



# Die Caritas zeigt **Gesicht.**

Eine Kampagne der Caritasverbände  
im Bistum Limburg

# „Die Caritas zeigt Gesicht“ kurz und knapp

## Zwei Ziele

Die Kampagne „Die Caritas zeigt Gesicht“ verfolgt zwei Ziele. Zum einen wollen wir die Marke Caritas stärken, zum anderen möchten wir Vorurteile gegenüber der Caritas als Arbeitgeber abbauen – mit einer Kampagne, die informiert und motiviert, aber auch provoziert und zum Nachdenken einlädt.

## Acht Mitarbeitende

Unsere Models sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen sieben Caritasverbänden im Bistum Limburg. Sie zeigen für die Kampagne ihr Gesicht und erzählen von ihren ganz persönlichen Erfahrungen bei und mit der Caritas. Mit starken Statements und berührenden Geschichten geben sie Einblicke in die Vielfältigkeit der Caritas, ihre Dienste, die Einrichtungen und Menschen, die bei uns arbeiten.

# Editorial

Sehr geehrte Damen und Herren,

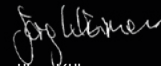
wir freuen uns, Ihnen mit „Die Caritas zeigt Gesicht“ eine ganz besondere Kampagne präsentieren zu dürfen.

Das Caritas-Logo mit dem Flammenkreuz ist weltweit bekannt. Allein im Bistum Limburg gehören über 100 Rechtsträger, z. B. Caritasverbände, Fachverbände und korporative Mitglieder zur Caritas. In der Öffentlichkeit wird Deutschlands größter Wohlfahrtsverband jedoch als eine Marke wahrgenommen. Das legt eine gemeinsame Arbeitgebermarketingkampagne nahe. Der Caritasverband für die Diözese Limburg und die sieben Orts-caritasverbände haben sich zusammengetan, um die Caritas so zu zeigen, wie sie wirklich ist: ein moderner, attraktiver Arbeitgeber mit sinnstiftender Arbeit und fairen Bedingungen.

Wie kann das besser gelingen als über Erfahrungen aus erster Hand: Mahmoud, Evelyn, Patrick, Simone, Cathrin, Ricarda, Ulrike und Hannah – „echte“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Orts-caritasverbänden im Bistum Limburg – lassen die Caritas durch ihre persönliche Geschichte als vielfältige Organisation mit Tradition und christlichen Werten lebendig werden. In Zeiten von Fachkräftemangel und Personalknappheit möchte unsere Kampagne die Caritas auch bei den Menschen in den Fokus rücken, die die Caritas als Arbeitgeber bislang noch gar nicht in Betracht gezogen haben.

Unser Dank und Respekt gilt unseren acht Models. Mit ihren engagierten Testimonials geben sie der Caritas ein Gesicht und machen die Kampagne so überhaupt erst möglich. Das Ergebnis ist frisch, bunt, divers und kann sich unserer Meinung nach sehen lassen.

Übrigens, wer noch nicht zur großen Caritas-Familie gehört, sollte am besten gleich einen Blick in die Stellenbörse der Caritasverbände im Bistum Limburg werfen: [www.caritas.work](http://www.caritas.work)



Jörg Klärner  
Diözesancaritasdirektor



Dr. Karl Weber  
Diözesancaritasdirektor



# Eine Kampagne mit Profil

## Caritas? Bunt, divers, vielfältig!

Die Kampagne „Die Caritas zeigt Gesicht“ überrascht, provoziert und spielt mit Vorurteilen. Sie kommt jung, frech und mutig daher und räumt mit dem vermeintlich verstaubten Image der Caritas auf.

Unsere Models Mahmoud, Evelyn, Patrick, Simone, Cathrin, Ricarda, Ulrike und Hannah sind echte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie geben der Kampagne ihr Gesicht und zeigen mit ihrer persönlichen Geschichte, wie die Caritas wirklich ist. Für den einen oder die andere wird das vielleicht überraschend, auf jeden Fall aber erfrischend sein, die Caritas von einer ganz neuen Seite kennenzulernen.

## Das haben wir gemeinsam gemacht

Die Mitarbeiter:innen der Caritasverbände im Bistum Limburg wurden von Anfang an in die Entwicklung der Kampagne einbezogen. Über eine Onlineumfrage und vier Workshops im Januar 2022 brachten sie ihre Themen ein, tauschten sich über die Arbeit und ihre Erfahrungen bei der Caritas aus und nahmen so maßgeblich Einfluss auf die Ausrichtung der Kampagne. Die Einbindung der Mitarbeitenden bei der Entwicklung der Kampagne war ein zentrales Anliegen des Projektteams und Ausdruck einer gelebten Caritaskultur.

## Auf der Suche nach dem Echten

25 Mitarbeiter:innen haben sich als Model beworben, jede:r einzelne eine beeindruckende Persönlichkeit. Bei der Auswahl kam es dem Projektteam vor allem auf die persönliche Botschaft des Models an. Außerdem sollten Alter, Herkunft und Berufsbild die Vielfalt der Caritas repräsentieren.



## Licht aus, Spot an

Die acht ausgewählten Models, aus jedem der sieben Ortscaritasverbände mindestens eine Person, wurden zu einem zweitägigen Fotoshooting nach Limburg eingeladen. Für diesen Anlass verwandelte die Crew das Priesterseminar in ein professionelles Fotostudio.

Aus den zunächst einander völlig fremden und bunt zusammengewürfelten Beteiligten entstand rasch eine Gemeinschaft. Während des Fotoshootings herrschte in der Maske, auf den Fluren und im Garten reges Treiben.

An zwei ereignisreichen Tagen wurden Fotos geschossen, das Making-of-Video gedreht und ausführliche Interviews mit den Protagonistinnen und Protagonisten geführt. In diesen Gesprächen gaben die Models vor laufender Kamera sehr persönliche Einblicke und verrieten, was ihnen bei ihrer Arbeit besonders am Herzen liegt.

## Viel mehr als ein Slogan

Über sieben Stunden Videoaufnahmen von den Interviews bildeten das Rohmaterial, aus dem die Headlines für die Plakate getextet wurden. Die Slogans überraschen, regen zum Nachdenken an und machen neugierig. Wer genauer hinschaut, erfährt im Copytext – so heißt das Kleingedruckte im Fachjargon – mehr über das Model und seine Arbeit bei der Caritas.

## Launch auf Bildschirm- und Großflächen

Am 30. September 2022 geht die Kampagne an die Öffentlichkeit. Während die Headlines auf den großen Werbeflächen auch im Vorbeifahren gut zu lesen sind, richtet sich der Copytext an alle, die zu Fuß an den über 400 Plakatflächen im ganzen Bistum Limburg vorbeikommen: sei es am Frankfurter Hauptbahnhof, auf belebten Straßen und Plätzen in Wiesbaden, Montabaur und Wetzlar oder an den Bushaltestellen in kleineren Ortschaften. Parallel startet die Kampagne in den Sozialen Medien bei Facebook, Instagram, YouTube und TikTok – überall dort, wo die Menschen die Caritas als Arbeitgeber vielleicht noch nicht im Blick hatten und sich von der Begeisterung der Models anstecken lassen.

# Jede:r Einzelne ist gefragt

## Und so sind wir gestartet

Mit dem Launch geht die Kampagne „Die Caritas zeigt Gesicht“ bereits in die zweite Phase. Der Start war wesentlich leiser, da das Projektteam erst einmal aufmerksam zuhörte. Phase 1 startete im Dezember 2021 und nahm die wichtigste Ressource der Caritas in den Blick: die Mitarbeiter:innen.

## Ein Fragebogen als Seismograph

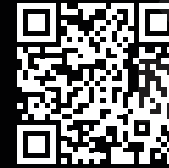
Über die Einladung zur Onlineumfrage kamen die Mitarbeitenden in den Geschäftsstellen, Diensten und Einrichtungen der Caritasverbände erstmals mit der Kampagne in Berührung. Im Mittelpunkt stand die Frage, was sie stolz auf die Caritas macht, was ihren Anstoß erregt und was verändert werden sollte. Heraus kam ein facettenreiches Meinungsbild, bei dem sich schnell die Stärken und das Potential der Caritas herauskristallisierten. So identifizieren sich 58,9 Prozent der Befragten stark oder sehr stark mit der Caritas. Mehr als jedem zweiten Teilnehmenden (51,5 Prozent) ist die christliche Ausrichtung wichtig oder sehr wichtig.

## Tiefenbohrung im Onlineworkshop

Der Fragebogen hat zentrale Fragen zum Profil der Caritas angestoßen und das Interesse der Mitarbeitenden geweckt. So wurde die Einladung zur Vertiefung im persönlichen Austausch von zahlreichen Mitarbeiter:innen gerne angenommen. In den vier Onlineworkshops erfuhren die Teilnehmenden Hintergründe zur Kampagne. In Breakout Sessions wurde es dann rasch persönlich, als die Beteiligten sich gegenseitig ihre berührendsten, überraschendsten und aufregendsten Momente bei der Caritas erzählten. Bei dem einen oder anderen Gänsehautmoment wurde das Profil der Caritas als christlicher Sozial- und Wohlfahrtsverband spürbar, insbesondere wenn die Mitarbeitenden über ihr konkretes Tun im Berufsalltag und ihre Motivation berichteten.

Genau dieses besondere Caritasprofil, die Begeisterung und das beeindruckende Engagement – hier schließt sich der Kreis wieder – bildeten das Fundament für die zweite Phase der Kampagne. Dabei ging der Plan des Projektteams auf, dass der eine oder andere Mitarbeitende über eine Teilnahme an der Kampagne als Model nachdachte und sich später auch bewarb.

# Das Making-of-Video



Neugierig?  
Einfach den QR-  
Code scannen und  
das Making-of-Video  
zur Kampagne  
ansehen!



# Ich biete Wohnungslosen ein doppeltes Netz: sozial und digital.

## Ricarda (32)

Als Sozialarbeiterin unterstützt Ricarda wohnungslose Menschen in ihrem Alltag. Mit ihrem Team koordiniert sie Hilfsangebote und bietet in den Räumlichkeiten der Caritas ein lebendiges soziales Netzwerk. Aber: Auch das digitale Netz muss Wohnungslosen zur Verfügung gestellt und erklärt werden, etwa um online Termine beim Amt vereinbaren zu können. So hat Ricarda mit Unterstützung der Caritas die digitalSprechstunde ins Leben gerufen – denn gesellschaftliche Teilhabe heißt auch digitale Teilhabe!

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)







„Morgens Kaffee machen, die ersten Klient:innen und Kolleg:innen begrüßen und mit denen quatschen: Ich gehe einfach furchtbar gerne zur Arbeit!“

”  
Mein Gesicht steht für Familie.

# Ich helfe, wie Ihr mir geholfen habt.

## Mahmoud (35)

Den Krieg in Syrien hinter sich zu lassen, war die schwerste Zeit in Mahmouds Leben. Zuflucht fand er in Deutschland – und bei der Caritas, bei der er heute als Altenpflegehelfer arbeitet. Mit großem Respekt begegnet er den Seniorinnen und Senioren – und sieht in ihnen immer wieder seinen eigenen Vater.

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)





„Ich habe mich wiedergefunden bei der Caritas – durch Wertschätzung und Anerkennung.“

Mein Gesicht steht dafür, andere zu motivieren, in der Altenpflege bei der Caritas zu arbeiten.

# Alle **katholisch?** Wie langweilig.

## Simone (51)

Simone ist durch und durch Ordensschwester. Als gelernte Sozialarbeiterin hat sie sich bereits bei verschiedenen Trägern und Einrichtungen engagiert. Eher zufällig ist es dann schließlich die Caritas geworden und Simone ist froh, dass es dort ziemlich interkulturell und multikonfessionell zugeht. Alles andere wäre für sie „furchtbar langweilig!“.



[www.caritas.work](http://www.caritas.work)





„Caritas macht so viele, unfassbar tolle Sachen. Ich finde, dass katholische Träger ruhig mal zeigen dürfen, was sie draufhaben.“

„Mein Gesicht steht für Lebensfreude und Spaß an der Arbeit mit Menschen.“

# Tattoos, Piercings und ein Job, der unter die Haut geht.

## Cathrin (37)

Cathrin wird von vielen Leuten als „schillernde Persönlichkeit“ beschrieben – und das ist nicht immer nur auf ihr Äußeres bezogen. Als Suchttherapeutin hat sie bei der Caritas den Job ihres Lebens gefunden – und war beinahe erstaunt, dass Tattoos, Piercings und Haarfarbe keine Sekunde Thema im Vorstellungsgespräch waren. Warum auch?

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)





„Das Schönste an meinem Job? Dabei zu sein, wenn Leute es schaffen, über sich hinaus zu wachsen.“

Mein Gesicht steht für ... Ich könnte jetzt ganz abgedroschen „Nächstenliebe“ sagen. Aber tatsächlich ist es so.

# So haben Sie sich eine **Kita-Leiterin** immer vorgestellt.

## Patrick (34)

Als Leiter einer Kindertagesstätte zeigt Patrick, dass klassische Rollenbilder im beruflichen Umfeld genauso überholt sind wie Klischees und Vorurteile in unserer Gesellschaft. Dass noch viel zu tun ist, weiß er nicht nur – er packt es an: Bei der Caritas hat er sein Wirkungsfeld und seinen Traumjob gefunden. Er setzt sich in einem Arbeitskreis gegen Rassismus ein, leistet Aufklärungsarbeit an Schulen und liefert jeden Tag einen Beitrag, damit Kinder in einem achtsamen und liebevollen Miteinander aufwachsen.

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)







„Die Caritas ist kein altbackenes  
Konstrukt.“

Mein Gesicht steht für  
Wertschätzung und Respekt.

# Alleinerziehend? Am besten bei der Caritas.

## Evelyn (52)

„Die Caritas hat sich bei mir beworben“, sagt Evelyn, die ihre Jobzusage schließlich per WhatsApp bekam. Die beste Entscheidung ihres Lebens, wie sie sagt, denn bei der Caritas hat sie nicht nur ein Team gefunden, mit dem sie leidenschaftlich gern ihrer Berufung in der häuslichen Altenpflege nachgeht, sondern auch einen Arbeitgeber, der ihr die Arbeitszeiten eingerichtet hat, die sie als Alleinerziehende brauchte.

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)





„Als ich bei der Caritas anfang, wurde  
mein Leben als alleinerziehende Mutter  
einfacher.“

„Mein Gesicht steht für die Hoffnung,  
dass sich mehr Menschen für einen  
Pflegeberuf entscheiden.“

# Wo ich **herkomme?** Aus der Demenzberatung.

## Ulrike (56)

„Nein, ich meine, wo Du EIGENTLICH herkommst“ – so oder so ähnlich äußert sich der Alltagsrassismus, den Ulrike häufig erlebt. Während sie in der Regel stark kontert, hört sie manchmal auch einfach genervt weg. In ihren Beratungsstunden hingegen, in denen sie Hilfesuchende über Demenz aufklärt, hört sie ganz genau hin und weiß Rat. Was sie auch weiß: „Die Caritas muss bunter werden!“

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)





„Das Schönste an meiner Arbeit ist, wenn ich aus einem Beratungsgespräch rausgehe und die Leute „Danke!“ sagen.“

Mein Gesicht steht für die Unterstützung von Menschen.

# Ich halte, was die Kirche verspricht.

## Hannah (26)

„Ich glaube. Aber ich glaube auch, dass sich etwas ändern muss“, sagt Hannah über die katholische Kirche. Viele christliche Werte passen ihrer Meinung nach zwar nach wie vor hervorragend in die Gesellschaft, aber besonders bei Geschlechtergerechtigkeit und Teilhabe sieht sie enormen Handlungsbedarf. Bei der Caritas allerdings, da ist sich Hannah sicher, kann sie die Nächstenliebe nach biblischem Vorbild ausleben.

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)





„Die Caritas ist den Menschen zugewandt:  
sowohl den Klient:innen als auch den  
Mitarbeitenden.“

Mein Gesicht steht für Gerechtigkeit  
auf allen gesellschaftlichen Ebenen.





# Und wenn es ein Job mit Menschen würde?



Die Wortwolke ist in den Onlineworkshops in der ersten Phase der Kampagne entstanden. Bei der Frage „Was motiviert Sie bei der Caritas zu arbeiten?“ mussten die Teilnehmenden nicht lange überlegen. Das Ergebnis bringt den Wesenskern der Caritas – die Grundhaltung gegenüber Menschen – auf den Punkt: Menschlichkeit, Wertschätzung, Nächstenliebe und Vielfalt.

In der Onlineumfrage zur Kampagne haben 70,3 Prozent der Befragten angegeben, dass sie die Caritas als Arbeitgeber weiterempfehlen würden. Das liegt sicher wesentlich daran, dass sie die Arbeit mit und für Menschen als sinnstiftend erfahren. Insgesamt arbeiten 20.000 Männer und Frauen in Voll- oder Teilzeit in den 761 Diensten und Einrichtungen der Caritas im Bistum Limburg. In Kitas und Krankenhäusern, Wohnheimen für Jugendliche, Angeboten in der Behindertenhilfe, Altenheimen, Sozialstationen usw. engagieren sie sich beispielsweise als Pflegekräfte, Sozialarbeiter:innen, Sozialpädagog:innen und Verwaltungskräfte. Täglich setzen sie sich für ihre Mitmenschen ein und tragen so dazu bei, die Welt ein kleines bisschen besser zu machen.

## „Sie identifizieren sich mit den Zielen der Caritas“

Diese oder eine ähnliche Formulierung findet sich in allen Stellenausschreibungen der Caritas. Was ist damit gemeint? Caritas ist eine Grundhaltung gegenüber Menschen, besonders gegenüber Menschen in Not. Wer diesen Antrieb verspürt, wird sich bei der Caritas genauso wohlfühlen wie die Models der Kampagne – unabhängig von Herkunft oder Religion.

# Werden Sie Teil des Teams: Das macht Sinn!

Wer auf der Suche nach einem sinnstiftenden und sicheren Arbeitsplatz ist, bei dem der persönliche Einsatz geschätzt wird und die Konditionen fair sind, wird bei der Caritas fündig. Die Vorteile können sich sehen lassen:

## Finanzielle Vorteile

- Attraktives Gehaltspaket nach dem Tarif der Caritas (AVR)
- Vermögenswirksame Leistungen
- Betriebliche Zusatzrente (KZVK)
- Jahressonderzahlung bzw. Weihnachtsgeld
- 30 Tage Urlaub
- Zuschuss zum Krankengeld ab dem 43. Tag
- Vergünstigungen über Rahmenabkommen
- Dienstwagennutzung nach Verfügbarkeit und Arbeitsbereich
- Jobrad zur privaten Nutzung (teilweise mit Arbeitgeberzuschuss)

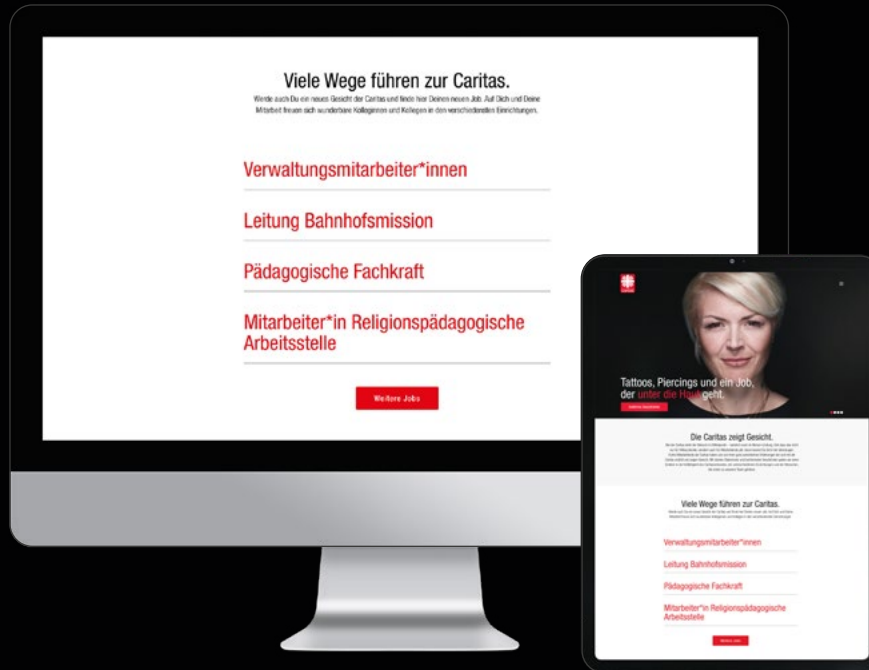
## Persönliche Vorteile

- Eigenverantwortliches Arbeiten
- Gute Arbeitsatmosphäre
- Individuelle Förderung und vielfältige Karriereperspektiven
- Kontinuierliche Fort- und Weiterbildung
- Supervision und Coaching
- Zukunftssicherer Arbeitsplatz
- Spirituelle Angebote

## Organisatorische Vorteile

- Flexible Arbeitszeitmodelle
- Familienfreundlichkeit und gute Work-Life-Balance
- Mobile Office in vielen Bereichen
- Arbeitsbefreiung in besonderen Situationen, z. B. Betreuung erkrankter Kinder
- Arbeitsbefreiung bei außergewöhnlichen Anlässen, z. B. Umzug

# Neugierig geworden? [www.caritas.work](http://www.caritas.work)



Die Jobbörse [www.caritas.work](http://www.caritas.work) bündelt alle freien Stellen und Ausbildungsplätze der Orts Caritasverbände und des Diözesan Caritasverbandes. Mit einem Klick gelangen Bewerber:innen auf die Homepage des jeweiligen Caritasverbandes und finden dort Kontaktdaten und weitere Informationen.

[www.caritas.work](http://www.caritas.work)



# Das Shooting: Ein Blick hinter die Kulissen





# Impressum, Team, Nachweise

„Die Caritas zeigt Gesicht“ ist eine Kampagne der Caritasverbände im Bistum Limburg.

- Caritasverband für die Diözese Limburg e. V.
- Caritasverband Frankfurt e. V.
- Caritasverband für den Bezirk Hochtaunus e. V.
- Caritasverband für den Bezirk Limburg e. V.
- Caritasverband Main-Taunus e. V.
- Caritasverband Westerwald-Rhein-Lahn e. V.
- Caritasverband Wetzlar/Lahn-Dill-Eder e. V.
- Caritasverband Wiesbaden-Rheingau-Taunus e. V.

## Projektteam

Kernteam DiCV Limburg

Julia Kleine, Projektleitung  
Karla Gretenkord, Projektreferentin  
Sandro Frank, Caritaskultur und Engagement

Erweitertes Projektteam

Claudia Ebner, Caritasverband für den Bezirk Hochtaunus e. V.  
Dietmar Haberzettl, Caritasverband Wiesbaden-Rheingau-Taunus e. V.  
Stefanie Krones, Caritasverband Westerwald-Rhein-Lahn e. V.  
Dr. Friederike Lanz, Caritasverband für die Diözese Limburg e. V.  
Clara Seipel (bis 30.06.2022 Timm Kauhausen), Caritasverband Frankfurt e. V.  
Stephan Wölwer, Caritasverband Westerwald-Rhein-Lahn e. V.

Konzeption: Stiehl/Over/Gehrmann, Osnabrück/Berlin  
Fotoshooting: Tomaso Baldessarini, Berlin  
Video: Nebular Productions, Deizisau

## Herausgeber

Caritasverband für die Diözese Limburg e. V., Über der Lahn 5, 65549 Limburg

Text und Redaktion: Julia Kleine, Karla Gretenkord, Sandro Frank

Abbildungen: Tomaso Baldessarini (6, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 20, 25),  
Dr. Friederike Lanz (1, 5, 26 (1), 27, U3, Julia Kleine (26 (3))

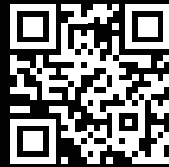
Die Fotos auf den Seiten 7, 9, 11, 13, 15, 17, 19 und 21 sind Screenshots  
aus dem Making-of-Video.

Druck: AWG Druck GmbH, 65594 Runkel-Ennerich

Auflage: 4000  
Stand: September 2022







[www.caritas.work](http://www.caritas.work)