

03.07.2013: Thielenhaus & Partner: Employer Branding: die Vorteile der „Arbeitgeber-Marke“

Neue Wege bei der Personalgewinnung / Thielenhaus & Partner: firmenspezifische Profilierung mit Werten und Handlungsweisen / Interaktive Effekte der Arbeitgeber-Attraktion nach innen und außen / Beiträge zur Leistungsmotivation und Mitarbeiterbindung



Durchschnittlich 83 Tage brauchen Unternehmen, um eine freie Stelle neu besetzen zu können. Das hat eine Studie der Bundesagentur für Arbeit ergeben. Diese überraschende Dauer dürfte eine Konsequenz der Tatsache sein, dass professionelle Personal-Gewinnung in deutschen Unternehmen tendenziell noch häufig vernachlässigt wird. Dem neuen Personalmarketing-Report 2013 zufolge messen nur 27 % der Firmen diesem Bereich hohen strategischen Stellenwert zu.

Beim Recruiting setzen die Unternehmen heute vorrangig auf Website-Ausschreibungen (45 %), Stellenanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften (35 %) und – bei gehobenen Positionen – auf Headhunter (21 %). Es folgen Karriere-Portale und -Messen, Social-Media-Aktivitäten, Hochschul-Kooperationen, Mitarbeiter-Empfehlungen, Broschüren, Flyer und Videos. Optimierungsbedarf sehen die befragten Personalverantwortlichen vor allem in der Social-Media-Kommunikation. Nur 12 % der deutschen Studienteilnehmer führen systematische Analysen des Arbeitsmarkts durch. Und nur 1 % beobachtet regelmäßig die Personalgewinnungsmaßnahmen ihrer Wettbewerber.

Auf diese zum Teil erstaunlichen Report-Ergebnisse weist jetzt die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P) hin, die Unternehmen auch bei dem Aufbau einer „Arbeitgeber-Marke“ berät. Unter Employer Branding versteht T&P die firmenspezifische Positionierung und Profilierung unter Abhebung auf Wertesystem und Handlungsweisen mit dem Ziel, neue Mitarbeiter zu gewinnen sowie vorhandene Mitarbeiter motivatorisch zu halten. Die Rekrutierung hervorragender Talente falle erfahrungsgemäß leichter, wenn das Image von Unternehmen, Produkten und Marken – wie ein Magnet – hohe Anziehungskraft ausübe. Umgekehrt entstünden auch interaktive Effekte, wenn sich Arbeitgeber einer großen Beliebtheit bei Stellensuchenden erfreuen. Außerdem könne Employer Branding erhebliche interne Beiträge zur Leistungsmotivation, Mitarbeiterbindung und Unternehmenskultur liefern.

Thielenhaus & Partner entwickelt und realisiert als Full-Service-Agentur – auch international – komplette Strategien und Aktionsprogramme in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Produktinnovation. Weitere Informationen via www.thielenhaus.de oder bei

Telefon: 0202 - 97010-0

THIELENHAUS & PARTNER

Agentur für Marketing GMBH

Dönberger Straße 92

42111 Wuppertal

Deutschland

info@thielenhaus.de

www.thielenhaus.de

[Zurück zur Übersicht](#)