



Verband Berlin-Brandenburgischer  
Wohnungsunternehmen e.V.

## Deutscher Preis für Online-Kommunikation: HOWOGE gewinnt in Kategorie „Employer Branding“

04.07.2022      Fachinformation

Großer Erfolg für die HOWOGE Wohnungsbaugesellschaft mbH: Beim diesjährigen Deutschen Preis für Online-Kommunikation erhielt das landeseigene Berliner Unternehmen den Preis für die beste Employer-Branding-Kampagne und setzte sich vor der Experten-Jury unter anderem gegen die Deutsche Bahn und die BWI durch. Den neuen Arbeitgeberauftritt „#DuWirHier“ hat das Projektteam der HOWOGE gemeinsam mit der HR-Marketing-Agentur Raven51 entwickelt.

### #DuWirHier: Mit Storytelling gegen den Fachkräftemangel

Angesichts immenser Wachstums- und Entwicklungsaufgaben auf dem Berliner Wohnungsmarkt hat die HOWOGE einen großen Bedarf an Fach- und Nachwuchskräften: sowohl im gewerblichen Bereich als auch in kaufmännischen Berufen, bei IT-Jobs und im Ingenieurwesen.

„Um neue Kolleg:innen für unser Unternehmen zu begeistern, wollen wir die Arbeitswelt der HOWOGE in ihrer ganzen Vielfalt erlebbar machen“, sagt Thomas Felgenhauer, Geschäftsführer der HOWOGE. Ein Projektteam bestehend aus dem Personalbereich, Unternehmenskommunikation und Raven51 identifizierte deshalb die wichtigsten Attraktivitätsfaktoren der HOWOGE, definierte strategische Kernbotschaften und entwickelte schließlich einen neuen Arbeitgeberauftritt. Das Besondere: Die Hauptrollen in diesem neuen Auftritt übernehmen die Mitarbeiter:innen der HOWOGE.

„In der Kampagne zeigen wir so authentisch wie möglich, wer die HOWOGE ist und was sie als Arbeitgeberin so besonders macht“, erklärt Ronny Brisch Personalleiter der HOWOGE. „Das geht am besten, indem wir unsere Kolleg:innen einfach sprechen lassen.“ Norman Zander von Raven51 ergänzt: „In der ersten Projektphase haben wir mit vielen engagierten Mitarbeiter:innen der HOWOGE gesprochen und schnell gemerkt: Da liegt ein enormes Potenzial“. So sind die persönlichen Geschichten der HOWOGE-Mitarbeiter:innen Grundlage des Storytelling-Konzepts. Die kommunikative Klammer bildet der Hashtag #DuWirHier.

### Arbeitgebermarke führt zu messbaren Erfolgen

Nach einer umfangreichen Produktionsphase inklusive Fotoshooting und Videodreh ist die Kampagne seit September vergangenen Jahres live. Neben einer neuen Website und neuen Stellenanzeigen wurde eine umfassende Cross-Media-Kampagne entwickelt.

„Wir haben #DuWirHier als kombinierte Image- und Recruiting-Kampagne aufgesetzt“, erklärt Norman Zander. „Ziel war es, sowohl die neue Arbeitgebermarke zu etablieren als auch akute Recruitingbedarfe zu stillen.“

Die Rechnung ist aufgegangen: Neben einer allgemeinen Aufwertung der Arbeitgeberkommunikation hat #DuWirHier zu 141 Prozent mehr Website-Besuchen und 729 Prozent mehr Klicks auf „Jetzt bewerben“ als im Vergleichszeitraum geführt. Ronny Brisch: „Angesichts des großen Fachkräftebedarfs freuen wir uns besonders, dass das strategische Projekt Arbeitgebermarke auch so stark auf das operative Recruiting ausstrahlt.“

Dabei ist die Arbeit an #DuWirHier noch lange nicht abgeschlossen: So werden in sozialen

Netzwerken regelmäßig neue Inhalte unter dem Hashtag gepostet. „Ein Hashtag ist immer offen und dynamisch“, erklärt Norman Zander von Raven51 den Vorzug des Konzepts. „Das passt zur HOWOGE und dem großen Gestaltungswillen ihrer Mitarbeiter:innen: #DuWirHier wird noch lange mit den Herausforderungen der Hauptstadt wachsen können!“

## DPOK: Wichtigster Digital Award im deutschsprachigen Raum

Mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation wurde das außergewöhnliche Projekt der HOWOGE am 24.06.2022 von einer Expertenjury ausgezeichnet. In der Kategorie „Employer Branding“ setzte sich das Unternehmen mit #DuWirHier gegen die ebenfalls nominierten Kampagnen der Deutschen Bahn, der BWI, der Dortmunder Stadtwerke und der ÖBB-Infrastruktur durch.

Bewertungskriterien waren die positiven Auswirkungen des Projekts auf die Recruitingeffizienz und die Mitarbeiteridentifikation, aber auch die Innovation und Kreativität. „Wir sind überzeugt, dass Authentizität entscheidend ist für erfolgreiches Recruiting“, sagt Thomas Felgenhauer. „Die Auszeichnung durch die Expertenjury bestätigt uns noch einmal auf unserem Kurs und ermutigt uns, die Herausforderungen, die vor uns liegen, selbstbewusst anzugehen.“

<https://bbu.de/beitraege/deutscher-preis-fuer-online-kommunikation-howoge-gewinnt-kategorie-employer-branding>