

# EMPLOYER BRANDING IN INKLUSIONSBETRIEBEN WAS TUN IN ZEITEN VON PERSONAL- UND FACHKRÄFTEMANGEL?

---

LWL-Inklusionsmesse 2026 | Dortmund | 11.03.2026

Für das Handwerk im Einsatz seit 2021

Mitarbeiterin Nachwuchssicherung,  
Schwerpunkt Ausbildungsmarketing

Stellvertr. Gleichstellungsbeauftragte  
der HWK Münster



**Julia Wedderkopf**

B. A. Kommunikationswissenschaft  
M. A. Strategische Kommunikation

Projektleiterin Kompetenzzentrum  
Frau und Beruf Münsterland

Öffentlichkeitsarbeit,  
Social Media,  
Employer Branding

## Was ist Employer Branding?



### **Arbeitgebermarke = Identität eines Unternehmens als Arbeitgeber**

- Sie transportiert die Unternehmenskultur nach Außen
- Sie gibt Bewerbenden einen Grund, im Unternehmen arbeiten zu wollen
- Sie gibt Mitarbeitenden einen Grund, im Unternehmen bleiben zu wollen

### **Employer Branding = Prozesse zur Schaffung der Arbeitgebermarke**

- Prozesse der Unternehmensentwicklung
- Leistungen und Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden
- Positionierung und Kommunikation eines Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber

## Warum müssen wir uns mit Employer Branding beschäftigen?



### Employer Branding als notwendige Reaktion auf ...

- Fachkräftemangel
- Dynamische Arbeitsmarktveränderung
- Wertewandel der nachfolgenden Generationen

### Employer Branding zur aktiven Erfolgssteuerung durch ...

- Produktivitätssteigerung
- Loyalitätssteigerung
- Verbesserung der Mitarbeitendenzufriedenheit

## Inklusion als Wettbewerbsvorteil nutzen.



- **Inklusionsbetriebe stehen für**
  - flexiblere Arbeitsplätze und Arbeitsmodelle
  - diversere Belegschaft
  - langfristige Arbeitsplatzsicherheit
  - individuelle Förderung
- **Erwartungen der Generation Z**
  - Diversität nicht verhandelbar
  - Soziale Verantwortung von Betrieben
  - Sinnstiftung und Selbstverwirklichung
- **Positive Effekte diverser Teams**
  - Höhere Innovation
  - Höhere Kreativität
  - Geringere Fluktuation

## Eine Employer Brand erschaffen.

### Analyse



- Innenperspektive z. B. durch MA-Befragung
- Außenperspektive z.B. durch Bewerbungsprozesse
- Zielgruppenanalyse z.B. durch Personas

### Strategie



- Zielsetzung des Employer Brandings
- Entwicklung der Employer Value Proposition
- Formulierung von Kernbotschaften
- Strategische Ausrichtung von Leistungen und Benefits

### Sichtbarkeit

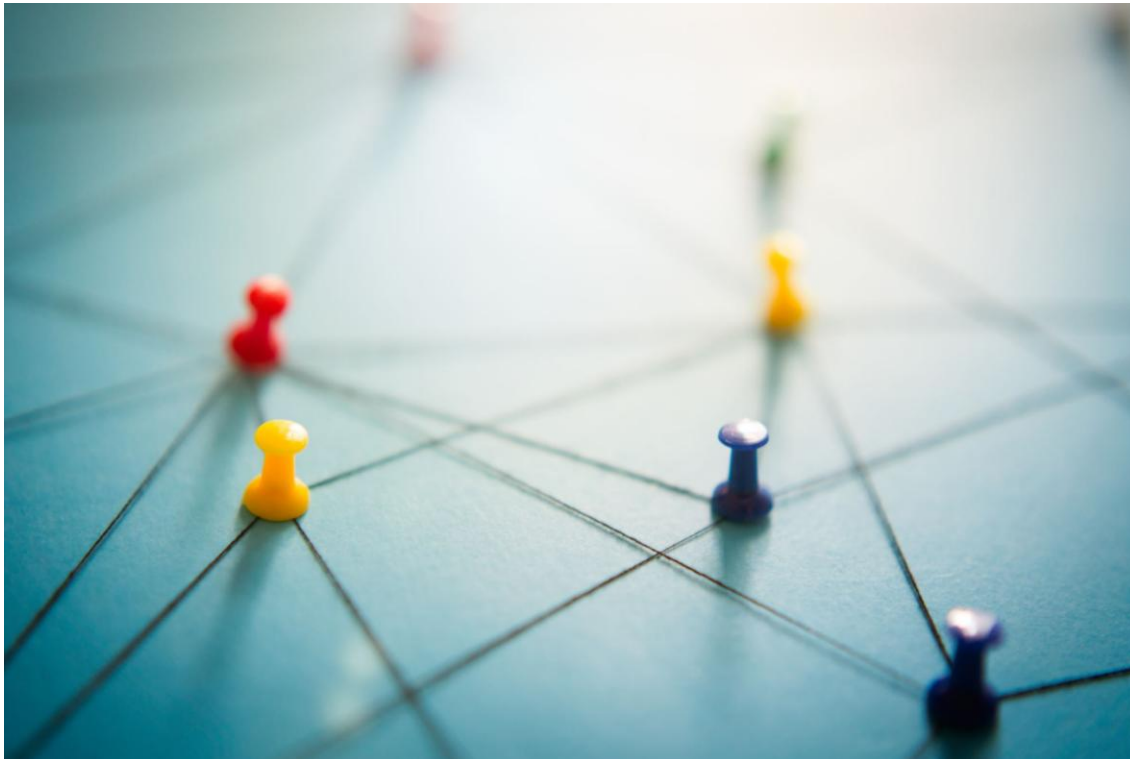


- Interne Kommunikation
- Externe Kommunikation

## Employer Value Proposition als Nutzungsversprechen und Wegweiser.



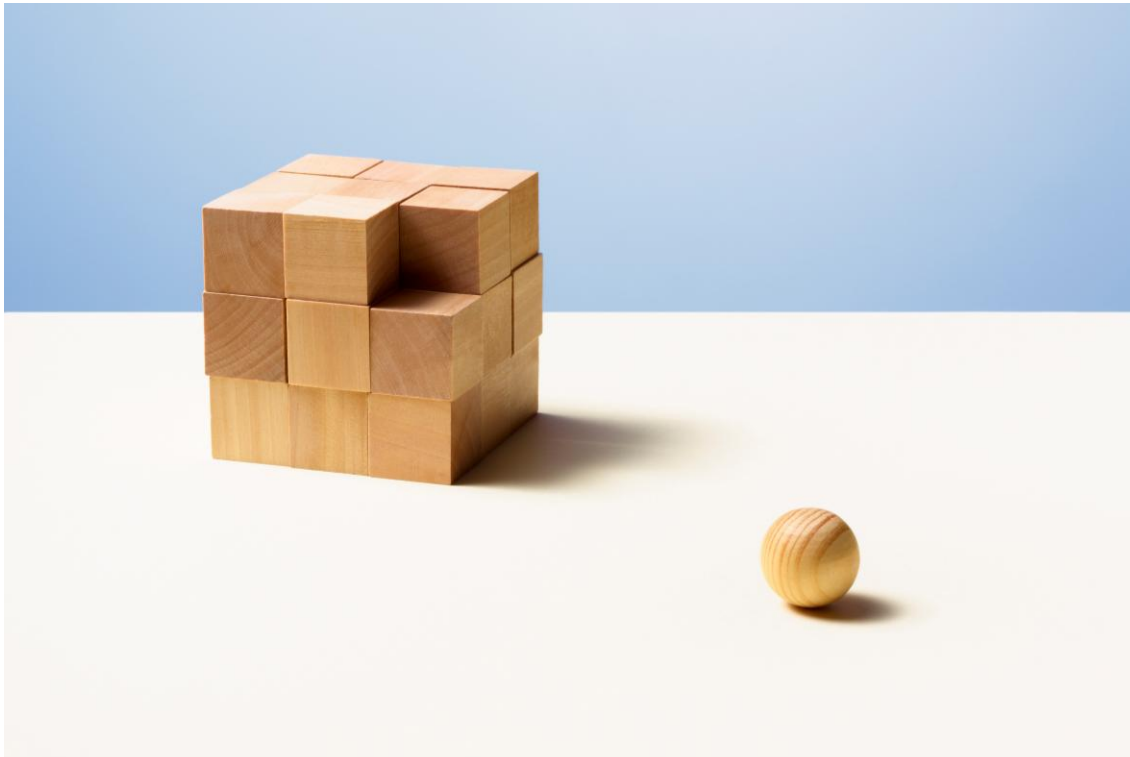
## Tipps für den eigenen Betrieb



### Employer Branding

- ist ein Marathon und kein Sprint.
- ist Teil der Unternehmensstrategie.
- funktioniert nur im Miteinander.
- hat viele Stellschrauben, beginnen Sie mit den für Sie passenden.
- funktioniert nicht ohne Kommunikation und Sichtbarkeit.

## Recruiting-Prozess inklusiv denken.



### Stellenanzeigen

- Barrierefreien Zugang zu Stellenanzeigen ermöglichen
- Alternative Bewerbungsmöglichkeiten anbieten
- Kontaktperson für Fragen zur Barrierefreiheit
- Inklusive und leichte Sprache
- Reduzierte Anforderungen

### Bewerbungsgespräch

- Formale Gesprächssituation aufbrechen (Spaziergang, Unternehmensrundgang, etc.)
- Bewusstsein im HR-Team schaffen
- Bedarfe erfragen und Anpassungsmöglichkeiten kommunizieren

## Willkommen an Bord. Willkommen im Team.



### Preboarding

- Schaffen einer Vertrauensbasis
- Kontakthalten und gegenseitiges Kennenlernen
- Besondere Bedarfe an Arbeitsmaterialien ermitteln
- Erstes Kennenlernen des Teams

### Onboarding

- Willkommensmappe u. strukturierter Einarbeitungsplan
- Ausreichend Zeit einplanen
- Ansprechpersonen und Einarbeitungspaten
- Unterstützungsangebote
- Feedbackgespräche

## Die Website als digitaler Anker



- Rubriken „Karriere“ und „Inklusion“ erkennbar machen
- Barrierefreie Gestaltung
- Echte Mitarbeitende mit ihren persönlichen Geschichten vorstellen
- Angebote und Leistungen sichtbar machen
- Alternative und niedrigschwellige Kommunikationswege vorstellen

## Social Media: Hürden abbauen, Kultur sichtbar machen.



- Unternehmenskultur sichtbar machen
- Mitarbeitenden-Geschichten vorstellen
- Einblicke hinter die Kulissen ermöglichen
- Inklusion erlebbar machen
- Community einbinden
- Inklusive Rezeption der Inhalte ermöglichen
- Storytelling!

## Mitarbeitende zu Botschafter:innen machen



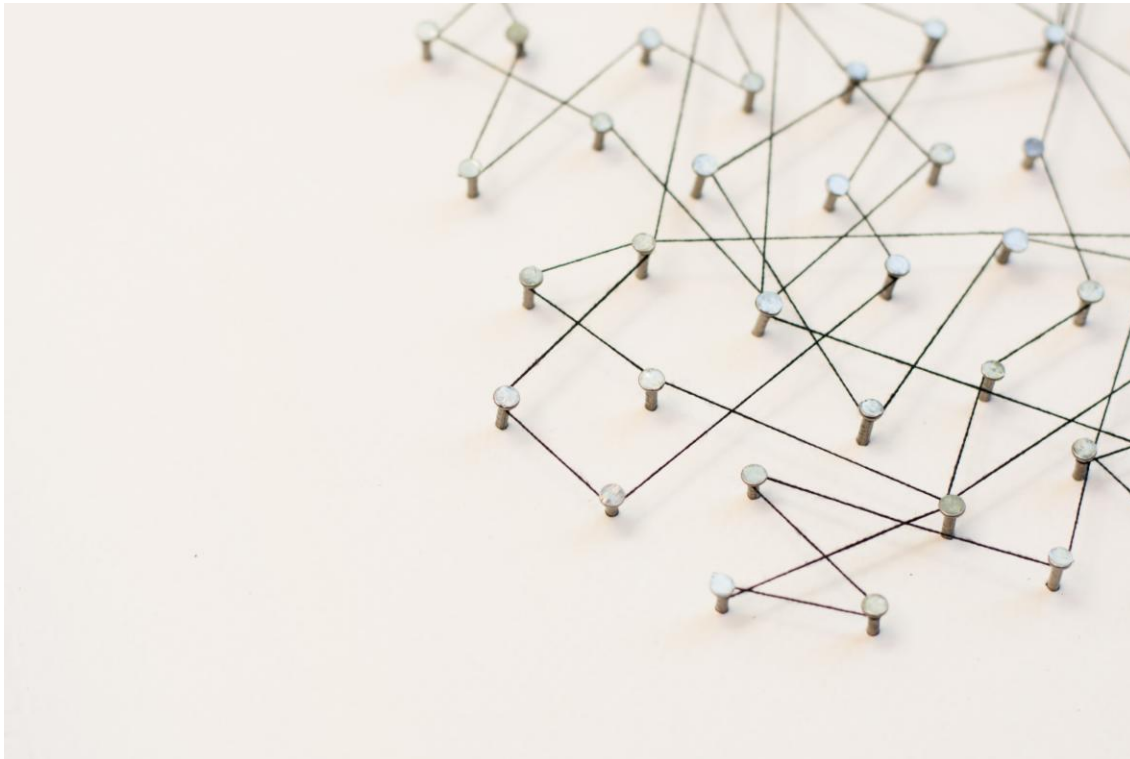
- Menschen transportieren Werte und Emotionen
- Menschen erzählen Geschichten
- Menschen liefern Identifikationsfläche
- Menschen können Vorbilder sein

## Zusammen sind wir weniger allein: Unternehmensmiteinander.



- Buddy- und Mentoren-System
- Regelmäßige und strukturierte Feedbackgespräche
- Gezielte fachliche Förderung und Unterstützung
- Partizipation und Mitbestimmung fördern
- Anpassung des Arbeitsbedarfs
- Teamevents

## Gemeinsam stark: Kooperationen nutzen.



- Zusammenarbeit mit Förderschulen
- Zusammenarbeit mit inklusiven Sportgruppen
- Kooperation und Beteiligung an zielgruppenadressierten Jobmessen
- Kooperationen mit Ansprechpersonen für berufliche Rehabilitation
- Praktika, Hospitanzen und Tage der offenen Tür



**Haltung + Klarheit + Sichtbarkeit.**



**Kleine Schritte führen zu großer Wirkung.**



**Inklusionsbetriebe bringen einzigartige Stärken mit sich.**



**Authentizität schlägt Perfektion.**

# VIELEN DANK

---

Referentin: Julia Wedderkopf

Bismarckallee 1  
48151 Münster  
T 0251 5203-0  
[info@hwk-muenster.de](mailto:info@hwk-muenster.de)  
[hwk-muenster.de](http://hwk-muenster.de)