



**Demografieberatung**  
für Beschäftigte + Betriebe



**Deloitte**



 **Bundesministerium**  
Arbeit, Soziales, Gesundheit  
und Konsumentenschutz

# Employer Branding

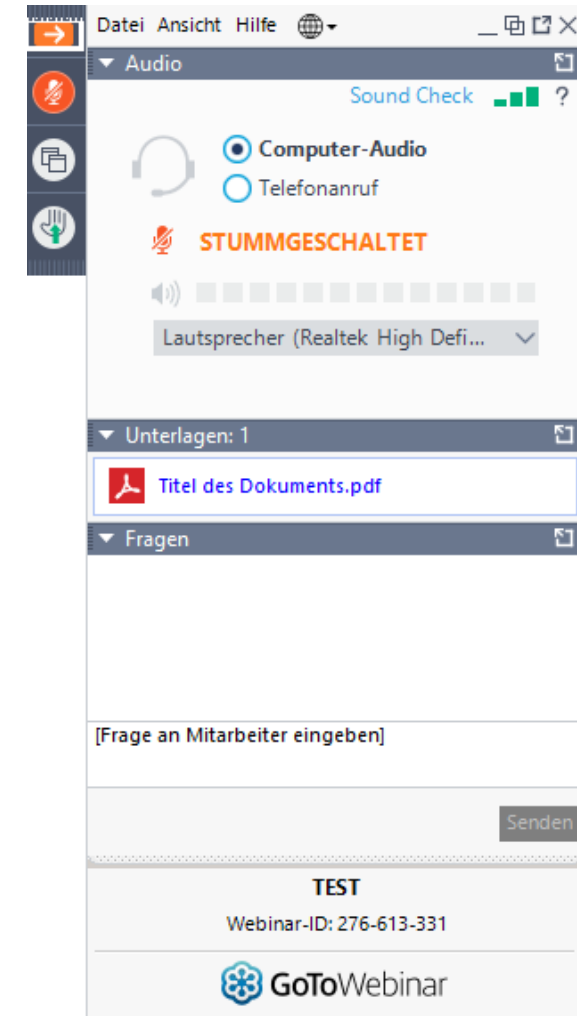
## Demografieberatung für Beschäftigte + Betriebe

Tabea Mehrbrodt, Katrin Hintermeier  
27.08.2019



# Herzlich willkommen!

- Sie hören uns nicht?  
Rückmeldungen und Fragen direkt  
in den Chat
- Webinar wird aufgezeichnet
- Interaktion im Webinar erwünscht  
(Handzeichen, Chat, ggf.  
Zuschaltung)



- ⊕ Warum Employer Branding?
- ⊕ Was ist Employer Branding?
- ⊕ Employee Life Cycle als Rahmen für Employer Branding Maßnahmen
- ⊕ Externes Employer Branding
- ⊕ Internes Employer Branding
- ⊕ Generationensensibles Employer Branding

# Warum Employer Branding?

## Interne Perspektive: Ausgangssituationen bei unseren KundInnen



Wir suchen laufend **qualifizierte Fachkräfte** – doch entweder sind diese am Arbeitsmarkt nicht zu finden, oder sie kommen nicht zu uns.



Wir investieren viele Ressourcen in Benefits, Trainings und Karriereentwicklung – diese **Angebote werden** von unseren MitarbeiterInnen aber **kaum wahrgenommen!**



Wir möchten die uns zur Verfügung stehenden, **knappen Mittel möglichst wirksam einsetzen**, um unsere Talente im Unternehmen zu halten!



Wir haben eine sehr **heterogene Belegschaft** mit unterschiedlichen Erwartungen und Bedürfnissen – diesen möchten wir mit unseren Angeboten gerecht werden!



Wir sind aufgrund unseres **Standortes** für bestimmte SpezialistInnen nicht besonders attraktiv - monetäre Vergütung reicht nicht aus, um diese **Zielgruppe anzusprechen!**

# Warum Employer Branding?

Externe Perspektive: Ein zentrales Thema am Markt

54%

der HR-Fachkräfte finden, dass ihr Personalgewinnungsprozess unzureichend ist, um den Personalbedarfs des Unternehmens zu decken



Unternehmen konkurrieren um das selbe Top Talent und fragen sich wie sich vom Mitbewerb abheben können



3 von 4 Jobsuchenden informieren sich auf Online-Seiten wie Glassdoor oder Kununu über die ArbeitgeberInnenmarke bevor sie sich bewerben



Job-KandidatInnen erwarten von Rekrutern mehr als jemals zuvor: sie sind eine individualisierte Erfahrung gewohnt

80%

der BewerberInnen, die einen nicht-zufriedenstellenden Rekruting-Prozess erlebt haben, erzählen anderen offen davon und zirka 1/3 von ihnen tut dies proaktiv

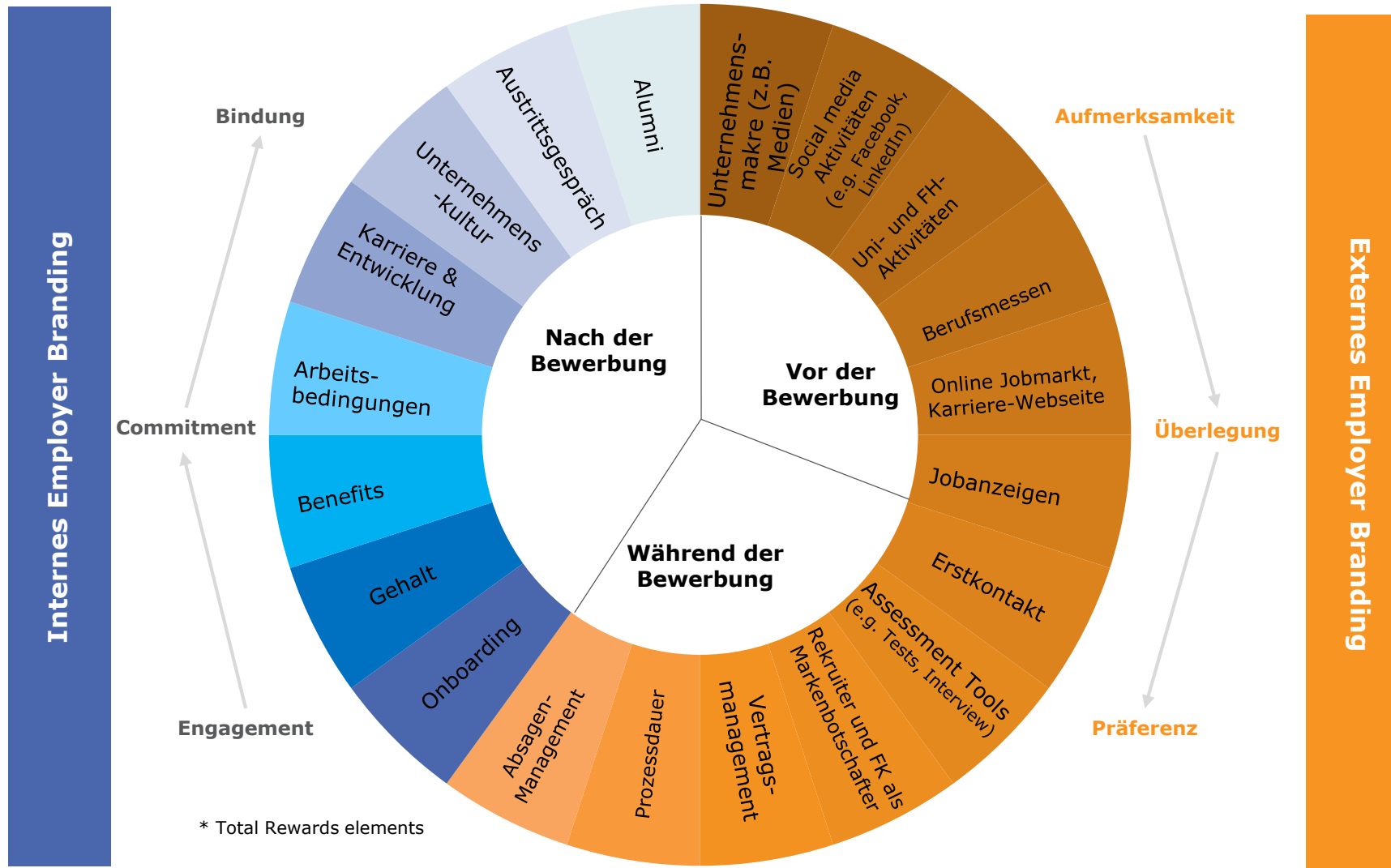
84%

sehen die Verbesserung der „Employee Experience“ als (sehr) wichtig an und 28% bewerteten dieses Thema als eine dringende Herausforderung

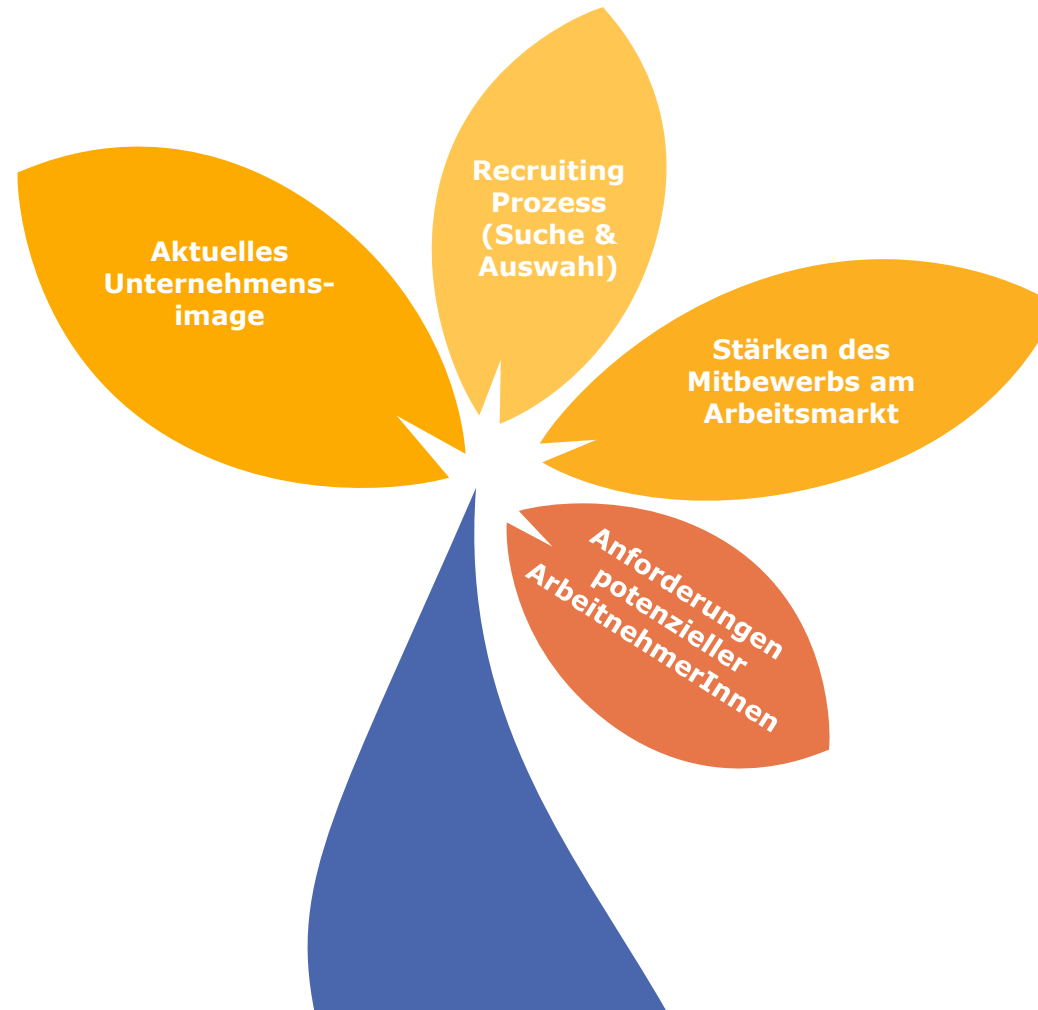
# Was ist Employer Branding?

**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 Unternehmensmerkmale spezifizierende oder adaptierende **Arbeitgebermarkenstrategie**. Entwicklung, Umsetzung und Messung dieser Strategie zielen unmittelbar auf die nachhaltige Optimierung von **Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung, Leistungsbereitschaft** und Unternehmenskultur sowie die Verbesserung des Unternehmensimages. Mittelbar steigert Employer Branding außerdem **Geschäftsergebnis** sowie **Markenwert**.

# Der Employee Life Cycle als Rahmen für Employer Branding Maßnahmen



## Außenperspektive – MitarbeiterInnen gewinnen







# Internes Employer Branding: Fragen für Unternehmen

- ❓ Was bieten wir in Bezug auf das jeweilige **Kriterium**?
- ❓ Was bieten wir nicht? Welche Angebote sind ausbaubar? Im Vergleich zur Branche / unserem Mitbewerb?
- ❓ Für wen bin ich attraktiv? Für wen will ich attraktiv sein?
- ❓ Inwiefern ist **das Gebotene für die Zielgruppe** attraktiv?
- ❓ Für welche Zielgruppenbedürfnisse haben wir kein Angebot?
- ❓ Wie können wir alternativ mit Bedürfnissen umgehen?
- ❓ Sind die Maßnahmen und Angebote tatsächlich **effektiv**?
- ❓ Wäre mache/s Zeit/Geld wo anders besser investiert?
- ❓ Welche Angebote sind „nice to have“, was ist ein „Muss“?

# Was ist für meine Zielgruppe attraktiv?



	Traditionalisten (1945-1954)	Baby Boomer (1955-1969)	Generation X (1970-1984)	Generation Y (1985-1999)	Generation Z (2000-2015)
<b>Anteil</b>	4,7%	35,2%	24,6%	30,5%	5%
<b>Ziel</b>	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit & Flexibilität	Sicherheit & Stabilität
<b>Haltung Karriere</b>	Lebenslange Jobgarantie	Karriere im Unternehmen	Karriere bezieht sich auf Beruf – nicht Unternehmen	Digitaler Unternehmer	Multitasking-Karriere
<b>Haltung Technologie</b>	Weitgehend uninteressiert	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	Technoholics
<b>Produkte und Kommunikation</b>					

Anmeldung: [www.demografieberatung.at/TAGUNG](http://www.demografieberatung.at/TAGUNG)

16. Oktober 2019, ab 9 Uhr

- Hotel Savoyen, 1030 Wien

## Drei Keynotes

- Frederic Fredersdorf, FH Vorarlberg
- Heike Ohlbrecht, Uni Magdeburg
- Barbara Covarrubias Venegas, FH Wien

## Vier Fachforen

- Qualifizierung & Digitalisierung
- Generationengerechte Führung
- Kommunikation mit Generationenfokus
- Gesundheitsforum

## Eine Podiumsdiskussion

Zeit für Fragen und Antworten!



# Ihre Ansprechpartner

Für Fragen und Anliegen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

**Katrin Anna Hintermeier**

Demografieberaterin

Tel.: +43 664 80537 2605

E-Mail: [khintermeier@demografieberatung.at](mailto:khintermeier@demografieberatung.at)

**Tabea Mehrbrodt**

Demografieberaterin

Tel.: +43 664 80537 2611

E-Mail: [tmehrbrodt@demografieberatung.at](mailto:tmehrbrodt@demografieberatung.at)

**Florian Groiss**

Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +43 664 60177 3344

E-Mail: [fgroiss@demografieberatung.at](mailto:fgroiss@demografieberatung.at)



**D A N K E**