Für alle Technikbegeisterten und Zukunftgestalter – eine Karriere bei SPIE!

SPIE startet neue Employer-Branding-Kampagne in Deutschland. Die Kampagne stellt die Technikbegeisterung und Zukunftsorientierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Fokus und verdeutlicht, wofür das Unternehmen steht: multitechnische Dienstleistungen für eine klimafreundliche und digitale Zukunft.

Mitarbeitende verkörpern authentisch die Multitechnik-Begeisterung von SPIE

Mit unserer Begeisterung für technische Dienstleistungen setzen wir uns für den Klimaschutz und die Digitalisierung ein. Das macht uns als Arbeitgeber aus, darauf sind wir stolz – und das sieht man unseren Kolleginnen und Kollegen in der Kampagne deutlich an.

Wir freuen uns daher sehr, dass 40 authentische Gesichter für die Multitechnik-Vielfalt von SPIE stehen: Das sind beispielsweise Ulrike, die sich als Objektbetreuerin für das reibungslose technische Facility Management auf dem EUREF-Campus in Berlin einsetzt, Romano, der gemeinsam mit seinen Kolleginnen und Kollegen in der Netzleitstelle dafür sorgt, dass der grüne Strom fließt, oder Eleazar aus Oberhausen, der im Sommer erfolgreich seine Ausbildung zum Industrieelektroniker abgeschlossen hat und nun den Elektroniker für Betriebstechnik absolviert.

„Wir rücken konsequent in den Fokus, was uns als Unternehmen auszeichnet: Unsere Kolleginnen und Kollegen, die ihre Technikbegeisterung für eine klimafreundliche und digitale Zukunft einsetzen. Ob im Kino, auf Instagram oder im Print: Wir geben authentische Einblicke in die Multitechnik-Welt vor Ort, wir erzählen die persönlichen Erfolgsgeschichten und greifen sympathisch die breite Expertise unserer Kolleginnen und Kollegen auf", gibt Dr. Constanze Blattmann, Leiterin Kommunikation von SPIE Deutschland & Zentraleuropa, einen Einblick in die Kommunikations- und Employer-Branding-Strategie und fasst zusammen: *„Wir haben kreative und ansprechende Formate entwickelt, die den Kern von SPIE zum Ausdruck bringen: Als Multitechnik-Dienstleister setzen wir uns für eine klimafreundliche und digitale Zukunft ein."*

Technikbegeisterung von AC bis UCC

Als Dienstleistungsunternehmen definieren wir uns einzig und allein über unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind es, die ihr Engagement und ihre Technikbegeisterung einbringen, Kundenprojekte zum Erfolg führen und Lösungen erarbeiten, die eine klimafreundliche und digitale Zukunft ermöglichen. Diese Begeisterung für komplexe Technik ist im gesamten Unternehmen spürbar und im positiven Sinne ansteckend. Kolleginnen und Kollegen erklären mit großer Freude die technischen Details ihrer Projekte und Lösungen. Im persönlichen Gespräch fallen dann gern zahlreiche Abkürzungen der Techniksprache. Für Laien kaum verständlich, für Technikbegeisterte das normalste der Welt. Genau das greift die Kampagne auf und reiht die gesamte Bandbreite der Multitechnik von 380kV, AC, DC über FttX bis TGA, IoT, FM und UCC kraftvoll aneinander.

„Wer sich da wiedererkennt, ist bei uns genau richtig. Denn wir als SPIE wollen all jene für uns begeistern, die ihre Expertise und Freude an komplexer Technik einbringen und sich gemeinsam mit unseren Kunden für den Klimaschutz und die Digitalisierung einsetzen wollen", sagt Markus Holzke, Geschäftsführer/CEO von SPIE Deutschland & Zentraleuropa.

Strategische Priorität: Employer of Choice

Die neue Kampagne ist Teil des breit angelegten Projektes Employer of Choice. Ziel des Projektes ist es, Maßnahmen und Lösungen zu entwickeln, um die positiven Erfahrungen der Mitarbeitenden zu stärken und neue Mitarbeitende für SPIE gewinnen.

Mehr zum Projekt erfahren Sie **hier** >

Weitere Information sowie alle Abkürzungen und deren Erläuterungen gibt es hier nochmals ausführlich zum Nachlesen

Alle Abkürzungen gibt's hier