

ARBEITGEBER ATTRAKTIVITÄT IN DEUTSCHLAND

Veranstalter:

managerakademie
kongresse | tagungen | seminare

Mitinitiator und
konzeptioneller Partner:

**DE
30** DEUTSCHE
EMPLOYER
BRANDING
AKADEMIE

Fachkongress „Arbeitgeberattraktivität in Deutschland“ 2009

München, 5. und 6. Mai 2009

Arbeitgebermut in Zeiten der Krise



Unter der Schirmherrschaft von

Christine Haderthauer
Bayerische Staatsministerin für Arbeit
und Sozialordnung, Familie und Frauen

Kurzarbeit, Stellenabbau, Kreditklemme... Verunsicherung. Die Folgen der Wirtschafts- und Finanzkrise breiten sich in immer mehr Unternehmen aus. Schonungslos offenbaren sich dabei auch bisher verborgene Risiken und Konfliktpotenziale. Und die Öffentlichkeit sieht zu. Von den Arbeitgebern bzw. Personalverantwortlichen ist jetzt Mut gefordert.

Der Mut, Probleme klar zu benennen, notwendige Veränderungen zügig herbeizuführen und ebenso entschlossen wie besonnen zu handeln. Aber auch der Mut, unbequeme Entscheidungen zu vertreten und den Mitarbeitern dennoch dialogbereit, aufrichtig und sensibel zu begegnen. Denn: Demotivation und Mutlosigkeit würden die Lage unnötig verschärfen.

Attraktive Arbeitgeber sind hier im Vorteil. Das Commitment ihrer Mitarbeiter ist höher und robuster. Dieses Fundament gilt es aufzubauen und zu stärken, auch wenn die reine Recruiting-Kommunikation zurückgefahren wird.

Arbeitgeber, die auch in der Krise ein klares Profil bewahren und ihre Positionierung konsequent weiterentwickeln, sichern sich beim nächsten Aufschwung einen Vorsprung im „hunt for talent“. Und sie beugen Abwanderungstendenzen vor, bevor sie mit wieder steigender Arbeitsmarktnachfrage zum Tragen kommen. Spätestens dann wird sich zeigen: Jetzt Mut an den Tag zu legen, wird belohnt.

Hochkarätige Referenten und ungewöhnliches Veranstaltungsformat

Vorträge, Interviews und Podiumsdiskussionen vermitteln dazu Impulse für die eigene Praxis. Außerdem machen parallele Denkwerkstätten und Praxisforen, Spontan-Umfragen und Experten-Speeddating-Runden aus dem Kongress eine erlebnisreiche Meinungs-, Wissens- und Meetingarena.

Profitieren Sie von Praxisberichten und Beispielen folgender Unternehmen:

Capgemini sd&m +++ Complexium +++ Continental +++ DEBA Deutsche Employer Branding Akademie +++ Fachhochschule für angewandtes Management +++ Fisch Asset Management +++ Heitzig & Heitzig +++ Institute of Electronic Business +++ International Shao Lin Institute +++ Kienbaum +++ LEA Institute for Leadership Branding +++ Mars +++ SolarWorld +++ Telekom Training +++ Vattenfall +++ WestLB

Mit freundlicher Unterstützung von:



Medienpartner:











1. Kongresstag: 5. Mai 2009

9.00	Empfang, Ausgabe der Tagungsunterlagen		
9.30	Eröffnung und Begrüßung durch die managerakademie und die Deutsche Employer Branding Akademie		
9.45	Eröffnung und Überblick über den Kongress Cristián Gálvez		Ziel des Kongresses Ideen der Veranstalter Vorstellung der Formate
10.00	Arbeitgebermut in Zeiten der Wirtschafts- und Finanzkrise Dr. Walter Jochmann , Mitglied der Geschäftsführung und Partner der Kienbaum Consultants International GmbH, Vorsitzender der Geschäftsführung, Kienbaum Management Consultants GmbH		In schwierigen Zeiten stehen gerade Personalentscheider unmittelbar „an der Front“, vor allem wenn sie Einschnitte oder Entlassungen vertreten müssen. Vor diesem Hintergrund, kommt dem Mut eine besondere Bedeutung zu. Doch was bedeutet Mut in einer solchen Situation? Und wie weit darf er gehen?
11.00	Erfrischungspause		Besuch der Fachausstellung
11.30	Was macht einen guten Arbeitgeber aus? Die zeitlosen und universellen Treiber der Arbeitgeberqualität. Quintessenz der Forschung der letzten zehn Jahre Adriano Ettl , Head HR, Fisch Asset Management, ehemals Corporate Leadership-Council		Eine Vielzahl von Studien befasst sich mit den Kriterien der Arbeitgeberattraktivität. Doch so vielgestaltig wie das Studienangebot sind die Studienresultate. Wie finden Arbeitgeber Orientierung, die ihre Attraktivität verbessern wollen? Welche Kriterien sind langfristig wirklich wichtig? Eine Führung durch den Dschungel des Studienmarktes.
12.30	Intro zu Parallele Praxis Tables und Praxis Room Cristián Gálvez		Ein innovatives Format für konzentrierte Praxiseinblicke und einen intensivierten Erfahrungsaustausch: Jeder Praxistable wird mit einem kurzen Impulsreferat eingeleitet und mündet in eine offene Diskussion. Teilnehmer können unter den parallel stattfindenden Themengruppen frei wählen und jederzeit zwischen ihnen wechseln.
12.45	Mittagspause		
14.15	BEGINN DER PRAXIS TABLES/PRAXIS ROOM		
	Praxis Table 1: X-Faktor Zielgruppe: Ideen und Beispiele zur erfolgreichen Zielgruppen-Segmentierung und Ansprache der HR-Zielgruppen Claudia Bull Graduate Marketing & Talent Management, Personalabteilung, Mars GmbH		
	Fragmentierte Meinungsmärkte, veränderte Mentalitäten und Mediennutzungsverhalten ... 08/15 hat ausgedient. Arbeitgeber müssen immer differenzierter vorgehen, um nicht an ihrer Zielgruppe vorbei zu kommunizieren und dabei viel Geld zu verlieren. Ein Praxis-Table über effektive Strategien zur Zielgruppensegmentierung und -ansprache.		
	Praxis Table 2: Employer Branding im Social Web Prof. Dr. Martin Grothe Geschäftsführer, complexium GmbH Beirat DAPM		
	Zielgruppen sind im Internet präsent: In Blogs, Foren und Netzwerken findet öffentliche digitale Kommunikation statt. Durch „Zuhören“ erschließen sich ungefilterte Fragen, Wünsche und Wertungen, aber auch Themenzugänge und Multiplikatoren. Mit analytischen Werkzeugen lassen sich Muster erkennen und spezifische Entscheidungsprozesse rekonstruieren. Lernen Sie Analysemöglichkeiten und erreichbare Ableitungen kennen, diskutieren Sie aktive und passive Strategien, um in dieser Relevanzarena teilzunehmen. Wappnen Sie sich mit Employer Intelligence für den War for Talents.		
	Praxis Table 3: Internes Employer Branding Prof. Dr. Sven Grote Fachbereich für Wirtschaftspsychologie, Fachhochschule für angewandtes Management, Erding		
	Nirgendwo wird auf beiden Seiten des Tisches so viel gelogen wie beim Vorstellungsgespräch. Eine unzutreffende Selbstdarstellung des Arbeitgebers kann Enttäuschungen und eine kostenintensive Fluktuation nach sich ziehen. Employer Branding fokussiert deshalb die Glaubwürdigkeit der Arbeitgeberpositionierung. Doch mit welchen internen Maßnahmen wird eine Employer Brand Strategie unterstützt? Eine Diskussion praktischer Beispiele in den Bereichen Führung, HR-Prozesse und -Produkte, Information und Kommunikation sowie Arbeitsumgebung.		
	Praxis Room 4: Digital Natives Sebastian Schmidt Leiter Innovationszentrum für digitale Kommunikation, Institute of Electronic Business e. V.		
	Kennen Sie das Mediennutzungsverhalten der Digital Natives, der Berufsanfänger, die 1985 oder später geboren sind? Haben Sie Ihre Recruitingkommunikation bereits darauf eingestellt? Welche Botschaften übermitteln Sie mit Ihrer Employer Brand? Passen diese mit Ihren Aussagen zu den veränderten Wertesystemen der Absolventen und Jobeinsteiger? Wie managen Sie die Reputation ihrer Arbeitgebermarke in den Sozialen Medien des Web2.0? Gewinnen Sie einen Einblick in die Kommunikationsmechanismen des Mitmachwebs, diskutieren Sie Veränderungen im Denken und Handeln der Digital Natives, lernen Sie aus aktuellen Praxisbeispielen.		
	Praxis Table 5: Laufbahner.de – Innovatives Recruiting im Kampf um die besten Kräfte Ein Vertreter des Recruitingmarktes der Süddeutschen Zeitung		
	In Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise ist es von enormer Bedeutung sich am Arbeitsmarkt als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und sich die besten Fachkräfte zu sichern. Mit dem neuen Karriereportal der Süddeutschen Zeitung „Laufbahner.de“ haben Sie die einzigartige Möglichkeit die Karriereziele der Bewerber mit Ihren Job-Perspektiven zu vernetzen. Im Rahmen des Praxis Tables haben Sie die Möglichkeit, die neuesten Suchfunktionalitäten und -techniken kennen zu lernen. Laufbahner.de findet für Sie die richtigen Kandidaten mit denen Sie sofort in Direktkontakt treten können.		
15.30	Pause		

<p>16.00 Impulsvortrag: Mut und Verantwortung – jetzt erst recht Dr. Ursula Weidenfeld, Journalistin, ehem. Chefredakteurin des Wirtschaftsmagazins Impulse</p> <p>im Dialog mit: Kerstin Kamphaus, Vice President Organisational Development, Vattenfall AG, Group Function Human Resources</p> <p>Milan Nitzschke, Leiter Marketing, Kommunikation und nachhaltige Unternehmensentwicklung, SolarWorld AG</p>	 <p>Um die Folgen der Krise einzudämmen, müssen Arbeitgeber entschlossen handeln und, wenn nötig, Einschnitte vornehmen – mit allen Risiken für Reputation, Arbeitgeberattraktivität und Mitarbeiterengagement. Im Dialog mit Personal- und Marketingverantwortlichen aus Großunternehmen und Mittelstand erörtert Dr. Ursula Weidenfeld, welche Strategien jetzt sinnvoll sind – und welche nicht ...</p> 
<p>17.00 Experten-Speeddating: Unternehmen treffen Unternehmen/Unternehmen treffen Dienstleister Moderation: Cristián Gálvez</p>	<p>Der Fachkongress ist die ideale Plattform, um das eigene Netzwerk auszubauen und interessante Kontakte zu knüpfen. In der strukturierten Form des Experten-Speeddatings nutzen Sie dieses große Network-Potenzial auf die effizienteste – und oft kurzweiligste – Art und Weise.</p>
<p>18.00 Wrap-up und Ausblick Cristián Gálvez</p>	
<p>18.15 Ende des ersten Tages</p>	
<p>Ab 18:30 laden wir alle Teilnehmer und Referenten zu einer gemeinsamen Abendveranstaltung ein. Lassen Sie in lockerer Atmosphäre den ersten Kongresstag Revue-passieren und lernen Sie andere Teilnehmer und Referenten intensiver kennen.</p>	

2. Kongresstag: 6. Mai 2009

<p>8.30 Tageseröffnung und Überblick/Rückblick Cristián Gálvez</p>	
<p>8.45 Mit der Kraft der Gedanken Veränderungen realisieren Gerhard Conzelmann, Präsident des international Shao Lin Institute und Shi Yan Yan, Shaolin-Mönch</p>	  <ul style="list-style-type: none"> – Die Kraft des Denkens – Glaubenssätze überdenken – Überwinden von Angst – Gelassenheit bei Veränderungen – Lösung von Denkblockaden – Angst als größte Blockade – Konzentration auf das Wesentliche – Ruhe und Kraft für Veränderungen
<p>9.45 PODIUMSDISKUSSION: Employer Branding in Zeiten der Krise Eva Miriam Böttcher, Leiterin Personalmarketing, West LB AG</p> <p>Stefan Kraft, Vice President Corporate Human Resources Development, Employer Branding and Strategic Recruiting, Continental AG</p> <p>Wolf Reiner Kriegler, Geschäftsführer, Gründer der Deutschen Employer Branding Akademie</p> <p>Thomas Mäuser, Leiter Marketing & Kommunikation, HR-Shared Service, Telekom Training</p> <p>Moderation: Judith Stephan, Ressortleiterin Job & Karriere, Werben& Verkaufen</p>	<p>Macht Employer Branding Sinn, wenn z. B. das Recruiting zurückgefahren wird oder Entlassungen anstehen? Oder erweisen sich gerade dann die Qualitäten eines strategisch fundierten Employer Brandings? Welche Employer Branding Aktivitäten sollte man auf Eis legen, welche fortführen? Welche Reaktion auf die Krise ist angemessen?</p>
    	
<p>10.45 Pause</p>	

2. Kongresstag: 6. Mai 2009

<p>11.15 Vortrag: Employer Branding in Changeprozessen Julia Andersch, Leiterin Recruiting und Personalmarketing, Capgemini sd&m AG</p> 	<p>Ob Krise, Wachstumsdynamik oder unternehmerische Neuausrichtung, der Veränderungsdruck in einem Unternehmen spiegelt sich über kurz oder lang auch im Employer Branding wider. Wie stellt sich ein Arbeitgeber am besten darauf ein, ohne das bisher aufgebaute Positionierungskapital zu verspielen? Ein reales Fallbeispiel gibt Antworten.</p>
<p>12.00 Intro zu Parallele Think-Tables/Think-Room Cristián Gálvez</p> 	<p>Krisen entfalten eine besondere Dynamik. Die parallel stattfindenden Denkwerkstätten, lenken diese Dynamik in produktive Bahnen: die Neu- und Weiterentwicklung entscheidender Inhalte rund um das Thema „Arbeitgeberattraktivität“. Alle Teilnehmer haben die Chance, live dabei zu sein und eigene Ideen einzubringen.</p>
<p>12.15 Mittagspause</p>	
<p>13.15 PARALLELE THINK TABLES/THINK ROOM</p>	
<p>Think Table 1: Coaching von Employer Branding-Verantwortlichen Anja Busse-Neumann Expertin für systemisches Coaching und Organisationsberatung, selbstständiger Coach</p>  <p>Spiegeln, Spiegeln an der Wand ... Wie nachhaltig ein Employer Branding-Prozess ist, hängt davon ab, wie zuverlässig sein Fundament ist. Professionelle Prozessbegleitung und das Coaching der Prozessverantwortlichen gewährleisten, dass die Positionierung des Arbeitgebers nicht auf den „blinden Flecken seiner Selbstwahrnehmung“ aufbaut, sondern auf einem wirklichkeitsgetreuen Bild. Gleichzeitig machen sie das Employer Branding zu einem Prozess der Organisationsentwicklung.</p> <p>Think Table 2: Arbeitgeberattraktivität im (Zerr-)spiegel des Trennungsprozesses Regina Esslinger Expertin für HR und Employer Branding Leiterin Deutsche Employer Branding Akademie, München</p>  <p>Trennungen sind immer schwierig zu begleiten. Sie stellen die Glaubwürdigkeit sowie das Vertrauen in die Unternehmenskultur und die propagierten Werte und Normen auf die Probe. Was bedeutet das für Arbeitgeberattraktivität? Wie lässt sich der Trennungsprozess im Sinne eines konsistenten Bildes managen? Wie lassen sich die Kontakte zu ehemaligen Mitarbeiter nutzen? Dieser Think-Table schärft das Bewusstsein für ein ebenso aktuelles wie tabubesehtes Thema.</p>	<p>Think Table 3: Leadership Branding: Wie Manager die Marke stärken Christina Grubendorfer Expertin für Leadership Branding und Glaubwürdigkeit im Management, Gründerin und Inhaberin des LEA Institut für Leadership Branding. Gründete mit W.R. Kriegler die DEBA GmbH.</p>  <p>Schwächeanfall gleich Aktiencrash – wie wichtig sind Chefs? Firmenbosse und Führungskräfte personifizieren die Haltung von Unternehmen. Warum wird deren Wirkung auf Arbeits-, Absatz- und Finanzmärkte ihrer Profilneurose oder gar dem Zufall überlassen? Diskutieren Sie mit und nehmen Sie Stellung zur These: „Leadership Branding bringt Unternehmenspositionierung und Managerverhalten in Einklang und steigert damit Arbeitgeberattraktivität, Glaubwürdigkeit und Kundenzufriedenheit“.</p> <p>Think Room 4: Geld, Geld, Geld: Vom Umgang mit Employer Branding-Budgets nicht nur in Zeiten knapper Kassen. Planning und Controlling sichern Erfolg und Effizienz. Ansgar Heitzig Experte für Unternehmensmarke und strategische Planung, Partner, Strategieberatung HEITZIG & HEITZIG</p>  <p>80 % der Personalmarketing-Budgets in Deutschland werden nicht effizient eingesetzt“ – erst die strategische Planung und das Controlling von Themen und Maßnahmen sichert Effizienz und Erfolg. Wie binden Sie alle Medienkanäle in eine Gesamtdramaturgie ein? Wie stellen Sie alle Maßnahmen des Personalmarketings orchestriert in den Dienst Ihrer Arbeitgebermarke? Und welche Kennzahlen-Systeme nutzen Sie, um den Kommunikationserfolg zu messen?</p>
<p>14.30 Jetzt Chancen nutzen – rechtzeitig in den Startlöchern für den Aufschwung sein Der Referent befindet sich in Anfrage</p>	<p>In jeder Krise liegt eine Chance? Nur für den, der sich nicht einigelt, sondern offen bleibt für die Möglichkeiten, die der nachlassende Recruiting-Druck bietet, z. B. Raum für die Weiterentwicklung der eigenen Arbeitgeberattraktivität. So sichern Arbeitgeber sich einen Vorsprung für den nächsten „hunt for talent“.</p>
<p>15.15 Grußwort der bayerischen Staatsministerin für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen Christine Haderthauer</p> 	
<p>15.45 Abschied Cristián Gálvez</p>	
<p>16.00 Abschlusskaffee und Abreise der Teilnehmer</p>	

Mit diesem Kongress sprechen wir folgende Personen an:

- Vorstände und Geschäftsführer
- Leiter und Mitarbeiter Personal, Personalmarketing- und -recruiting, Employer Branding
- Leiter und Mitarbeiter Marketing und Unternehmenskommunikation
- HR-Berater
- Arbeitgeberverbände
- Vertreter von Gewerkschaften
- Vertreter aus Politik, Wissenschaft und Forschung

Aussteller bzw. Teilnehmer am Experten-Speeddating



complexium GmbH: Zielgruppen (Bewerber, Konsumenten, Wähler etc.) sind im Internet präsent: In Blogs, Foren und Netzwerken findet öffentliche digitale Kommunikation statt. Durch „Zuhören“ erschließen sich ungefilterte Fragen, Wünsche und Wertungen, aber auch Themenzugänge und Multiplikatoren. Um diese Relevanzarena gezielt zu erschließen, haben wir auf Basis unserer Studie „Employer Branding & Recruiting im Social Web“ konkrete Ansätze für das Personalmarketing entwickelt. Dazu setzen wir semantisch-linguistische Werkzeuge („Innovationsprodukte 2008“) ein: Wir unterstützen Sie durch Analysen und Ableitungen, Chancen zu nutzen, Risiken zu reduzieren und Ihre Zielgruppen besser zu verstehen. Wir bezeichnen dieses Feld als Digital Intelligence und können auf erfolgreiche Zusammenarbeit mit renommierten Unternehmen verweisen.

complexium GmbH, Monbijouplatz 2, D-10178 Berlin, www.complexium.de

Ansprechpartner: Prof. Dr. Martin Grothe, Tel. 030/27 874 174, E-Mail: grothe@complexium.de



JobTV24 ist der Spezialist für die Produktion und Distribution von Videos in den Bereichen Recruiting sowie Employer Branding. Das Internetportal JobTV24.de ist die größte europäische Videoplattform zu den Themen Job & Karriere. Mit zahlreichen Partnern aus namhaften Stellenbörsen und Karriereportalen verfügt das Unternehmen über ein exklusives und reichweitenstarkes Netzwerk für seine renommierten Kunden aus DAX-Unternehmen und Mittelstand.

JobTV24 GmbH, Eiswerderstraße 18, D-13585 Berlin, www.JobTV24.de

Ansprechpartner: Dr. Rainer Zugehör, Telefon 030.330 9660.00, E-Mail: rainer.zugehoer@jobtv24.de



milch & zucker: HR Marketing & Recruiting aus einem Guss. Stellen Sie sich vor, Sie könnten die Entwicklung Ihrer Employer Brand, Ihre Personalmarketing-Aktivitäten und Ihre Recruiting-Strategie in einem Prozess miteinander verbinden. Wir versprechen Ihnen, es funktioniert! Die Zutaten machen es aus, wie bei einem guten Cappuccino: Frisch aufgebrühter Espresso, dazu heiße, aufgeschäumte Milch und ein wenig feiner, brauner Zucker. Für die richtige Mischung Ihres Recruitings sorgen unsere beiden Geschäftsbereiche: HR Marketing Solutions (Agentur) und eRecruiting Solutions (Software-Haus). Kunden: z.B. Bertelsmann, Credit Suisse, Daimler, Roche, TRW u.v.a.

milch & zucker – The Marketing & Software Company AG, Küchlerstraße 1, D-61231 Bad Nauheim,

Telefon: 06032/9340-60, www.milchundzucker.de und www.employer-branding.de

Ansprechpartner: Carsten Franke, Telefon: 06032/9340-14, E-Mail: Carsten.Franke@milchundzucker.de



Universum ist weltweiter Marktführer im Bereich Employer Branding. Wir bieten Dienstleistungen und Produkte an, die Arbeitgebern dabei helfen, Top-Talente auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen, zu rekrutieren und zu binden. Mit etwa 250.000 Befragten jährlich führen wir weltweit die größte Studierendenbefragung durch.

Universum Communications, Schanzenstraße 23, D-51063 Köln, www.universumeurope.com

Ansprechpartner: Roger Manfredsson, Telefon: 0221/55405350, E-Mail: roger.manfredsson@universumeurope.com

Süddeutsche Zeitung

Die Süddeutsche Zeitung ist der führende Recruitingpartner in Deutschland mit leistungsfähigen Print- und Online-Angeboten. So finden viele Unternehmen attraktive Fach- und Führungskräfte im bundesweit etablierten Samstagsstellenmarkt. Flankierend oder alternativ bietet die Süddeutsche Zeitung effiziente Online-Tools, wie z.B. den Stellenmarkt auf sueddeutsche.de. Erstmalig werden Sie auf dem Fachkongress ein neues Portal erleben, das eine vollkommen neue Art der Personalsuche und der Arbeitgebermarkenbildung realisieren wird.

Süddeutsche Zeitung GmbH, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, www.sueddeutsche.de

Ansprechpartner: Matthias Cescatti, Telefon: 089/2183-8852, E-Mail: matthias.cescatti@sueddeutsche.de



wbpr Public Relations zählt mit über 30 Jahren Erfahrung in der Wirtschaftskommunikation zu den Pionieren der deutschen Agenturbranche. Großunternehmen wie die Würth Gruppe, Evonik, Lidl oder die GEA Group sind ebenso Kunden von wbpr wie kleine und mittelständische Unternehmen, beispielsweise Zieltraffic oder die SPIN AG. Employer Branding ist eine der Kernleistungen der Agentur. Besonders anerkannt ist wbpr in der Branche für internetbasiertes Employer Branding und den Aufbau von Arbeitgebermarken im Mittelstand. Hierzu hat die Agentur in einem Gemeinschaftsprojekt das Employer Branding-Portal www.top-arbeitgebermarke.de entwickelt. Zudem ist wbpr Kooperationspartner des Arbeitgeberwettbewerbs Top Job und vergab im Rahmen dieses Wettbewerbs Anfang 2009 den Top-Job-Sonderpreis „Beste Karriere-Website im Mittelstand“.

wbpr Public Relations, Münchner Straße 18, D-85774 Unterföhring, www.wbpr.de

Ansprechpartner: Markus Eicher, Tel. 089/99 59 06-21; E-Mail: markus.eicher@wbpr.de



Werben & Verkaufen, das führende* wöchentliche Magazin für Medien- und Kommunikation, bietet mit W&V Karriere & Job den großen Stellenmarkt der Branche. W&V Karriere & Job steht für effiziente Personalrekrutierung ohne Streuverluste in Marketing, Werbung und Vertrieb. Zusätzlich zum Stellenmarkt finden die Leser karriererelevante Inhalte und umfassende Informationen zu Personal-Themen. Schwerpunkte setzt W&V Karriere & Job bei Themen wie Employer Branding, Aus- und Weiterbildung, Management und Führung sowie Vertrieb.

* W&V ist Auflagenmarktführer im Segment der Kommunikationsfachpresse (Quelle: IYW Print, IV. Quartal 2008)

Europa-Fachpresse-Verlag, Hultschiner Straße 8, D-81677 München, <http://stellenmarkt.wuv.de>

Ansprechpartnerin: Sabine Vockrodt, Leiterin Stellenmarkt, Tel: 089/ 2183-7049, E-Mail: sabine.vockrodt@efv.de



yourcha® ist der Partner für ein ganzheitliches Recruiting. Auf www.yourcha.com werden hinterlegte Profile von Arbeitnehmern in einer CV-Datenbank anonym interessierten Unternehmen zugänglich gemacht. Zusätzlich fungiert yourcha mit seinen zahlreichen Produkten und Services als Gateway, um Arbeitnehmer, Arbeitgeber sowie Mittler – also Angebot und Nachfrage – effizient zusammenzubringen. Mehr als 4.500 Firmen und 170.000 Arbeitnehmer aller Branchen, Fachrichtungen und Positionen sind bereits bei yourcha® Arbeitgeberattraktivität ermittelt yourcha mit seinem einzigartigen Bewertungsservice yourcha® Rate. Es können rund 3,7 Mio. Arbeitgeber bewertet werden – direkt vom Arbeitnehmer – effizient, aktuell und objektiv.

yourcha AG, Itzbachweg 16-20, D-65510 Idstein, www.yourcha.com

Ansprechpartner Presse: Claudia Isabel Knoll, Telefon: 06126/9375-544, E-Mail: presse@yourcha.com

2. Fachkongress „Arbeitgeberattraktivität in Deutschland“ 5. und 6. Mai 2009 in München

Ja, ich/wir nehme/n teil

- am 5. und 6. Mai 2009 zum Preis von € 1.690,- zzgl. MwSt. p.P.
 Ich nehme an der Abendveranstaltung am 5. Mai 2009 teil
(in der Teilnahmegebühr enthalten)

Sonderrabatt für SZ- und w&v-Kunden:

- Mein Unternehmen ist Kunde der o.g. Titel und erhält 10% Rabatt!

Frühbucherrabatt:

Bei Anmeldung bis **13. März 2009** gewähren wir € 100,- Rabatt!

Ich nehme voraussichtlich an folgendem Praxis Table am 5. Mai teil:

- 1: Zielgruppen-Segmentierung oder
 2: Employer Branding im Social Web oder
 3: Internes Employer Branding oder
 4: Digital Natives oder
 5: Laufbahner.de

Ich nehme voraussichtlich an folgendem Think Table am 6. Mai teil:

- 1: Coaching oder
 2: Trennungsprozesse oder
 3: Leadership Branding oder
 4: Employer Branding-Budgets

Veranstaltungsort:

Holiday Inn Munich-City Centre, Hochstraße 3, D-81699 München
Tel.: 0 89/48 03-0, Fax: 0 89/44 87 170 (EZ ab € 129,-)

Ihre Zimmerreservierung:

Für die Teilnehmer steht bis 4 Wochen vor Veranstaltungsbeginn ein begrenztes Zimmerkontingent zu den genannten Sonderpreisen zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Zimmerreservierung selbst vor und beziehen Sie sich auf die „managerakademie“.

Veranstalter:

managerakademie, Justus-von-Liebig-Str. 1, D-86899 Landsberg

Projektleitung:

Dipl.-Kff. Barbara Rossie, Tel.: 0 81 91/125-522
E-Mail: barbara.rossie@managerakademie.de

Organisation und Anmeldung:

Ricarda Herrmann, Tel.: 0 81 91/125-872
E-Mail: ricarda.herrmann@managerakademie.de

Sponsoring und Ausstellung:

Viktoria Wegel, Tel.: 0 81 91/125-501
E-Mail: viktoria.wegel@managerakademie.de

Veranstalter:

managerakademie
kongresse | tagungen | seminare

Mitinitiator und
konzeptioneller
Partner:



1) Vorname, Name

Position/Abteilung

2) Vorname, Name

Position/Abteilung

Firma

Straße/Hausnummer/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Telefax (freiwillige Angabe)

E-Mail (freiwillige Angabe)*

Rechnungsanschrift

Datum

Unterschrift

*sinnvoll zur Nachsendung der Think Tank Ergebnisse

Teilnahmebedingungen

Die Teilnahmegebühr schließt jeweils folgende Leistungen ein: Teilnahme am Kongress, Tagungsband, Erfrischungen in den Pausen und Abendveranstaltung am 1. Kongresstag. Bitte melden Sie sich mit beiliegendem Anmeldeformular oder via Internet unter www.m-i-c.de oder www.managerakademie.de an. Nach Eingang Ihrer schriftlichen Anmeldung sind Sie als Teilnehmer registriert und erhalten eine schriftliche Bestätigung sowie eine Rechnung, welche vor Veranstaltungsbeginn zu begleichen ist. Bei Absagen nach dem 21. April 2009 oder bei Nichterscheinen wird die volle Teilnahmegebühr berechnet; es kann jedoch ein Ersatzteilnehmer gestellt werden. Stornierungen vor diesem Termin werden mit € 150,- Verwaltungsaufwand berechnet. Der Veranstalter behält sich das Recht vor, die gesamte Veranstaltung oder einzelne Teile räumlich und/oder zeitlich zu verlegen, zu ändern oder auch kurzfristig abzusagen.

Datenschutzhinweis

Die managerakademie ist ein Unternehmen der Süddeutscher Verlag Mediengruppe. Ihre freiwilligen Angaben werden zusammen mit den für die Vertragsabwicklung erforderlichen Daten von uns und der Unternehmensgruppe, unseren Dienstleistern sowie anderen ausgewählten Unternehmen verarbeitet und genutzt, um Sie über Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Wenn Sie dies nicht mehr wünschen, schreiben Sie bitte an managerakademie, Justus-von-Liebig-Str. 1, D-86899 Landsberg.