

IMPULSWERKSTATT-REIHE  
„PERSONALSTRATEGIE & UNTERNEHMENSNACHFOLGE“

**Mittwoch, 26. Juni 2024, 14 – 18 Uhr**

„Employer Branding und Candidate Experience:  
Die Kunst der erfolgreichen Mitarbeitergewinnung.“



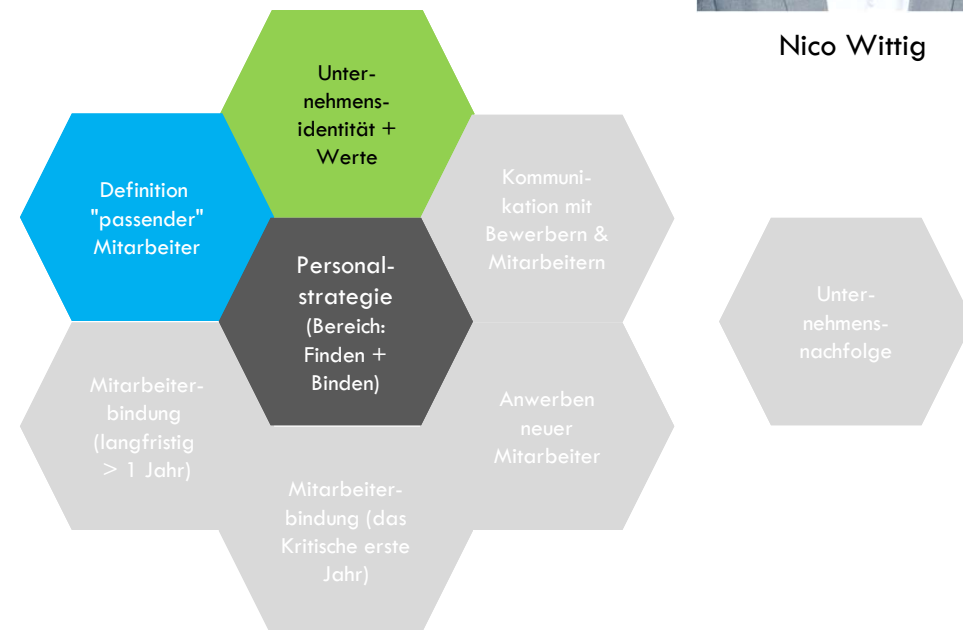
Annemarie Zoppelt



Nico Wittig

enthält folgende Module:

- Employer Brand (2.2)
- Employer Value Proposition (2.3)
- Candidate Profiling & Journey (1.1, 1.2)
- Aussagekräftige Stellenanzeigen (1.3)



## 2.2. EMPLOYER BRAND ENTWICKELN

### ZIELE DIESER WERKSTATT ...

Die Teilnehmenden erfahren,

- was einen attraktiven Arbeitgeber ausmacht
- was man wirklich unter Employer Branding versteht
- wie sich Employer Branding und Personalmarketing unterscheiden?
- Warum Employer Branding als solide Grundlage für erfolgreiche Personalsuche anzusehen ist
- wie sie einen konkreten Fahrplan direkt aussetzen

### WERKZEUGE

- Theoretische und praktische Grundlagen
- WaveEffect Framework zur effektiven Umsetzung
- Co-kreative Gruppenarbeiten zur Entwicklung einer einzigartigen Arbeitgebermarke in einem Fallbeispiel

### INHALTE

Erfolgreiches Prozess-Setup

Introspektive durch Analyse der Arbeitgeberereigenschaften und der Zielgruppen

Stakeholder-Interviews

Qualitative und quantitative Mitarbeiterumfrage

Abgleich IST und SOLL der Arbeitgebermarke

Analyse von Werten, Kultur und Normen im Alltag

Erarbeitung von Attraktivitätsfaktoren, Profilierungsmerkmalen und Chancenfeldern

Extraktion von relevanten Geschichten & Storytelling

### WAS DABEI HERAUSKOMMT...



MODERATOREN:  
ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

## 2.3. EMPLOYER VALUE PROPOSITION ENTWICKELN

### ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Bewusstsein über eigene Attraktivitätsfaktoren, Profilierungsmerkmalen und Chancenfeldern
- Wissen über Zielgruppen, ihre Motive & Bedürfnisse
- Ausformulierung von konkreten Arbeitgeberversprechen

### WERKZEUGE

- Theoretische und praktische Grundlagen
- Co-kreative Gruppenarbeiten zur Entwicklung eines einzigartigen Arbeitgeberversprechens in einem Fallbeispiel

### INHALTE

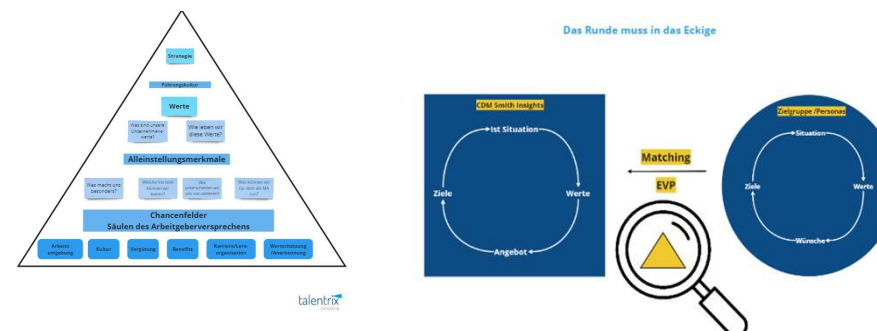
Einführung und Definition von Employer Branding: Was bringt es, wie geht es, wie entwickeln Sie Ihre Employer Brand?

Candidate Experience: Warum Emotionen und der Wohlfühlfaktor wichtig sind?

Co-Kreation: Was es wichtig ist, die Mitarbeitenden in die Erarbeitung einzubeziehen?

Definition des Arbeitgeberversprechens: Was muss rein und rein?

### WAS DABEI HERAUSKOMMT...



MODERATOREN:  
ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

1  
4

Definition  
„passender  
Mitarbeiter“

1.1. KANDIDATEN-PROFILIERUNG ÜBER MOTIVFELDER

ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Verstehen der Theorie hinter den Motivfeldern des Motivkompasses und deren Relevanz für das sog. Candidate Profiling
- Analytische Fähigkeiten stärken: Teilnehmende lernen, Bewerberdaten zu analysieren und Motivfelder zu identifizieren, um ein tieferes Verständnis für die Kandidaten zu entwickeln
- Verbesserung der Kandidatenauswahl durch gezielte Passung von Motivfeldern und Unternehmenskultur
- Diversität fördern: Sensibilisierung für die Vielfalt an Motivfeldern, um eine inklusive Personalgewinnung zu ermöglichen
- Nachhaltige Mitarbeiterbindung: Entwicklung von Strategien, um Mitarbeiter langfristig durch Abstimmung ihrer Motivation mit den Unternehmenszielen zu binden.

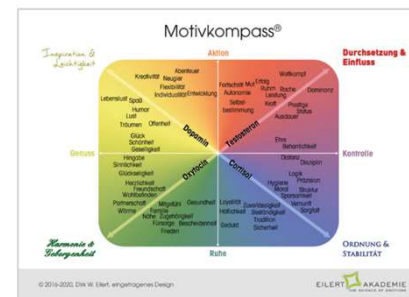
WERKZEUGE ...

- Zur Anwendung von Profiling-Techniken.
- Diskussionsrunden
- Feedback-Methoden: Nutzung von Feedback, um die Methoden kontinuierlich zu verbessern.

INHALTE

- Einführung in die verschiedenen Motivfelder und deren Auswirkungen auf das Arbeitsverhalten.
- Methoden zur Identifikation von Motivfeldern bei Kandidat:innen
- Kultur-Motiv-Matching: Ansätze, wie Unternehmen Kandidaten basierend auf deren Motivfeldern effektiv ansprechen und einbinden können.
- Dynamisches Profiling: Anpassung des Profilierungs-Prozesses an sich verändernde Motivationen und berufliche Anforderungen.

WAS DABEI HERAUSKOMMT ...



MODERATOR: ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

1  
4

# Definition „passender Mitarbeiter“

## 1.2. "CANDIDATE JOURNEY" UND DIE RECRUITING-STRATEGIE

### ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Die Teilnehmenden erlernen, wie sie die Candidate Journey aus der Perspektive der Bewerbenden empathisch nachvollziehen und gestalten
- Die Teilnehmenden erfahren, wie sie effektiv Bewerbungshürden abbauen
- Entwicklung einer klaren Recruiting-Strategie, die sich an den Bedürfnissen des Unternehmens und der Kandidat:innen orientiert
- Touchpoint-Optimierung: Identifikation und Verbesserung aller Berührungspunkte zwischen Unternehmen und Bewerbenden, um ein positives Bewerbungserlebnis zu schaffen
- Einführung in die Messung der Effektivität von Recruiting-Maßnahmen und das agile Anpassen der Strategie basierend auf Rückmeldungen und Daten.

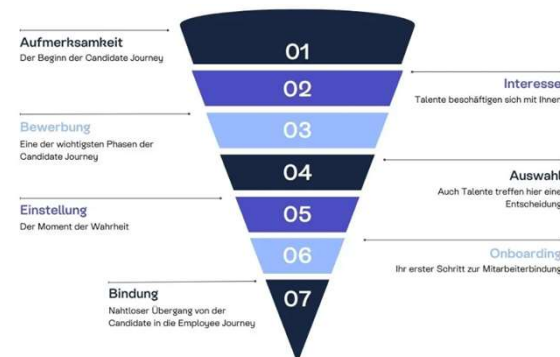
### WERKZEUGE ...

- "Candidate Journey Mapping"-Methode
- Gruppendiskussionen
- Design Thinking-Ansatz

### INHALTE

- Detaillierte Darstellung der Schritte, die Bewerbende im Recruiting-Prozess durchlaufen, und wie diese Erlebnisse optimiert werden können.
- Konzeption einer maßgeschneiderten Strategie, die auf spezifische Zielgruppen und Marktbedingungen zugeschnitten ist.
- Arbeitgebermarken Integration - Wie das Arbeitgeberimage effektiv in der Candidate Journey genutzt wird, um Talente zu gewinnen und zu binden.
- Vorstellung der wichtigsten Kennzahlen, um die Wirksamkeit des Rekrutierungsprozesses zu bewerten und zu steuern.

### WAS DABEI HERAUSKOMMT ...



MODERATOR: ANNEMARIE ZOPPELT | NICO WITTIG

1  
4

# Definition „passender Mitarbeiter“

## 1.3. AUSSAGEKRÄFTIGE STELLENANZEIGEN

### ZIELE DIESER WERKSTATT ...

- Die Teilnehmenden lernen, Stellenanforderungen kritisch zu hinterfragen und aus verschiedenen Blickwinkeln zu betrachten
- Die Teilnehmenden erfahren, warum es wichtig ist, die Kommunikationswege und die Prozesse zwischen den Fachbereichen und den HR-Verantwortlichen zu optimieren, um eine klare und effektive Stellenaus-schreibung zu gewährleisten
- Erwerb des Wissens, wie man eine Stellenanzeige effektiv gestaltet, sodass sie die gewünschte Zielgruppe anspricht und überzeugt

### WERKZEUGE ...

- Peer Review (Vier-und-mehr-Augen-Prinzip)
- Brainstorming /-writing
- Gruppenarbeit
- Feedback

### INHALTE

- Überzeugende Inhalte in einer informativen Stellenanzeige positionieren
- Struktur und wichtige Bausteine einer vollständigen Stellenanzeige
- Textoptimierung: Der zweite Leseweg in einem Text
- Erstellungsprozess einer Stelleanzeige
- Die Kandidatenreise und der niederschwellige Bewerbungsprozess

### WAS DABEI HERAUSKOMMT ...

|  |  |
|--|--|
| <b>Staatlich geprüfter Techniker / Baustoffprüfer Geotechnik</b> |  |
| <b>Link:</b>   |  |
| <b>Bereiche</b>  | <b>Rückfragen und Optimierungsvorschläge</b><br>Wann komme ich in das Projekt rein?<br>Konkrete Beispiele helfen, den Alltag besser zu greifen |

|      |        |          |            |
|------|--------|----------|------------|
| 1.1  | 1.1.1  | 1.1.1.1  | 1.1.1.1.1  |
| 1.2  | 1.2.1  | 1.2.1.1  | 1.2.1.1.1  |
| 1.3  | 1.3.1  | 1.3.1.1  | 1.3.1.1.1  |
| 1.4  | 1.4.1  | 1.4.1.1  | 1.4.1.1.1  |
| 1.5  | 1.5.1  | 1.5.1.1  | 1.5.1.1.1  |
| 1.6  | 1.6.1  | 1.6.1.1  | 1.6.1.1.1  |
| 1.7  | 1.7.1  | 1.7.1.1  | 1.7.1.1.1  |
| 1.8  | 1.8.1  | 1.8.1.1  | 1.8.1.1.1  |
| 1.9  | 1.9.1  | 1.9.1.1  | 1.9.1.1.1  |
| 1.10 | 1.10.1 | 1.10.1.1 | 1.10.1.1.1 |
| 1.11 | 1.11.1 | 1.11.1.1 | 1.11.1.1.1 |
| 1.12 | 1.12.1 | 1.12.1.1 | 1.12.1.1.1 |
| 1.13 | 1.13.1 | 1.13.1.1 | 1.13.1.1.1 |
| 1.14 | 1.14.1 | 1.14.1.1 | 1.14.1.1.1 |
| 1.15 | 1.15.1 | 1.15.1.1 | 1.15.1.1.1 |
| 1.16 | 1.16.1 | 1.16.1.1 | 1.16.1.1.1 |
| 1.17 | 1.17.1 | 1.17.1.1 | 1.17.1.1.1 |
| 1.18 | 1.18.1 | 1.18.1.1 | 1.18.1.1.1 |
| 1.19 | 1.19.1 | 1.19.1.1 | 1.19.1.1.1 |
| 1.20 | 1.20.1 | 1.20.1.1 | 1.20.1.1.1 |
| 1.21 | 1.21.1 | 1.21.1.1 | 1.21.1.1.1 |
| 1.22 | 1.22.1 | 1.22.1.1 | 1.22.1.1.1 |
| 1.23 | 1.23.1 | 1.23.1.1 | 1.23.1.1.1 |
| 1.24 | 1.24.1 | 1.24.1.1 | 1.24.1.1.1 |
| 1.25 | 1.25.1 | 1.25.1.1 | 1.25.1.1.1 |
| 1.26 | 1.26.1 | 1.26.1.1 | 1.26.1.1.1 |
| 1.27 | 1.27.1 | 1.27.1.1 | 1.27.1.1.1 |
| 1.28 | 1.28.1 | 1.28.1.1 | 1.28.1.1.1 |
| 1.29 | 1.29.1 | 1.29.1.1 | 1.29.1.1.1 |
| 1.30 | 1.30.1 | 1.30.1.1 | 1.30.1.1.1 |
| 1.31 | 1.31.1 | 1.31.1.1 | 1.31.1.1.1 |
| 1.32 | 1.32.1 | 1.32.1.1 | 1.32.1.1.1 |
| 1.33 | 1.33.1 | 1.33.1.1 | 1.33.1.1.1 |
| 1.34 | 1.34.1 | 1.34.1.1 | 1.34.1.1.1 |
| 1.35 | 1.35.1 | 1.35.1.1 | 1.35.1.1.1 |
| 1.36 | 1.36.1 | 1.36.1.1 | 1.36.1.1.1 |
| 1.37 | 1.37.1 | 1.37.1.1 | 1.37.1.1.1 |
| 1.38 | 1.38.1 | 1.38.1.1 | 1.38.1.1.1 |
| 1.39 | 1.39.1 | 1.39.1.1 | 1.39.1.1.1 |
| 1.40 | 1.40.1 | 1.40.1.1 | 1.40.1.1.1 |
| 1.41 | 1.41.1 | 1.41.1.1 | 1.41.1.1.1 |
| 1.42 | 1.42.1 | 1.42.1.1 | 1.42.1.1.1 |
| 1.43 | 1.43.1 | 1.43.1.1 | 1.43.1.1.1 |
| 1.44 | 1.44.1 | 1.44.1.1 | 1.44.1.1.1 |
| 1.45 | 1.45.1 | 1.45.1.1 | 1.45.1.1.1 |
| 1.46 | 1.46.1 | 1.46.1.1 | 1.46.1.1.1 |
| 1.47 | 1.47.1 | 1.47.1.1 | 1.47.1.1.1 |
| 1.48 | 1.48.1 | 1.48.1.1 | 1.48.1.1.1 |
| 1.49 | 1.49.1 | 1.49.1.1 | 1.49.1.1.1 |
| 1.50 | 1.50.1 | 1.50.1.1 | 1.50.1.1.1 |
| 1.51 | 1.51.1 | 1.51.1.1 | 1.51.1.1.1 |
| 1.52 | 1.52.1 | 1.52.1.1 | 1.52.1.1.1 |
| 1.53 | 1.53.1 | 1.53.1.1 | 1.53.1.1.1 |
| 1.54 | 1.54.1 | 1.54.1.1 | 1.54.1.1.1 |
| 1.55 | 1.55.1 | 1.55.1.1 | 1.55.1.1.1 |
| 1.56 | 1.56.1 | 1.56.1.1 | 1.56.1.1.1 |
| 1.57 | 1.57.1 | 1.57.1.1 | 1.57.1.1.1 |
| 1.58 | 1.58.1 | 1.58.1.1 | 1.58.1.1.1 |
| 1.59 | 1.59.1 | 1.59.1.1 | 1.59.1.1.1 |
| 1.60 | 1.60.1 | 1.60.1.1 | 1.60.1.1.1 |
| 1.61 | 1.61.1 | 1.61.1.1 | 1.61.1.1.1 |
| 1.62 | 1.62.1 | 1.62.1.1 | 1.62.1.1.1 |
| 1.63 | 1.63.1 | 1.63.1.1 | 1.63.1.1.1 |
| 1.64 | 1.64.1 | 1.64.1.1 | 1.64.1.1.1 |
| 1.65 | 1.65.1 | 1.65.1.1 | 1.65.1.1.1 |
| 1.66 | 1.66.1 | 1.66.1.1 | 1.66.1.1.1 |
| 1.67 | 1.67.1 | 1.67.1.1 | 1.67.1.1.1 |
| 1.68 | 1.68.1 | 1.68.1.1 | 1.68.1.1.1 |
| 1.69 | 1.69.1 | 1.69.1.1 | 1.69.1.1.1 |
| 1.70 | 1.70.1 | 1.70.1.1 | 1.70.1.1.1 |
| 1.71 | 1.71.1 | 1.71.1.1 | 1.71.1.1.1 |
| 1.72 | 1.72.1 | 1.72.1.1 | 1.72.1.1.1 |
| 1.73 | 1.73.1 | 1.73.1.1 | 1.73.1.1.1 |
| 1.74 | 1.74.1 | 1.74.1.1 | 1.74.1.1.1 |
| 1.75 | 1.75.1 | 1.75.1.1 | 1.75.1.1.1 |
| 1.76 | 1.76.1 | 1.76.1.1 | 1.76.1.1.1 |
| 1.77 | 1.77.1 | 1.77.1.1 | 1.77.1.1.1 |
| 1.78 | 1.78.1 | 1.78.1.1 | 1.78.1.1.1 |
| 1.79 | 1.79.1 | 1.79.1.1 | 1.79.1.1.1 |
| 1.80 | 1.80.1 | 1.80.1.1 | 1.80.1.1.1 |
| 1.81 | 1.81.1 | 1.81.1.1 | 1.81.1.1.1 |
| 1.82 | 1.82.1 | 1.82.1.1 | 1.82.1.1.1 |
| 1.83 | 1.83.1 | 1.83.1.1 | 1.83.1.1.1 |
| 1.84 | 1.84.1 | 1.84.1.1 | 1.84.1.1.1 |
| 1.85 | 1.85.1 | 1.85.1.1 | 1.85.1.1.1 |
| 1.86 | 1.86.1 | 1.86.1.1 | 1.86.1.1.1 |
| 1.87 | 1.87.1 | 1.87.1.1 | 1.87.1.1.1 |
| 1.88 | 1.88.1 | 1.88.1.1 | 1.88.1.1.1 |
| 1.89 | 1.89.1 | 1.89.1.1 | 1.89.1.1.1 |
| 1.90 | 1.90.1 | 1.90.1.1 | 1.90.1.1.1 |
| 1.91 | 1.91.1 | 1.91.1.1 | 1.91.1.1.1 |
| 1.92 | 1.92.1 | 1.92.1.1 | 1.92.1.1.1 |
| 1.93 | 1.93.1 | 1.93.1.1 | 1.93.1.1.1 |
| 1.94 | 1.94.1 | 1.94.1.1 | 1.94.1.1.1 |
| 1.95 | 1.95.1 | 1.95.1.1 | 1.95.1.1.1 |
| 1.96 | 1.96.1 | 1.96.1.1 | 1.96.1.1.1 |
| 1.97 | 1.97.1 | 1.97.1.1 | 1.97.1.1.1 |
| 1.98 | 1.98.1 | 1.98.1.1 | 1.98.1.1.1 |
| 1.99 | 1.99.1 | 1.99.1.1 | 1.99.1.1.1 |
| 2.00 | 2.00.1 | 2.00.1.1 | 2.00.1.1.1 |

## Nico Wittig



**Mobil:**  
+49 177 1764531

**eMail:**  
n.wittig  
@talentrix-consulting.com

**Internet:**  
<https://talentrix-consulting.com/>  
<https://kompass.talentrix-consulting.com>

### Kompetenzen und Qualifikationen

Über 7 Jahre Erfahrung im HR-Umfeld, u.a. datengestützte Personalgewinnung, HR-Tech Lösungen (SaaS), Teamaufbau und Co-Leitung.

Seit 2017 Beratungsleistungen im HR-Umfeld:

- Kulturbasierte Arbeitgebermarken-Entwicklung, und -positionierung
- Entwicklung und Optimierung von Personalgewinnungs-Strategien
- Interne Unternehmenskommunikation (intern/extern)
- Strategisches Personal Marketing
- HR-Branding (Positionierung und Stärkung der HR-Abteilung)

Akademischer Hintergrund in der Organisationspsychologie und HR-Management

### Referenzprojekte

- Über 350 Kampagnen und Projekte in der technologiegetriebenen Personalgewinnung von DAX-40 Konzernen bis zum Handwerksbetrieb im Mittelstand
- Projekte zur strategischen Entwicklung der Arbeitgebermarke in Co-Kreation und mit Hilfe von Facilitationsmethoden

### Zielgruppe(n)

Inhabergeführte KMU,  
(Familien-)unternehmen in der Nachfolge, Scale-ups



### Was ist das Ergebnis unserer Arbeit?

- Sie sind sichtbarer, authentischer & relevanter Arbeitgeber mit unverkennbarem Charakter
- Weiterentwicklung des Betriebes & Unternehmenskultur
- Eindeutige Differenzierung vom Wettbewerb
- Moderne (zeitgemäße) Herangehensweise an das Thema Fachkräftemangel
- Kreative Lösungen für aktuelle Herausforderungen

### Mein Motto. Meine Werte.

- Welle der Begeisterung statt Fachkräftemangel
- Raus aus der Masse und rein in die Klasse



## Annemarie Zoppelt



Tel.  
+49 (0) 221 259 698 12  
Mobil:  
+49 176 2274 2669

eMail:  
a.zoppelt@  
talentrix-consulting.com

Internet:  
<https://talentrix-consulting.com>  
<https://kompass.talentrix-consulting.com/>

### Kompetenzen und Qualifikationen

Über 8 Jahre Erfahrung in Marketing-kommunikation, Personalvermittlung und in der Arbeitgebermarken-Entwicklung:

- Ländergreifende 360-Grad Personalgewinnung inkl. Direktansprache und Recruiting über soziale Medien
- Entwicklung oder Optimierung Personalgewinnungs-Strategie
- Grundlagenanalyse von Identität, Kultur und Werte
- Strategische Entwicklung der Arbeitgebermarke
- Führungskräfteentwicklung zur Stärkung von Commitment und Identifikation

### Referenzprojekte

- Diverse Projekte zur strategischen Entwicklung der Arbeitgebermarke in Co-Kreation und mit Hilfe von Facilitations-Methoden & Personalmarketing
- Diverse Führungskräfte-Trainings (Grundlagen der Führung & Kommunikation im Führungsalltag)
- 26 Personalvermittlungen für 17 Unternehmen aus Deutschland, Frankreich, Belgien von mehrsprachigen Spezialisten aus Europa für mittelständische Unternehmen (Mittelstand & Konzerne)

### Zielgruppe(n)

Inhabergeführte KMU, Familienunternehmen in der Nachfolge, Scale-ups



### Was ist das Ergebnis unserer Arbeit?

- Sie sind sichtbarer, authentischer & relevanter Arbeitgeber mit unverkennbarem Charakter
- Weiterentwicklung des Betriebes & Unternehmenskultur
- Eindeutige Differenzierung vom Wettbewerb
- Moderne (zeitgemäße) Herangehensweise an das Thema Fachkräftemangel
- Kreative Lösungen für aktuelle Herausforderungen

### Mein Motto. Meine Werte.

- Mehr Welle der Begeisterung. Weniger Fachkräfte-Ebbe.
- Authentische Spitzenarbeitgeber im Mittelstand durch effektives, kulturbasiertes Employer Branding
- Raus aus der Vergleichbarkeit, rein die Einzigartigkeit