



10.03.2026 09:00 CET

BarmeniaGothaer präsentiert Employer Brand

Köln/Wuppertal, 10. März 2026 – Mit der Einführung ihrer Arbeitgebermarke setzt die BarmeniaGothaer einen klaren Impuls im Wettbewerb um Talente. Eine neue Karriere-Website, moderne Jobstory-Videos und ein harmonisiertes Recruiting-System schaffen ab sofort ein klar erkennbares, einheitliches und zukunftsorientiertes Arbeitgeberprofil.

Die neue Employer Brand ist das Ergebnis eines umfassenden Entwicklungsprozesses, der die Perspektiven der Mitarbeitenden und des Vorstands mit den Erkenntnissen einer eigens beauftragten Marktforschung

verbindet. Ziel des Prozesses war es, ein authentisches und glaubwürdiges Bild des Konzerns zu entwickeln und die Belegschaft aktiv in die Content-Produktion einzubeziehen. Auf dieser Grundlage beteiligten sich mehr als 120 Mitarbeitende an der Foto- und Videoproduktion und trugen maßgeblich zur Ausgestaltung der neuen Arbeitgebermarke bei. Das Ergebnis ist ein Arbeitgeberprofil, das intern Orientierung bietet und extern Wiedererkennung und Strahlkraft erzeugt. Das Wertefundament des Konzerns – menschlich, passioniert und unternehmerisch – bildet die Basis für das Nutzenversprechen der Arbeitgebermarke.

Ein wichtiger Meilenstein in einem anspruchsvollen Talentmarkt

Mit der neuen Employer Brand tritt die BarmeniaGothaer erstmals mit einem einheitlichen Arbeitgeberprofil auf – ein entscheidender Schritt in einem Arbeitsmarkt, in dem der Wettbewerb um Talente spürbar intensiver geworden ist. Denn Kandidat*innen vergleichen Arbeitgeber zunehmend branchenübergreifend nach Kultur, Entwicklungsperspektiven und Zukunftsfähigkeit – Kriterien, die weit über klassische Benefits hinausgehen. „Mit der neuen Employer Brand zeigen wir, wer wir sind und wofür wir stehen. Unsere Mitarbeitenden prägen unsere Zukunft – deshalb war es für uns wichtig, die Arbeitgebermarke gemeinsam mit ihnen zu entwickeln und unsere Kultur ehrlich abzubilden. Gerade weil der Wettbewerb um Talente deutlich intensiver geworden ist, ist eine authentische, starke Employer Brand heute noch entscheidender für unsere Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit“, betont Dr. Andreas Eurich, Co-CEO und Personalvorstand.

Die Employer Value Proposition – Kompass der neuen Arbeitgebermarke

Im Zentrum der neuen Arbeitgebermarke steht die Employer Value Proposition (EVP) als übergeordnetes Arbeitgebersversprechen. Sie verbindet Mindset, Leadership-Prinzipien und Unternehmensstrategie und bringt zum Ausdruck, was Arbeiten bei der BarmeniaGothaer ausmacht: individuelle Entfaltung, echte Entwicklungschancen, Mut zur Veränderung und ein starkes Miteinander. Gleichzeitig wurden klare Leitplanken für Sprache, Bildwelt und Storytelling definiert. Festgelegte Bildelemente wie die Inside-Box machen Menschen und Kultur erlebbar und schaffen Wiedererkennbarkeit über verschiedene HR-Disziplinen hinweg - vom Employer Branding über das Personalmarketing bis hin zum Recruiting. „Mit der gemeinsamen Employer Brand schaffen wir einen klaren, skalierbaren Rahmen für unseren Auftritt als Arbeitgeber“, erläutert Alexander Hohaus, Head of Employer Branding &

Talent Marketing. „Entscheidend ist ein konsistentes Gesamterlebnis: von der ersten Information über die Bewerbung bis zum täglichen Miteinander.“

Neue Karriere-Website und harmonisierte Recruiting-Landschaft

Mit dem externen Rollout starten auch die gemeinsame Karriere-Website, ein neues Stellenportal inklusive harmonisierter Stellenausschreibungen, Jobstory-Videos aus verschiedenen Bereichen sowie ein modernes Applicant Tracking System (ATS). Die einheitliche Recruiting-Landschaft sorgt für klare Prozesse und einen konsistenten Auftritt in allen Jobportalen. Damit entsteht ein Arbeitgeberauftritt, der alle Berührungspunkte verzahnt und ein durchgängig stimmiges Erlebnis über die gesamte Candidate Journey hinweg schafft.

Erfolgreiche Zusammenarbeit

Die Entwicklung und Umsetzung erfolgte in Zusammenarbeit mit der Marken- und Digitalagentur DES WAHNSINNS FETTE BEUTE sowie Thomas Mohn Fotografie und der whatchado GmbH für die Produktion der Jobstory-Videos.

Die BarmeniaGothaer Gruppe gehört mit rund acht Millionen Kundinnen und Kunden, 7.500 Mitarbeitenden sowie Beitragseinnahmen von rund 9,3 Milliarden Euro zu den Top10-Versicherern in Deutschland und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit.

Angeboten werden alle Versicherungssparten für Privat- und Firmenkunden. Dabei setzt das Unternehmen auf qualitativ hochwertige persönliche und digitale Beratung sowie die Unterstützung seiner Kundinnen und Kunden auch über die eigentliche Versicherungsleistung hinaus. Als einer der führenden Partner für den Mittelstand bieten die BarmeniaGothaer Unternehmen eine umfassende Absicherung gegen alle relevanten Risiken. Neben vielfältigen Schutzkonzepten unterstützen sie ihre Firmenkunden auch bei aktuellen Herausforderungen wie der Mitarbeitengewinnung und -bindung.

Privatkunden bietet die BarmeniaGothaer neben dem klassischen Versicherungsschutz und der Altersvorsorge auch digitale Services sowie vielschichtige Gesundheitsdienstleistungen. Als Versicherungsverein auf

Gegenseitigkeit ist die BarmeniaGothaer nur ihren Mitgliedern – also ihren Kundinnen und Kunden verpflichtet – nicht etwa Aktionären. Durch diese Unabhängigkeit kann das Unternehmen langfristig und nachhaltig im Sinne seiner Mitglieder agieren.

Kontaktpersonen



Ulrich Otto

Pressekontakt

Referent für Konzern- und Gesundheitsthemen

ulrich.otto@gothaer.de

+49 221 308-34614