

DIE KRAFT DER VERBINDUNG

Durch Employer Branding Maßnahmen
erfolgreich emotionalisieren!



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“.

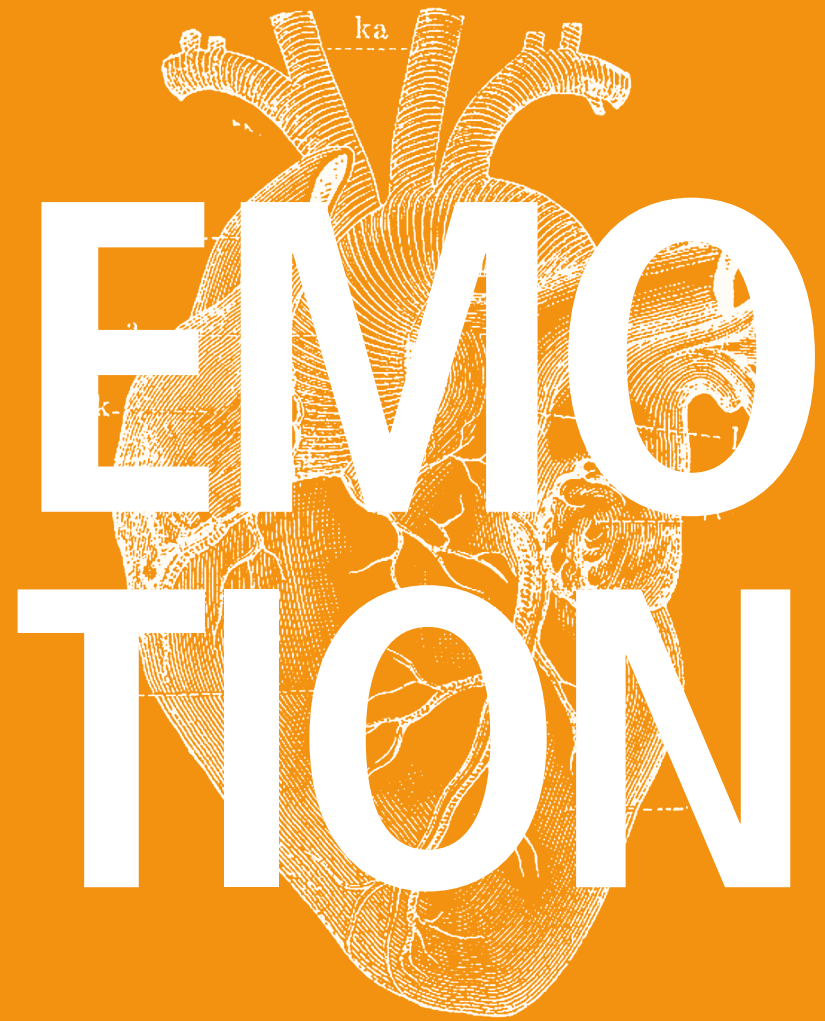
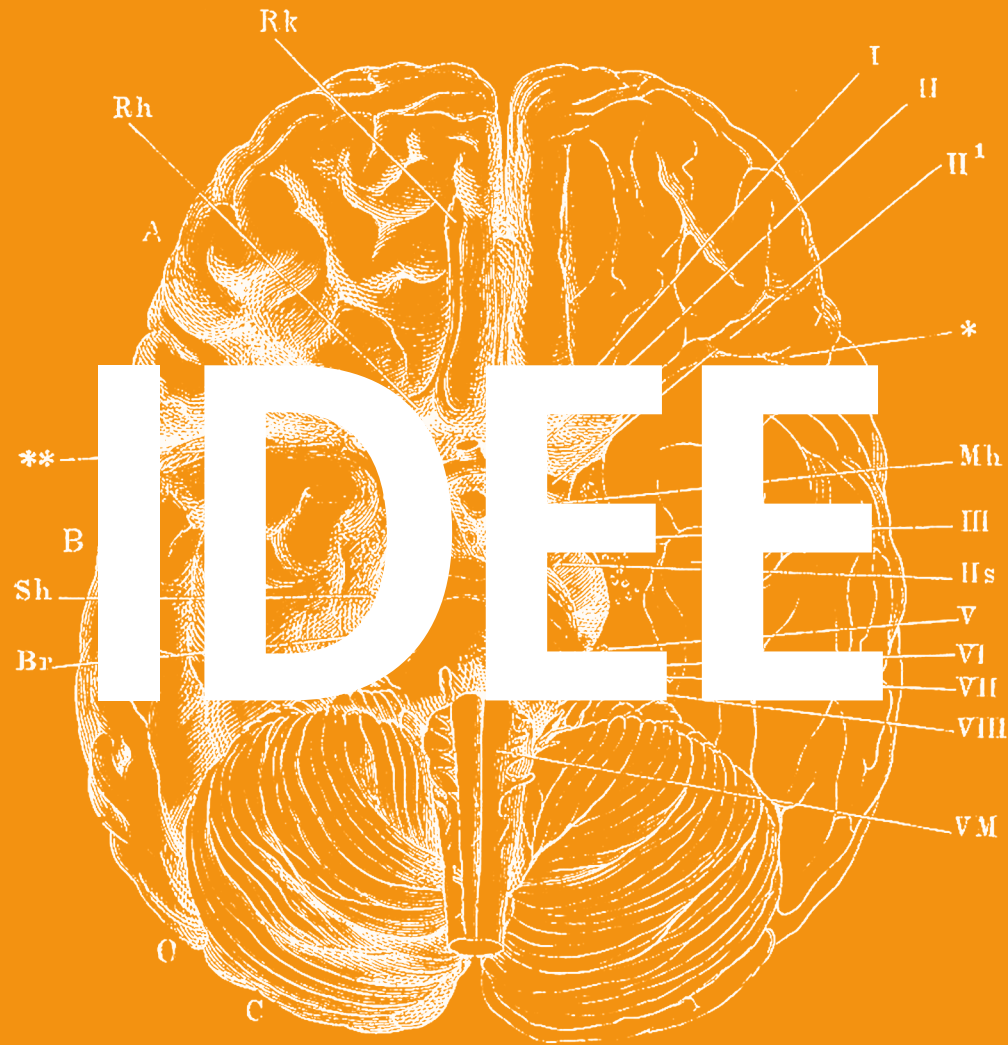
Employer Branding positioniert ein Unternehmen nach innen wie nach außen als Arbeitgebermarke. Grundlage dafür ist eine Arbeitgebermarkenstrategie, die aus der Unternehmensstrategie und Unternehmensmarke erwächst. Ein professionell entwickeltes und strategisch fundiertes Employer Branding verbessert 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.



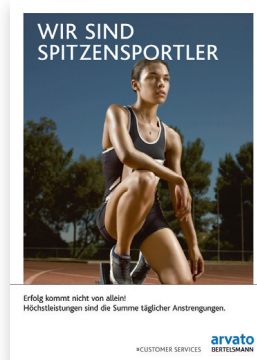
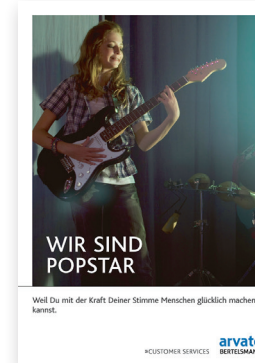
EMOTIONEN FÜR DAS EMPLOYER BRANDING

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.



EMPLOYER BRANDING





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

VATTENFALL CYCLASSICS



WORLD SPORTS EVENT



BERLIN MARATHON



SOMMERFEST



MARKEN BOTSCHAFTER

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



TEAM LEISTUNG

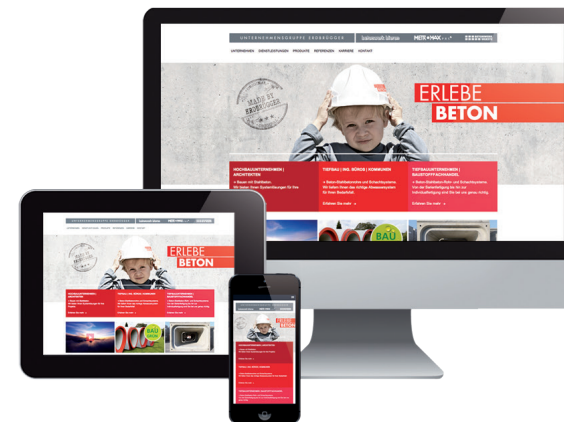
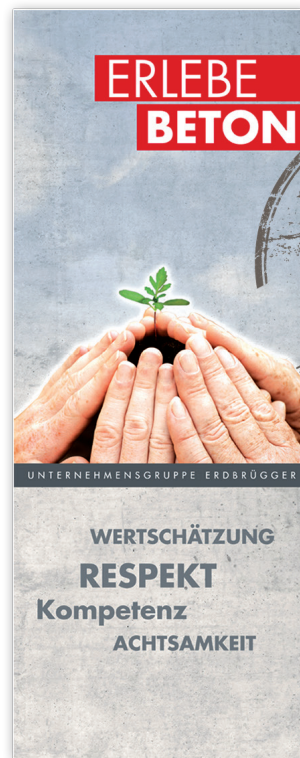
DR·KURT·WOLFF



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



STARKE SYMBOLIK

betonwerk

METRO-MAX PRC

BETONWERK
WERSTE

UNTERNEHMENSGRUPPE ERDBRÜGGER

Hersteller und Produkt emotional in Szene gesetzt

Die Kampagne für den Beton-Spezialisten: „Erlebe Beton“ als zentrale Leitaussage on-/offline gespielt – eingängige Symbolsprache in Verbindung mit klaren Wertaussagen, fürs Web konsequent im Responsive Design umgesetzt.

Marken-Kommunikation | Konzeption | Realisierung
Logo | Claim Website | Anzeigen | Kunden-Newsletter | Mitarbeiterzeitung



EUROPEAN KICK-OFF

itelligence NTT DATA Business Solutions

Tradition als Motor für die Zukunft nutzen

Das 25-jährige Jubiläum als Ausgangspunkt zur Vermittlung von Unternehmenswerten und zur Motivation von 2.500 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen im Rahmen einer Employer Branding Kampagne.

Live- und Marken-Kommunikation | Konzeption | Realisierung
Tagung | Gala-Veranstaltung | Logo & Key Visual | Eventpoints | Website | Printmedien | Werbemittel | Foto | Film



ECHT JOHANNKNECHT

 **Johannknecht**
Die Baustoff-Experten

Johannknecht Baustoffe – persönlich, beherzt, kompetent

Mitarbeiter als authentische Markenbotschafter gewinnen dank Employer Branding: Unter dem Arbeitstitel ECHT JOHANNKNECHT werden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in den Fokus der Aufmerksamkeit gestellt. Sie sind es, die das Unternehmen und seine Werte ausmachen und verkörpern. Die Bildsprache und Kommunikation fokussiert sich deshalb auf authentische Typen und kleine, authentische Geschichten aus dem Arbeitsleben. Begleitende Teambuilding-Maßnahmen und Workshops fördern die Identifikation mit dem Unternehmen und machen die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu echten Markenbotschaftern.

Markenkommunikation | Analyse | Strategie | Konzeption | Kreation | Employer Branding |
Fotoshooting | Website | Printmedien

Mobil ON TOUR

BETRIEBSKRANKENKASSE



60 Jahre Mobil

BETRIEBSKRANKENKASSE



FIT FOR FUN

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



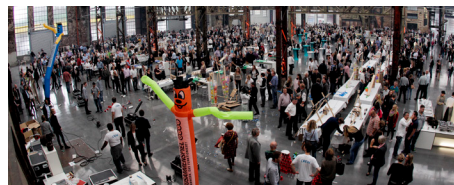
5.000 MARKEN- BOTSCHAFTER

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



VONOVIA DAY

VONOVIA

4.000 Mitarbeiter feiern gemeinsam den Vonovia Day!

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

DIE 10 WICHTIGSTEN EMPLOYER BRANDING-THESEN!

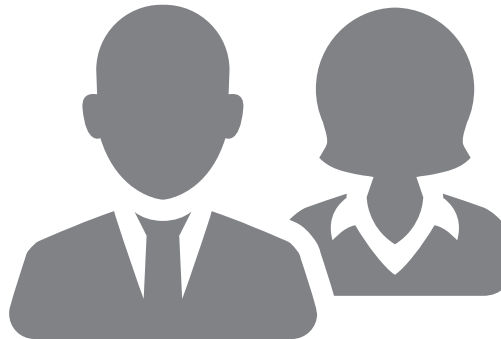
01 SOCIAL MEDIA AUF
DER ÜBERHOLSPUR

02 NICHT DIE BOTSCHAFT,
SONDERN DIE GESCHICHTE
DAHINTER ZÄHLT

03 EMPLOYER BRANDING GEHT
BISHER AUF EINEM BEIN

04 HR BRAUCHT
MEHR PR

05 EMPLOYER BRANDING
FUNKTIONIERT NUR ALS
GEMEINSCHAFTSPROJEKT



06 EINE AKTIVE STRATEGIE
ENTSTEHT NUR IM DIALOG

07 KURZFRISTIGER ERFOLG
IST OFT WICHTIGER ALS DIE
DNA DER ARBEITGEBERMARKE

08 ARBEITGEBERMARKEN HABEN
EIN NACHHALTIGKEITSPROBLEM

09 EMPLOYER BRANDING HAT EIN
GLAUBWÜRDIGKEITSPROBLEM

10 EMPLOYER BRANDING WIRD
OFT AUTONOM BETRACHTET

KETTENREAKTION

KONSTRUIEREN | BAUEN | ERLEBEN

GRUPPE MIT
TEILNEHMERN

STATIONEN
MIT TEAMSCILD

KONSTRUKTIONSANLEITUNG

1 TEAMER
PRO STATION

BAUZEIT 1,5 - 3 STD.

SCHNITTSTELLEN
BAUEN

FUNKTIONSTEST

TEAMFOTO

COUNTDOWN

START

ABLAUF DER
KETTENREAKTION

FINALE

BEGEISTERUNG

SIEGEREHRUNG

DOKUMENTATION UND
KOMMUNIKATION FÜR
DEN INTERNEN PROZESS

ZAHLN DATEN FAKTEN

1 

ROADBOOK
PRO STATION

2 
STUNDEN
INCENTIVE



5-10
TEILNEHMER
PRO TEAM



1,5 STD.



BAUZEIT



100 % TEAMGEIST

1 
GROSSES
FINALE

DAS EVENTMODUL ZUR STÄRKUNG
DES TEAMGEDANKENS

START



VORWORT

Mit Incentives können Unternehmen begleitend zu den Inhalten einer Tagung oder eines Meetings emotionale und physische Anreize setzen, welche zu einem starken Aktivierungsprozess führen.

Traditionelle Incentive-Module wie Geocaching, Team-Olympiaden oder Bogenschießen sind jedoch bereits von vielen Unternehmen durchgeführt worden (und bieten somit einen geringen Innovationscharakter).

Fördern Sie den Teamgedanken und setzen Sie auf ein neues
Tool mit hohem Emotionalisierungspotenzial:

DIE KETTENREAKTION



/ FÖRDERUNG DES TEAMGEDANKENS

/ STÄRKUNG DES ZUSAMMENHALTS

**/ SCHAFFUNG EINER HOCHWERTIGEN UND
EMOTIONALEN KOMMUNIKATIONSPLATTFORM**

/ MITARBEITERMOTIVATION

/ FESTIGUNG DER ERARBEITETEN

TAGUNGSGEHÄLTEN / WERTEN

DES UNTERNEHMENS DURCH GEMEINSAMES ERLEBEN

/ STÄRKUNG DER IDENTIFIKATION DER MITARBEITER

MIT DEM UNTERNEHMEN

/ SCHAFFUNG VON MARKENBOTSCHAFTERN



IDEE

KONSTRUKTIONSPHASE

Komplexe Aufgaben erfordern den Zusammenhalt und Einsatz eines starken Teams.

Die Performance der Mannschaft ist hierbei nicht das Abbild von herausragenden Einzelleistungen, sondern ergibt sich aus dem reibungslosen Miteinander aller Komponenten.

Die Kettenreaktion als Team-Event demonstriert die Stärke des Zusammenarbeitens und liefert den Beweis, gemeinsam Großes in Bewegung setzen zu können.

In Teams bauen die Teilnehmer unterschiedliche Stationen einer großen, hintereinander geschalteten Kettenreaktion, die am Ende komplett durchlaufen wird. Jede Station setzt dabei die nachfolgende Konstruktion in Gang und lässt die Reaktion im großen Finale an der letzten Baustation enden.



WEG

TEAMWORK

In der Konzeption der einzelnen Stationen
können folgende Inhalte aufgegriffen werden:

- / Werte und Leitbild des Unternehmens
- / Zahlen, Daten und Fakten zum Unternehmen
- / Produkte, Partner und Kunden
- / Corporate Design

KETTENREAKTION

Bei der Kettenreaktion geht es um Zusammenhänge, Schnittstellengestaltung, Kommunikation und vor allem um Teamwork. Die Aktion verbindet, was Unternehmen bewegt:

/ die Vernetzung unterschiedlicher

Divisionen / Mitarbeiter im Unternehmen

/ Strategien und Maßnahmen im Markenaufbau

/ Kommunikation und Zusammenarbeit innerhalb der Teams

mit Konzentration auf ein gemeinsames Ziel



AUF GEHT'S





WORKFLOW

AUFGABE

PLANUNG

KREATIVPROZESS

BAUZEIT



SETTING

Die Teilnehmer werden in Gruppen eingeteilt, in denen sie sich an verschiedenen Stationen als Team beweisen müssen. Es werden Gruppen mit 8 - 10 Personen gebildet. Von professionellen Teamern begleitet, konstruieren die Teams jeweils einen Abschnitt der späteren Kettenreaktion.

An jeder Station findet das Team Baumaterialien und Handbücher mit der Aufgabenbeschreibung und Skizzen vor.

Nach der Bauphase werden die Stationen auf Funktion überprüft und über Schnittstellen miteinander verbunden. Die Kettenreaktion durchläuft die einzelnen Stationen nacheinander und löst nach der letzten Station ein großes Finale aus.



BASIC

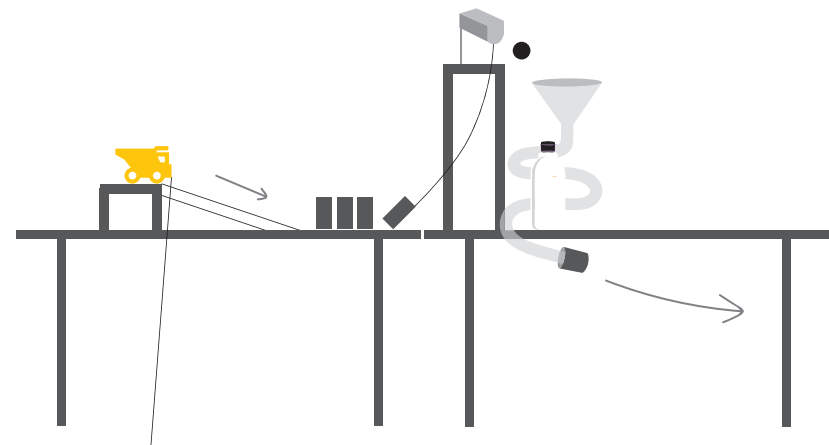
MODUL „BASIC“

Das Modul „Basic“ besteht aus Grundelementen der Kettenreaktion. Mit den zur Verfügung gestellten Werkzeugen wird die Station in Teamarbeit gebaut und kreativ gebrandet.

Inhalte, Werte und Produkte des Unternehmens werden im Branding sowie in der Konzeption integriert.

LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

- / Konzeption und Planung der Kettenreaktion mit Standard-Modulen
- / Erstellung von Konstruktionsplänen
- / Produktion von Stationsschildern
- / Bereitstellung der Baumaterialien
- / Bereitstellung von Werkzeugen
- / Betreuung der Stationen durch professionelle Teamer
- / Indoor und Outdoor umsetzbar
- / ab 5 Teams á 5 Personen



Beispielstation „BASIC“



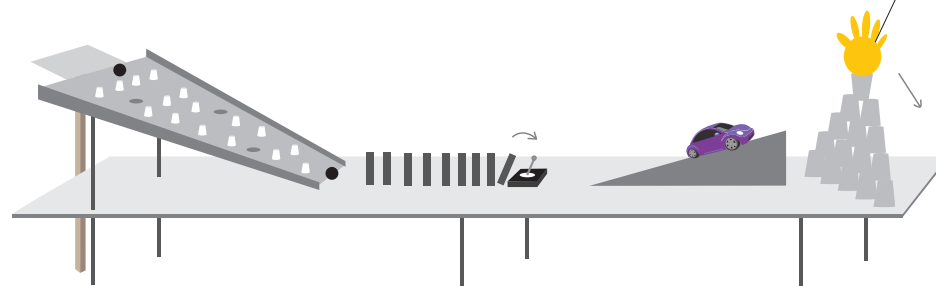
PLUS

MODUL „PLUS“

Das Modul „Plus“ beruht auf der klassischen Kettenreaktion. Zusätzlich ergänzen technische Komponenten die Konstruktion. Die Integration von Werten und Produkten nimmt eine größere Rolle ein, indem Stationen für das jeweilige Unternehmen individuell konzipiert werden. Eine vielfältige Auswahl an Werkzeugen liegt bereit, damit die Aufgaben gelöst werden können.

LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

- / Konzeption und Planung der Kettenreaktion mit individuellen Modulen
- / Erstellung von Konstruktionsplänen
- / Produktion von Stationsschildern
- / Bereitstellung der Baumaterialien
- / Bereitstellung von Werkzeugen
- / Betreuung der Stationen durch professionelle Teamer
- / Indoor und Outdoor umsetzbar
- / ab 5 Teams á 5 Personen



Beispielstation „PLUS“

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



STANDORTE



GAS GEBEN



livewelt®



GRÜNDUNG
2006

27



MITARBEITER

16



AWARDS



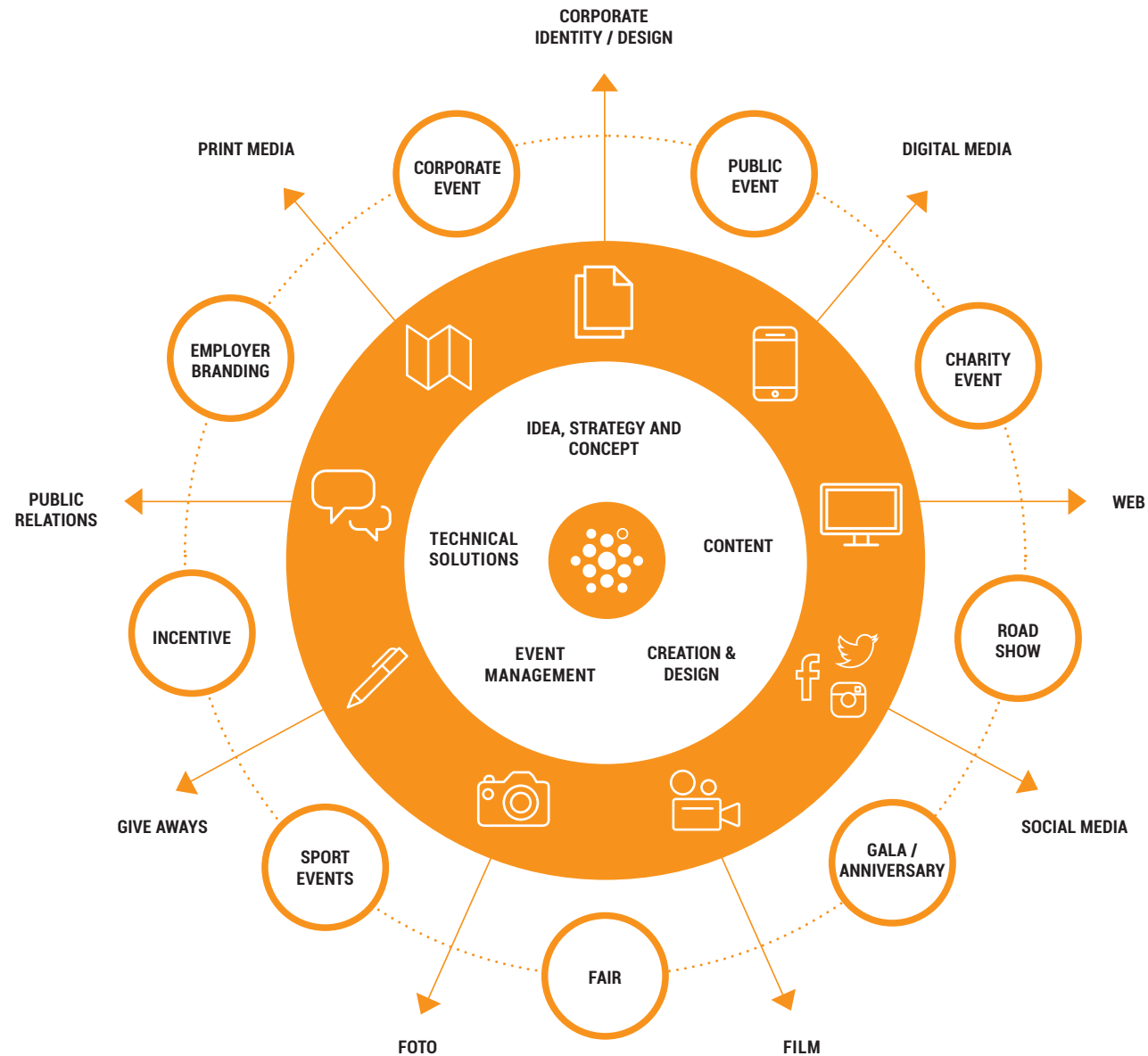
TOP 15
AGENTUREN FÜR
LIVE-
KOMMUNIKATION
IN DEUTSCHLAND

Quelle: Rating W&V und HORIZONT

36 AKTIVE
KUNDEN

Ø 64 PROJEKTE
PRO JAHR

GESCHÄFTSFELDER



livewelt Team



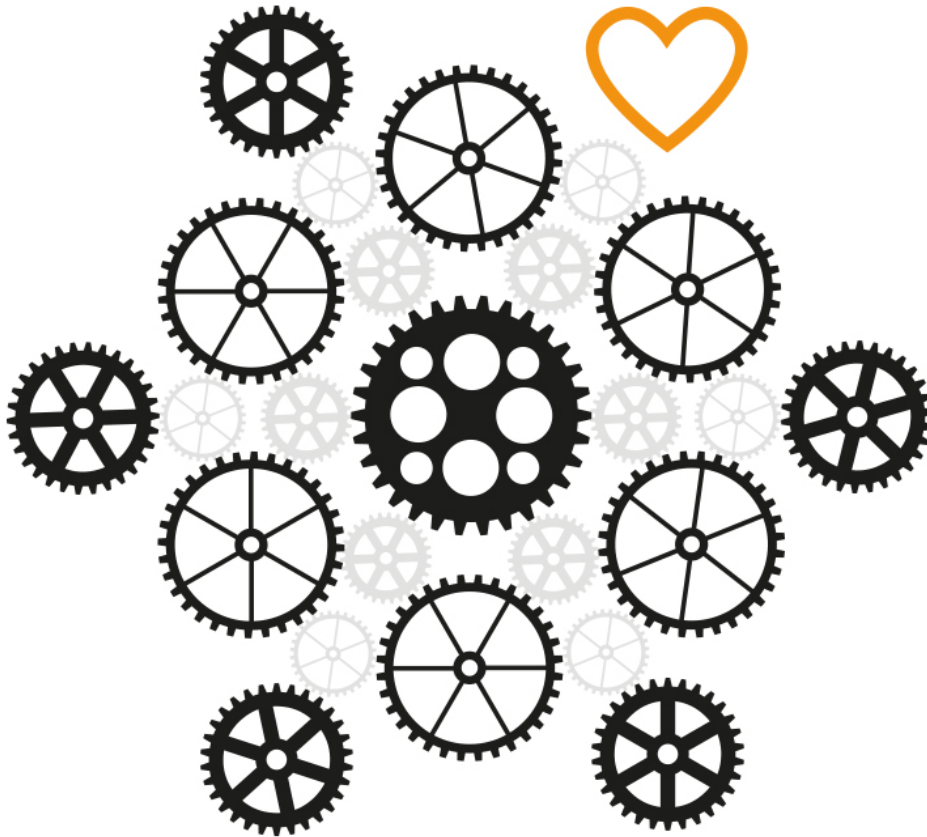
GESCHÄFTSFELDER

DIGITAL | CONTENT | CREATION | CONSULTING | EVENT



STÄRKEN

livewelt – Beratung, Konzeption, Umsetzung



- 01 Nähe aufbauen
- 02 Die Marke richtig denken
- 03 Systematisch kreativ sein
- 04 Immer gut bedienen
- 05 Auf Sport setzen
- 06 Die richtigen Kontakte haben

livewelt



„Man muss grenzenlos denken
und konsequent handeln.“
Ole Ternes, Geschäftsführung



UNSERE KUNDEN



livewelt GmbH & Co. KG

Berliner Str. 133
33330 Gütersloh

Fon +49 5241.21090-16

Fax +49 5241.21090-29

www.livewelt.de
ole.ternes@livewelt.de

