



Employer Branding

Durch Employer Branding Maßnahmen
erfolgreich emotionalisieren!

03.07.23





Agenda

01

livewelt

02

Employer Branding

03

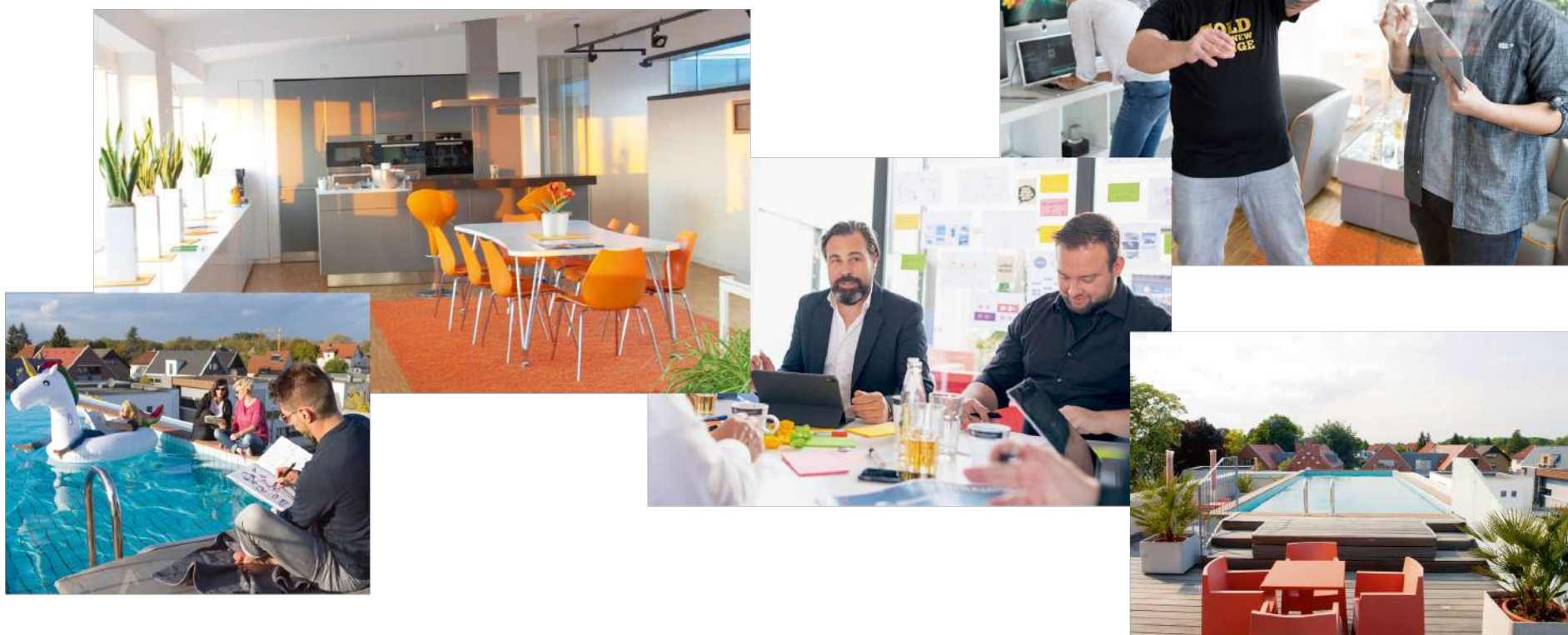
Best Cases





01 Agenturvorstellung

Agentur für LIVE-KOMMUNIKATION



SELECTION
GERMANY'S
FINEST
AGENCIES
2017/2018



Unsere Kompetenzfelder



EVENT

- Konferenz / Kongress / Tagung
- Corporate Events
- PR- und Media Events
- Teambuilding-Events
- Incentives
- Messe-Inszenierungen
- Charity-Events
- Teilnehmermanagement
- Digitale & Hybride Events



BRAND

- Strategieberatung
- Markenaufbau
- Content Marketing
- Employer Branding
- Corporate Design
- Werbemittel
- Illustrationen
- Foto- & Videografie
- 360° & Drohnenaufnahmen



DIGITAL

- Webseiten
- Shopsysteme
- SEO
- App Programmierung
- Augmented Reality
- Digitale Eventplattform



Zahlen, Daten, Fakten



STANDORTE

54 AKTIVE
KUNDEN



**GAS
GEBEN**

Ø
164
PROJEKTE
PRO JAHR

16

AWARDS


GRÜNDUNG
2006

27



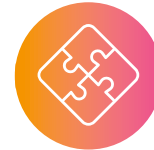
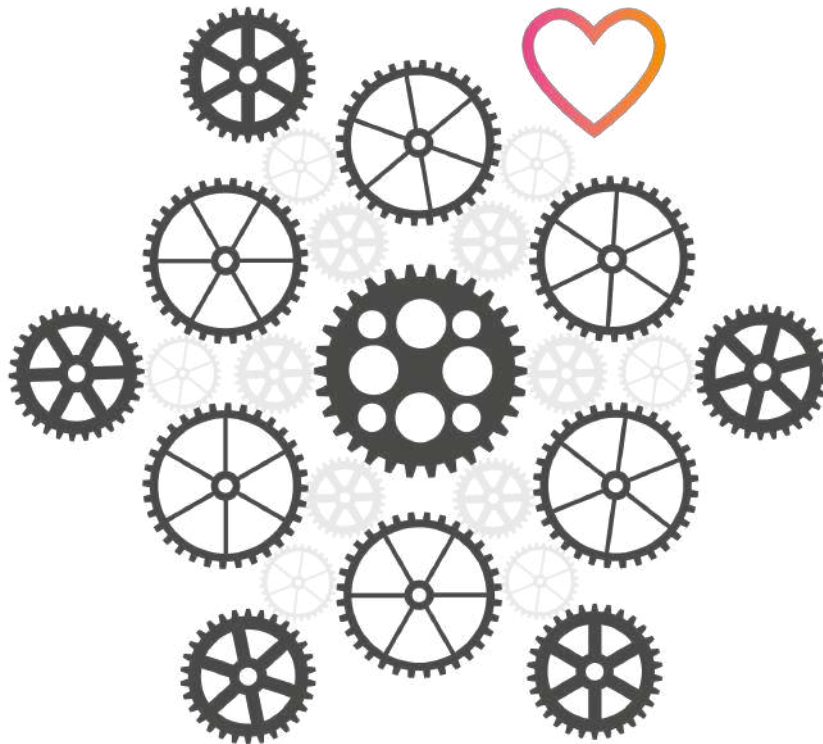
MITARBEITER



TOP 15
AGENTUREN FÜR
LIVE-
KOMMUNIKATION IN
DEUTSCHLAND

Quelle: Rating W&V und HORIZONT

Stärken



Nähe aufbauen



Die Marke richtig denken



Systematisch kreativ sein



Immer gut bedienen



Auf Sport setzen



Die richtigen Kontakte haben



Unsere Kunden



A photograph of two mountaineers climbing a steep, icy mountain peak. The climbers are wearing bright yellow and black gear, including helmets and crampons. They are secured by ropes. The sun is shining brightly from behind a snow-covered ridge, creating a strong lens flare effect. The sky is a deep blue, and the ice on the mountain is white and textured. A colorful prayer flag is visible on a pole in the background.

02 Employer Branding

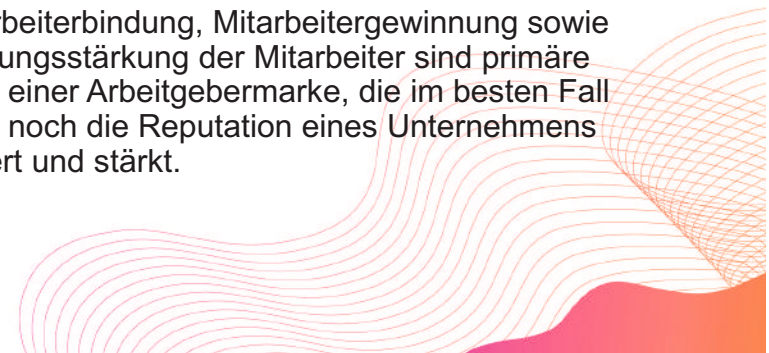
Employer Branding



Der Mangel an Fach- und Führungskräften gilt vielen Unternehmen als die größte Wachstumsbremse. Auf der Suche nach wirkungsvollen Instrumenten, mit denen Unternehmen den beschriebenen Herausforderungen begegnen können, fällt immer häufiger das Stichwort „Employer Branding“.

Employer Branding positioniert ein Unternehmen nach innen wie nach außen als Arbeitgebermarke. Grundlage dafür ist eine Arbeitgebermarkenstrategie, die aus der Unternehmensstrategie und Unternehmensmarke erwächst. Ein professionell entwickeltes und strategisch fundiertes Employer Branding verbessert dabei nicht nur das Arbeitgeberimage, sondern auch die faktische Arbeitgeberqualität, so dass die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens als Arbeitgeber vollumfänglich und nachhaltig gesteigert wird.

Mitarbeiterbindung, Mitarbeitergewinnung sowie Leistungsstärkung der Mitarbeiter sind primäre Ziele einer Arbeitgebermarke, die im besten Fall auch noch die Reputation eines Unternehmens fördert und stärkt.



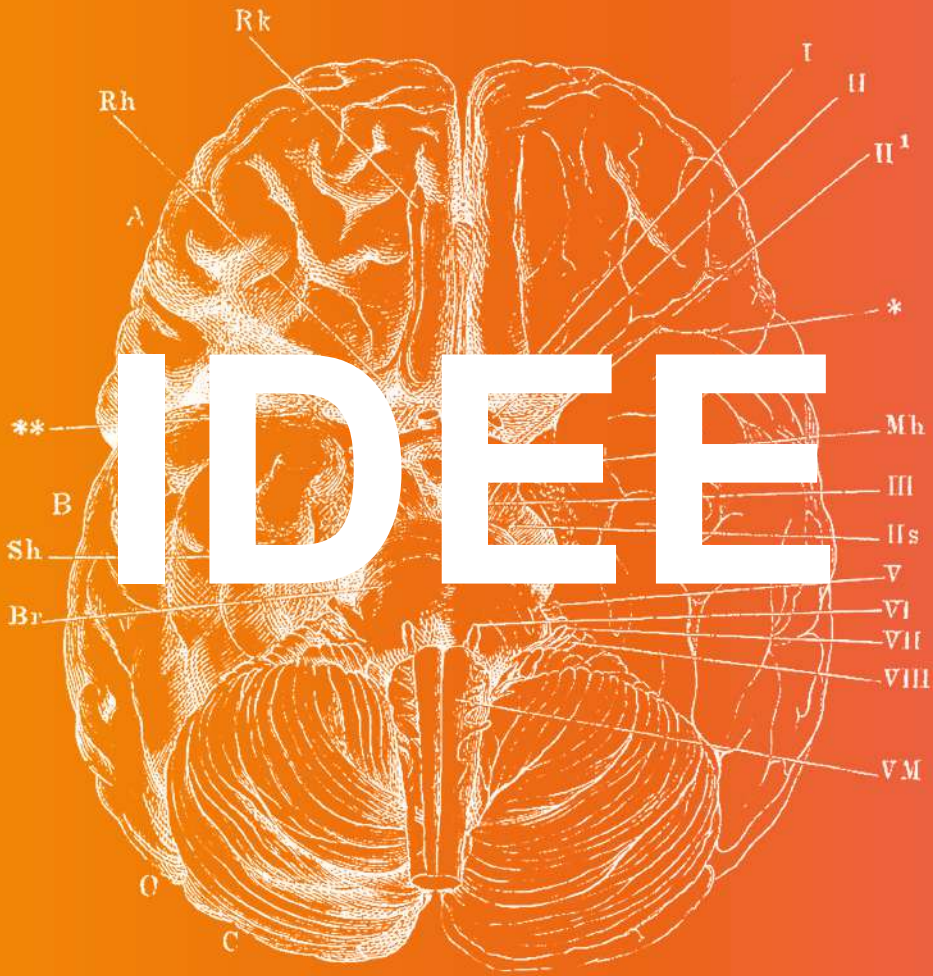
Mit Emotionen Bindung schaffen



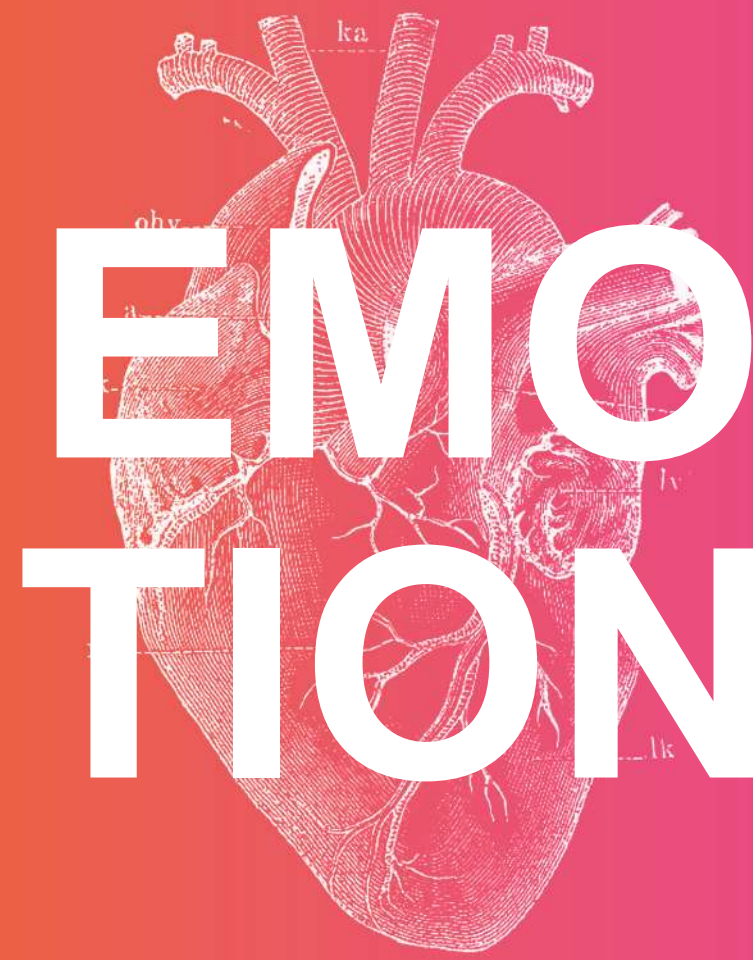
Um Ihr Unternehmen gegenüber den Mitarbeitern und potentiellen Arbeitnehmern positiv darzustellen, helfen Ihnen Emotionen.

livewelt hat in den vergangenen Jahren bereits eine Vielzahl an erfolgreichen und wirkungsvollen Employer Branding Maßnahmen durchgeführt. Dabei setzen wir vermehrt auf den Faktor Sport, denn sportliche Aktivitäten bieten beste Möglichkeiten, das Image einer Marke oder eines Unternehmens zu emotionalisieren. Sport lebt von Emotionen.





IDEA



EMOTION

Employer Branding



Mitarbeiterbindung

Die Schaffung einer Arbeitgebermarke beugt der Abwanderung von Potenzial- und Leistungsträgern vor und verringert unerwünschte Mitarbeiterfluktuation.

Mitarbeitergewinnung

Die Arbeitgebermarke wirkt im Bewerbermarkt wie ein Filter. Durch diesen werden potenzielle Kandidaten gezielter angezogen und die nicht passenden abgehalten.

Positive Nebeneffekte:

- geringer Aufwand für die Personalbeschaffung
- bessere, unternehmenskulturelle Bewerberpassung
- Minimierung des Risikos von Nicht- oder Fehlbesetzungen.

Unternehmensmarke

Eine glaubwürdige und unverwechselbare Arbeitgebermarke fördert die Reputation eines Unternehmens und stärkt diese zusätzlich.

Unternehmenskultur

Unternehmensziele sowie die Unternehmenskultur können im besten Fall durch das Employer Branding aufeinander abgestimmt und die Organisation somit zielgerichtet weiterentwickelt werden.

Leistung und Ergebnis

Die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen wird durch die Positionierung der Arbeitgebermarke gestärkt und auf die Ziele des Unternehmens ausgerichtet.





Workflow Employer Branding Konzept



ZIELDEFINITION



ANALYSE

Intern

- Kultur, Werte, Mitarbeiterzufriedenheit, Arbeitsbedingungen, etc.)

Extern

- Arbeitsmarktsituation, Konkurrenzanalyse, Arbeitgeberimage, etc.)
- SWOT- Analyse (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken)



POSITIONIERUNG

- Definition der Zielgruppen
- Festlegung der Positionierungsstrategie
- Präzisierung auf verschiedene Zielgruppen



CORE STORY // EMPLOYER VALUE PROPOSITION (EVP)

- Definition & Entwicklung der EVP
- Präzisierung auf verschiedene Zielgruppen
- Messaging-Strategie



MAßNAHMENMIX

Interne Kommunikation

- Mitarbeiterbindungsmaßnahmen, interne Veranstaltungen, Schulungen, Unternehmenskultur, Marketing-Service etc.

Externe Kommunikation

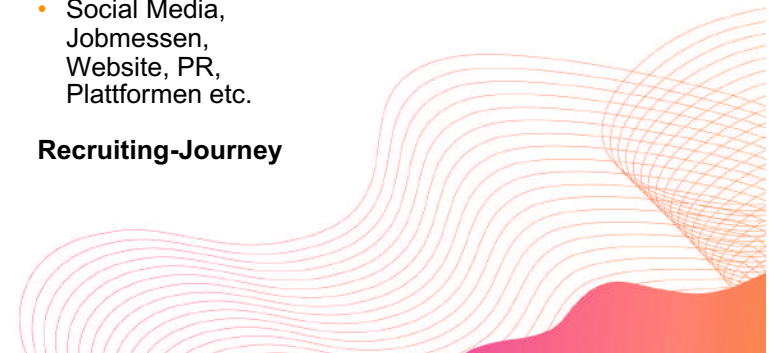
- Social Media, Jobmessen, Website, PR, Plattformen etc.

Recruiting-Journey



MONITORING & KONTROLLE

- Festlegung von KPI's
- Durchführung regelmäßiger Umfragen und Feedback-Runden
- Anpassung und Optimierung der Strategie





03 Best Cases

5.000 MARKENBOTSCHAFTER

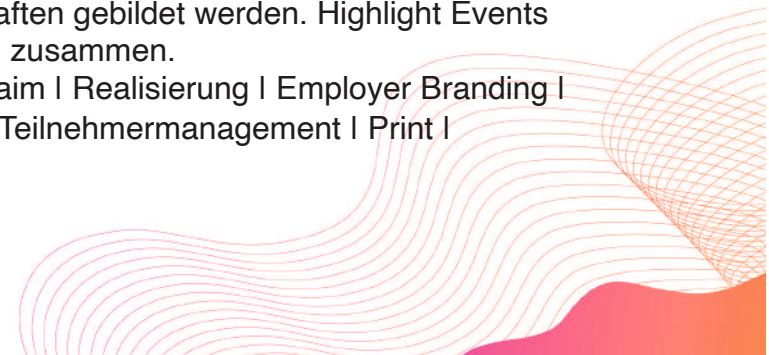


SCHÜCO

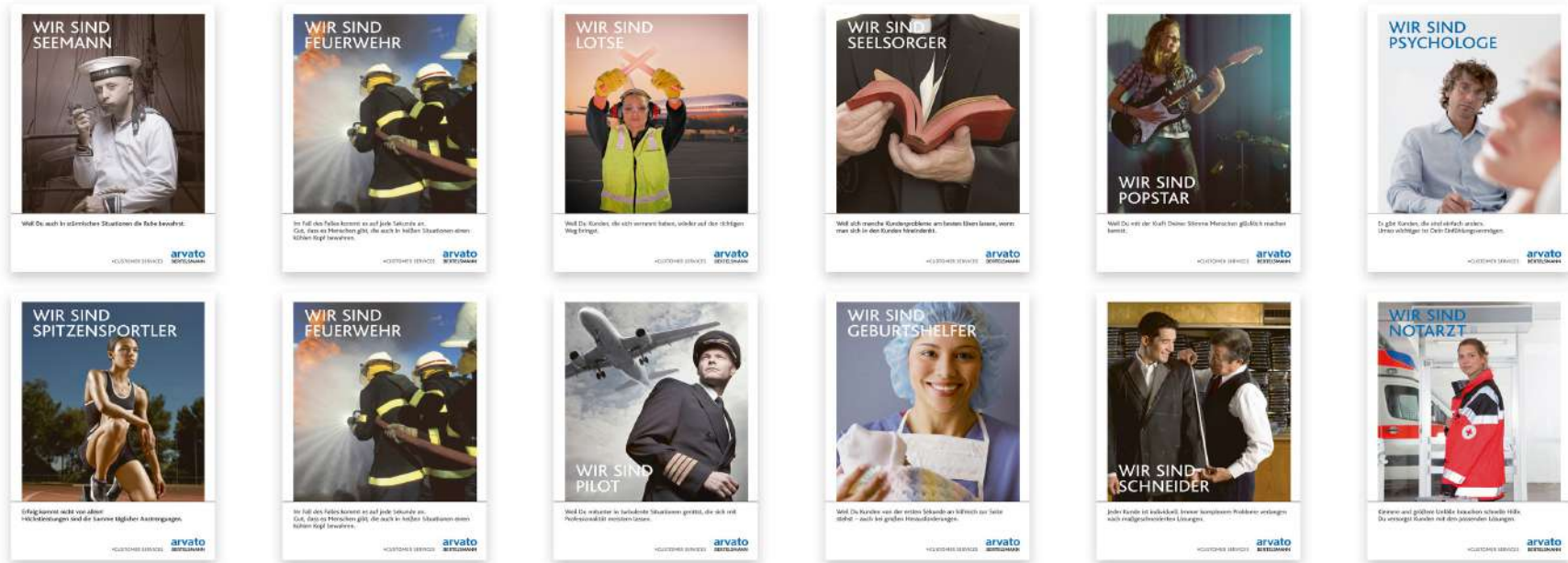
Die Marke von innen verbreiten - für mehr Wirkung in alle Richtungen

Die Mitarbeiter dort abholen, wo das emotionale Involvement besonders hoch ist: Schüco unterstützt ihre weltweit tätigen Mitarbeiter in deren individuellen sportlichen Aktivitäten mit einer gebrandeten Premium-Sportausstattung. Die Markenbotschafter-Community erhält on- und offline eine Plattform, über die Storys verbreitet und Gemeinschaften gebildet werden. Highlight Events führen die Markenbotschafter in regelmäßigen Abständen zusammen.

Marken- und Live-Kommunikation | Konzeption | Logo | Claim | Realisierung | Employer Branding | Sport-Veranstaltung Film | Website | Online-Community | Teilnehmermanagement | Print | Werbemittel



HELDEN DES ALLTAGS



arvato
BERTELSMANN

Die Bedeutung des Customer Service intuitiv vermittelt
Employer Branding und Recruiting-Kampagne: Wert und Wichtigkeit des eigenen Personals verständlich transportiert – nicht nur in Bild und Text, sondern auch unüberhörbar mit den „Stimmen der arvato Alltagshelden“.
Marken-Kommunikation | Konzeption | Realisierung Plakat-Serie | Buswerbung | Postkarten | Printmedien | Hörfunk | Call-Center-Raumkonzept | Citylight-Poster



VONOVIA DAY



VONOVIA

4.000 Mitarbeiter = 1 Team!

Ein deutschlandweites Kick-Off Event als Grundstein des Integrationsprozesses zur Unternehmensfusion: Fünf Standorte gleichzeitig durch eine Live-Übertragung verbinden, um Werte und Leitbild des Unternehmens gemeinsam erlebbar machen zu können. Eindrucksvolle Eventlocations im neuen Vonovia Branding, Live-Musik und Gesangs-Acts sowie eine gemeinsame Teambuilding-Maßnahme als XXL-Kettenreaktion sorgten bei den Mitarbeitern auch nach dem Vonovia Day für einen bleibenden Eindruck und viele zufriedene Gesichter.

Live- und Markenkommunikation | Konzept | Kreation | Realisierung | Corporate Event | Employer Branding | Key Visual | Mikrosite | Teilnehmermanagement | Live-Broadcasting | Moderation | Live-Act | Commitment Act | Printmedien | Werbemittel | Foto | Film

TEAM-LEISTUNG



Markenbegeisterung und Markenbindung sportlich potenzieren

Die Idee des TEAM ALPECIN: Mit Unterstützung der Marke Alpecin erhalten ambitionierte Breitensportler die einmalige Chance, ein gemeinsames sportliches Ziel zu erreichen – ausgestattet wie die Profis und begleitet von Fachpublikationen in der GQ oder Roadbike.

Live- und Marken-Kommunikation | Gesamtkonzept | Leitung | Durchführung
Key Visual | Website | Printmedien | Social Media | Teilnehmermanagement |
Sponsoren-Akquise



FIT FOR FUN



Mobil ON TOUR
BETRIEBSKRANKENKASSE



60 **Mobil**
JAHRE BETRIEBSKRANKENKASSE



Mobil
BETRIEBSKRANKENKASSE

Mit dynamischem Image überzeugen

Die Krankenkasse der neuen Generation: Nicht nur Ansprache von Neukunden und Motivation der Mitarbeiter, sondern nachhaltige Verknüpfung der Marke mit jungen, dynamischen Eigenschaften durch den Einsatz vielfältiger, aufeinander abgestimmter Eventformen.

Live- und Marken-Kommunikation | Konzept | Realisierung

Gala-Veranstaltung | Sportveranstaltung | Sponsoring & Kooperationen | Logo | Key Visual |

Website Social Media | Printmedien | Werbemittel | PR | Foto | Film | Begleitung durch Fachpublikationen



MARKENBOTSCHAFTER



VATTENFALL CYCLASSICS



WORLD SPORTS EVENT



BERLIN MARATHON



SOMMERFEST



Deutsche Post DHL

Mitarbeiter als Markenbotschafter instrumentalisieren

Mitarbeiter im Sinne des Employer Brandings begeistern und so ein positives Image nach außen transportieren. Bei allen Kommunikationsmaßnahmen on- und offline sowie den sportlichen Großveranstaltungen mit bis zu 6.000 Teilnehmern steht dabei stets die Marke im Vordergrund.

Marken- und Live-Kommunikation | Konzeption | Realisierung

Teilnehmermanagement | Storytelling für interne Medien on- und offline



Sie möchten mehr über livewelt erfahren?

Ich freue mich auf den Austausch.

Lisa Büdel

Mitglied der Geschäftsleitung

Fon +49 5241 21090-13

Fax +49 5241 21090-29

lisa.buedel@livewelt.de

livewelt GmbH & Co. KG

Berliner Str. 133

33330 Gütersloh

www.livewelt.de



Die in dieser Konzeption aufgeführten Gedanken, Ideen, Konzepte und Werbemittel sind geistiges Eigentum der livewelt GmbH & Co. KG und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die Verwirklichung von Ideen und Ideenansätzen ist nur mit vorheriger vertraglicher Vereinbarung mit dem Rechteinhaber möglich. Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet. Der Empfänger dieses Konzeptes haftet bei unberechtigter Verwendung oder Weitergabe an Dritte für den daraus entstehenden Schaden. Der Empfänger dieses Konzeptes bestätigt durch Entgegennahme des Konzepts absolute Vertraulichkeit und absolutes Stillschweigen über die darin genannten Ideen und Vorschläge zu wahren. Weiterhin verpflichtet sich der Empfänger, im Falle der Realisierung auch nur von Teilen des Konzepts, zur Zahlung einer marktüblichen Lizenz- bzw. Beratungsgebühr. Sollte über diese Summe keine Einigkeit erzielt werden können, erklärt sich der Empfänger einverstanden, die Höhe der Gebühr durch einen von der Handelskammer Bielefeld zu bestimmenden Wirtschaftsprüfer/Sachverständigen feststellen zu lassen. Gerichtsstand ist Gütersloh.