



Zahntechnik PLUS, 3. & 4. Mai 2024

ARBEITGEBERMARKE

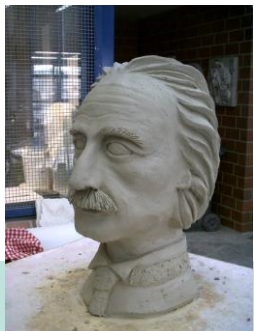
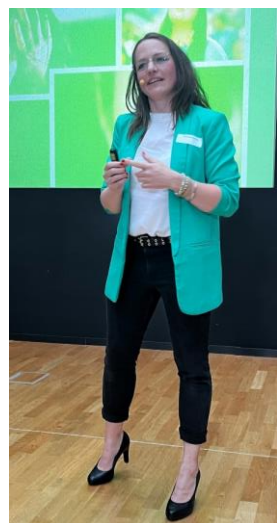
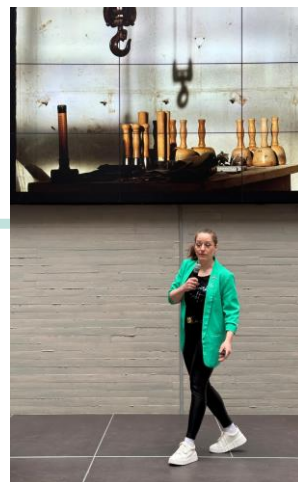
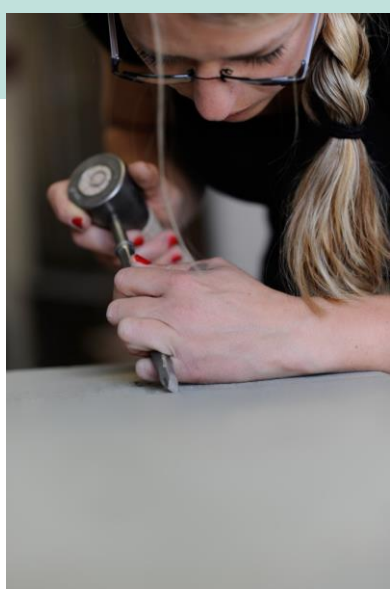
stärken





Kathrin Post-Isenberg

- Ehemals Referentin im Institut der deutschen Wirtschaft
- Vereinbarkeitsmanagerin
- Online Dozentin in der Erwachsenenbildung
- Technische Betriebswirtin
- Steinmetzmeisterin & Bildhauerin





Kathrin Post-Isenberg

Beraterin & Speakerin

Meine Herzensthemen:

- Ein starker Arbeitgeber sein/werden –
Effiziente Tipps fürs Employer Branding
- Fachkraftsuche modern angepasst –
Erwartungsübersetzung der neuen Arbeitswelt
- Social Media Recruiting –
Erfolgreich in die Umsetzung kommen
- Vereinbarkeit von Beruf und Familie –
Weit mehr als nur neue Arbeitszeitmodelle





DER RÜCKSPIEGEL





Diese Erinnerung habe ich an mein letztes Angestelltenverhältnis...

Ich denke gern dran zurück.



Gut, dass das abgeschlossen ist.



Ich empfehle diesen Arbeitgeber gerne weiter.



Kann mich kaum erinnern.



War ok.





ARBEITGEBERMARKE

EMPLOYER BRANDING



DEFINITIONEN



ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber...



zielgerichtete Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle



eine unterscheidbare, authentische, glaubwürdige, konsistente und attraktive Arbeitgebermarke auszubilden

- **Definition nach der Deutschen Employer Branding Akademie:**
„Employer Branding ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber. Kern des Employer Brandings ist immer eine die Unternehmensmarke spezifizierende oder adaptierende Arbeitgebermarkenstrategie.“
- **Deutsche Gesellschaft für Personalführung e.V. – DGFP:**
„Im Allgemeinen wird unter Employer Branding die zielgerichtete Planung, Steuerung, Koordination und Kontrolle der Employer Brand verstanden.“
- **Ziel des EB ist immer die Bildung einer Arbeitgebermarke!**
„Employer Branding hat zum Ziel, in den Wahrnehmungen zu einem Arbeitgeber eine unterscheidbare, authentische, glaubwürdige, konsistente und attraktive Arbeitgebermarke auszubilden, die positiv auf die Unternehmensmarke einzahl“ (Definition Queb e.V.)



ZIEL IST ES:

EIGENE MITARBEITENDE UND EXTERNE INTERESSIERTE ZU FANS ZU MACHEN.



MENSCHEN NICHT MEHR ALS RESSOURCE BETRACHTEN

GUTE MITARBEITENDE HALTEN

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN





HERKUNFT

VISION

WERTE

SOZIALES

KULTUR

NUTZEN

KOMPETENZEN

NACHHALTIGKEIT

WELCHE STELLSCHRAUBEN GIBT ES?

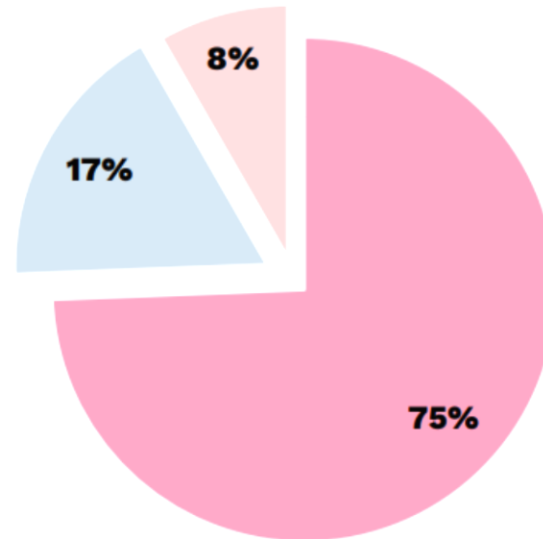




Unternehmen müssen Haltung zeigen

...denn Gen Z sucht ihren Arbeitgeber auf Basis der eigenen Werte

WIE WICHTIG IST DIR DIE SOZIALE & ETHISCHE HALTUNG DES ARBEITGEBERS BEI DER SUCHE NACH DEINER ERSTEN VOLLZEITSTELLE?



■ wichtig ■ neutral ■ unwichtig

Vergleich:

Den Faktor „Benefits“ bewerten nur 55% der Studierenden als wichtig.




STÄRKEN & SCHWÄCHEN?



Gestern noch in der Schule -
heute schon auf der Karriereleiter!

Bewerbungsschluss für eine Ausbildung zum
Bankkaufmann/-frau oder für ein duales Studium mit
dem Abschluss Bachelor of Arts ist der 26.07.2013.

Ausbildungsbeginn ist der 2. Mai
oder der 1. August 2014.

 Kreissparkasse
Birkenfeld



WO ANFANGEN?





START

THINK

ANALYSIS

PLANNING







TRY

DO







KEEP ON DOING

SUCCESS

Das würden wir gern erreichen...







-  Anonym
Gleichgewicht Arbeit und Freizeit
-  Anonym
Stolz
-  Anonym
Gemütliches Arbeitsklima
-  Anonym
Bekannt sein als toller Arbeitgeber
-  Anonym
Hervorstechen
-  Anonym
Wahrnehmung als guter Arbeitgeber

Das würden wir gern erreichen...






-  Anonym
Mehr Unterstützung durch Arbeitgeber bei Konflikten
-  Anonym
weniger Stress
-  Anonym
Austausch Kollegen
-  Anonym
Wahrnehmung
-  Anonym
Mehr Verständnis füreinander
-  Anonym
Wahrnehmung als guter Arbeitgeber

Das würden wir gern erreichen...



-  Anonym
Zufriedenheit
-  Anonym
Weniger Stress
-  Anonym
Attraktiver als der Wettbewerb sein für Bewerber
-  Anonym
Bessere Kommunikation
-  Anonym
gegenseitige Unterstützung
-  Anonym
Entwicklung

Das würden wir gern erreichen...

-  Anonym
Mehr Austausch untereinander
-  Anonym
Gesundheitspaket
Echte work Life Balance
Vertrauen
-  Anonym
Bewerbungen
-  Anonym
Zufriedenheit
-  Anonym
Spaß am Beruf

Das würden wir gern erreichen...



Anonym
Hohe Sichtbarkeit



Anonym
Zufriedene Mitarbeiter



Anonym
Stabilität



Anonym
Zufriedeneres Team



Anonym
Zusammenhalt



Anonym
Zufriedenheit



MAßNAHMEN



KURZFRISTIG

→ Sofort umsetzbar

MITTELFRISTIG

→ Innerhalb der nächsten 2-6 Monate umsetzbar

LANGFRISTIG

→ Umsetzbar nach vorangegangenen Maßnahmen

EMPLOYEE EXPERIENCE



PREBOARDING



ONBOARDING



OFFBOARDING

RETENTION VOR RECRUITING



20% aktiv Suchende

- Unzufrieden mit der derzeitigen Arbeit
- Suchen aktiv nach einem neuen Job

60% Wechselwillige

- Unzufrieden mit der derzeitigen Arbeit
- Wechseln bei gutem Jobangebot

20% passiv Suchende

- Grundsätzlich zufrieden
- Wechseln nur bei sehr gutem Angebot

INITIALISIERUNG DES GANZHEITLICHEN EMPLOYER BRANDINGS

- Unternehmensleitung muss an Bord sein
- Einbindung aller relevanten Personen/Abteilungen (Personalabteilung, Marketing, Kommunikation)
- Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von Employer Branding
- Festlegung der Rollen und Verantwortlichkeiten (Projektteam, Projektleiter)
- Sicherstellung der finanziellen und personellen Ressourcen
- Klärung, ob bzw. an welchen Punkten ein externer Dienstleister hinzugezogen wird



COMMITMENT STRATEGIE

EINBINDUNG

VERANTWORTUNG

KOMMUNIKATION





Quelle: Genossenschaft der Kölner Friedhofsgärtner



KATHRIN POST-ISENBERG

KPI BERATUNG & SPEAKING

BERATERIN

Unterstützung rund um Ihre Arbeitgebermarke,
Social Media und bei der Fachkraftsuche

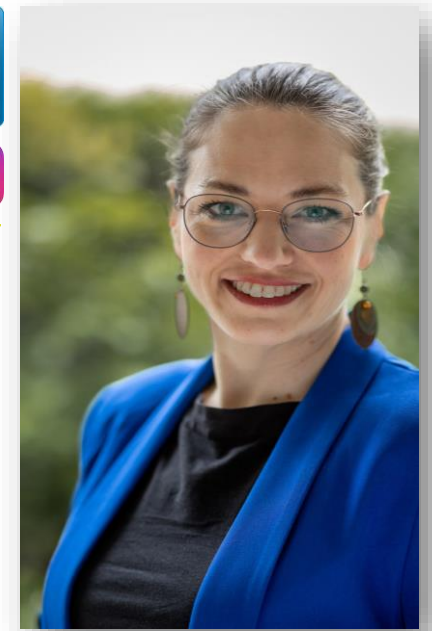
REFERENTIN & SPEAKERIN

Personalthemen inspirierend näher gebracht

STEINMETZMEISTERIN

DOZENTIN

VEREINBARKEITSMANAGERIN



KONTAKT

info@kathrinpost.de

0049 163 4795538

Aus dem Handwerk,
für das Handwerk.

LinkedIn-Profil

