



employer branding journal

trends & themen, tipps & tools rund um arbeitgeberattraktivität, personalmarketing, recruiting, personalentwicklung und mehr



Liebe Damen und Herren,

das Jahr 2011 wollen wir dem Thema „Qualitätsmaßstäbe“ widmen und beginnen deshalb gleich mit einem Journal-Special. Woran erkennen Sie, wie gut Ihre Arbeitgebermarke ist, wie können Sie Ihren Erfolg messen? Fragen, die Sie jetzt beantworten können: Mit dem Fittestest „Deutschlands Arbeitgebermarken“, der in diesen Tagen startet. Er nutzt ein objektives Prüfverfahren, das die Qualität und Authentizität Ihrer Arbeitgebermarke misst. Der Test hilft auch Unternehmen weiter, die noch kein systematisches Employer Branding betreiben. Sie erfahren, ob Sie bereits eine gute Arbeitgebermarke sind, ohne es zu wissen, oder wie Sie dorthin kommen. Wie das funktioniert und wer dahinter steht, erfahren Sie in diesem Journal oder direkt auf www.deutschlands-arbeitgebermarken.de

Außerdem möchten wir Ihnen die 5 Erfolgsfaktoren von Arbeitgebermarken vorstellen und diskutieren, inwiefern die wahrgenommene Glaubwürdigkeit eines Arbeitgebers für das Recruiting von Fachkräften maßgeblich ist.

Als Best Practice diesmal dabei: Die Schweizerischen Bundesbahnen.

Es grüßt Sie herzlich

Ihre Paula Thieme

Leitung Deutschlands Arbeitgebermarken

TRENDS & THEMEN



01 | ARBEITGEBERMARKENQUALITÄT: 9 ERFOLGSFAKTOREN

Wie lässt sich eine Arbeitgebermarke sinnvoll erfassen und beschreiben? Meist wird unterschieden zwischen unternehmensinterner und unternehmensexterner Sicht auf die Arbeitgebermarke – hier kann es große Unterschiede in der Wahrnehmung geben. Die zusätzliche Aufgliederung nach operativer und strategischer Arbeitgebermarkenqualität ermöglicht den Blick auf die Umsetzung der Arbeitgebermarkenstrategie - nach innen und nach außen. [Mehr lesen...](#)



02 | AUTHENTIZITÄT VON ARBEITGEBERMARKEN

Mal Hand aufs Herz: Glauben Ihre Mitarbeiter voll und ganz an das, was Sie auf dem Bewerbermarkt über Ihr Unternehmen kommunizieren? Wie glaubwürdig wird Ihr Arbeitgeberversprechen von potentiellen Bewerbern empfunden? Welche Überraschungen erleben „Neuankömmlinge“ in Ihrem Unternehmen – positiv wie auch negativ? [Mehr lesen...](#)



03 | ÜBER DEUTSCHLANDS ARBEITGEBERMARKEN

Deutschlands Arbeitgebermarken gibt Unternehmen ein Instrument für die betriebliche Praxis an die Hand, mit dem sie ihre Arbeitgeberattraktivität systematisch steuern und ausbauen können. So bestehen sie im Fachkräftemangel und stellen ihre Wettbewerbsfähigkeit auch in Zeiten des demografischen Wandels dauerhaft sicher. Ein praktisches Tool für Unternehmen ab 50 Mitarbeitern. [Mehr lesen...](#)

BEST PRACTICE



04 | DIE SCHWEIZER BAHNEN: FAHRPLAN MARKE

Von Stephanie Escher, Leiterin Kompetenzzentrum Personalmarketing SBB. Über 28.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sorgen dafür, dass die Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) mehr sind, als nur ein Schienenverkehrsbetrieb: Sie sind ein täglich erlebbares Stück nationaler Identität. Das Employer Branding Projekt sollte der Arbeitgeberin SBB nun zu einer strategischen Ausrichtung verhelfen, die der Modernität des Unternehmens entspricht und für alle relevanten Berufsgruppen attraktiv ist. Damit dieses Ziel erreicht werden konnte, gab es bei der SBB einiges zu beachten. Wie es gelang, einen erfolgreichen Projektstart sicherzustellen und einigen Stolpersteinen aus dem Weg zu gehen, lesen Sie [hier...](#)



05 | BEST PRACTICE: FALLSTUDIE SBB ALS PDF

Sie bewegen knapp eine Million Menschen am Tag: Die Arbeit bei den Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) folgt vielfältigen Fahrplänen und spannenden Zielen. Mit Employer Branding haben die SBB gesetzte Vorstellungen ausgeräumt und eine klare Positionierung eingenommen: „Arbeiten bei der SBB – täglich eine Meisterleistung“. Ergebnisse, Projektverlauf, Interview, Learnings und Tipps – die neue Fallstudie können Sie [hier](#) kostenlos als PDF bei Christine Voelk bestellen.

TIPPS & TOOLS



06 | WIE GUT IST IHRE SOCIAL WEB RESONANZ?

Kennen Sie die Resonanz auf Ihre Arbeitgebermarke im Social Web? Arbeitgeberdiskussionen von Studenten und Young Professionals finden überwiegend abseits von Facebook und Twitter statt – trotz der Konzentration vieler Praxisbeispiele auf diese relativ eingänglichen Formate. Wie Sie Ihre Resonanz im digitalen Raum einschätzen können, erfahren Sie [hier...](#)



07 | UNTERSTÜTZT IHR RECRUITMENT IHRE ARBEITGEBERMARKE?

Was denken Bewerber über Ihren Bewerbungsprozess, Ihre Karriere-Website oder über Ihr Online-Bewerbungsformular? Wie beurteilen Sie den Recruitingprozess Ihres Unternehmens und wo steht dieser Prozess im Vergleich mit anderen Unternehmen? Diese immer häufiger gestellten Fragen zeugen von den Herausforderungen, denen sich Unternehmen in einem zunehmend zum Bewerbermarkt veränderten Arbeitsmarkt ausgesetzt sehen. Einen Evaluationsansatz stellen wir Ihnen [hier](#) vor...



08 | PARTNER VON DAGM: GfK MARKTFORSCHUNG

Die GfK Marktforschung als Partner von Deutschlands Arbeitgebermarken ließ bei der Ausarbeitung der Erhebung ihre weithin anerkannte Marktforschungsexpertise mit einfließen. Die GfK Gruppe mit Sitz in Nürnberg wurde 1934 von Professor Wilhelm Verhofen gegründet. Sie bietet seit langem grundlegendes Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. [Mehr lesen...](#)

IN DIESER AUSGABE

- 01 Arbeitgebermarkenqualität: 9 Erfolgsfaktoren
- 02 Authentizität von Arbeitgebermarken
- 03 Über Deutschlands Arbeitgebermarken
- 04 Die Schweizer Bahnen: Fahrplan Marke
- 05 Best Practice: Fallstudie SBB als PDF
- 06 Wie gut ist Ihre Social Web Resonanz?
- 07 Unterstützt Ihr Recruitment Ihre Arbeitgebermarke?
- 08 Partner von DAGM: GfK Marktforschung

DAGM FÜR EARLY BIRDS

4.800 statt 5.800 Euro: Für alle Early Bird Anmeldungen bis 31.05.11. [Hier buchen!](#)

DAGM WIRD EMPFOHLEN VON:

DIE WELT

KARRIERE WELT



BPM Unternehmens- und Personalmarketing

HUMAN RESOURCES

complexium Unternehmensentwicklung

personalmarketing by

PERSONALIntern

HR.szene

CHEManager

HESSEN CHEMIE

WESTPRESS

if MTP

DIE NÄCHSTEN TERMINE

Deutsches Employer Branding Seminar
2-Tage Intensivseminar von DEBA
Jetzt noch anmelden:
26./27. Mai 2011 in Berlin
15./16. September 2011 in Berlin
17./18. November 2011 in Berlin

Arbeitgebermarke im Social Web
2-Tage Intensivseminar von DEBA und complexium
29./30. September 2011 in Berlin
1./2. Dezember 2011 in Berlin

IHR WUNSCHTHEMA

Worüber soll das Employer Branding Journal berichten? Haben Sie ein Wunschthema? Senden Sie Ihre Vorschläge an: journal@employerbranding.org.

Sponsor

SATELLITE OFFICE