

Berlin, 24.05.2011

Pressemitteilung Wirtschaft

Der Arbeitgeberattraktivität die Hand aufs Herz legen Fitnessstest für Arbeitgebermarken startet

Deutschlands Arbeitgebermarken ist gestartet: Ein objektives Prüfverfahren für die Qualität und Authentizität von Arbeitgebermarken, mit dem Unternehmen ab 50 Mitarbeitern ihre Arbeitgeberattraktivität in Zeiten des Fachkräftemangels systematisch steuern können. Der Fitnessstest wird von der Deutschen Employer Branding Akademie sowie Verbänden und Fachmedien initiiert und von der GfK Gruppe durchgeführt.

FÜR DEN FACHKRÄFTEMANGEL GERÜSTET SEIN

Starke Arbeitgebermarken machen deutsche Unternehmen regional, überregional und international wettbewerbsfähig bei der Gewinnung und Bindung von Fachkräften. Was früher ein Nischenthema war, steht heute weit oben auf der Agenda - nicht nur die DAX100, auch der deutsche Mittelstand setzt auf die Stärkung ihrer Arbeitgebermarken, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit in Zeiten des demografischen Wandels dauerhaft zu sichern.

ERSTMALS KANN ARBEITGEBERMARKENERFOLG GEMESSEN WERDEN

Deutschlands Arbeitgebermarken ist ein objektives Prüfverfahren für Arbeitgebermarken. Mit der Teilnahme legen Unternehmen ihrer Arbeitgebermarke die Hand aufs Herz. Sie finden heraus, wie attraktiv sie als Arbeitgeber wirken oder ob sie längst eine Arbeitgebermarke sind, ohne es zu wissen. Unternehmen, die bereits aktiv Employer Branding betreiben, bekommen ein Messinstrument für ihre betriebliche Praxis an die Hand, mit dem sie den Erfolg der eigenen Maßnahmen umfassend kontrollieren und ausbauen können.

EINSICHTEN, DIE IN BREITE UND TIEFE NEU SIND

Deutschlands Arbeitgebermarken unterstützt Unternehmen bei der effektiveren Gewinnung von Fachkräften, der Bindung von Leistungsträgern und der besseren Passung von Arbeitgeber und Bewerber. Der Fitnessstest liefert Einsichten, die in ihrer Breite und Tiefe neu sind. Die Teilnehmer erhalten detaillierte Ergebnisse und Handlungsempfehlungen sowohl zum externen und internen als auch zum strategischen und operativen Status ihrer Arbeitgebermarke. Das schafft Klarheit, vermeidet Fehlinvestitionen und zeigt Handlungsoptionen auf.

KOMBINATION VON INNENSICHT UND AUSSENBILD

Deutschlands Arbeitgebermarken ist der erste Test von Arbeitgeberattraktivität, der die Sicht von Mitarbeitern und Außenstehenden kombiniert. Die Teilnehmer erkennen, wie authentisch sie als Arbeitgeber auftreten. Der Fitnessstest beantwortet unter anderem Fragen wie: Bekommen Bewerber das richtige Bild? Erkennen sie einen Unterschied zu anderen Arbeitgebern? Oder: Wissen Mitarbeiter, wofür der Arbeitgeber steht? Und stehen sie dahinter?

VALIDITÄT DANK MESSUNG OHNE INTERFERENZEN

Gängige Umfragerankings zum Arbeitgeberimage spiegeln zumeist die Beliebtheit bekannter Unternehmens- und Produktmarken wider. Valide Rückschlüsse auf die rein arbeitgeberbezogene Attraktivität sind so nicht möglich. Deutschlands Arbeitgebermarken vermeidet diese und andere Interferenzen. Damit Unternehmen erstmals ungeschminkt erkennen können, wie erfolgreich ihr Employer Branding wirklich ist. Ob Konzerne oder Firmen, die nicht überregional bekannt sind – der Fitnessstest ist ein Prüfstein, der allen Teilnehmern die gleichen Maßstäbe setzt.

WIE UNTERNEHMEN TEILNEHMEN KÖNNEN

Deutschlands Arbeitgebermarken ist ein Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschlands. Deshalb ist die Teilnahmegebühr mit 5.800 Euro bewusst kostendeckend und nicht gewinnorientiert kalkuliert. Unternehmen ab 50 Mitarbeitern können sich bis 15.09.2011 anmelden. Im Oktober und November findet die Erhebung statt. Anfang Dezember erhalten die Teilnehmer Zugang zu ihren individuellen Datenzentern, in denen die Ergebnisse interaktiv präsentiert und kommentiert werden.

3.682 Zeichen, Abdruck frei

Kontakt:

Deutsche Employer Branding Akademie GmbH, Paula Thieme, (030) 800 93
20 80, thieme@employerbranding.org

<http://www.deutschlands-arbeitgebermarken.de>

Auf Twitter folgen: <http://twitter.com/dagmnews>

Über die Initiatoren

Deutschlands Arbeitgebermarken ist eine Initiative der Deutschen Employer Branding Akademie mit Sitz in Berlin in Kooperation mit der Karrierewelt des Axel Springer Verlags, dem Bundesverband der Personalmanager e. V. und anderen Verbänden, Fachmedien sowie Experten aus Wissenschaft und Wirtschaft. Das Prüfverfahren wurde von der Deutschen Employer Branding Akademie konzipiert und gemeinsam mit den Marktforschern der international renommierten GfK Gruppe entwickelt, die auch die Erhebungen durchführt.