



MöllerGroup GmbH

Ansprechpartnerin:

Elena Wolff (HR Business Partner)

<https://www.moellergroup.com/>

Die MöllerGroup ist ein traditionsreiches, global agierendes Familienunternehmen mit Hauptsitz in Bielefeld. Seit 1730 entwickelt und produziert die MöllerGroup technisch anspruchsvolle Produkte und Lösungen aus Kunststoff, Gummi und Metall. Die Unternehmensgruppe beschäftigt weltweit rund 2.000 Mitarbeitende an 15 Standorten in 5 Ländern und ist in den Bereichen Automobilindustrie, Maschinenbau, Agrarindustrie, Schienenfahrzeugindustrie und Sonderfahrzeugbau tätig. Unter dem Dach der MöllerGroup agieren spezialisierte Gesellschaften wie MöllerTech, MöllerWerke, MöllerFlex und MöllerMiner. Zu den Kund*innen zählen namhafte Unternehmen wie Daimler, BMW, Porsche, Rolls-Royce und Volkswagen sowie führende Unternehmen aus weiteren Industriebereichen.

„Entwicklung eines unternehmensweiten Corporate-Influencer-Programms zur Steigerung von Sichtbar- keit und Arbeitgeberattraktivität der MöllerGroup GmbH“

Datum und Uhrzeit der Durchführung:

10.08.2026, 9 – 16 Uhr

11.08.2026, 9 – 16 Uhr

12.08.2026, 9 – 16 Uhr

Ort der Durchführung:

MöllerGroup GmbH

Kupferhammer

33649 Bielefeld

Themenschwerpunkte:

- Marketing
- Corporate Communication

Ausgangssituation und Problembeschreibung:

Die Sichtbarkeit und Attraktivität der MöllerGroup GmbH als Arbeitgeber und innovativer Entwicklungspartner soll weiter gesteigert werden. Corporate Influencer – Mitarbeitende, die als Markenbotschafter*innen nach innen und außen auftreten – bieten großes Potenzial, um die vielfältigen Tätigkeitsfelder, Technologien und Karrieremöglichkeiten authentisch darzustellen. Bislang gibt es in der MöllerGroup GmbH noch kein strukturiertes Corporate Influencer Programm. Ziel ist es, ein ganzheitliches Konzept zu entwickeln, das die gesamte Belegschaft abbildet und sowohl für externe (Social Media, Hochschulvorträge, Messen etc.) als auch interne Kommunikation genutzt werden kann. Dabei müssen unternehmensspezifische Rahmenbedingungen (Design Manual, Betriebsvereinbarungen, Compliance) berücksichtigt werden.

Zielformulierung:

- Entwicklung eines praxisnahen Konzepts für den Aufbau, die Qualifizierung und den erfolgreichen Einsatz von Corporate Influencern bei der MöllerGroup GmbH.

Das Konzept soll folgende Aspekte abdecken:

- Auswahl geeigneter Corporate Influencer aus allen Bereichen und Hierarchieebenen der MöllerGroup GmbH (inkl. Kriterienkatalog)
- Definition relevanter Einsatzfelder und Kanäle (LinkedIn, Instagram, TikTok, interne Kanäle, externe Veranstaltungen, Hochschulvorträge etc.)
- Entwicklung eines Schulungs- und Onboarding-Konzepts (Social Media Guidelines, Go's & No Go's, Bildrechte, Storytelling, Compliance, Umgang mit Design Manual/Betriebsvereinbarungen)
- Vorschlag für Steuerungs- und Freigabeprozesse (Content-Planung, Abstimmung mit HR/Kommunikation, Monitoring)
- Entwicklung von Erfolgskriterien und KPIs zur Wirkungsmessung
- Erstellung eines Maßnahmenplans zur Einführung und nachhaltigen Umsetzung

Aufgabenbereiche:

- Analyse und Benchmarking bestehender Corporate Influencer Programme (Best Practices)
- Entwicklung eines Auswahlprozesses für Corporate Influencer (inkl. Kriterien für Diversität, abteilungs- und hierarchieübergreifende Repräsentanz)
- Ausarbeitung eines Kanalkonzepts (inkl. Social Media, Veranstaltungen, interne Kanäle)
- Erarbeitung eines modularen Schulungskonzepts (z. B. Social Media Guidelines, Bildrechte, Storytelling, rechtliche Rahmenbedingungen)
- Entwicklung eines Freigabe- und Steuerungsprozesses (z. B. Content-Freigabe, Abstimmung mit Unternehmenskommunikation, Feedbackschleifen)
- Definition von KPIs und Erfolgskriterien
- Erstellung eines konkreten Maßnahmenplans für den Roll-Out

Zielgruppe:

Studierende der Fachrichtungen:

- Betriebswirtschaftslehre
- Digital Humanities
- International Business Studies
- International Economics and Management
- Kultur und Gesellschaft
- Management
- Management Information Systems
- Medienwissenschaften
- Soziologie
- Wirtschaftsinformatik
- Wirtschaftspädagogik
- Wirtschaftswissenschaften

Erwünschte (Vor-)Kenntnisse:

- Interesse an Kommunikation, Social Media und Employer Branding
- Kreativität und analytisches Denken
- Teamfähigkeit und Eigeninitiative
- Bereitschaft zur Einarbeitung in die Strukturen und Produkte der MöllerGroup GmbH