

Projektnummer: 1.1

**„Pilotisierung von Maßnahmen zur Steigerung
der Sichtbarkeit der UDE als Arbeitgeberin“**

Versionsübersicht

Nummerierung	Version	Datum	Änderung	Autor:in
1	1	20.1.2025		Petra Berktold
2				
3				

Projekttitel		Projektnummer
Pilotisierung von Maßnahmen zur Steigerung der Sichtbarkeit der UDE als Arbeitgeberin		1.1
Projektleitung	Auftraggeber:in	Ende des Projekts
Petra Berkold // Recruiting & Employer Branding, Dezernat Personal und Organisation	Edith Schwarzkopf // Dezernentin Personal und Organisation	20.01.2025

Bewertung

- ☒ Das Projekt wurde durchgeführt. Die Projektergebnisse liegen wie im Auftrag beschrieben vor.
- ☐ Das Projekt wurde nicht vollständig durchgeführt. Näheres siehe unter Projektergebnisse.
- ☐ Das Projekt wurde abgebrochen. Gründe siehe Projektverlauf. Zum weiteren Vorgehen siehe Ausblick.

Projektverlauf

Was lief gut?

- Erfolgreiche Zusammenarbeit mit engagierten Kolleg:innen und externen Dienstleistern
- Hohe Motivation bei allen Beteiligten bei der Mitwirkung an Foto- und Videoaufnahmen.
- Einführung wöchentlicher LinkedIn-Posts und Umsetzung der Ausbildungskampagne 2025. Stand heute können wir davon ausgehen, dass die Ausbildungsstellen voraussichtlich im ersten Anlauf erfolgreich besetzt werden können und auf eine weitere Ausschreibung verzichtet werden kann.
- Unterstützung der Führungskräfte

Was lief weniger gut?

- verzögerter Projektstart ab 05/2024
- hoher interner Abstimmungsaufwand um Social-Media-Themen gezielt zu platzieren
- zeitaufwändige Identifikation der richtigen Ansprechpartner:innen und geeigneter Dienstleister.

Zielerreichung

Das Projektziel wurde trotz Verzögerungen erfolgreich erreicht und die gewünschten Maßnahmen umgesetzt:

- die geplanten Videos wurden realisiert und z.T. bereits veröffentlicht
- Fotoaufnahmen (Portraits, Teamfotos) mit ausgewählten Deaternaten wurden erstellt
- Social Media Content Formate wurden entwickelt und auf LinkedIn, Facebook und Instagram veröffentlicht
- die Employer Branding Befragung wurde umgesetzt (und befindet sich aktuell in der Auswertung durch das Ausbildungsteam des DTAC)
- auf dem Sommerfest war die UDE in 2024 mit einem Stand vertreten, um sich als Arbeitgeberin zu präsentieren
- der vorgegebene Kostenrahmen wurde eingehalten

Projektergebnisse

- 3 Videos in Lang- und Kurzversion für Website, Social Media, Newsletter, etc.
- Fotoaufnahmen (Portrait- und Teamfotos) mit ausgewählten Bereichen zur Nutzung in interner und externer Kommunikation
- Social Media Content: regelmäßige Veröffentlichung des "Job der Woche" auf LinkedIn seit März 2024 sowie die Umsetzung der Ausbildungskampagne für 2025.
- Employer Branding Befragung in 12-2024
- Stand auf dem Sommerfest 2024 (> Präsenz der UDE als Arbeitgeberin)

Projektnutzen

- Das produzierte Foto- und Videomaterial wird langfristig für interne und externe Kommunikation genutzt (z. B. Karriereseite, Social Media, Karrieremessen).
- Die bereits veröffentlichte Ausbildungskampagne auf Facebook und Instagram zeigte messbare Erfolge auf die Karriereseite:
 - Budget 1.200 Euro
 - Impressionen: 257.534 (CPM: 4,66 Euro)
 - Reichweite: 109.333
 - Link-Klicks: 4.609 (CPC: 0,17 Euro)
- Ergebnisse der Employer-Branding-Befragung fließen in die Entwicklung der Employer Value Proposition (EVP) ein und bilden die Basis für weitere Maßnahmen wie Karriereseiten und Stellenanzeigen.
- Intern steigt das Interesse: Es häufen sich Anfragen aus verschiedenen Bereichen und Fakultäten, offene Stellen ebenfalls im wöchentlichen LinkedIn-Job-Post-Format zu bewerben.
- Das Sommerfest 2024 stärkte die Präsenz der UDE als Arbeitgeberin und gibt Impulse für neue Formate.

Ausblick

- Im Zuge der Einführung eines neuen Bewerbungsmanagement-Systems wird die Überarbeitung der Karriereseite und die Neugestaltung der Stellenanzeigen angestrebt. Das im Projekt erstellte Bild- und Videomaterial bietet dafür eine wertvolle Grundlage, die je nach Zielgruppe gezielt ergänzt werden sollte.
- Die Videos (Gebäudemanagement / Interview Personaldezernentin) werden zeitnah veröffentlicht und dazu beitragen, die UDE als attraktive Arbeitgeberin zu positionieren.
- Das Video zum "Dualen Studium / Bachelor of Laws" kann auch 2026 zur Bewerbung des Ausbildungsgangs sowie der UDE als attraktive Arbeitgeberin eingesetzt werden, ebenso wie das vorhandene Fotomaterial.
- Mit der erstmaligen Teilnahme an vier Karrieremessen im Jahr 2025 wird die UDE als Arbeitgeberin noch sichtbarer. Das erstellte Material unterstützt dabei die Gestaltung des Messestandes und weiterer begleitender Kommunikationsmaßnahmen.
- Insgesamt bietet das Projekt vielseitige Möglichkeiten, um die interne und externe Kommunikation zu stärken. Um Zielgruppen nachhaltig und passgenau anzusprechen, sollten ergänzende Foto- und Videotermine sinnvoll ergänzt werden.

Das Projekt ist zum o.g. Zeitpunkt beendet.

Die Projektleitung und das Projektteam werden hiermit entlastet.

Digitale Signatur AuftraggeberIn

Digitale Signatur Projektleitung