

Stellenausschreibung

- Behörde:** Bezirksamt Mitte von Berlin
Amt/OE: Geschäftsbereich Bezirksbürgermeisterin
Pressestelle
- Bezeichnung:** Tarifbeschäftigte/r (m/w/d) BesGr.
 Entgeltgruppe E 10
Teil I der Entgeltordnung
zum TV-L
- Aufgabe/Funktion:** Digitales Personalmarketing / Human Resources - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Social Media Kommunikation (m/w/d)
mit 100 % der regelmäßigen Arbeitszeit
 Familienfreundliche Arbeitszeiten und Rahmenbedingungen werden in dienstlich
vertretbarem Umfang ermöglicht.
- Besetzbar:** ab 01.03.2026 unbefristet
 befristet 31.12.2027
- Einsatzort (Adresse):** 10551 Berlin, Mathilde-Jacob-Platz 1
- Kennzahl:** **53/2026**

Arbeitsgebiet:

Professionalisierung Personalmarketing & Schnittstelle zur Pressestelle

- Entwicklung und Verstärkung der Zusammenarbeit des Personalbereichs mit der Pressestelle, um Personalmarketing in die Gesamtstrategie der Öffentlichkeitsarbeit einzubetten.
- Sicherstellung einer konsistenten Außendarstellung: Das Amt spricht mit einer Stimme, auch in Fragen des Personalmarketings.
- Berücksichtigung der besonderen Anforderungen im Bereich Personalgewinnung (zielgruppenspezifische Ansprache, Nachwuchskräfte).
- Vermeidung von Doppelstrukturen: Die Stelle verbindet die Fachkompetenz des Personalbereichs mit der Kommunikationskompetenz der Pressestelle.
- Organisation, Koordination und Konzeptionierung sämtlicher personalbezogener Maßnahmen und Aktionen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit
- Regelmäßiger Austausch / Evaluation mit dem Personalbereich
- Die Projektstelle ist verankert in der Organisationsstruktur der Pressestelle

Social Media & New Media-Strategien

- Entwicklung zielgruppenorientierter Präsenz und strukturierter imagebildender Maßnahmen in sozialen Medien, Schwerpunkt Personalmarketing / Human Resources
- Contentplanung und Projektmanagement / Teilnahme an Personalmarketing-Netzwerktreffen
- Nutzung neuer Formate (z. B. kurze Videos, Storytelling, interaktive Beiträge).
- Monitoring aktueller Trends und Kommunikationsformen („Amt 2.0“-Sprech).

Authentizität durch Amtsfuencer und Influencer-Marketing

- Gewinnung und Begleitung von Mitarbeitenden, die Einblicke in den Arbeitsalltag geben.
- Schaffung einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke durch direkte Erfahrungsberichte.

Ansprache von Nachwuchskräften

- Präsenz auf den Plattformen, die junge Zielgruppen tatsächlich nutzen.
 - Vermittlung von Karrieremöglichkeiten in zielgruppengerechter Ansprache
- Produktion von Videoformaten in Absprache mit Pers und Pressestelle

Anforderungen:

Abgeschlossenes (Fach-)Hochschulstudium (Diplom/Bachelor) mit Schwerpunkt Medien, Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Germanistik sowie mehrjährige Berufserfahrung im Social-Media- oder Community-Management von Verwaltungen (insbesondere Pressestellen) oder öffentlichen Unternehmen.

Das als Anlage beigefügte bzw. auf „<https://www.berlin.de/ba-mitte/karriere/stellenangebote>“ abrufbare **Anforderungsprofil** ist Bestandteil der Stellenausschreibung. Das Anforderungsprofil gibt detailliert wieder, welche Kompetenzen die Stelle erfordert und ist Grundlage für die Auswahlentscheidung.

Frauen werden bei gleichwertiger Qualifikation (Eignung, Befähigung und fachliche Leistung) bevorzugt berücksichtigt.

Schwerbehinderte Menschen oder diesen gleichgestellte behinderte Menschen werden bei gleichwertiger Qualifikation (Eignung, Befähigung und fachliche Leistung) bevorzugt berücksichtigt.

Bewerbungen von Menschen mit Migrationshintergrund sind ausdrücklich erwünscht.

Sofern Sie bereits im öffentlichen Dienst beschäftigt sind, ist für das Auswahlverfahren eine aktuelle dienstliche Beurteilung erforderlich. Bitte veranlassen Sie, dass in Ihrer Personalakte eine entsprechende dienstliche Beurteilung enthalten ist. Zudem werden Sie gebeten, in Ihrer Bewerbung Ihr Einverständnis zur Einsichtnahme in Ihre Personalakte – auch durch die Beschäftigtenvertretungen – zu erklären.

Falls Sie nicht im öffentlichen Dienst tätig sind, fügen Sie ihrer Bewerbung bitte ein aktuelles qualifiziertes Arbeitszeugnis bei.

Die Übersendung eines Bewerbungsfotos ist nicht erforderlich.

Bei Interesse bewerben Sie sich bitte **innerhalb von einer Woche nach Veröffentlichung** vorzugsweise online über das Karriereportal, der zentralen Bewerbungsplattform der Berliner Verwaltung, unter der folgenden Internetadresse:

<https://www.karriereportal-stellen.berlin.de/Digitales-Personalmarketing-Human-Resources-Press-und-oef-de-j64770.html>

Sollte Ihnen dies ausnahmsweise nicht möglich sein, senden Sie Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen direkt an das Bezirksamt Mitte von Berlin (Kontaktdaten s. <http://www.berlin.de/ba-mitte>).

Im Auftrag

B a r a n e k

Anforderungsprofil	Stand: 09.02.2026
	Ersteller/in: BzBm B1, StDPersFin ID 1

Die grau unterlegten Felder markieren den verbindlichen Teil des Basisanforderungsprofils.

<p>Stellentitel / Funktion:</p> <p>Digitales Personalmarketing / Human Resources - Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Social Media Kommunikation</p>
<p>Dienststelle:</p> <p>Bezirksamt Mitte von Berlin</p> <p>Geschäftsbereich der Bezirksbürgermeisterin</p> <p>Pressestelle / Webredaktion</p>

1	<p>Beschreibung des Arbeitsgebietes</p> <p>Professionalisierung Personalmarketing & Schnittstelle zur Pressestelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung und Verstetigung der Zusammenarbeit des Personalbereichs mit der Pressestelle, um Personalmarketing in die Gesamtstrategie der Öffentlichkeitsarbeit einzubetten. • Sicherstellung einer konsistenten Außendarstellung: Das Amt spricht mit einer Stimme, auch in Fragen des Personalmarketings. • Berücksichtigung der besonderen Anforderungen im Bereich Personalgewinnung (zielgruppenspezifische Ansprache, Nachwuchskräfte). • Vermeidung von Doppelstrukturen: Die Stelle verbindet die Fachkompetenz des Personalbereichs mit der Kommunikationskompetenz der Pressestelle. • Organisation, Koordination und Konzeptionierung sämtlicher personalbezogener Maßnahmen und Aktionen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit • Regelmäßiger Austausch / Evaluation mit dem Personalbereich • Die Projektstelle ist verankert in der Organisationsstruktur der Pressestelle <p>Social Media & New Media-Strategien</p> <ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung zielgruppenorientierter Präsenz und strukturierter imagebildender Maßnahmen in sozialen Medien, Schwerpunkt Personalmarketing / Human Resources • Contentplanung und Projektmanagement / Teilnahme an Personalmarketing-Netzwerktreffen • Nutzung neuer Formate (z. B. kurze Videos, Storytelling, interaktive Beiträge). • Monitoring aktueller Trends und Kommunikationsformen („Amt 2.0“-Sprech). <p>Authentizität durch Amtfluencer und Influencer-Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung und Begleitung von Mitarbeitenden, die Einblicke in den Arbeitsalltag geben. • Schaffung einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke durch direkte Erfahrungsberichte. <p>Ansprache von Nachwuchskräften</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsenz auf den Plattformen, die junge Zielgruppen tatsächlich nutzen. • Vermittlung von Karrieremöglichkeiten in zielgruppengerechter Ansprache • Produktion von Videoformaten in Absprache mit Pers und Pressestelle
----------	---

2	<p>Formale Anforderungen</p> <p>Abgeschlossenes (Fach-)Hochschulstudium (Diplom/Bachelor) mit Schwerpunkt Medien, Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Germanistik sowie mehrjährige Berufserfahrung im Social-Media- oder Community-Management von Verwaltungen (insbesondere Pressestellen) oder öffentlichen Unternehmen.</p>
----------	---

Gewichtungen
entfallen hier

3.	Leistungsmerkmale	Gewichtungen *			
		4	3	2	1
3.1	Fachkompetenzen				
3.1.1	<p>Digitale Kompetenz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kennt aktuelle Entwicklungen und Projekte im Bereich der Digitalisierung • Nutzt digitale Werkzeuge bei der gemeinsamen Erarbeitung von Dokumentationen • Kann Inhalte in verschiedenen Formaten bearbeiten, zusammenführen, präsentieren und veröffentlichen oder teilen 	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.1.2	<p>Allgemeine Rechtskenntnisse</p> <p>Kenntnisse des allgemeinen Verwaltungsrechts (z.B. BezVG), des Haushaltsrechts (LHO, AV LHO), des Vergaberechts, der verwaltungsspezifischen Bearbeitungsstandards (GGO I, AZG) und des Aufbaus und Struktur der Berliner Verwaltung sowie der Verwaltungsabläufe</p>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.1.3	<p>Social Media-Kenntnisse</p> <p>Ausgeprägte Social Media-Kenntnisse, Erfahrung in Community-Management und Content-Management, Kenntnisse über die gängigen Plattformen in den sozialen Netzwerken und ihrer Weiterentwicklung</p>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.1.4	<p>Projektmanagement</p> <p>Kenntnisse des Projektmanagements, u.a. Zeit- und Ressourcenplanung, Aufgabenplanung, Projektcontrolling, Arbeit in projektspezifischen Gremien, Beteiligungsnotwendigkeiten</p>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3.2	Persönliche Kompetenzen	Gewichtungen *			
		4	3	2	1
3.2.1	<p>Leistungs-, Lern- und Veränderungsfähigkeit</p> <p>► <i>Fähigkeit, auch unter schwierigen Bedingungen engagiert zu arbeiten, den Handlungsrahmen auszufüllen und aktiv Wissen und Erfahrungen einzubringen sowie sich auf neue Aufgaben einzustellen und neue Kenntnisse zu erwerben</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • setzt (auch) unter Zeitdruck ergebnisorientierte Prioritäten • reagiert auf kurzfristige Veränderungen souverän und passt Handlungsstrategien den veränderten Rahmenbedingungen an • ist aufgeschlossen gegenüber neuen Ideen und Ansätzen und für neue, unkonventionelle Wege und Lösungen 	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

		Gewichtungen *			
		4	3	2	1
3.2.2	Organisationsfähigkeit ► <i>Fähigkeit, vorausschauend zu planen und zu strukturieren und entsprechend zu agieren</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> • steuert, unterstützt und überprüft den Zielerreichungsprozess vorausschauend 				
	<ul style="list-style-type: none"> • stellt notwendige Informations- und Kommunikationswege sicher • fördert die fachliche Zusammenarbeit 				
3.2.3	Ziel- und Ergebnisorientierung ► <i>Fähigkeit, Denken und Handeln auf ein gewünschtes Ziel hin auszurichten und die erforderlichen Ressourcen effizient einzusetzen</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> • stellt aufgabenkritische Überlegungen an 				
	<ul style="list-style-type: none"> • behält Zielsetzung im Auge, führt darauf zurück 				
	<ul style="list-style-type: none"> • moderiert Diskussionen zielgerichtet und zielsicher 				
3.2.4	Entscheidungsfähigkeit ► <i>Fähigkeit, zeitnahe und nachvollziehbare Entscheidungen zu treffen und dafür Verantwortung zu übernehmen</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> • setzt und begründet Schwerpunkte bzw. Prioritäten 				
	<ul style="list-style-type: none"> • bezieht alle zur Verfügung stehenden und erforderlichen Informationen in die Entscheidungsvorbereitung ein 				
	<ul style="list-style-type: none"> • trifft nachvollziehbare, ergebnisorientierte Entscheidungen in angemessener Zeit 				

3.3	Sozialkompetenzen	Gewichtungen *			
		4	3	2	1
3.3.1	Kommunikationsfähigkeit ► <i>Fähigkeit, sich personen- und situationsbezogen auszutauschen</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> • informiert zielgerichtet und zeitnah 				
	<ul style="list-style-type: none"> • argumentiert verständlich, gliedert klar, bleibt beim Thema, beschränkt sich auf das Wesentliche 				
	<ul style="list-style-type: none"> • setzt Visualisierungsmittel, -techniken und Medien situations- und personenbezogen ein 				
3.3.2	Kooperationsfähigkeit ► <i>Fähigkeit, sich konstruktiv respektvoll mit anderen auseinanderzusetzen und partnerschaftlich zusammenzuarbeiten, Konflikte zu erkennen und tragfähige Lösungen anzustreben</i>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<ul style="list-style-type: none"> • verarbeitet konstruktiv und vertrauensvoll mit anderen zusammen 				
	<ul style="list-style-type: none"> • fördert die bereichsübergreifende Zusammenarbeit 				
	<ul style="list-style-type: none"> • geht auf andere zu und integriert sie in Prozesse bzw. Verfahren 				

		Gewichtungen *			
		4	3	2	1
3.3.3	Dienstleistungsorientierung ► <i>Fähigkeit, die Arbeit als Dienstleistung für die externe und interne Kundschaft zu begreifen</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	• äußert sich verständlich und adressatenbezogen				
	• arbeitet gern mit Außenkontakten				
	• bringt das eigene Fachwissen zweck- und sachdienlich und zum geeigneten Zeitpunkt ein				
3.3.4	Diversity-Kompetenz ► ► <i>Fähigkeit, Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Menschen (u.a. hinsichtlich Lebensalter, Geschlecht, Behinderung, Migrationsgeschichte, Religion, sexueller und geschlechtlicher Identität, chronischer Krankheit, sozialem Status, Sprache) wahrzunehmen, in der Aufgabenwahrnehmung zu berücksichtigen, bestehende Barrieren abzubauen und einen diskriminierungsfreien und wertschätzenden Umgang zu pflegen</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	• identifiziert Unterschiede und Ungleichbehandlungen der Geschlechter und wirkt aktiv auf Chancengleichheit hin				
	• zeigt Einfühlungsvermögen für die Empfindungen und Bedürfnisse anderer				
	• erkennt kulturell geprägte Wahrnehmungs- und Bewertungstereotype bei sich und anderen und kann erforderlichenfalls konstruktiv damit umgehen				
3.3.5	Migrationsgesellschaftliche Kompetenz ► <i>Fähigkeit, gemäß § 3 Absatz 4 PartMigG</i> 1. <i>bei Vorhaben, Maßnahmen und Programmen die Auswirkungen auf Personen mit und ohne Migrationsgeschichte beurteilen und ihre Belange berücksichtigen zu können,</i> 2. <i>die durch Diskriminierung und Ausgrenzung von Personen mit Migrationsgeschichte entstehenden teilhabehemmenden Auswirkungen zu erkennen und zu überwinden sowie</i> 3. <i>insbesondere im beruflichen Kontext Personen mit Migrationsgeschichte respektvoll und frei von Vorurteilen und Diskriminierung zu behandeln.</i>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	• weiß um die strukturelle Benachteiligung von Menschen mit Migrationsgeschichte und wendet Kenntnisse über Instrumente und deren Abbau an				
	• weiß um und berücksichtigt die Vielfältigkeit der Lebenssituationen, Lebensstile und Erfahrungen von Menschen mit Migrationsgeschichte				
	• pflegt einen offenen, respektvollen und achtsamen Umgang gegenüber Menschen mit Migrationsgeschichte				