SWLB

Raven51
NEXT LEVEL RECRUITING

Case Study: Positionierung der Arbeitgebermarke

Vom Versorger zum sichtbaren Arbeitgeber

Die Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim leisten täglich einen wichtigen Beitrag zur Energie- und Infrastrukturversorgung der Region. Themen wie Energiewende, nachhaltige Wärmeversorgung und kommunale Infrastruktur prägen die Arbeit des Unternehmens und eröffnen vielfältige berufliche Perspektiven.

Gleichzeitig zeigte sich, dass viele Menschen die SWLB zwar als Versorger kennen, jedoch selten mit beruflichen Perspektiven verbinden.

Gemeinsam mit Raven51 initiierte das Unternehmen daher einen strukturierten Employer-Branding-Prozess: Ziel war es, die Stärken der SWLB systematisch zu erheben, in einer klaren Arbeitgeberpositionierung zu bündeln und daraus eine tragfähige Grundlage für die zukünftige Arbeitgeberkommunikation zu entwickeln.

Das Projekt:
Employer Branding für die Region

Start Level:
Profil mit Potenzial

Im Arbeitsmarkt zeigte sich, dass die Bedeutung der SWLB für die Region nicht automatisch mit einer entsprechenden Wahrnehmung als Arbeitgeber einhergeht. Viele Menschen kannten das Unternehmen zwar als Energieversorger, brachten es jedoch kaum mit beruflichen Perspektiven in Verbindung.

Gerade bei technischen und spezialisierten Profilen wurde sichtbar, dass potenzielle Bewerberinnen und Bewerber die Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim selten aktiv als Arbeitgeber in Betracht ziehen. Gespräche und Begegnungen auf Karrieremessen bestätigten diesen Eindruck: Ein großer Teil der Zielgruppen kannte das Unternehmen zwar aus dem Alltag, jedoch kaum in seiner Rolle als Arbeitgeber.

Vor diesem Hintergrund entstand der Bedarf, das Arbeitgeberprofil der SWLB deutlicher herauszuarbeiten und die vorhandenen Stärken in der Kommunikation zu verankern. Ziel war es, die Rolle des Unternehmens im Arbeitsmarkt stärker zu positionieren und potenziellen Talenten ein klares Bild davon zu vermitteln, was das Unternehmen als Arbeitgeber zu bieten hat.

Next Level:
Als Arbeitgeber greifbar werden

Gemeinsam mit Raven51 entwickelte die SWLB eine Arbeitgebermarke, die die besonderen Stärken des Unternehmens sichtbar macht und eine solide Grundlage für die zukünftige Arbeitgeberkommunikation bildet. Ausgangspunkt war eine umfassende Analyse der bestehenden Arbeitgeberwahrnehmung sowie der Erwartungen zentraler Zielgruppen.

Im Rahmen von Interviews und Workshops mit Mitarbeitenden sowie ausgewählten Führungskräften wurden zentrale Attraktivitätsfaktoren erhoben und in einer Employer Value Proposition gebündelt. Aspekte wie Innovationskraft und technologischer Fortschritt, etwa in den Bereichen Energiewende, Digitalisierung und moderne Infrastruktur, sinnstiftende Arbeit und direkter gesellschaftlicher Nutzen, regionale Verbundenheit, langfristige Perspektiven und kollegiale Zusammenarbeit wurden im Arbeitgeberprofil der SWLB weiter herausgearbeitet.

Aufbauend auf diesen Erkenntnissen entwickelte Raven51 eine einprägsame Leitidee, die die Arbeitgebermarke kommunikativ übersetzt: **„Mach doch."** Sie rückt die individuelle Gestaltungsmöglichkeit und die persönliche Rolle der Mitarbeitenden im Unternehmen in den Mittelpunkt.

Ergänzt durch eine neue Bildwelt, ein umfangreiches Fotoshooting sowie einen Styleguide entwickelte Raven51 eine umfassende Employer-Branding-Strategie, in der Ziele, zentrale Handlungsfelder und konkrete Maßnahmen definiert sind. Sie bildet eine neue Grundlage dafür, dass die SWLB ihre Arbeitgeberbotschaften künftig noch konsistenter nach innen und außen vermitteln kann.

Isabelle Behrendt, Personalreferentin:
„Wir hatten bei der Entwicklung unserer neuen Arbeitgebermarke ein klares Ziel: Wir wollten zeigen, was bei uns jeden Tag wirklich passiert. Für mich kommen bei der SWLB zwei Dinge zusammen: die Sicherheit eines mittelständischen Unternehmens und die Offenheit, Dinge neu zu denken. Und es sind die Kolleginnen und Kollegen, die den Unterschied machen. Genau deshalb haben wir sie für die Kampagne fotografiert.
Unser neuer Auftritt zeigt, wie wir wirklich arbeiten: nah an der Region, mit Verantwortung und dem Anspruch, Dinge voranzubringen."

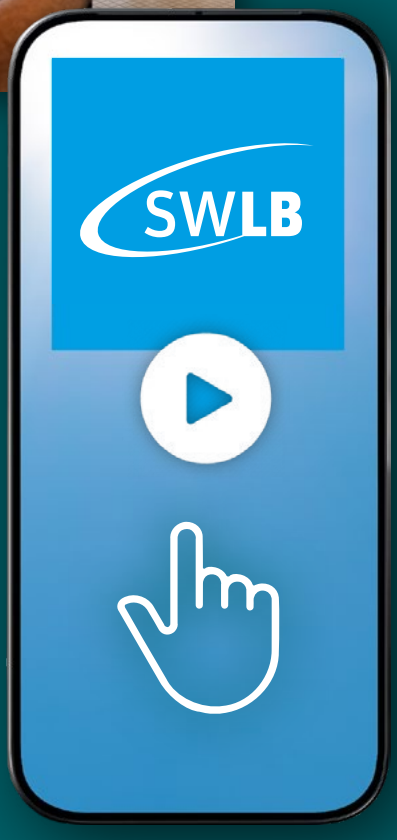
SWLB

Raven51
NEXT LEVEL RECRUITING

Einblicke:
Authentisch. Vielseitig. Zeitgemäß.

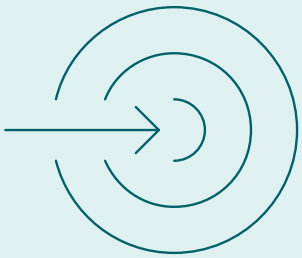
Kampagnen-Visuals

At Work-Visuals



Das Ergebnis:

Neue Präsenz als regionaler Arbeitgeber



Der gemeinsame Erfolg von SWLB und Raven51:

- ✓ **Arbeitgeberpositionierung** auf Basis einer fundierten Employer Value Proposition
- ✓ **Kreative Leitidee** als verbindendes Element der Arbeitgebermarke
- ✓ **Neue Bildwelt und Kommunikationsgrundlage** für eine konsistente Ansprache
- ✓ **Höhere Sichtbarkeit der SWLB als Arbeitgeber** in der Region

Die Stadtwerke Ludwigsburg-Kornwestheim sind ein kommunales Unternehmen und gemeinsame Tochter der Städte Ludwigsburg und Kornwestheim. Rund 550 Mitarbeitende sichern die Energie- und Wasserversorgung in der Region und treiben die Energiewende aktiv voran.

Mit einem Jahresumsatz von rund 370 Millionen Euro gestalten sie zentrale Infrastrukturthemen sowie die Klimaziele ihrer Gesellschafterstädte und engagieren sich als Sponsor für Sport, Kultur und soziale Projekte vor Ort. Als Arbeitgeber bietet die SWLB ein Umfeld, in dem Teamgeist, Verantwortung und Weiterentwicklung zählen.

Mit über 51 Jahren Markterfahrung und der geballten Kompetenz von mehr als 170 Recruiting-Spezialisten ist Raven51 eine der TOP 5 HR-Marketing-Agenturen in Deutschland.

Unsere Kernkompetenzen: Employer Branding & Marketing, Job Advertising & Traffic Generation sowie wirkungsvolle Talent-Attraction-Strategien.

Noch Fragen?
Wir beraten Sie gerne.

Ihr Kontakt zu Raven51:
→ 0800 7283651 → mail@raven51.de