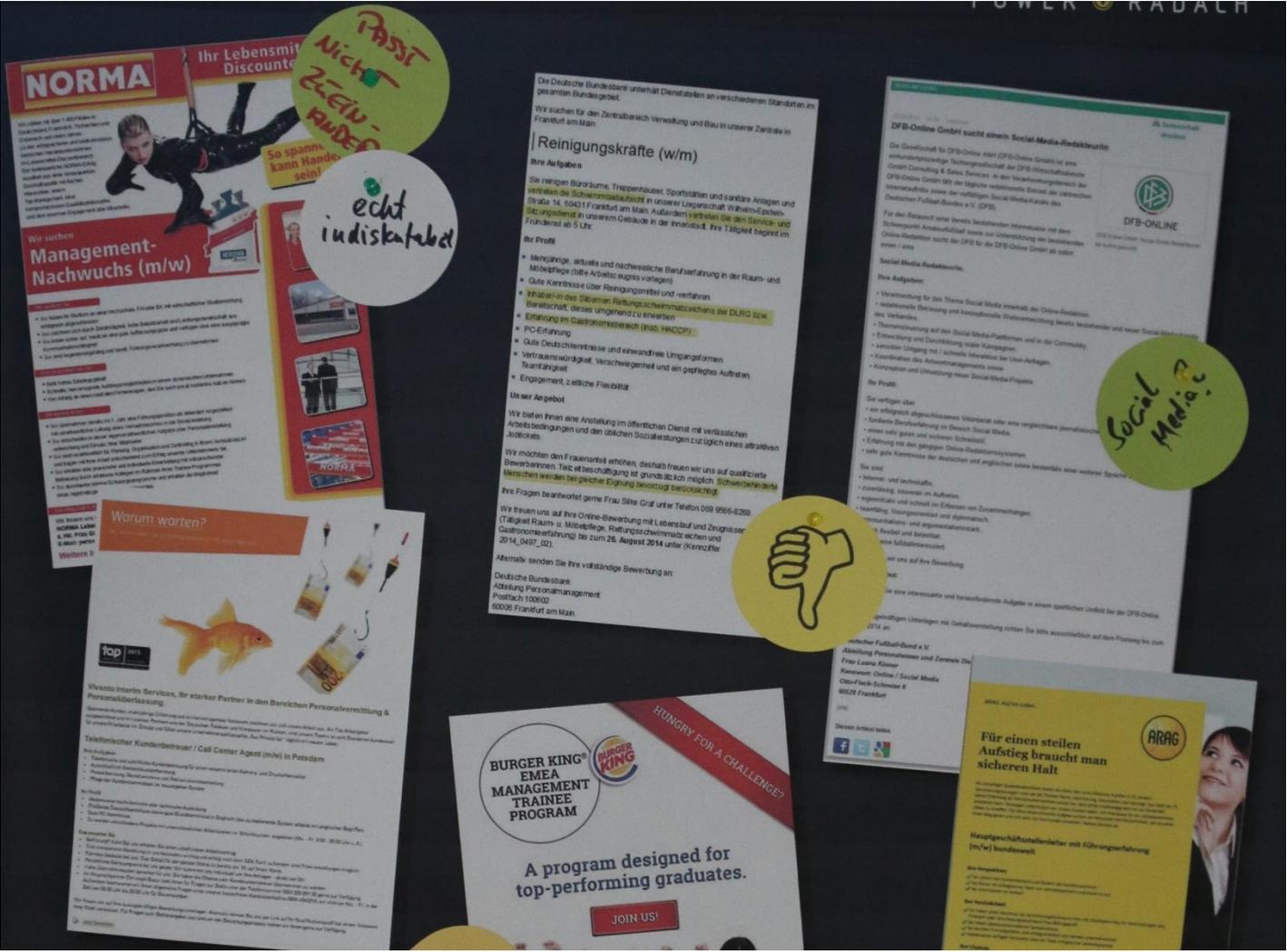
# Museumsrundgang Ergebnisdokumentation - Details

Fokus:  
Poster 2



# Museumsrundgang Ergebnisdokumentation - Details

Fokus:  
Poster 3



# Museumsrundgang Ergebnisdokumentation - Details

Fokus:  
Poster 3



## Arbeitgebermarke/Employer Branding – Praxisbeispiele & Lessons Learned

**Leitfragen:**

**Wo sollten Sie in Ihrem Unternehmen optimieren?  
Wer kann Ihnen bei der Realisierung helfen?**



# Dokumentation Diskussion

---



# Dokumentationswände



# Detailansicht Dokumentationswand 1

Legende:



Kernthema der Wand



Kernaussagen



Strukturierung



Beiträge Teilnehmende



Beträge Experten



# Detailansicht Dokumentationswand 1A



# Detailansicht Dokumentationswand 1B

## Positionierung

Spielen Sie in der Champions League?  
→ Positionierung high-potentials

Hang zur Individualisierung  
→ Beachtung bei Markenpositionierung

Ebenen der Differenzierung kennen:  
Ist eine funkt. Abgrenzung sinnvoll?

2015= 0 Hochzeiten  
2016= 14 Hochzeiten  
Was ist bei den Kunden passiert?

Positionierung = Commitment auf das wofür man steht!

In 2-3 Sekunden muss klar sein: Was ist es? Wofür steht es?

! Konstanz der Positionierung ist entscheidend!

Trennschärfe !!  
Arbeitgebermarke – Employer Branding

Klammer → Kunde und Mitarbeiter  
Wofür stehen wir? Unsere Werte/Grundsätze

→ Welche Werte machen mich wirklich aus??

## Inszenierung

Persönliche Ansprache  
→ Diversity Gedanke beachten  
→ # Oberärztin

Arbeit sollte sein: „Sinnstiftend über den Gehaltscheck hinaus!“

Bestehende Mitarbeiter sind Multiplikatoren!!

Marke muss in allen Bereichen konsistent sein!

Authentisch sein ist elementar!!

Wie Anzeige für kleines Unternehmen gestalten?  
→ Corporate Culture leben lassen → MOSS

Wichtig zu fragen: Wo sehen mich die anderen, oder nur neue Positionierung relevant?  
→ MOSS Bsp. Neue Position

Markenbildung ist flirten!

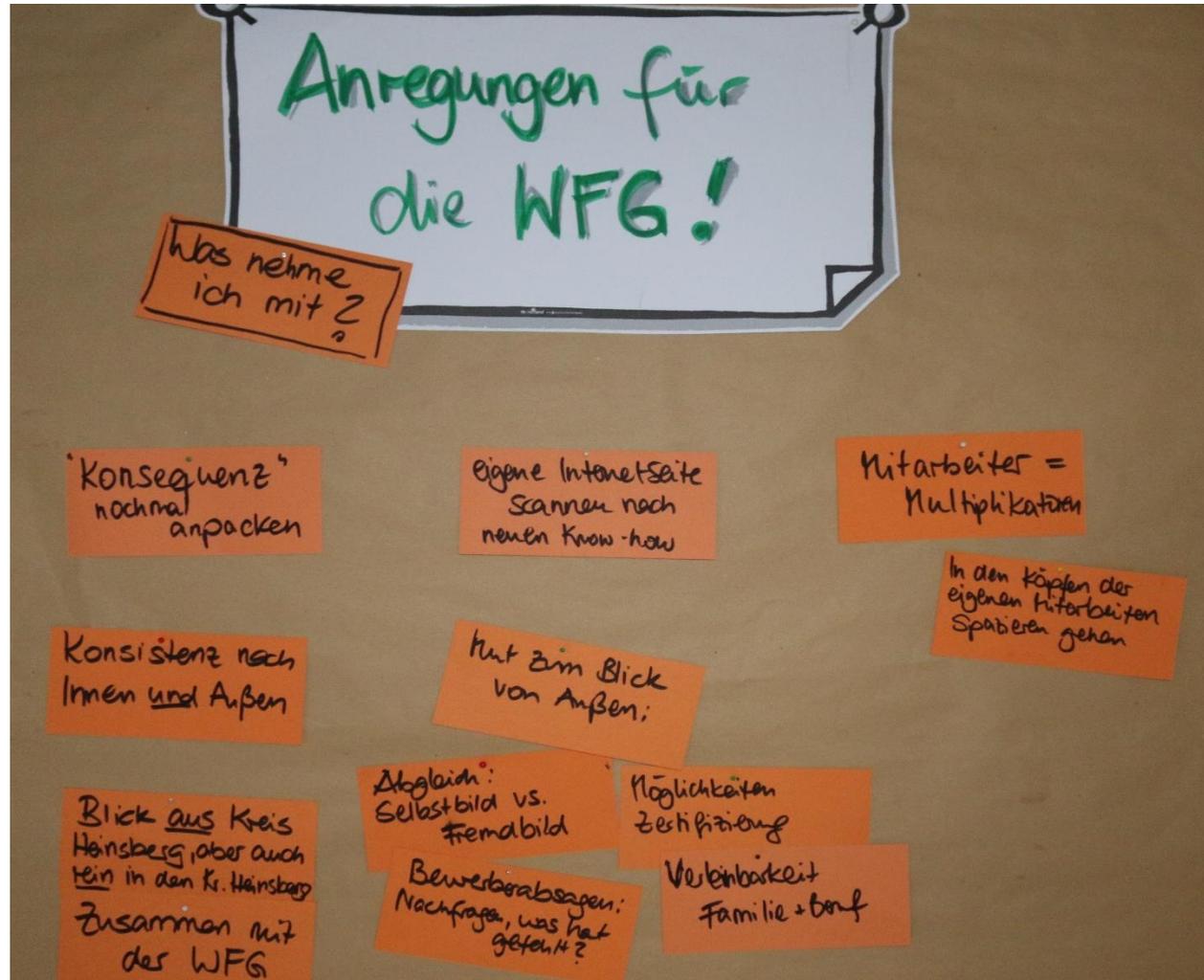
„Sea of Sameness“  
Aufgabe: Standing out!

Kreative Ansprache  
Bsp: MOSS Azubis

Abgedruckte Stellenbeschreibung ist keine Stellenanzeige

Medium Internet kompetent einsetzen!

# Detailansicht Dokumentationswand 2



# Detailansicht Dokumentationswand 2

## Anregungen für die WFG!

Was nehme ich mit?

„Konsequenz“ nochmal anpacken

Konsistenz nach Innen und Außen

Blick aus Kreis Heinsberg, aber auch rein in den Kreis Heinsberg

Zusammen mit der WFG!

Eigene Internetseite nochmal scannen mit neuem Know-how-Wissen

Mut zum Blick von Außen

Abgleich: Selbstbild vs. Fremdbild

Bewerberabsagen: Nachfragen, was hat gefehlt?

Möglichkeiten Zertifizierung

Vereinbarkeit Familie und Beruf

Mitarbeiter = Multiplikatoren

„in den Köpfen der eigenen Mitarbeiter spazieren gehen“

# Workshop Feedback

---

FEEDBACK  
23.06.2016

- + viele Anregungen, die sortiert werden müssen
- + danke an Veranstalter, Experten, Moderator,...
- ☺ ~~Video~~ Video-Thema für sich selbst anwenden  
↳ kleine Arbeitsplatz-videos anstatt Chat
- + toller Austausch mit anderen Teilnehmern

# Weitere Workshop-Impressionen I



# Weitere Workshop-Impressionen II

---

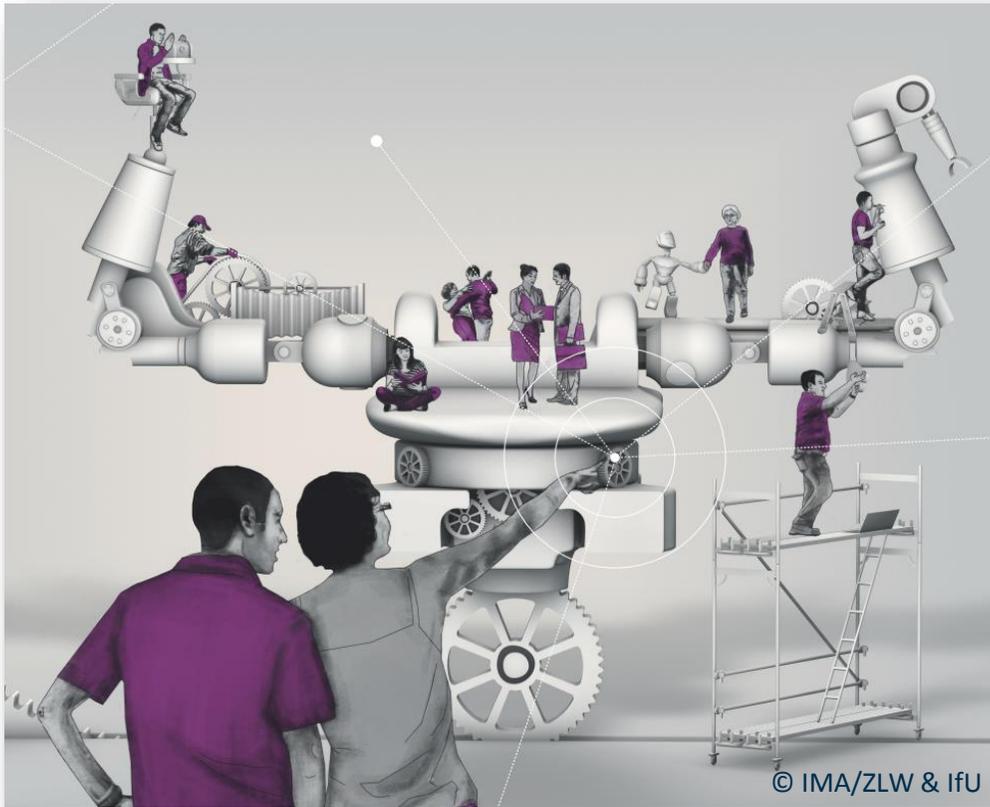


# Weitere Workshop-Impressionen III

---



# Herzlichen Dank!



**& FINDEN  
& BINDEN**  
IM KREIS HEINSBERG

**Dr. rer. nat. Frank Hees**  
Tel.: +49 241-80-91113  
[frank.hees@nets-n-clouds.de](mailto:frank.hees@nets-n-clouds.de)

**Dr. rer. nat. René Vossen**  
Tel.: +49 241-80-91170  
[rene.vossen@nets-n-clouds.de](mailto:rene.vossen@nets-n-clouds.de)