



JOB BRANDING: SO GEWINNEN SIE NEUE FACHKRÄFTE

JobCLOUD

Webinar, Juni 2025

Wie stellen sich Laien eine typische Fachperson vor, die in der **Informatik** arbeitet?



auf Basis welcher
Verständnisse

Wie erzeugt sich
das Bild eines
Berufes?

stereotype

Wie kann es
zugänglicher für
eine breitere
Zielgruppe
gestaltet werden?

JobCL

«Der Arbeitstag eines Informatikers beginnt mit dem Anschalten seiner Rechner. Alles dreht sich hier um Computer.»

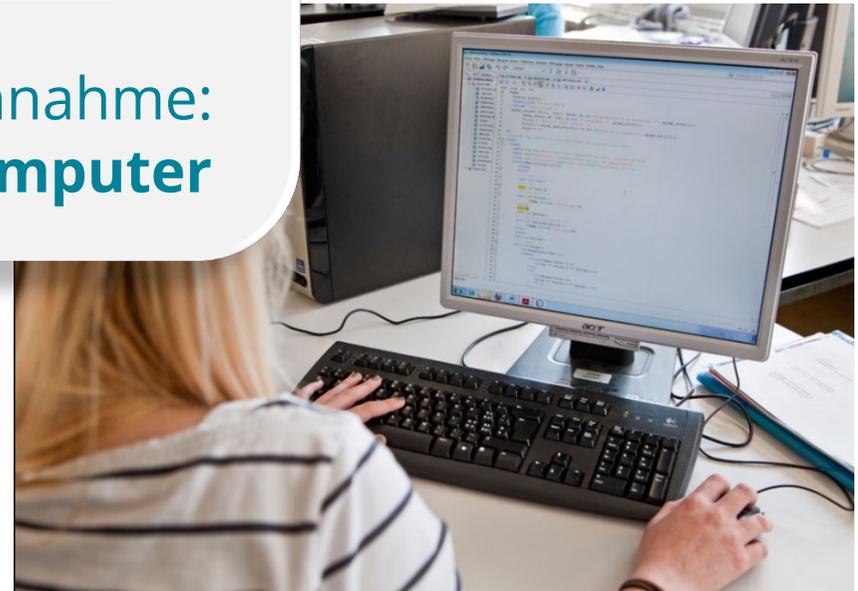
(Informationsvideo auf berufsberatung.ch)



Grundannahme:
ICT = Computer



berufsberatung.ch, Informatiker EFZ, «Ein Blick auf...»



berufsberatung.ch, Informatiker/in EFZ

Quelle & Copyright: FHNW Hochschule für angewandte Psychologie
Institut für Kooperationsforschung und -entwicklung (IfK), Prof. Dr. Dörte Resch

JobCLOUD

**Ausschliessende
Wirkung!**



**Öffnende Wirkung:
Attraktiv für Viele!**



Handlungstipps

Do's: Bildmaterial

- Bilder ohne Computer oder mit dem Computer nur im Hintergrund
- Situationen im Team oder mit Kundschaft
- Authentische und professionelle Personen
- Frauen aktiv abbilden (nicht nur als Zuschauerinnen)
- Vielfalt von Informatiker:innen abbilden

Weitere Tipps [«ICT attraktiv vermitteln»](#)

Quelle & Copyright: FHNW Hochschule für angewandte Psychologie
Institut für Kooperationsforschung und -entwicklung (IfK), Prof. Dr. Dörte Resch

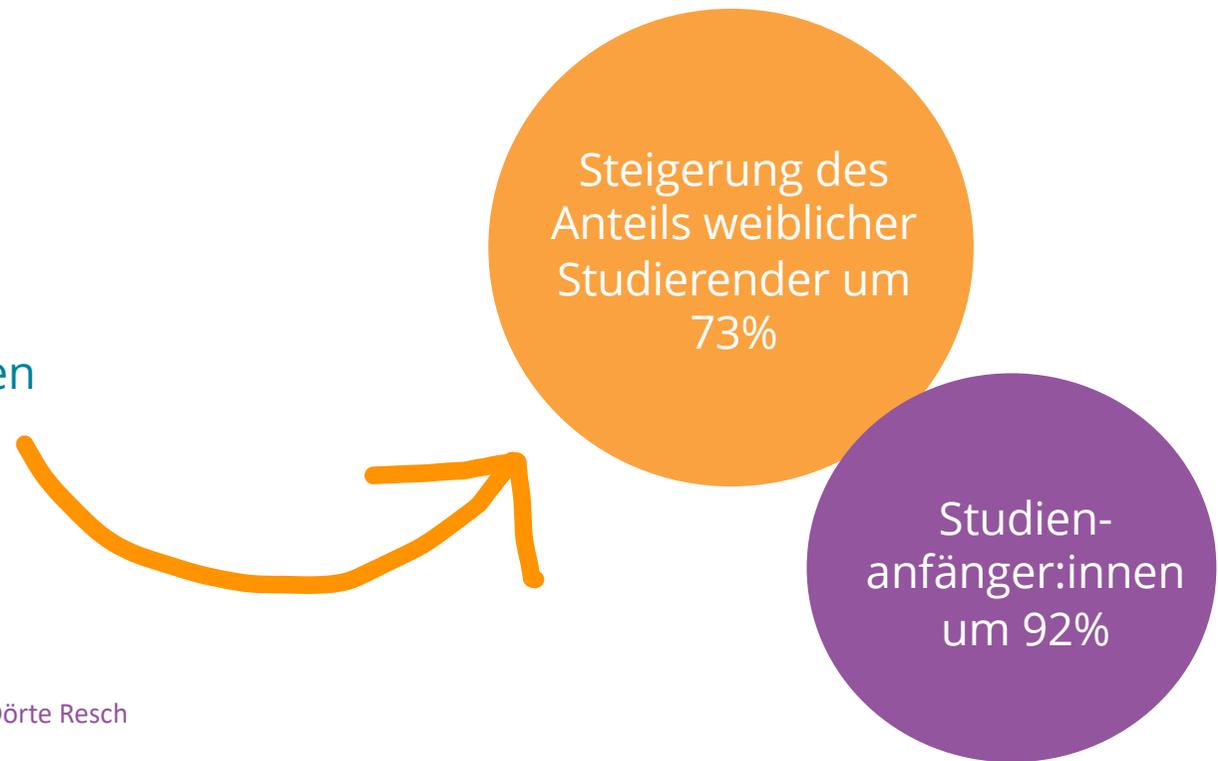
Do's: Zielgruppengerechtes Ansprechen

- Verwendung alltagsnaher Sprache ohne ICT-Fachbegriffe
- Konkrete und vielfältige Beispiele von Berufen und Tätigkeiten
- Geschlechtergerechte Sprache
- Positive Emotionen ansprechen (Spaß, Nutzen & Sinn)
- Gute Zukunftsaussichten im Arbeitsmarkt betonen

«Business und IT verstehen,
Menschen motivieren und vernetzen,
innovative Lösungen finden und
umsetzen – **das ist die Welt der
Wirtschaftsinformatik»**

Re-Branding Jobimage: Markenidentität und Value Propositions

- Business mit IT gestalten
- Jobs für die digitale Zukunft
- Unterschiedliche Perspektiven einnehmen
- Kompetent mit Menschen zusammenarbeiten
- Business und IT von Grund auf lernen



Attraktives & geschlechterintegratives Berufsbild Dozent:innen FHNW

Bildsprache Karriereseite und Stelleninserate (*bisher*)



Attraktives & geschlechterintegratives Berufsbild Dozent:innen FHNW

Bild «Laufbahnperspektiven» (*bisher*)



Bild «Arbeiten an der FHNW» (*bisher*)



Attraktives & geschlechterintegratives Berufsbild Dozent:innen FHNW

Bildsprache Karriereseite und Stelleninserate (neu)



Quelle & Copyright: FHNW Hochschule für angewandte Psychologie
Institut für Kooperationsforschung und -entwicklung (IfK), Prof. Dr. Dörte Resch



Leiter*in Institut Forschung und Entwicklung

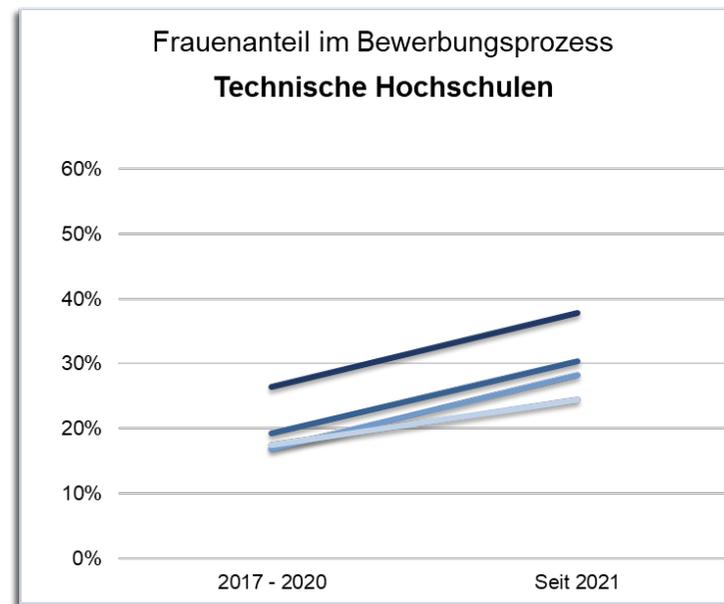
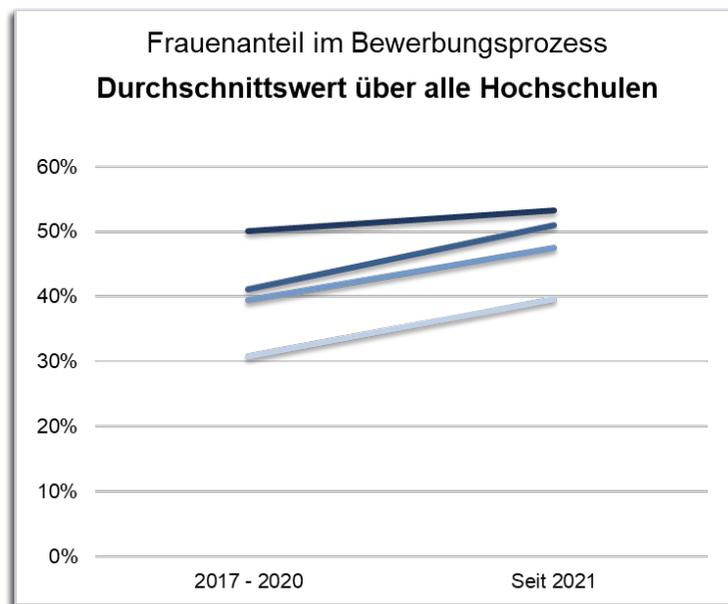
Pädagogische Hochschule FHNW, Institut Forschung und Entwicklung

Lehre, Forschung und Praxis - wir verbinden

Ihre Perspektiven:

Die Einzigartigkeit der FHNW zeigt sich in der Verbindung von Lehre und anwendungsorientierter Forschung sowie der Zusammenarbeit mit der Praxis. Die sich ergänzenden Perspektiven ermöglichen ein differenziertes Verständnis und Handeln in einer sich schnell wandelnden Welt. Austausch und Zusammenarbeit stehen im Vordergrund.

Re-Branding Jobimage Dozent:innen: Ergebnisse



- Frauenanteil Ernennung
- Frauenanteil 2. Gespräch
- Frauenanteil 1. Gespräch
- Frauenanteil Bewerbungen

Steigerung des
Anteils weiblicher
Bewerberinnen um
28%

An technischen
Hochschulen
um 40%

(Re)Brand & Attract: Jobimage ändern Fachkräfte anziehen

1 Analyse des Images

INTERNE STAKEHOLDER

Mitarbeitende, Vorgesetzte, HR-Fachpersonen

EXTERNE STAKEHOLDER

Potenzielle Bewerbende, Eltern, Berufsberatende, Lehrer:innen

DOKUMENTE

Analyse Karrierewebsites, Berufswahlmaterialien, etc.

2 Massnahmen

DEZENTRALE MASSNAHMEN ZUR VERMITTLUNG DES NEUEN BERUFSIMAGES

- Entwicklung eines Jobbrands mit Markenidentität und Value Propositions
- Checklisten für Karrierewebsites und Stellenausschreibungen
- Konzipierung von Informationsveranstaltungen, Messematerialien, etc.
- Umsetzung von Kampagnen

ZENTRALE MASSNAHMEN ZUR LANGFRISTIGEN BINDUNG VON MITARBEITENDEN

- Sensibilisierung der im Rekrutierungsprozess involvierten Stakeholder (HR-Fachpersonen, Berufsbildner:innen, Führungskräfte)
- Entwicklung der Arbeitsbedingungen (mobilflexibles Arbeiten, Weiterbildungsangebote, Kulturmassnahmen)