



ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT & EMPLOYER BRANDING

Prof. Dr. Türkan Ayan (Projektleitung)

Dr. Eva Müller (Stellv. Projektleitung & wiss. Mitarbeiterin)

Employer Branding - Definition

„Employer Branding ist die Summe der internen und externen Maßnahmen, die den bestehenden und potenziellen Mitarbeitern bestätigen bzw. signalisieren sollen, dass es sich bei dem Unternehmen um einen begehrten Arbeitgeber handelt.“

Quelle: Oechsler & Paul, 2015, S. 203

Employer-Branding-Zyklus



Quelle: Trost, 2013, S. 18.

Employer-Branding-Zyklus

Teil: Analyse

- Arbeitgeberereigenschaften
 - Warum arbeiten Ihre Mitarbeiter gerne bei Ihnen?
- Zielgruppenpräferenzen
 - Warum sollte sich ein Interessent für Ihr Unternehmen interessieren?
- Wettbewerb
 - Was macht Sie „besonders“? / Was unterscheidet Sie von Wettbewerbern?
- Arbeitgeberimage
 - Entfernen Sie sich bei der Definition der Arbeitgebermarke nicht zu weit vom aktuellen Image – außer, Sie können mit einer Besonderheit trumpfen!

Employer-Branding-Zyklus

Teil: Analyse - Arbeitgebereigenschaften

- **Angebote:** Entlohnung, Karrieremöglichkeiten, Work-Life-Balance
- **Aufgaben:** Interessante Aufgaben / Projekte, Einfluss,...
- **Unternehmen:** Dienstleistungen, Standort, Öffentl. Reputation, Arbeitsplatzsicherheit
- **Kollegen:** Persönlichkeit der MA, Qualifikationsniveau, Zusammenarbeit, Diversity,...
- **Werte:** Unternehmenskultur, Führungsqualitäten, Vertrauen Respekt,...
- **Sinn:** Soziale Verantwortung, Lebensqualität,...

Employer-Branding-Zyklus

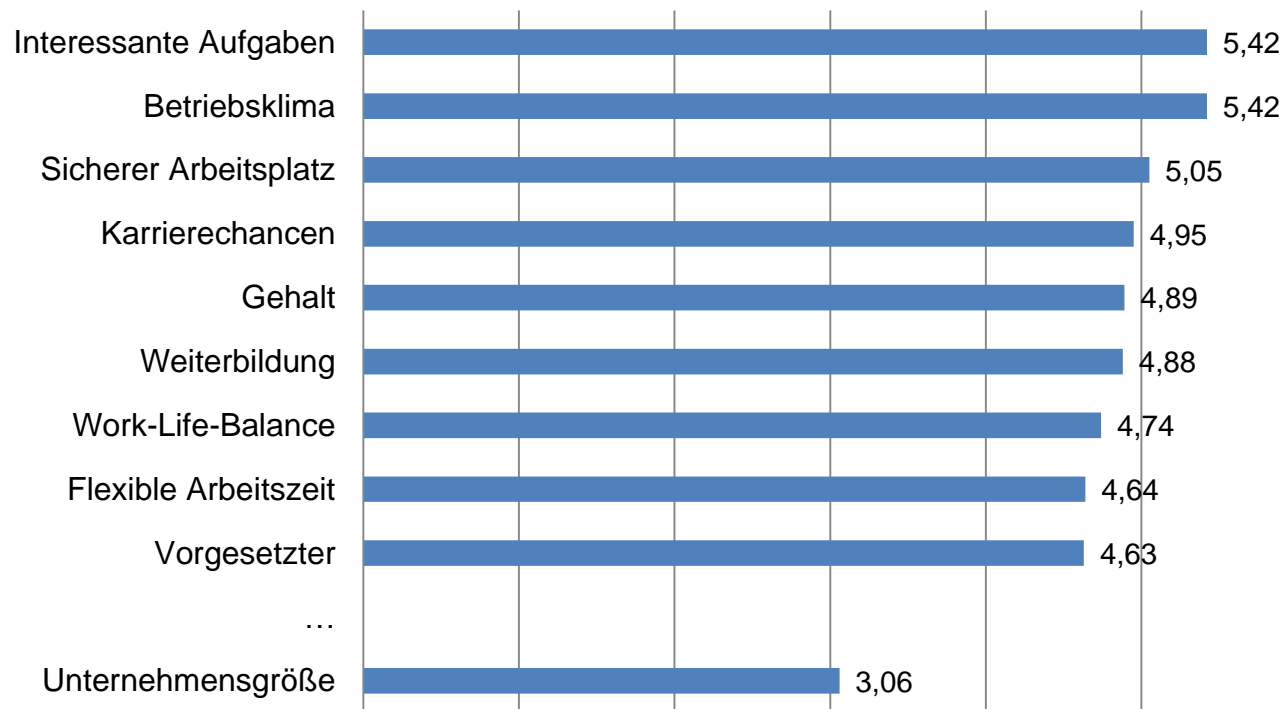
Teil: Analyse

Studienarchitektur

- Erfragen Sie nur relevante – und nicht alle interessant erscheinenden Inhalte
- Überlegen Sie, welche Zielgruppen Ihnen zu welchen Fragestellungen Antworten liefern können (z.B. Mitarbeiter, Führungskräfte, Bewerber, neue Mitarbeiter, Personalberater, ehemalige Mitarbeiter,...)
- Wählen Sie die Methoden aus (stand. Befragung, Einzelinterviews, Fokusgruppenworkshops, Erhebung von Kündigungsgründen, Auswertung von Sekundärdaten)

Erwartungen an Arbeitgeber Zielgruppe

Ergebnisse einer Studierenden-Befragung aus dem Ingenieurwesen und der Informatik (N=720)



Mittelwerte (1=unwichtig; 6= sehr wichtig)

- **Oechsler, W.A. & Paul, C. (2015).** *Personal und Arbeit. Einführung in das Personalmanagement* (10. Aufl.). Berlin et al.: de Gruyter.
- **Regnet, E. & Lebreuz, C. (2014).** Arbeitgeberattraktivität und Fachkräftesicherung. In L. v. Rosenstiel, E. Regnet & M.E. Domsch (Hrsg.). *Führung von Mitarbeitern. Handbuch für erfolgreiches Personalmanagement* (7. Aufl.). Stuttgart: Schäffer Poeschel, S. 64-72.
- **Trost, A. (2013).** Employer Branding. In A. Trost (Hrsg.) *Employer Branding. Arbeitgeber positionieren und präsentieren* (2. Aufl.). Köln: Luchterhand, S. 13–75.