

Neue Employer Branding Studie 2014: Arbeitgeber als Marke klar positionieren und umsetzen

Saarlouis, 16.04.2014

Employer Branding gewinnt an Bedeutung

Die Bedeutung des Employer Branding wird in Zukunft steigen, darin sind sich die deutschen Unternehmen (70 Prozent) einig. Derzeit zeichnet sich in deutschen Unternehmen allerdings ein anderes Bild. In der neuen Studie von ESCH. The Brand Consultants wurden 175 deutsche Unternehmen (von Mittelstand bis DAX30) zum Status Quo des Employer Branding befragt. Gerade einmal 24 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass Employer Branding aktuell eine wichtige Rolle spielt.

Employer Branding erhöht die Arbeitgeberattraktivität und die Passung von Bewerbern

Das Potenzial durch Employer Branding wird allerdings sehr positiv beurteilt. Erfolgreiches Employer Branding führt bei den befragten Unternehmen zu einer gesteigerten Arbeitgeberattraktivität (47 Prozent) sowie einer erhöhten Passung (37 Prozent) und Qualität der Bewerber (47 Prozent). Somit erhöht sich nicht nur die Anzahl der Bewerbungen sowie der damit verbundene administrative Aufwand. Vielmehr senkt Employer Branding durch bessere Passung der Bewerber den Aufwand für das Recruiting. Gleichzeitig senken Reduktion der Fehlquoten und Fluktuationsquote die Folgekosten der Personalarbeit.

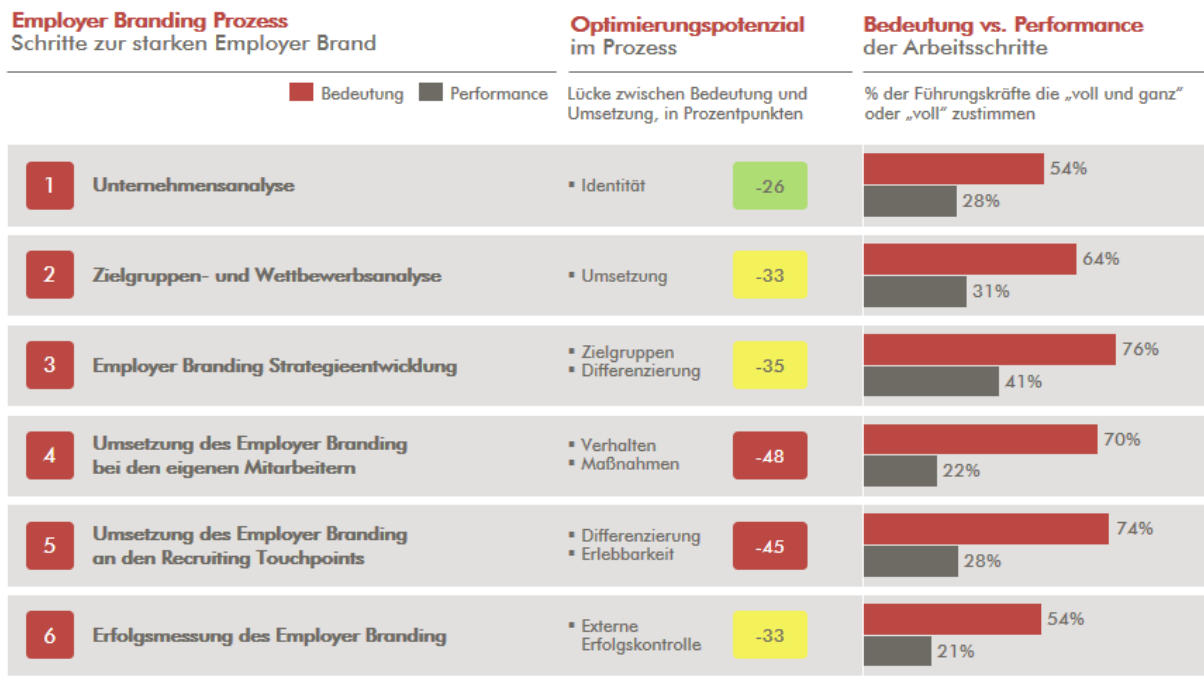
Erfolgreiches Employer Branding erfordert einen ganzheitlichen Prozess und eine konsequente Umsetzung

Unternehmen mit erfolgreichem Employer Branding zeichnen sich durch konsequente Arbeit entlang des Employer Branding Prozesses aus. Von der Strategie bis zur Umsetzung. Die Studienergebnisse zeigen allerdings, dass die reale Umsetzung im Prozess generell noch nicht das volle Potenzial ausschöpft. In der Strategiephase werden häufig



I PRESSEMITTEILUNG I

Wettbewerbsanalyse oder Branchen-Benchmarks nicht mit einbezogen. Zudem erfolgt die Umsetzung des Strategiekonzept in konkrete HR-Programme oder differenzierende Employer Branding Aufritte nur selten. Die Erfolgsmessung des Employer Branding wird zudem stark vernachlässigt (siehe Abbildung).



Quelle: ESCH. The Brand Consultants Survey, n=175.

FAZIT:

Employer Branding gewinnt klar an Bedeutung in deutschen Unternehmen. Erfolgreiches Employer Branding steigert die Attraktivität des Arbeitgebers und ermöglicht die qualifizierte und passgenaue Rekrutierung von neuen Mitarbeitern. Ein konsequenter Prozess ist die Basis für den Aufbau einer erfolgreichen Employer Brand.