





DIRECTORY

A

IDENTITÄT SERHEBUNG

Organisationszweck , Nutzen, Kultur und Zukunftsbildes des Arbeitgebers
Deutsche Bundesbank

Seiten
03-07

[Quick Link](#)

B

ZIELGRUPPENPROFILE

Die Betrachtung der Zielgruppenprofile und -präferenzen

Seiten
08-11

[Quick Link](#)

C

POSITIONIERUNG

Die Positionierungsstrategie als Leitfaden zur Erstellung der Leitideen zur
kreativen Umsetzung

Seiten
12-17

[Quick Link](#)



IDENTITÄT SERHEBUNG

Im Rahmen einer internen Erhebung wurde die „Identität“ der Deutschen Bundesbank fokussiert, welche die Grundlage einer authentischen, nachhaltigen und zielgerichteten Positionierung der Arbeitgebermarke bildet.

Die Erhebung erfolgte anhand der Analyse von vier verschiedenen Teilbereichen, welche in Ihrer Summe die Identität ausmachen:

Die Kernkompetenz, die wahrgenommene Attraktivität, die gelebte Kultur und die Vision der Deutschen Bundesbank.



Identitätserhebung

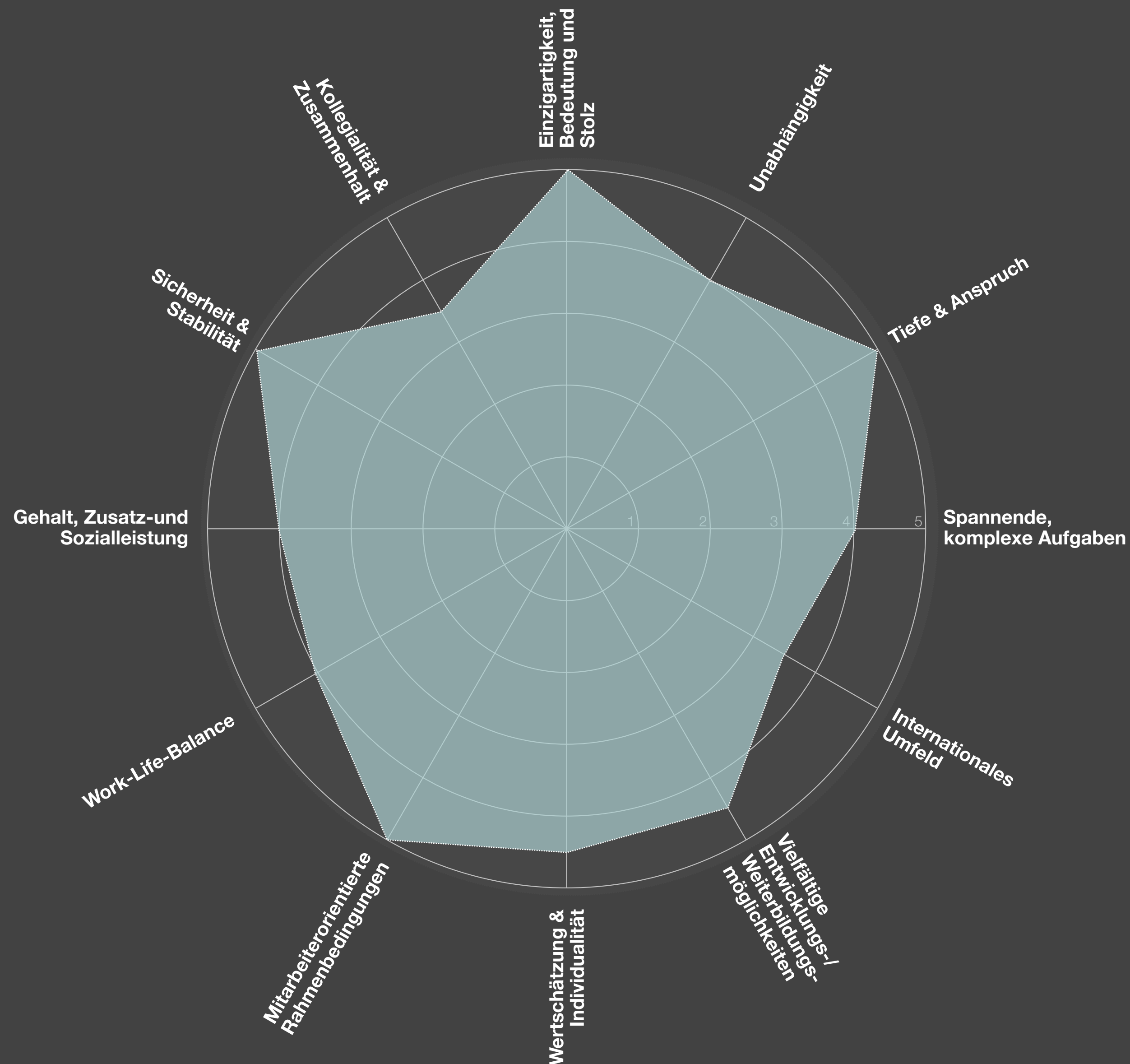
Kompetenz & Organisationszweck

Die Bundesbank hat eine klare Kernkompetenz - ihre Aufgabe / ihr Auftrag ist gesetzlich definiert und wird in Form der fünf Kerngeschäftsfelder umgesetzt. Auftrag und Inhalte, das **Was** der Organisation, ist den Mitarbeitern bewusst und wird in seiner Ganzheitlichkeit nachvollzogen.

Aus dem Was und der damit verbunden Verantwortung resultiert das **Wie**, das beschreibt, wie die Bundesbank macht, was sie macht. Unabhängigkeit (nicht gewinnmaximiert oder von wirtschaftlichen und politischen Interessen getrieben) und die implizierte Verantwortung bedingen eine Arbeitsweise, Kultur und Werteorientierung, die von einem hohen Anspruch, Expertise, Kompetenz und kompromissloser Zuverlässigkeit geprägt ist.

Das **Warum** dahinter, der Grund, warum die Bundesbank macht, was sie macht, ist von großer Bedeutung – sie schafft einen Beitrag zur Stabilität der Währung, der Gesellschaft und damit eine gesamtgesellschaftliche Grundlage für Sicherheit und Vertrauen. Mitarbeiter kennen und identifizieren sich mit dem Warum und spiegeln das in ihrem täglichen Was und Wie wider.

Während der gesetzliche Auftrag und der übergeordnete Sinn auch in Zukunft unverändert bleiben, werden an das Wie durch die Außenwelt neue Anforderungen gestellt. Eine zunehmende Digitalisierung, Dynamisierung, Internationalität und Komplexität bedingen den Bedarf, das die Art und Weise der Auftragserfüllung an die neuen Rahmenbedingungen angepasst wird. Allen voran die Digitalisierung und die interne und externe Vernetzung, um zunehmend komplexen Inhalten gerecht werden zu können, die Rolle als Vorreiter (wieder) einzunehmen und sich entsprechend als Institution neu zu definieren und zu positionieren. Dabei sollte die Positionierung als Institution Hand in Hand mit der Positionierung als Arbeitgeber gehen, um das nötige Umdenken innerhalb der Institution voranzutreiben und die richtigen Talente von außen zu gewinnen.



Identitätserhebung

Attraktivitätsprofil

Der Auftrag für und die Rolle in der Gesellschaft sowie die daraus resultierenden Eigenschaften in Strukturen, Prozessen und Verhaltensweisen machen die Bundesbank für ihre Mitarbeiter attraktiv. Damit überträgt sich die Einzigartigkeit der Institution auf die Einzigartigkeit als Arbeitgeber.

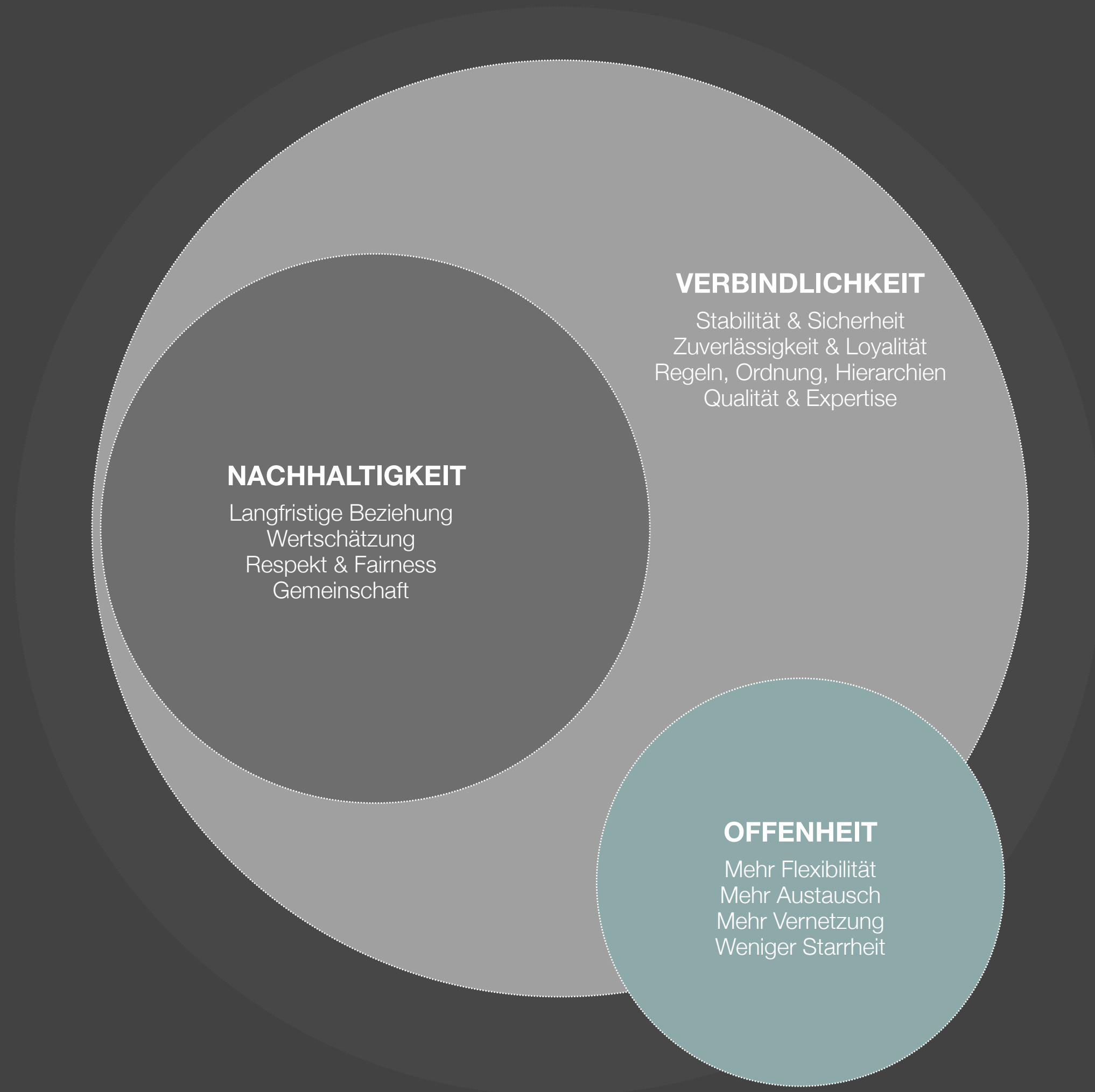
Die Bedeutung der Aufgabe, die dahinterliegende Verantwortung und der implizierte Beitrag zum Gemeinwohl sind vorherrschende Identifikations- und Attraktivitätsmerkmale, die nicht nur mit einer hohen wahrgenommenen Zufriedenheit (Innenperspektive) sondern auch mit Stolz einhergehen (Außenperspektive). Als unabhängige Institution im Sinn der Gesellschaft zu handeln, impliziert Tiefgang und einen hohen Anspruch an Arbeitsweise und Ergebnisse. Das erlaubt den Mitarbeitern, im Einklang mit den eigenen Vorstellungen, sinn- und wertorientiert, zu arbeiten.

Die Inhalte sind dabei nicht nur bedeutsam, sondern auch aus fachlicher Perspektive spannend und vielfältig. Verschiedenste Experten widmen sich komplexen Zusammenhängen und Sachverhalten. Mitarbeiter erleben dabei ihre Entwicklungs- und Entfaltungsmöglichkeiten in der Breite und Tiefe. Durch Vielfalt und die Flexibilität den Mitarbeitern gegenüber fühlen diese sich als Individuum und Teil der Bundesbank im hohen Maße geschätzt und gesehen. Die Bundesbank erlaubt so eine individuelle Sinnfindung und Erfüllung – über alle Lebensphasen und Bedürfnisveränderungen hinweg. Diese Mitarbeiterorientierung und Wertschätzung wird durch attraktive Rahmenbedingungen, Arbeitszeitregelungen und Zusatzleistungen instrumentalisiert und vor allem in ihrer Kombination als attraktiv empfunden.

Nicht zuletzt weil sie – neben der Wertschätzung – Sicherheit und Stabilität schaffen und dieses sichere und stabile Umfeld eine Arbeitsatmosphäre bedingt, bei der die Sache an sich im Mittelpunkt steht und konstruktiv, respektvoll und kollegial am gemeinsamen Ziel gearbeitet wird.

Die Bundesbank ist ein attraktiver Arbeitgeber mit stark ausgeprägten und einzigartigen Attraktivitätsmerkmalen, die sie für viele Talente – vor allem jene, die intrinsisch motiviert sind – zum Arbeitgeber der ersten Wahl macht.

● Attraktivitätsprofil Bundesbank



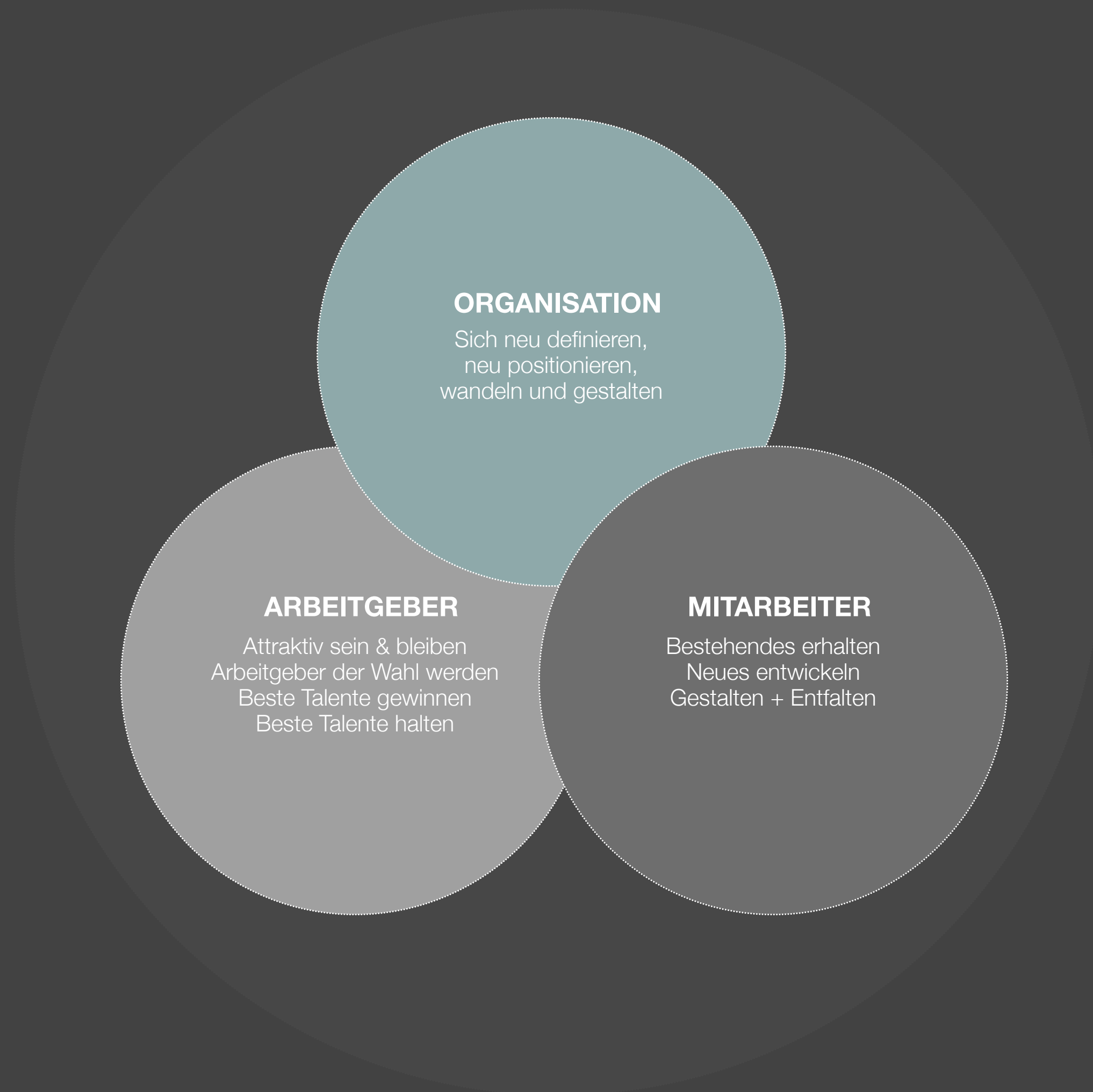
Identitätserhebung

Werte & Kultur

Der Organisationszweck und die damit verbundenen Merkmale bestimmen nicht nur die wahrgenommene Attraktivität, sondern auch die Wertorientierung und die Kultur der Bundesbank maßgeblich.

Die Verantwortung und Bedeutsamkeit der Aufgabe und ihr Beitrag zum Gemeinwohl fördern und fordern Werte der Verbindlichkeit – regelkonformes Handeln, Ordnung, einen hohen Anspruch an Qualität und Zuverlässigkeit. Die Bundesbank steht für Stabilität und Sicherheit, als Institution und als Arbeitgeber. In Konsequenz dieser Anforderungen und Werte entstehen Regeln, Prozesse, Strukturen und Hierarchien. Es entsteht eine vielfältige und tiefgründige Expertise, die vor allem darin gründet, dass sich nicht mit oberflächlichen Erkenntnissen zufrieden gegeben wird, sondern mit dem Bestmöglichen. Das schafft Nachhaltigkeit in den Ergebnissen, der Art zu arbeiten und dem Umgang miteinander. Ein Umgang, der auf kollektiver Ebene und auf Individualebene von Wertschätzung, Kooperationsbereitschaft und Respekt geprägt ist. Dabei handelt es sich nicht nur um nachhaltige Beziehungen miteinander, sondern auch um eine nachhaltige Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehung.

Mitarbeiter und Führungskräfte wünschen sich für die Zukunft mehr Offenheit, mehr Austausch und eine stärkere Vernetzung. Dabei geht es nicht darum, die zu Grunde liegenden Werte zu vernachlässigen, sondern die daraus abgeleiteten Konsequenzen (Strukturen, Prozesse, Hierarchien) den neuen Anforderungen, die von außen (und von innen) an die Bundesbank herangetragen werden, anzupassen. Diese Veränderung steht im Einklang mit der Wertorientierung der Mitarbeiter und den Zielen und der Vision der Bundesbank als Institution. Ein Appell für mehr reflektierten Mut.



Identitätserhebung

Zukunftsbild, Ziele & Vision

Die Bundesbank richtet sich mit ihrem Blick in die Zukunft und den damit verbundenen Zielen an den neuen Anforderungen aus, die an sie gestellt werden.

Diese fordern ein Umdenken in vielen Bereichen und eröffnen eine Reihe von Potentialen, die genutzt werden wollen. Durch einen Wandel in Schwerpunkten und der Art und Weise zu arbeiten definiert sich die Bundesbank neu, ohne vom eigentlichen Kern ihres Auftrags abzuweichen. Im Einklang mit dieser Entwicklung soll die Zukunft der Währungsunion aktiv mitgestaltet werden, was mit einer gestärkten Rolle im Eurosystem einhergeht. Die Bundesbank will sich neu positionieren und das eigene Wissen, die Kompetenz und Erfahrung zielführend einbringen und nach außen tragen.

Um nicht nur bestehende Kompetenzen zu erhalten, sondern auch neue zu entwickeln – insbesondere im Rahmen der Digitalisierung – gilt es, die richtigen Talente zu gewinnen. Damit gehen die Ziele als Organisation Hand in Hand mit den Zielen als Arbeitgeber. Diese sind, attraktiver Arbeitgeber zu sein und zu bleiben und sich neu am Arbeitgebermarkt zu positionieren. Um Arbeitgeber der ersten Wahl zu sein – nicht für alle, sondern für die richtige Zielgruppe. Auch die Wünsche und Ziele bestehender Mitarbeiter passen zu dieser Organisations- und Arbeitgebervision.

Die erwartete und gewünschte zukünftige Entwicklung, die zu einer substanziellen Veränderung der Institution Bundesbank führen kann, ist nicht isoliert zu betrachten, sondern als Wandel, der die Institution, den Arbeitgeber und die Mitarbeiter ganzheitlich umfasst. Deren Ziele im Einklang stehen. Eine Bundesbank, die zu ihrer neuen Identität findet. Es geht um den Stolz Neues zu schaffen, statt zurückzublicken.



ZIELGRUPPENPROFILE

Die Identifikation der Zielgruppenprofile erfolgte anhand einer Analyse der Schlüssel- und Engpassfunktionen sowie auf Basis des Anforderungsprofils. Daraufhin wurden Präferenzprofile aus den jeweiligen Zielgruppenperspektiven abgeleitet.

Somit ergibt sich ein grundlegendes Verständnis für den Bedarf der Deutschen Bundesbank sowie die Anforderungen des Arbeitnehmermarktes.

Zielgruppenprofile

Übersicht Zielgruppen

#	Akademiker / U35	Schüler	IT'ler	Ingenieure	Blue Collar
Strategische Relevanz	sehr hoch	sehr hoch	hoch	mittel	mittel
Rekrutierungsauswand	mittel	mittel bis hoch	sehr hoch	hoch	mittel bis hoch
Soziodemographische Merkmale	- relevantes Alter: 25 - 35 Jahre 67 % männlich, 33 % weiblich 64% Bachelor, 36% Master - Wohnort: deutschlandweit - Studium in Wirtschaftswissenschaften - Berufserfahrung: 2-10 Jahre - Ø Einstiegsgehalt: 45.000 €	- Alter: 16 - 20 Jahre 46 % männlich, 54 % weiblich - Abschluss: (Fach-) Abitur - Wohnort: deutschlandweit - Bevorzugte Branchen: Öffentlicher Dienst, Automobil-, Medienbranche - Ø Gehalt im 1. dualen Studienjahr: 1.100 €	- Alter: 24 - 34 Jahre 93 % männlich, 7 % weiblich 48% Bachelor, 24% Master, 5% Berufsabschluss - Wohnort: Bayern, Baden-Württemberg, NRW, Berlin - Studium in Informatik oder Softwareentwicklung - Berufserfahrung: 3-5 Jahre - Ø Einstiegsgehalt: 43.000 €	- Alter: 30 - 45 Jahre 84 % männlich, 16 % weiblich 61 % Bachelor, 39 % Master - Wohnort: Süddeutschland (Großstädte bevorzugt) - Studium in Maschinenbau, Elektrotechnik, Wirtschafts-ingenieur-, Bauingenieurwesen - Berufserfahrung: 5-10 Jahre - Ø Einstiegsgehalt: 48.500 €	- Alter: 30 - 45 Jahre - Traditionelle Rollenverteilung in „Männer- und Frauenberufe“ 65 % Berufsausbildung, 23 % ohne Abschluss - Wohnort: deutschlandweit - Ausbildung in Industrie & Handel, Handwerk, Öffentlicher Dienst - Berufserfahrung: 5-15 Jahre - Ø Einstiegsgehalt: 32.000 €
Psychographische Merkmale	- Werte: Selbstbestimmung, Erfolg, Spaß, Chancengleichheit - Ziele: Selbstverwirklichung, beruflicher und privater Erfolg, großes Netzwerk aufbauen - Motivatoren: Erfolgserlebnis, interessante und anspruchsvolle Aufgaben, gute Zusammenarbeit, individuelle Entwicklung	- Werte: Freiheit, Gesundheit, Stabilität, Liebe - Ziele: Selbstverwirklichung, erfüllende und sichere Arbeit, Unabhängigkeit & Freiraum, stabile soziale Beziehungen - Motivatoren: eigene Interessen, Mitgestaltung, Mehrwert schaffen, Teamarbeit, Erfolg & Ansehen	- Werte: Familie, Wissen, Flexibilität, Innovation - Ziele: familiäre Ziele, Fach-Experte werden, komplexe Probleme lösen, Flexibilität und Freiräume, sichere und gut bezahlte Arbeit - Motivatoren: Weiterentwicklung, Interesse am Thema, Mehrwert schaffen, Herausforderungen, Neues ausprobieren	- Werte: Sicherheit, Familie, Sinn, Status - Ziele: globalen Mehrwert schaffen, familiäre Ziele, Fach-Experte werden, Ansehen, langfristige Karriere - Motivatoren: Verantwortungsbewusstsein, Wirksamkeit, Interesse am Fachgebiet, interdisziplinäre Zusammenarbeit	- Werte: Familie, Stabilität, Gesundheit, Fairness - Ziele: unbefristeter Arbeitsvertrag, private Ziele, gesund bleiben, abwechslungsreiche und sinnvolle Arbeit, geregelte Arbeitszeiten, Eigenverantwortung - Motivatoren: finanzielle Anerkennung, Wertschätzung, Teamzusammenhalt
Besonderheiten	- Generation Y: lernbereit, engagiert, flexibel, verschmelzen Privat- und Arbeitsleben - Digital Natives: geübt im Umgang mit dem Smartphone und neuen Technologien - Wunsch nach Auslandserfahrung	- Corona-Einfluss: verstärktes Interesse an systemrelevanten Berufen, größere Angst vor Arbeitslosigkeit, Ungewissheit und Unentschlossenheit - Meinungsbildner: Eltern, Freunde, Lehrer/Schule, Influencer - Gründe für ein Duales Studium: Finanzierbarkeit des Studiums, sichere Karriereperspektiven	- Erfahrene IT'ler oft auch ohne „formale“ Ausbildung oder einen Abschluss - Immer mehr Fachkräfte aus dem Ausland (41% EU, 59% Nicht-EU) - Auch in der Freizeit starkes Interesse an technischen und technologischen Themen	- Demographische Entwicklung führt zu verstärkter Nachfrage nach ausländischen Fachkräften (aktuell 9 %) - Eine hohe Komplexität der Technik-Welt sorgt für ein großes Spektrum an fachlichen Spezialisierungsmöglichkeiten und Einsatzgebieten	- Hoher Anteil an Teilzeitarbeit: 30 % der Frauen und 6 % der Männer arbeiten in Teilzeit - Bevorzugt sind verlässliche Arbeitgeber und Branchen wie die Automobilindustrie, Pharmaindustrie und der Öffentliche Sektor - Überwiegend mobil unterwegs
Gewichtung der Zielgruppe	30 %	30 %	20 %	10 %	10 %

Zielgruppenprofile

Übersicht Zielgruppenpräferenzen

#	Attraktivitätsprofil der Bundesbank	Akademiker / U35	Schüler	IT'ler	Ingenieure	Blue Collar	Modus	Median	Varianz	Zielgruppen- Präferenzprofil gewichtet
Gewichtung der Zielgruppen	-	30 %	30 %	20 %	10 %	10 %	-	-	-	100 %
Einzigartigkeit, Bedeutung & Stolz	5	4	5	4,5	5	4	4	4,5	mittel	4,5
Unabhängigkeit	4	4	3,5	4	4	3,5	4	3,8	gering	3,8
Tiefe & Anspruch	5	4,5	4	5	4,5	3,5	4,5	4,3	mittel	4,4
Spannende, komplexe Aufgaben	4	4	4	4,5	4,5	4	4	4,2	gering	4,2
Internationales Umfeld	3,5	3,5	3,5	3,5	4	2	3,5	3,3	hoch	3,4
Vielfältige Entwicklungs-, Weiterbildungsmöglichkeiten	4,5	4,5	5	5	4,5	4	4,5	4,6	gering	4,7
Wertschätzung & Individualität	4,5	4,5	4,5	4	4,5	4,5	4,5	4,4	gering	4,4
Mitarbeiterorientierte Rahmenbedingungen	5	4	4	5	4,5	4,5	4	4,4	gering	4,3
Work-Life-Balance	4	4	4	4	4	4	4	4	gering	4,0
Gehalt, Zusatz- & Sozialleistungen	4	4	3,5	4	4	4,5	4	4	gering	3,9
Sicherheit & Stabilität	5	4	5	4,5	5	5	5	4,7	mittel	4,6
Kollegialität & Zusammenhalt	3,5	3,5	4	3,5	4,5	3,5	3,5	3,8	mittel	3,8
Weitere Merkmale		+ Guter Führungsstil + Aufstiegschancen + Attraktiver Standort	+ Übernahmechancen + Qualität d. Ausbildung + Unternehmensimage	+ Verwendete Technologien + Kreatives, dynamisches Umfeld	+ Attraktive Branche / Produkte + Attraktiver Standort	+ Arbeitsausstattung / -sicherheit + Wohnortnähe				

Zielgruppenprofile

Zielgruppenpräferenzen vs. Arbeitgeberattraktivitätsmerkmale

Bedeutung, Komplexität & Mehrwert der Aufgabe

Die Bundesbank gibt den Aufgaben eine einzigartige Bedeutung, einen Sinn, welcher über alle Zielgruppen hinweg bei einem Arbeitgeber besonders wichtig ist. Sogar der von IT'lern, Ingenieuren und Schülern geforderte Mehrwert, sowohl für die Gesellschaft als auch für das nähere kollegiale Umfeld, wird bei der Bundesbank gemeinsam und durch jeden Einzelnen geschaffen. Der damit verbundene Anspruch und die Komplexität der Aufgabe(n), machen das Arbeiten bei der Bundesbank vor allem für Schüler und Akademiker spannend, während die technischen Zielgruppen gerne noch stärker herausfordernde, innovativere und internationalere Problemstellungen behandeln möchten. Es ist ihnen bewusst, dass sie dafür ein starkes Team um sich herum benötigen, um diesen komplexen Themen gewachsen zu sein.

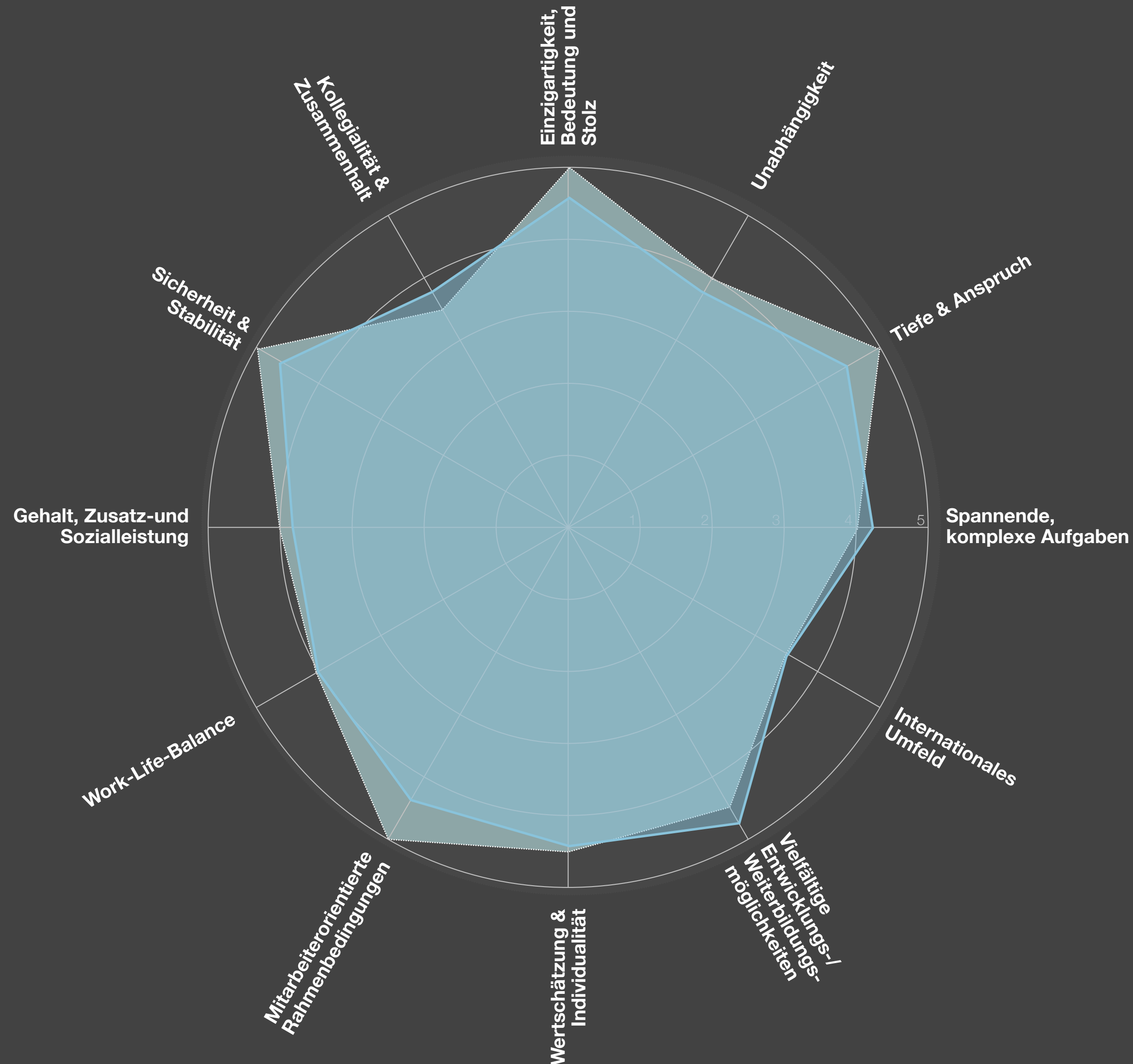
Stabile und individuelle Rahmenbedingungen

Während Akademiker der Wirtschaftswissenschaften und IT hauptsächlich in ihrem Privatleben nach Stabilität und Sicherheit streben, sehnen sich Schüler, Ingenieure und die Blue Collar Zielgruppe auch im beruflichen Kontext danach. Aufgrund ihrer besonderen Rolle als unabhängige Institution schafft die Bundesbank für diese einen sicheren Arbeitsplatz und langfristig stabile (finanzielle) Rahmenbedingungen, die aufgrund des kollegialen Umfelds auch intern nicht beeinträchtigt werden. Darüber hinaus wünschen sich die Zielgruppen jedoch, insbesondere Schüler und Ingenieure, eine noch höhere soziale Sicherheit durch starken und persönlichen Zusammenhalt im Team. Anstelle stabiler Rahmenbedingungen präferieren Akademiker und IT'ler individuelle Lösungen und verlangen nach Flexibilität und Freiraum, die ihnen die Bundesbank bietet. Für eine bessere Work-Life-Balance sind sie bereit, ihre Gehaltsansprüche dem unterzuordnen.

Fachliche Entwicklung & persönliche Entfaltung

Besonders die jungen Generationen (Y, Z) streben nach persönlicher Entwicklung und Entfaltung, welche die Bundesbank mit ihrem vielfältigen Angebot an individuellen Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten in die Breite und Tiefe abdecken kann. Alleine der Wunsch, insbesondere von Akademikern, Schülern und Ingenieuren, nach Aufstiegschancen und das Erlangen von Ansehen durch die Übernahme von Führungsverantwortung kann die Bundesbank nur bedingt in gewünschtem Maße gewährleisten. Dafür schafft die Bundesbank aufgrund ihrer Expertise und ihrem Anspruch, gerade für die IT- und Ingenieur-Zielgruppe fachlich interessante Perspektiven. Hierbei gilt es neben den fachlichen Weiterentwicklungsmöglichkeiten auch die entsprechend notwendige Technologie und Offenheit für Neues bereitzustellen.

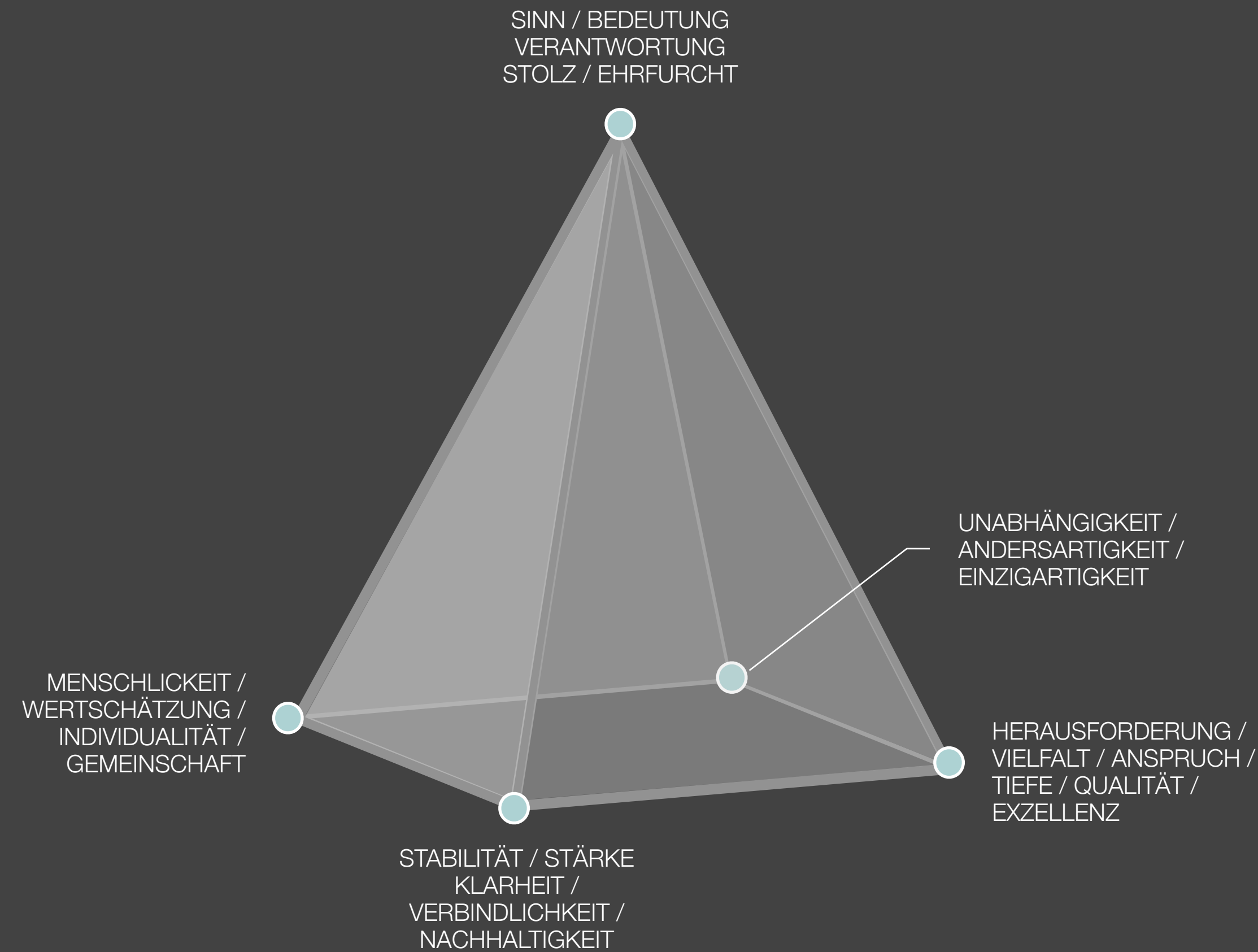
- Attraktivitätsprofil Deutsche Bundesbank
- Gewichtetes Zielgruppenpräferenzprofil





POSITIONIERUNG

Die Positionierungsstrategie dient als Leitfaden, um die Leitideen zur kreativen Umsetzung zu entwickeln und die Deutsche Bundesbank als attraktiven Arbeitgeber, relevant und differenzierend zu positionieren.



Positionierungsstrategie

Identitätsmerkmale

Die Grundlage der Positionierung als Arbeitgeber sind die Identitätsmerkmale, die verdeutlichen, was die Deutsche Bundesbank ausmacht und wie Mitarbeiter und Führungskräfte den Arbeitgeber Bundesbank wahrnehmen. Die Bundesbank steht für...

Sinn, Bedeutung, Verantwortung, Stolz, Ehrfurcht

Der Unternehmenszweck der Bundesbank ist prägendes Element der Arbeitgeberidentität. Er schafft Sinn und Bedeutung, bedingt eine hohe Verantwortung und führt zu Stolz und Ehrfurcht.

Unabhängigkeit, Andersartigkeit, Einzigartigkeit

Einhergehend mit dem Auftrag, bedingt die Unabhängigkeit die Andersartigkeit in der Art und Weise, wie gearbeitet wird – mit klarem Fokus auf Inhalt und Mehrwert.

Herausforderung, Vielfalt, Anspruch, Tiefe, Qualität, Exzellenz

Unabhängigkeit, Verantwortung und die Bedeutsamkeit des Auftrags bedingen vielfältige, herausfordernde Tätigkeiten mit Anspruch und Tiefe. Das schafft Expertise, Qualität und Exzellenz.

Stabilität, Stärke, Klarheit, Verbindlichkeit, Nachhaltigkeit

Unabhängigkeit, Verantwortung und die Bedeutsamkeit des Auftrags bedingen auch Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit, die wiederum Stabilität und Sicherheit schaffen.

Menschlichkeit, Wertschätzung, Individualität, Gemeinschaft

Nachhaltigkeit und Langfristigkeit spiegeln sich im Miteinander – es geht um die Sache – und im Umgang mit den Mitarbeitern um eine anhaltende, respektvolle Beziehung.

Zielgruppenpräferenzen (vgl. Kapitel B / Zielgruppenanalyse) und Differenzierungspotentiale bestimmen, welche der Merkmale in Form von Leistungsversprechen, Positionierung und Kernbotschaften fokussiert werden.

Positionierungsstrategie

Positionierungsempfehlung

In Abgrenzung zum Wettbewerb und im Einklang mit Identität und Zielgruppen differenziert sich die Bundesbank durch eine ganzheitliche, mehrdimensionale Positionierung.

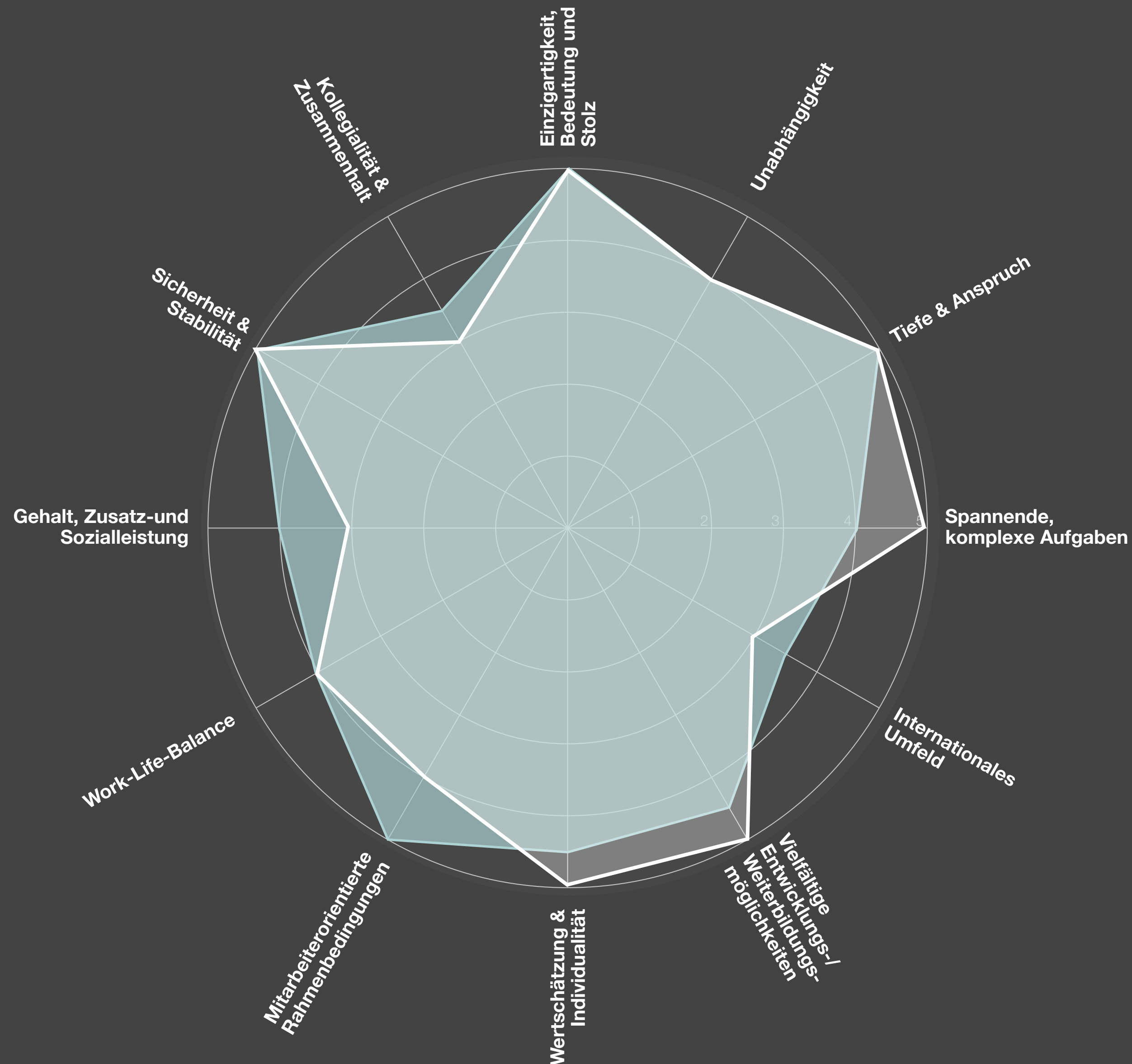
menschlich-professionell

Die Bundesbank zeigt sich menschlich-professionell. Beweist, dass das kein Widerspruch ist. Sie präsentiert sich im Einklang mit der Bedeutung und der Positionierung als Institution. Verbindlich, anspruchsvoll, kompetent, stolz. An Exzellenz orientiert, im Handeln reflektiert. Selbstbewusst, aber nicht überheblich. Sie bleibt nahbar, menschlich. Zeigt Anspruch, Verantwortung und Verbindlichkeit gegenüber ihren Mitarbeitern. Ist Vorbild. Die Dualität aus Professionalität und Menschlichkeit vermittelt Stärke und Stabilität, Nahbarkeit und Glaubwürdigkeit. Schafft Vertrauen.

motivierend-inspirierend

Und ist Grundlage für die motivierend-inspirierende Ansprache der Zielgruppen. Motivation durch Vielfalt, Herausforderung, Komplexität. Motivation durch die Sache. Diejenigen ansprechend, denen es nicht um Dominanz oder Statussymbole geht, sondern um Tiefe. Die sich entfalten und verwirklichen wollen. Die aus sich heraus nach Qualität, Exzellenz und Expertise streben, von Neugierde getrieben, vom Anspruch geprägt. Die, die wirklich intrinsisch motiviert sind. Dabei verbindet die Bundesbank die persönliche Motivation mit dem Ziel der Institution. Gibt dem eigenen Tun, über seinen Selbstzweck hinaus, Sinn, Bedeutung, einen gesellschaftlichen Mehrwert. Der eigene Anspruch verbindet sich mit der Verantwortung. Die eigene Motivation verbindet sich mit dem Gemeinwohl. Das individuelle Interesse verbindet sich mit dem übergeordneten Sinn.

Damit tritt die Bundesbank **selektionierend** auf. Es geht nicht nur darum, eine bestimmte, hochqualifizierte und motivierte Gruppe anzusprechen, sondern um die Ansprache eines spezifischen Identitätsprofils. Das ein Selbstverständnis hat, das geprägt ist von Anspruch, Sinn und Moral. Ein Selbstbild als Experte. Bestimmt durch Offenheit und Neugierde. Ein Profil, das Relevantes erhalten und Neues schaffen kann, aus der eigenen inneren Motivation heraus.



Positionierungsstrategie

Leistungsversprechen

Unter Berücksichtigung der Identitätsmerkmale, der Zielgruppenpräferenzen und der Zukunftsperspektive der Bundesbank und im Einklang mit der Positionierung, empfiehlt sich die folgende Fokussierung von Leistungsversprechen:

Arbeiten bei der Bundesbank bedeutet arbeiten mit Sinn, Verantwortung, etwas Bedeutsames zu machen. Einen gesellschaftlichen Mehrwert zu generieren und frei von wirtschaftlichen und politischen Interessen, als unabhängige Institution in diesem Sinne und im Einklang mit den eigenen Werten, agieren zu können.

Arbeiten bei der Bundesbank bedeutet, sich mit komplexen, spannenden und herausfordernden Themen auseinanderzusetzen, Inhalte in die Tiefe zu erfassen, Anspruch, Qualität und in Konsequenz dessen auch Exzellenz zu leben. Und die Bundesbank im Wandel, im Ideen- und Leistungswettbewerb und in die Zukunft zu begleiten.

Arbeiten bei der Bundesbank bedeutet individuelle Sinnfindung, Entfaltung, Entwicklung. Weil man Wertschätzung erfährt, als Mitarbeiter und als Individuum. Weil Chancen und Möglichkeiten geschaffen werden. Weil die eigenen Ziele mit den Zielen der Institution verbunden werden. Und die eigene Expertise von Bedeutung ist.

Arbeiten bei der Bundesbank bedeutet Sicherheit und Stabilität. Ein respektvolles Miteinander und die Wertschätzung des Einzelnen. Zugehörigkeit durch ein gemeinsames Ziel und Vernetzung, um bestehenden und künftigen Anforderungen zu begegnen.

Erst auf zweiter Kommunikationsebene wird eine Beweisführung der Leistungsversprechen in Form der Instrumentalisierung der jeweiligen Aspekte erfolgen. Wertschätzung wird so zu mitarbeiterorientierten Rahmenbedingungen, einer guten Work-Life-Balance und Zusatzleistungen.

Somit spricht, wie die Positionierung, auch das empfohlene Attraktivitätsprofil nur eine bestimmte Zielgruppe an, die intrinsisch motivierten, sinnorientierten Experten.

- Attraktivitätsprofil Deutsche Bundesbank
- Leistungsversprechen

Grundgedanke der Positionierung

**Unsere Herausforderung komplex -
Zentralbank in einem sich wandelnden Umfeld.**

**Unser Handeln wirkungsvoll -
in Deutschland, Europa und darüber hinaus.**

**Unsere Expertise von großer Bedeutung -
durch analytische und operative Exzellenz.**

**Unser Auftrag Stabilität zu sichern -
Richtungsweisend, innovativ und offen,
für unsere gemeinsame Währung und das
Gemeinwohl unserer Gesellschaft.**

”

Kernbotschaften

Für richtungsweisendes Handeln

In Zeiten eines sich stetig wandelnden Umfelds bleibt die Bundesbank stark und unabhängig. Als Institution und Arbeitgeber, der die Digitalisierung und den Wandel aktiv mitgestaltet – immer mit dem Anspruch, an der Spitze der Entwicklung zu stehen. Um weiterhin für die Stabilität der Währung und das Gemeinwohl der Gesellschaft zu sorgen. Als hochmoderne Institution, die den Blick immer nach vorne richtet. Die Innovation und (digitale) Exzellenz verbindet.

Für den übergeordneten Sinn

In Zeiten von moralischen Konflikten und Bedeutungslosigkeit steht die Bundesbank für Verantwortung, Wirksamkeit und die Chance, richtungsweisend, offen und innovativ zu gestalten. National sowie international. Für Sinnhaftigkeit. Exzellenz zu leben hat eine Bedeutung. Organisations-, Arbeitgeber- und Mitarbeiterziele stehen im Einklang.

Für Exzellenz

In Zeiten von Gewinnmaximierung und Oberflächlichkeit steht die Bundesbank für herausfordernde, komplexe und tiefgehende Aufgaben. Sie steht für einen hohen Anspruch, in Inhalten, in Umsetzung, im Ergebnis. Sie steht für Kompetenz und Expertise. Und in Konsequenz dessen auch für eine analytische und operative Exzellenz. Heute und morgen.

Für Nachhaltigkeit und Zukunft

In unsicheren Zeiten steht die Bundesbank für Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit – als Institution und als Arbeitgeber. Sie steht für nachhaltiges Handeln, der Orientierung an langfristigen Zielen, Verbindlichkeit und schafft damit Vertrauen. Vertrauen in den Arbeitgeber. Vertrauen in die Institution. Vertrauen in Wirtschaft und Politik. Vertrauen in die Zukunft.

Für Individualität und Gemeinschaft

In Zeiten, in denen Beschäftigte als wichtigste Ressource betrachtet werden, steht die Bundesbank für Offenheit und Vertrauen, dem Einzelnen gegenüber und in der Gemeinschaft. Weil es um die Sache geht. Die Bundesbank steht für Mitarbeiterorientierung und Flexibilität. Eine Gemeinschaft mit einem gemeinsamen Ziel.

Einzigartigkeit leben

Damit stellt die Bundesbank das Verständnis davon, was Arbeiten bedeutet, in Frage. Glaubenssätze, dass man sich für Expertise oder Sinn, für Sicherheit oder Vielfalt, für Anspruch oder Ausgeglichenheit entscheiden muss, werden widerlegt. Arbeiten bei der Bundesbank ist anders. Folgt eigenen Regeln und steht für „Sowohl als auch“ statt für ein „Entweder-oder“.

GRUNDGEDANKE DER POSITIONIERUNG

**Unsere Herausforderung komplex -
Zentralbank in einem sich wandelnden Umfeld.**

**Unser Handeln wirkungsvoll -
in Deutschland, Europa und darüber hinaus.**

**Unsere Expertise von großer Bedeutung -
durch analytische und operative Exzellenz.**

**Unser Auftrag Stabilität zu sichern -
Richtungsweisend, innovativ und offen,
für unsere gemeinsame Währung und das
Gemeinwohl unserer Gesellschaft.**

KERNBOTSCHAFTEN

**Für richtungsweisendes Handeln**

Stark und unabhängig - durch Innovation und (digitale) Exzellenz den Wandel aktiv gestalten und die Stabilität der Währung wahren.

**Für den übergeordneten Sinn**

Bedeutsamkeit und Verantwortung. Die Bundesbank gestalten, Sinn leben, einen Mehrwert schaffen.

**Für Exzellenz**

Herausforderung, Anspruch, Kompetenz. Verantwortung und Expertise leben. Exzellenz schaffen.

**Für Nachhaltigkeit und Zukunft**

Verlässlichkeit, Stabilität, und Sicherheit – als Institution und als Arbeitgeber. Vertrauen schaffen.

**Für Individualität und Gemeinschaft**

Respekt und Wertschätzung, untereinander gegenüber dem Einzelnen. Individualität leben – Gemeinschaft schaffen.

**Einzigartigkeit leben**

Arbeiten neu verstehen. Sowohl als auch, statt Entweder- oder. Neue Prämissen schaffen.

LEISTUNGSVERSPRECHEN

- > > > **Sinn und Verantwortung, im Einklang mit den eigenen Werten arbeiten.**
- > > > **Herausforderungen begegnen, Exzellenz leben, Neues gestalten.**
- > > > **Wertschätzung, Gemeinschaft, ein konstruktives Umfeld haben.**
- > > > **Entwicklung, Entfaltung, den eigenen Sinn finden.**
- > > > **Dafür Sicherheit und Stabilität in jeder Lebensphase erfahren.**

DIE VIER PERSPEKTIVEN DES EMPLOYER BRANDING

**Organisationszweck & Kompetenz**

Den gesetzlichen Auftrag als unabhängige Institution zu erfüllen und Stabilität zu bewahren prägt die Bundesbank in ihrem Anspruch, der Art zu arbeiten und zu denken, bestimmt ihr Wesen als Arbeitgeber und gibt dem eigenen Tun Bedeutung.

**Attraktivitätsmerkmale**

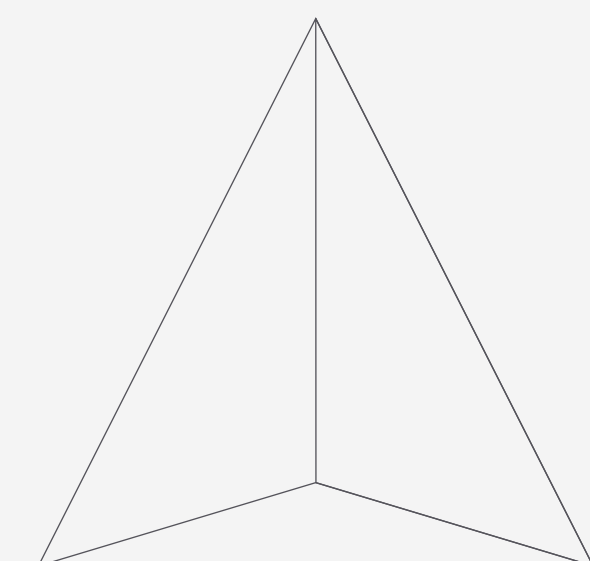
Auftrag und Struktur übertragen die Einzigartigkeit der Bundesbank als Institution auf die Einzigartigkeit als Arbeitgeber. Die Zusammenführung von Sinn, Inhalt, Sicherheit, Wertschätzung und Entwicklung wird als attraktiv empfunden.

**Kultur & Werte**

Verantwortung und Bedeutsamkeit der Arbeit prägen eine Kultur, die von Verbindlichkeit und Nachhaltigkeit geprägt ist – im Umgang mit dem Auftrag und den Mitarbeitern. Eine Kultur, die ihren Kern bewahrt und dabei nach mehr Offenheit strebt.

**Zukunftsbild & Vision**

Das Ziel ist, sich als Organisation neu zu definieren, neu zu positionieren und aktiv den Wandel zu gestalten. Fähigkeiten zu nutzen und Potentiale voll zu erschöpfen, den neuen Anforderungen begegnend, ohne bestehende Werte zu vergessen.



DIE IDENTITÄTSMERKMALE

Der gesetzliche Auftrag, der Beitrag zum Gemeinwohl, die Struktur der Bundesbank und die Wechselwirkung der einzelnen Aspekte definieren, was sie ausmacht und wofür sie steht. Die Bundesbank steht für...

- **Sinn / Bedeutung / Verantwortung / Stolz**
Der Organisationszweck ist prägendes Element der Arbeitgeberidentität. Er schafft Sinn, gibt dem Tun eine Bedeutung, führt zu Stolz und Verantwortung.

- **Unabhängigkeit / Einzigartigkeit**
Die Unabhängigkeit als Institution schafft einen Fokus auf den Inhalt und damit eine andere Art zu arbeiten.

- **Stabilität / Stärke / Nachhaltigkeit**
Verbindlichkeit und Zuverlässigkeit schaffen nachhaltig Stabilität, Sicherheit, Stärke und Vertrauen.

- **Herausforderung / Vielfalt / Exzellenz**
Herausforderung, Anspruch und Tiefgang schafften Expertise, Qualität und Exzellenz.

- **Wertschätzung / Individualität**
Wertschätzung und Respekt schaffen die Grundlage für Gemeinschaft und die eigene individuelle Sinnfindung.

CULTURAL FIT



Die Deutsche Bundesbank sucht Menschen, die sich mit ihrem Zweck, ihren Werten und ihrem Anspruch identifizieren und den an sie gestellten fachlichen Anforderungen gewachsen sind. Die Aufgabe, die Stellung und die Bedeutsamkeit erfordern Mitarbeiter, die Verantwortung annehmen, die reflektiert und motiviert sind, im bestehenden Rahmen Entwicklung und Veränderung anzustoßen und mitzutragen und die den fachlichen und inhaltlichen Anforderungen in einem komplexen und hochanspruchsvollen Umfeld gewachsen sind. Talente, die ihre Motivation aus Know How, Expertise und der Bedeutung ziehen. Die einen Arbeitgeber wollen, der sie im Einklang mit ihren Wertvorstellungen und Ansprüchen arbeiten lässt. Menschen, die bereit sind, zu diesem Zwecke auch neue Wege zu gehen und die Zukunft der Bundesbank mitzugestalten.



MARKTANFORDERUNGEN

Die Bundesbank agiert in einem Umfeld, das zunehmend von Internationalität, Komplexität, der Digitalisierung und einer Dynamisierung geprägt ist. Als Arbeitgeber wird sie somit, mit einem erhöhten Bedarf an spezialisierten, digital affinen Fachkräften sowie mit den Herausforderungen des demographischen Wandels konfrontiert. Der Wettbewerb am Arbeitgebermarkt ist stark, direkte Wettbewerber (Größen am Finanzmarkt, andere öffentliche Arbeitgeber, FinTech Start-Up-Szene uvm.) positionieren sich überwiegend sehr gut, mit aufwändigen Konzepten und klaren Strategien. Die strategisch relevanten Zielgruppen werden viel beworben und haben hohe Ansprüche an die Möglichkeiten der Selbstentfaltung, Entwicklung und Wertschätzung ohne auf attraktive Rahmenbedingungen und eine gute Work-Life-Balance verzichten zu wollen.