

employer branding journal

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

Liebe Damen und Herren,

Personalmarketing, Recruiting, Onboarding, Mitarbeiterentwicklung, Leadership: Die Vielzahl der Handlungsfelder im "operativen Blätterdach" des Employer Branding Baums will fokussiert und orchestriert werden, damit Arbeitgebermarke entstehen kann.

Die Führung einer Arbeitgebermarke ist Thema dieses Journals: Wie steuern Sie Ihre Aktivitäten markengerecht? Wie sähe eigentlich das Berufsbild eines Employer Brand Managers aus? Wie können Sie den Erfolg von Markenbildung operativ kontrollieren?

Das und mehr in diesem Journal. Viel Spaß beim Lesen.

Ihr Redaktionsteam
der Deutschen Employer Branding Akademie

TRENDS & THEMEN

01 | VON BERUF: EMPLOYER BRAND MANAGER

Ob für Müsliriegel, Espresso-Maschine oder Tumschuh – für fast jedes Produkt gibt es Brand Manager. Den meisten Unternehmen ist auch ihre Corporate Brand einiges wert. Hingegen steckt das Employer Brand Management vergleichsweise noch in den Kinderschuhen. Und das, obwohl die Anforderungen kontinuierlich steigen.

Der erste zertifizierte Lehrgang zum "Employer Brand Manager" in Deutschland, den die DEBA ab 2012 anbietet, leistet einen Beitrag zur weiteren Professionalisierung. Doch was genau muss ein Employer Brand Manager können? Für wen ist dieser Job gemacht? [Mehr lesen](#)

02 | EB MANAGEMENT IN ZAHLEN – ARBEITGEBERMARKE KONTROLLIEREN UND JUSTIEREN

Woran lässt sich Erfolg messen? Auf der Suche nach einem idealen Controllingsystem

Die Frage nach der Messbarkeit des Employer Branding Erfolges, nach einem Kennzahlensystem mit klar messbaren Kriterien steht früher oder später für jeden Employer Branding Verantwortlichen im Raum. Auf der Suche nach der Antwort sollte man sich über ein paar grundlegende Tatsachen bewusst sein: [Mehr lesen](#)

03 | EMPLOYER BRANDING LEBEN: INTERVIEW MIT JULIA ANDERSCH

Frau Andersch, Sie haben bei Caggeini über Jahre hinweg den Employer Branding Prozess entwickelt und gesteuert. Sie kennen die Anforderungen aus erster Hand. Worauf kommt es an, wenn man ein guter Employer Brand Manager werden will? [Mehr lesen](#)

04 | DAGM ALS INSTRUMENT DES EB CONTROLLINGS

Um betriebliche Prozesse wie Employer Branding effektiv steuern zu können, ist es lohnend, mit einem geeigneten Kennzahlensystem die verschiedenen Wirkungsdimensionen von Arbeitgeberattraktivität bzw. Arbeitgebermarkenstärke zu erfassen. Für die Erfolgsmessung stehen dem Unternehmen dabei verschiedene Kennzahlen als objektive Wirkindikatoren zur Verfügung. Viele Employer Branding Effekte sind durch bereits im Unternehmen regelmäßig genutzte Kennzahlen erkennbar. Im Bewerbermanagement, Personalmanagement, der

Leistungsbewertung und natürlich auch im Mediacontrolling lassen sich geeignete Kennzahlen schnell finden. [Mehr lesen](#)

BEST PRACTICE

05 | EMPLOYER BRANDING DER SSB AG

Understatement in Ehren, doch im Wettbewerb um Talente gilt es mehr denn je, sich klar zu positionieren. Sonst bleiben auch objektiv gute Arbeitgeber weit unter ihren Möglichkeiten. Arbeitgeber wie die Stuttgarter Straßenbahnen AG (SSB) zum Beispiel. 2009 entschloss sich die SSB daher, den Weg zur attraktiven Arbeitgebermarke zu gehen. Konsequenz, methodisch – und immer deutlicher mit Erfolg, wie SSB-Personalchef Franz-Josef Metzger berichtet. [Mehr lesen](#)

Die neue Fallstudie können Sie [hier](#) kostenlos als PDF bei Christine Voelk bestellen.

TIPPS & TOOLS

06 | THINK TANKS VON ABSOLVENT.DE – MEHRGEWINN FÜR STUDIERENDE UND UNTERNEHMER

Innovative Konzepte entstehen meist nicht in Einzelarbeit. Innovative Konzepte sind vielmehr die Synergie aus vielen Ideen, Meinungen und konstruktiven Debatten. Zur Entwicklung neuer Strategien für Unternehmen spielen die Impulse von Studierenden und „Young Potentials“ zunehmend eine bedeutende Rolle. Think Tanks bieten die Möglichkeit, Studierende und Unternehmer zusammenzubringen und

gemeinsam über reale Projekte zu diskutieren und geeignete Lösungsansätze zu finden. Die Studierenden können auf diese Art und Weise die besondere Chance nutzen, erfolgreiche Unternehmensvertreter im Rahmen der Think-Tank-Veranstaltungen kennen zu lernen und Kontakte zu knüpfen. Außerdem können junge Talente ihr Können unter Beweis stellen und kreative Ideen in reale Projekte einfließen lassen. [Mehr lesen](#)

07 | MODERNE LÖSUNGEN SCHAFFEN ZEIT FÜR DAS WESENTLICHE

Seien wir doch mal ehrlich. Immer noch sind viele Prozesse im Personal- und Anzeigenmanagement oftmals zu langsam und ineffektiv. Hinzu kommen weiterhin knapper werdende Budgets,

IN DIESER AUSGABE

01 Von Beruf: Employer Brand Manager

02 EB Management in Zahlen

03 Employer Branding leben: Interview mit Julia Andersch

04 DAGM als Instrument des EB Controllings

05 Employer Branding der SSB AG

06 Think Tanks von absolvent.de

07 Moderne Lösungen schaffen Zeit für das Wesentliche

EB JOURNAL - HALLOWEEN SPECIAL AM 30.10.2011

Wenn Sie möchten, auch mit Ihren Statements zu Gruselgeschichten aus der Welt des Employer Brandings. journal@employerbranding.org

FACEBOOKBIZ PRÄSENTIERT: EMPLOYER BRANDING AUF FACEBOOK

3-stündiger Workshop

26.09.2011, Berlin
14.11.2011, München
06.12.2011, Köln
15.12.2011, Hamburg

Nähere Informationen erhalten Sie bei [Paula Thieme](#)

NEUES DEBA SEMINAR 2012

Kompakt-Tag Employer Branding

30.01.2012, Düsseldorf
14.03.2012, Frankfurt
23.05.2012, Hamburg
31.08.2012, Stuttgart
10.10.2012, München

DIE NÄCHSTEN TERMINE

Deutsches Employer Branding Seminar

01./02.03.2012, Berlin
14./15.06.2012, Berlin

Arbeitgebermarke im Social Web

2-Tage Intensivseminar von DEBA und complexium

01./02.12.2011, Berlin
03./04.05.2012, Berlin
18./19.10.2012, Berlin

Schweizerische Denkwerkstatt Employer Branding

09.11.2011, Zürich-Regensdorf, Schweiz
19.06.2012, Thalwil, Schweiz
05.11.2012, Thalwil, Schweiz

IHR WUNSCHTHEMA

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

steigender Termin- und Kostendruck, zeitraubende Unübersichtlichkeit und Missverständnisse in der Abstimmung mit Kollegen und Vorgesetzten. [Mehr lesen](#)

Partner

SATELLITE OFFICE

[>> Aussendung starten](#)