

Neue Arbeitgebermarke der Erzdiözese

„Du gestaltest das Wir“

Anfang 2024 startete die neue Arbeitgeberkampagne der Erzdiözese München und Freising. Unter dem Leitwort „Du gestaltest das Wir“ macht sie Berufsangebote der Kirche sichtbar. Mitarbeitende geben echte Einblicke in ihre Arbeit für die Erzdiözese – und erzeugen Resonanz.

Damit kehrt sich ein Trend um. Denn häufig traf zuvor nur eine Handvoll Bewerbungen auf offene Stellen ein, längere Vakanzen und mehrfache Ausschreibungen waren die Folge. „Wir standen vor dem großen Problem, nicht als attraktive Arbeitgeberin wahrgenommen zu werden“, sagt Edda Hamm, Leiterin des Fachbereichs „Strategische Personalgewinnung, Berufe der Kirche“. Hinzu kam der allgemeine Fachkräftemangel. Und das Problem, dass die Vielfalt der kirchlichen Berufe zu wenig bekannt ist.

» Fast 1.000 Kolleginnen und Kollegen aus den unterschiedlichsten Arbeitsfeldern waren über die Jahre an der Entwicklung der Arbeitgebermarke beteiligt. Das führt natürlich auch intern zu einer hohen Identifikation.«

Ruth Lentner,
Fachreferentin Strategische
Personalgewinnung im
Erzbischöflichen Ordinariat



Bei der Erzdiözese arbeiten nicht nur Seelsorger, Kirchenmusiker und Pfarrsekretärinnen. Sondern auch Lehrer, Erzieherinnen, Architekten, Ingenieurinnen, Historiker, Redakteurinnen, Informatiker, Psychologinnen, Sozialpädagogen, Juristinnen und Menschen in vielen weiteren Berufen.

Aus diesen Gründen gab Edda Hamm bereits vor rund zehn Jahren den Impuls zur Entwicklung einer Arbeitgebermarke. 2018 startete das Projekt offiziell. Es wurde federführend umgesetzt von Edda Hamm mit Unterstützung von Fachreferentin Ruth Lentner und Fachreferent Sebastian Kühnel. Beteiligt waren im Laufe der Zeit fast 1.000 Mitarbeitende. So stärkte das Projekt auch das Zusammengehörigkeitsgefühl der aktuellen Beschäftigten. Die Kampagne zur Arbeitgebermarke wurde schließlich mit Unterstützung einer Münchner Agentur entwickelt.

„Unser Ziel war es, ein authentisches Arbeitgeberin-Versprechen zu geben, mit starken Botschaften und einer aktivierenden Designsprache, das die Erzdiözese zeitgemäß, zugleich aber auch ehrlich auftreten lässt“, sagt Edda Hamm. Denn die Erzdiözese hat potenziellen Mitarbeitenden einiges zu bieten: eine sinnstiftende Aufgabe; eine vielfältige Dienstgemeinschaft; eine wertschätzende Arbeitsatmosphäre; Möglichkeiten der Mitgestaltung; Verlässlichkeit und Weiterentwicklung. Und nicht zuletzt ganz konkrete Benefits wie Jahres-

sonderzahlungen, eine betriebliche Altersversorgung, einen Kinderbetreuungskostenzuschuss, flexibles und mobiles Arbeiten, bezahlte Weiterbildungen und spirituelle Auszeiten sowie Gesundheits- und Fitnessangebote.

Anfang 2024 war die lang erwartete Kampagne dann zu sehen: in frischen Farben, Flieder und einem hellen Grün, mit einer modernen Formensprache, die an Kirchenfenster erinnert und so auch für Offenheit und Perspektivenreichtum steht. Kern der Kampagne sind 20 Markenbotschafterinnen und Markenbotschafter aus den Bereichen Seelsorge, Beratung, Kita, Schule, Verwaltung, Ausbildung und weitere Berufe. Mit ihrem Gesicht und ihrer Geschichte stehen sie glaubwürdig für die Erzdiözese als Arbeitgeberin.

» **Der Aufbau einer Arbeitgebermarke für die Erzdiözese: ein strategisch bedeutsames und sehr ambitioniertes Vorhaben. Wir sind stolz, eine attraktive und glaubwürdige Arbeitgebermarke auf den Weg gebracht zu haben!**«

Edda Hamm,
Leiterin des Fachbereichs
Strategische Personal-
gewinnung, Berufe der Kirche im
Erzbischöflichen Ordinariat



Pfarrer Alois Emslander erzählt im Videointerview davon, wie er als Seelsorger die Menschen erreicht; Maria-Grazia Cusati-Frank berichtet von Lieblingsmomenten in ihrer Tätigkeit als Religionslehrerin im Kirchendienst; Pastoralreferent Gerhard Hueck erklärt, wie viel Freiheit er in seiner Aufgabe in der Schulpastoral genießt.

Alle Geschichten fließen zusammen im Claim „Du gestaltest das Wir“. Er ist gleichzeitig ein Versprechen an alle potenziellen Bewerberinnen und Bewerber. „Unsere Mitarbeitenden leisten täglich Großes für Kirche und Gesellschaft“, erklärt Edda Hamm dazu: „Der Claim adressiert in direkter Ansprache all jene, die ebenfalls Verantwortung übernehmen möchten und mitgestalten wollen.“

2024 erschienen unter anderem ein Imagefilm, Flyer, Print-Anzeigen und Social-Media-Kampagnen. Neben



Bild — Generalvikar Christoph Klingan und Edda Hamm stellen die Arbeitgeberkampagne vor. Im Hintergrund ist ein Plakatomotiv zu sehen.

Messeauftritten und Veranstaltungen an Schulen gab es auch eine große Plakataktion in der Münchner Innenstadt. Die gesamte Kampagne verweist auf die ebenfalls neu gestaltete Karrierewebsite www.gestaltedaswir.de, denn ihr zentrales Ziel ist es, Menschen zu einer Bewerbung einzuladen.

Erfolge sind deutlich sichtbar: 2024 gab es im Schnitt 60 Prozent mehr Bewerbungen pro Stelle als im Vorjahr. „Die neue Ansprache und das frische Design bringen nicht nur der Kirche nahestehende Menschen dazu, sich zu bewerben, sondern auch Personen, die die Erzdiözese bislang als mögliche Arbeitgeberin noch gar nicht im Blick hatten“, sagt Edda Hamm. Beim Wettbewerb „Beste Arbeitgebermarke 2025“ ist die Kampagne mit einer Silbermedaille prämiert worden. Eine gute Basis also, um noch mehr Menschen zum Mitgestalten zu bewegen.

» **Die Kampagne wirkt: Wir konnten im Jahr 2024 die Bewerbungen pro Stelle um 60 Prozent steigern.**«

Sebastian Kühnel,
Fachreferent Strategische
Personalgewinnung im
Erzbischöflichen Ordinariat

