



ZENTRALVERBAND
SANITÄR
HEIZUNG KLIMA



Employer Branding – Stellenbesetzung der Zukunft

Zuzana Blazek, Institut der deutschen Wirtschaft,
Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung

33. Deutscher Kupferschmiedetag, Berlin 28. September 2018

Das Institut der deutschen Wirtschaft



Ein Blick auf Deutschland

Oder warum Employer Branding ein
„must have“ und kein „nice to have“ ist.

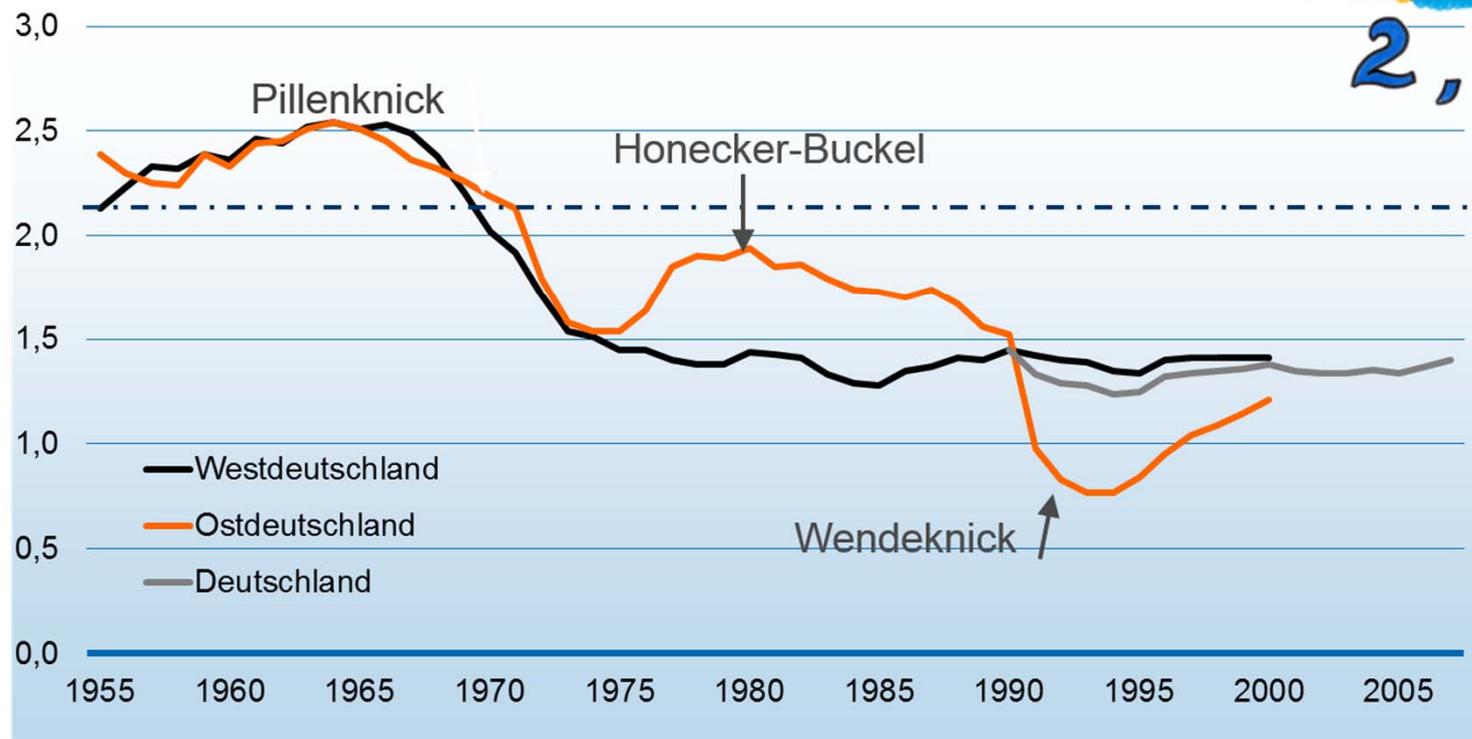
Demografische Entwicklung

„Sterben die Deutschen aus?“
- Spiegel Online Januar 2000



Seit 1970 weniger als zwei Kinder pro Frau

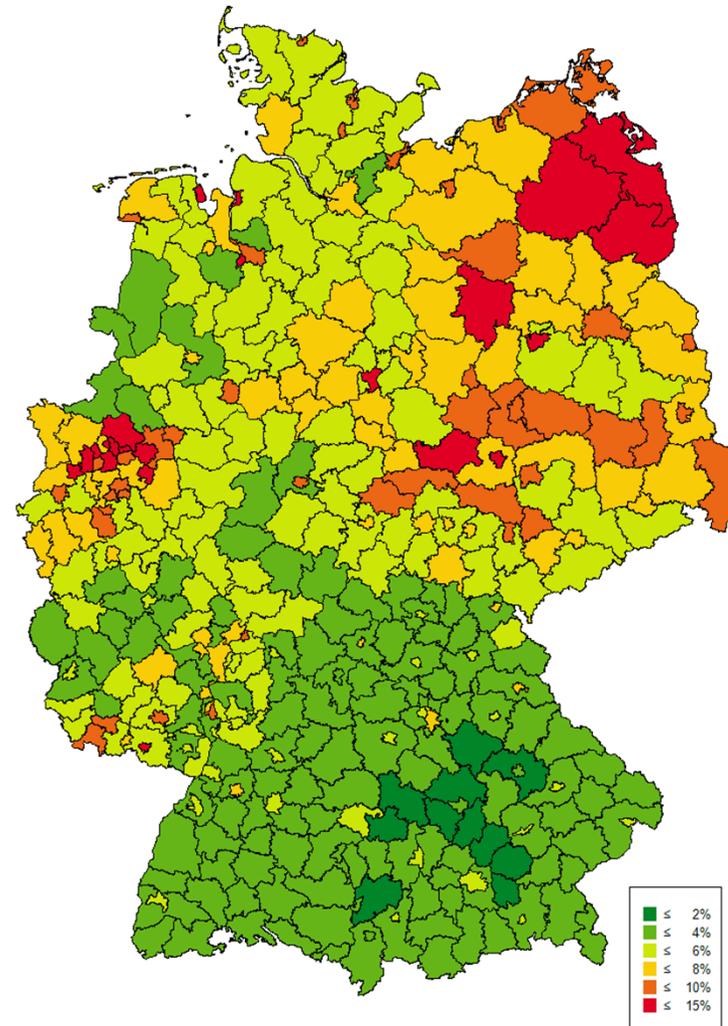
Geburtenraten in Ost- und Westdeutschland pro Frau



Zeichnerin:
Maria Jacobi

Der Arbeitsmarkt in Deutschland

Arbeitslosenquoten Oktober 2016 nach AAB

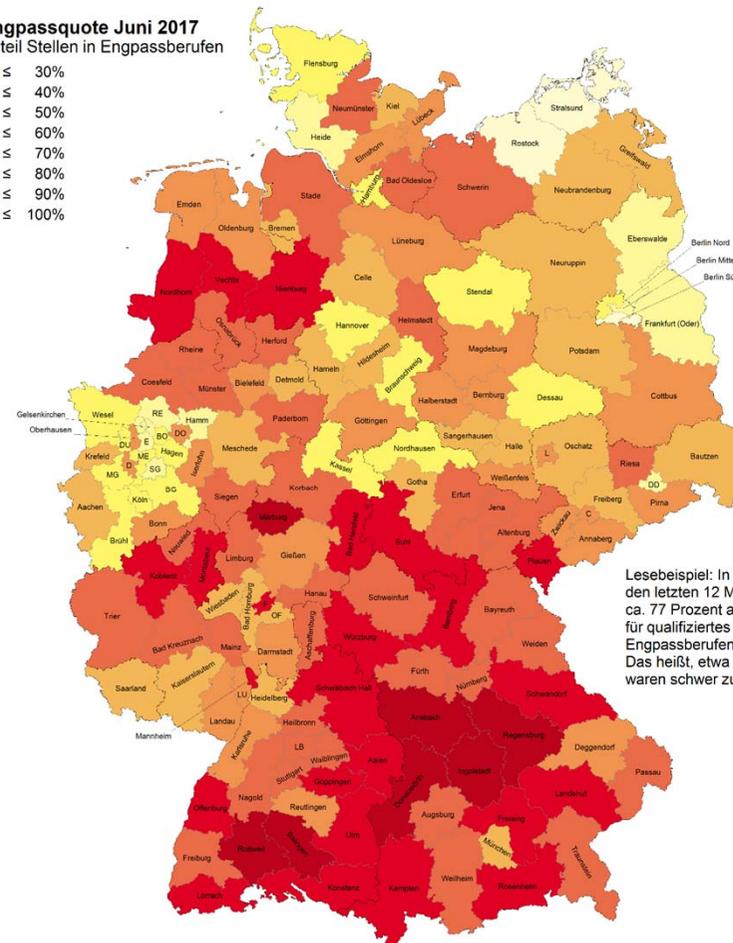
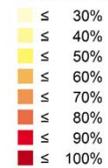


Bundesagentur für Arbeit, 2016; eigene Darstellung KOFA

Fachkräfteengpässe im ganzen Land

- Fachkräfteengpass: Weniger als 200 Arbeitslose je 100 gemeldete Stellen
- Bundesweit gab es in einem durchschnittlichen Monat zwischen Juli 2016 und Juni 2017 in ganz Deutschland 307 Engpassberufe
- Regional sind die Engpässe unterschiedlich stark ausgeprägt

Engpassquote Juni 2017
Anteil Stellen in Engpassberufen



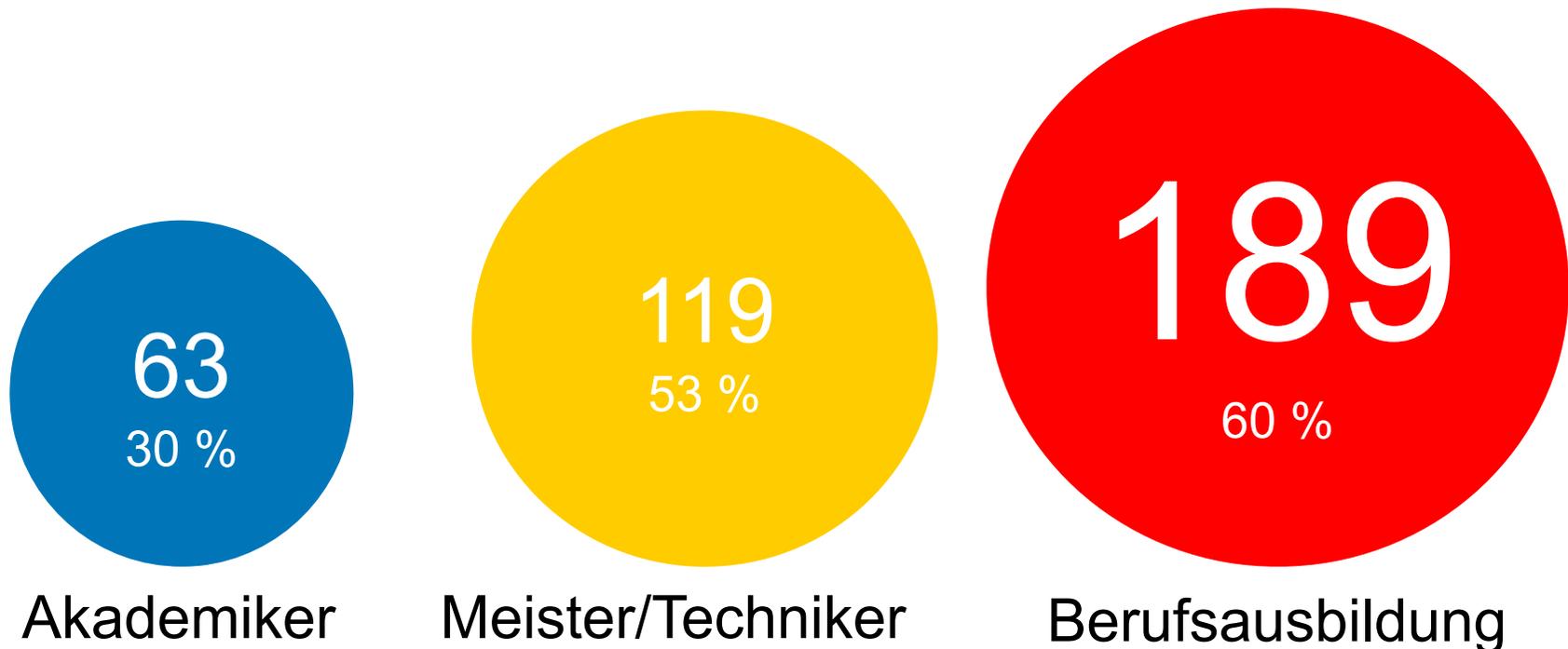
Lesebeispiel: In Stuttgart waren in den letzten 12 Monaten bis Juni 2017 ca. 77 Prozent aller offenen Stellen für qualifiziertes Personal in Engpassberufen ausgeschrieben. Das heißt, etwa 8 von 10 Stellen waren schwer zu besetzen.

Quelle: Sonderauswertungen der Bundesagentur für Arbeit, 2017; KOFA-Berechnungen.
Hinweise: Jahresdurchschnittswerte bis 30.06.2017. Helfer wurden nicht berücksichtigt. Abkürzungen in den Regionen stehen für Autokennzeichen, z.B. DO für Dortmund.

Bundesagentur für Arbeit, Sonderauswertungen 2017; eigene Berechnungen KOFA

Fachkräfteengpässe in vielen Berufen

Anzahl an Erwerbsberufen mit Engpässen, Stand: Juni 2018



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sonderauswertung; eigene Berechnungen; Berufe mit mindestens 100 Arbeitslosen



SPIEGEL ONLINE SPIEGEL

Menü | Politik | Meinung | Wirtschaft | Panorama | Sport | Kultur | Netzwelt | Wissenschaft | mehr ▼

17. September 2018

Schlagzeilen | DAX 12.124,33 | TV-Programm | Abo

Arbeitsmarkt

Handwerk beklagt dramatischen Fachkräftemangel



20.000 Stellen unbesetzt Präsident des Deutschen Handwerks über Fachkräftemangel

Arbeitsmarkt der Zukunft?



Der Arbeitsmarkt dreht sich um!

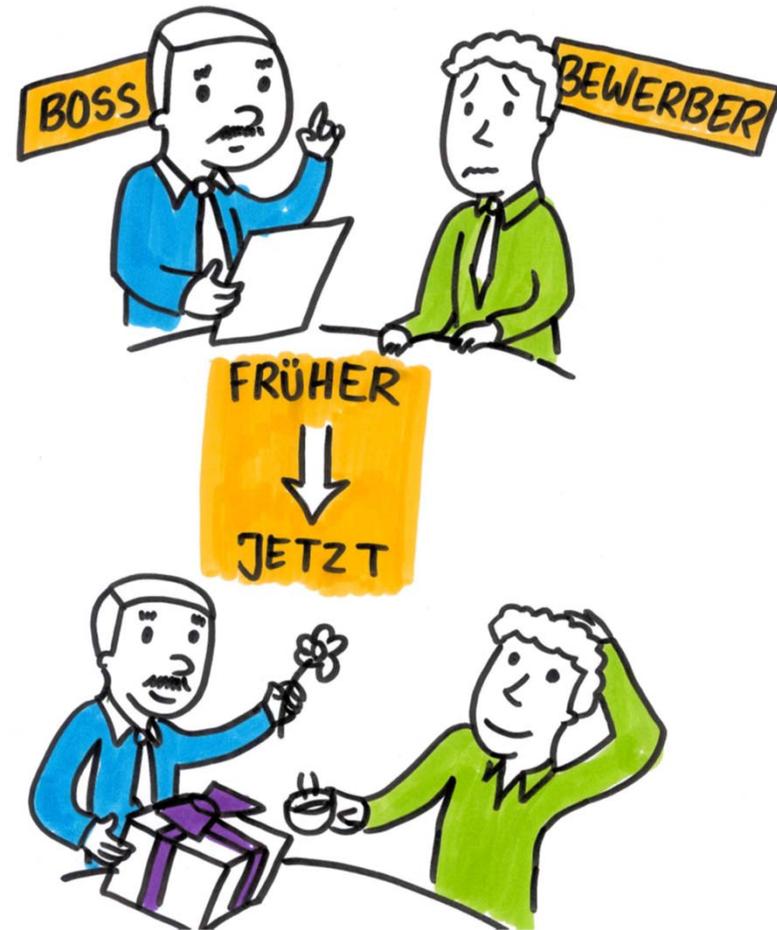


Bild: Maria Jacobi

Ist der Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke (Employer Branding) notwendig?

Angesichts zukünftiger Herausforderungen stellt sich diese Frage nicht!

- ✓ **Für Unternehmen geht es lediglich um das „wie“!**

Veränderungen erkennen und aktiv gestalten...



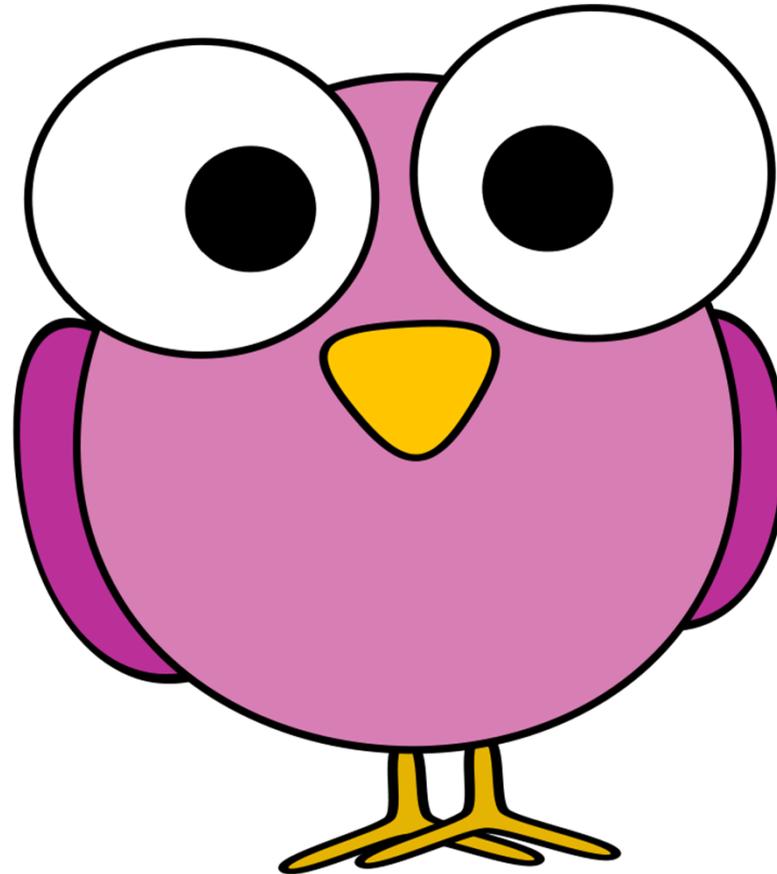
Cartoonist: Much Unterleitner, in: Höfler et al., Abenteuer Change Management, 2014

Employer Branding

Der Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke

Was bringt Employer Branding?

- Größerer Bewerberpool
- Erhöhte Passgenauigkeit
- Verbessertes Betriebsklima
- Steigerung der Arbeitsproduktivität
- Kostensenkung
- Erhöhter Bekanntheitsgrad
- Verbessertes Unternehmensimage



<http://clipart-library.com/clipart/1789652.htm>



molekular-marketing.de, Thomas Eberwein

Der Employer Branding-Prozess

In vier Schritten zum attraktiven Arbeitgeber



Der Employer Branding-Prozess

Voraussetzungen

- Employer Branding = ganzheitlicher Prozess ≠ Marketing-Kampagne
- Erst Strategie, dann Handeln
- Nie von sich auf andere schließen
- Je intensiver die Analysephase erfolgt, desto höher ist die Qualität des Nutzenversprechens gegenüber dem Mitarbeiter
- Verknüpfen von Realität (Status quo) und Vision (Wo wollen wir hin?)
- Nichts ist für immer: Die Arbeitgebermarke kann sich im Laufe der Zeit wandeln
- Unternehmen müssen authentisch sein und, Ecken und Kanten zeigen – so sind sie glaubwürdig

Employer Branding

Schritt 1: Ausgangssituation analysieren





www.thefilmemporium.blogspot.com

Analyse

Wo liegen die Besonderheiten des UN im Vergleich zu den Wettbewerbern?

Was zeichnet das Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber aus?

Warum sollte sich z.B. ein Azubi für das Unternehmen entscheiden?

Ziel: Sicherstellen, dass die Arbeitgebermarke besonders ist

Ziel: Herausfinden, wie das Unternehmen „tickt“

Was ist z.B. Frauen wichtig und was erwarten sie von ihrem Arbeitgeber?

Welches Image hat das Unternehmen in der Region?

Wie ist die Unternehmenskultur?



Ziel: Treffsicher in die Zielgruppe

Welche Bedürfnisse haben die Praktikanten, Azubis, Fachkräfte, Nachwuchsführungskräfte, Führungskräfte, Top-Manager?

Wie informieren sich interessierte Jugendliche über potenzielle Arbeitgeber?

Jetzt sind Sie dran...

Machen Sie einen kurzen Selbsttest und gewinnen Sie einen Eindruck, wo Sie mit dem Thema „Employer Branding“ stehen.

SELBSTTEST
UNTERNEHMEN positionieren

Bitte markieren Sie mit Hilfe der Ampeln, welche Aussage für ihr Unternehmen nicht zutrifft → rot
teilweise zutrifft → gelb
voll zutrifft → grün

Wir haben unter Beteiligung der Belegschaft Werte für unser Unternehmen definiert.

Die Werte, für die das Unternehmen steht, sind allen im Unternehmen klar.

Wir haben eine Führungskultur, die unsere Werte umsetzt. Die Führungskräfte machen die Werte für die Beschäftigten erlebbar.

Wir wissen um die Bedeutung eines guten Betriebsklimas und gestalten dieses aktiv.

Im Rahmen von regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen erfragen wir Verbesserungsvorschläge und setzen diese in der Regel auch um.

Wir wissen, an welchen Stellen es Verbesserungspotenzial gibt und haben bereits entsprechende Maßnahmen in unserem Unternehmen ergriffen.

Mitarbeitergespräche führen wir regelmäßig durch und haben die Kompetenzen und Potenziale unserer Mitarbeiter.

Wir sind demografiefest und gehen auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Mitarbeitergruppen ein.

Wir fördern die Leistungskraft der Mitarbeiter und haben ein funktionierendes Gesundheitsmanagement installiert.

Unsere Fluktuation und unser Krankenstand sind niedrig.

Wir machen den Bewerbungsprozess aktiv, um uns als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.

Zielgruppenanalyse

Azubis gezielt ansprechen

Wünsche

Spaß im Beruf

Sinnvolle Aufgaben

Selbständiges Arbeiten

Chance auf Übernahme

Nähe zum Elternhaus

Informationswege

Eltern

Lehrer

Berufsinformationstage

Internet

→ Unsicherheit beim Start ins Berufsleben reduzieren

Regionale Pressearbeit

Elternabend im Unternehmen

Mit Azubis Schulen besuchen

Quellen: StepStone Trendstudie 2017;
personalmagazin spezial: „Trends im Recruiting“

Zielgruppenanalyse

Erfahrene gezielt ansprechen

Wünsche

Attraktivität der Aufgaben

Werte und Führungsstil

Persönliches Wachstum und
Karrieremöglichkeiten

Flexible Arbeitszeiten

Zusammenarbeit im Team

Wünsche

Wertschätzende, kompetente
Führungskraft

Anerkennung der Leistung,
Perspektiven

Gestaltungsspielraum

Interessante Projekte

Arbeits- & Privatleben

→ Breit über das Unternehmen informieren

Personalthemen als fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation

Netzwerke der Mitarbeiter*innen nutzen

Quellen: StepStone Trendstudie 2017;
personalmagazin spezial: „Trends im Recruiting“

Employer Branding

Schritt 2: Kernbotschaften entwickeln



Zielgruppenanalyse

Ihre Kernbotschaft sollte sein:

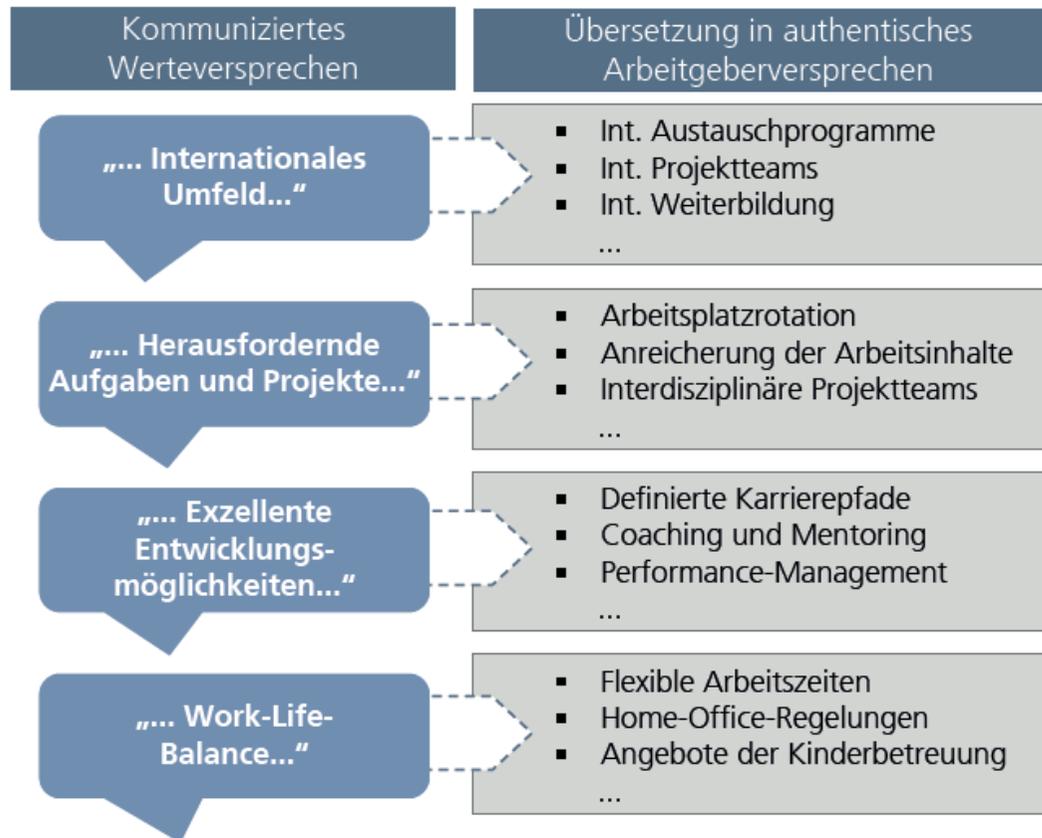
- kurz, markant, einprägsam
- realistisch, glaubwürdig
- widerspruchsfrei

Die Kernbotschaft
...ist NICHT der Claim/Slogan
...ist das, was Ihr Unternehmen
ausmacht, in Kürze und prägnant
zusammengefasst

Eine gute Kernbotschaft bringt Ihr Alleinstellungsmerkmal auf den Punkt.

- Zeigen Sie Ecken und Kanten.
- Heben Sie sich von Ihren Wettbewerbern ab.
- Wecken Sie keine unrealistischen Erwartungen.





Quelle: Fraunhofer IMW.

Employer Branding

Schritt 3: Kommunikation



Kommunikationsstrategie im Employer Branding-Prozess

Wie und auf welchen Kanälen kann die Arbeitgebermarke kommuniziert werden, sodass die Zielgruppen erreicht werden?

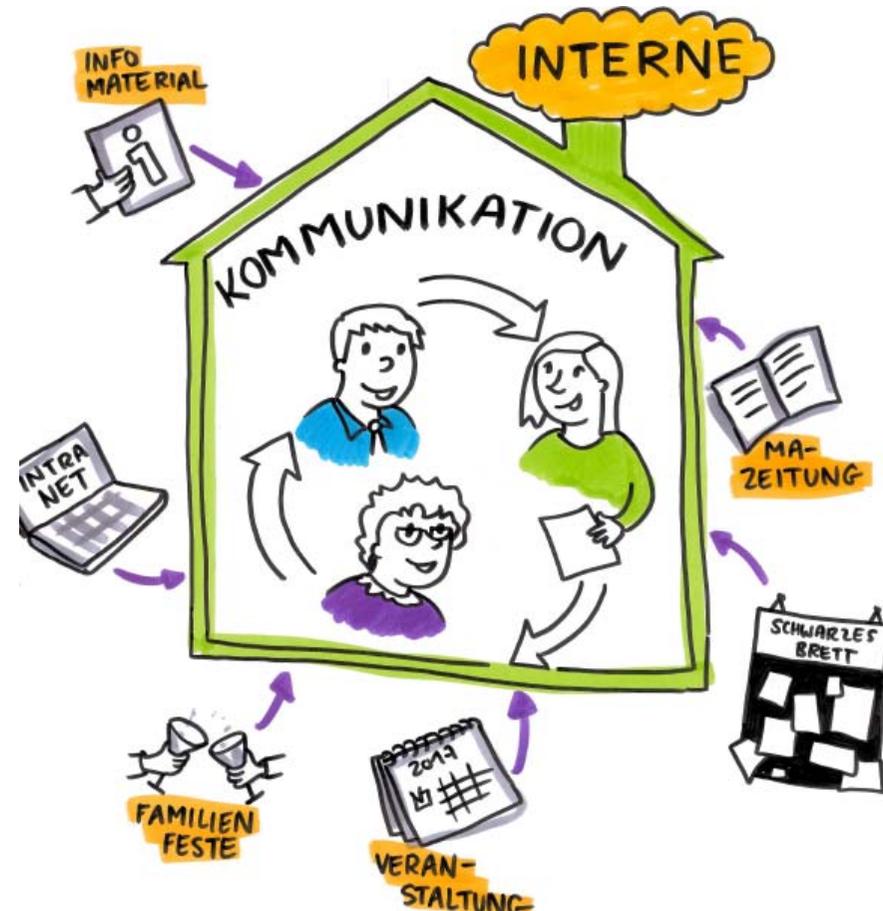
Welche Aktivitäten passen zu Ihrem Unternehmen?



www.verbaende-talk.de

Interne Kommunikationswege

- Verhalten des Vorgesetzten
- Mitarbeitergespräche
- Broschüren und Flyer
- Blog
- Business-TV oder Radio
- Rundschreiben
- Townhall-Meetings
- Kamingespräche
- Jour fixe
- Quality Circle
- Telefon-/Videokonferenzen
- Umfragen
- Management-by-walking-around
- ...



Zeichnerin: Maria Jacobi

Führung

Interne Kommunikation

Führung

„Mitarbeiter kommen wegen des Jobs – und gehen wegen des Chefs“

GALLUP®

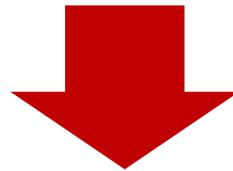
Pressemitteilung

Gallup Engagement Index 2016: Schlechte Chefs kosten deutsche Volkswirtschaft bis zu 105 Milliarden Euro jährlich

Berlin, 22. März 2017

Führung 4.0

- Vorbild sein und Mitarbeiter inspirieren statt ihre Leistung zu kontrollieren, zu belohnen oder zu bestrafen
- großes Maß an Angstfreiheit und Fehlerfreundlichkeit
- vertrauensbasierte Beziehungen zwischen Führungskraft und Mitarbeiter



Führung ist heute und in Zukunft in erster Linie Kommunikation!

Dialog leben



Quelle: Cartoonist: Much Unterleitner, in: Höfler et al., Abenteuer Change Management, 2014

Fehlerkultur entwickeln



Quelle: Cartoonist: Much Unterleitner, in: Höfler et al., Abenteuer Change Management, 2014

Persönliche Gelassenheit entwickeln



Quelle: Cartoonist: Much Unterleitner, in: Höfler et al., Abenteuer Change Management, 2014

Mitarbeitergespräche

Interne Kommunikation

Mitarbeitergespräche und Arbeitgeberattraktivität



Mitarbeitergespräche

Kurzbeschreibung

Ein Mitarbeitergespräch...

... ist ein **geplantes Gespräch** zwischen Führungskraft und Mitarbeiter.

... ist ein **Dialog**, der über die Alltagskommunikation hinausgeht und **ein bestimmtes Thema oder Ziel** zum Inhalt hat.

... kann sowohl zu **regelmäßig geplanten Terminen** als auch **kurzfristig zu einem bestimmten Anlass** stattfinden.

Sie sind dran...

Welche externen Kommunikationskanäle kennen Sie?



Mit welchen haben Sie besonders gute Erfahrungen gemacht?

In welchen Kanälen sehen Sie Potential?

Welche Kanäle würden Sie gern (mehr) nutzen?

Externe Kommunikationswege

- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Karrierewebsite
- Stellenanzeigen
- Bewerbungsgespräche
- Berufliche Frühorientierung
- Praktika
- Schul- und Hochschulkooperationen
- Newsletter
- Bewertungsportale
- Berufliche Frühorientierung
- Kreative Werbung
- Guerllia-Recruiting
- u.v.m.



Zeichnerin: Maria Jacobi

Zu uns will ja eh keiner...

- Handwerk allgemein
- Friedhofsgärtner
- Fleischer

...



Bildquelle: <https://karrierebibel.de/ostrich-effekt/>

Das Handwerk



Die Ruhebewahrer



Quelle: <http://www.ruhebewahrer.de/>

Die Ruhebewahrer

DAS SIND WIR.

Mal kurz vorweg: Wir buddeln keine Gräber und tragen auch keine Särge durch die Gegend. Das können die Bestatter und städtischen Mitarbeiter deutlich besser. Wir machen unsere Friedhöfe schöner. Das ist unser Job.

Genau genommen sind wir so etwas, wie die Feinmechaniker unter den Gärtnern. Mit Geschick, Kreativität und Einfühlungsvermögen sind wir spezialisiert auf das Anlegen, Gestalten und die Pflege von Grabstätten. Wir sind die Bewahrer von Gottes Acker und übernehmen so – ganz nebenbei – auch Verantwortung für die Funktionalität unserer „grünen Lungen“ in der Großstadt. Bei der Arbeit machen wir uns gerne die Hände schmutzig, aber längst nicht alles ist Handarbeit, denn viele Arbeiten erledigen wir heute mithilfe von modernen Gerätschaften. Das schont den Rücken und auch die Nerven.



Quelle: <http://www.ruhebewahrer.de/>

Fleischereiberufe

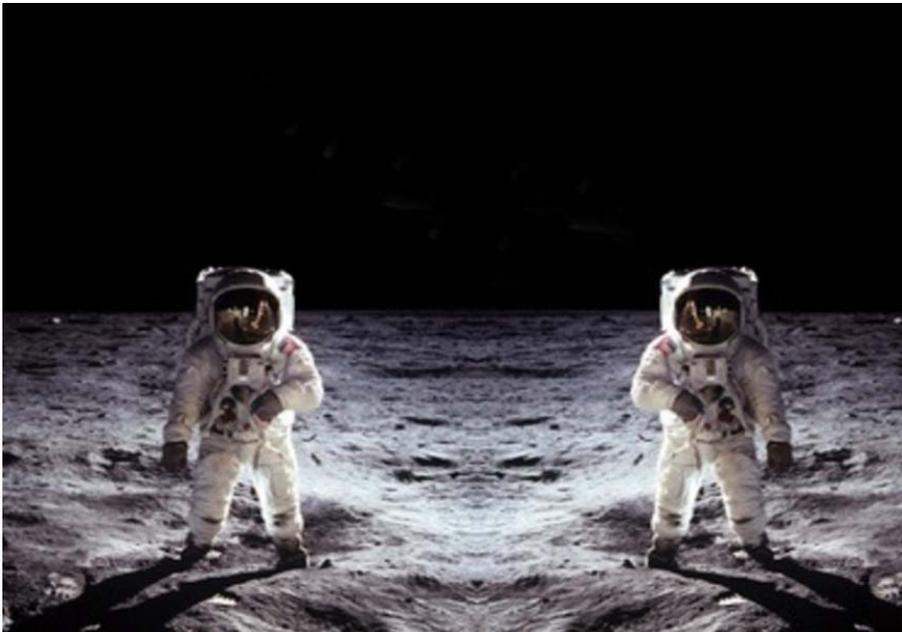


Fleisch & berühmt

Du denkst, Wurst und Glamour – das passt nicht zusammen? Hier beweisen wir dir das Gegenteil! Man denke nur an Lady Gaga im Fleischkostüm bei den MTV Video Music Awards, Promis wie Stefan Raab, der eigentlich gelernter Metzger ist, oder die Weißwurst, die über die Grenzen Deutschlands hinaus Berühmtheit erlangt und es sogar bis nach China geschafft hat, wo sie auf dem Oktoberfest in Peking mit Stäbchen verspeist wird.

Quelle: www.fleischerberufe.de/

Fleischereiberufe



Ein kleiner Biss für die Menschheit

Als Neil Armstrong als erster Mensch den Mond betrat, hat er sich zuvor mit einem Hotdog gestärkt. Als Verpflegung für die Crew der Raumkapsel Apollo 11 wurden Hotdogs mit ins All geschickt.



Sandra Bullock schmuggelt deutsche Würstchen

Sandra Bullock schwört so sehr auf Würstchen aus deutschen Ländern, dass sie diese sogar heimlich in die USA schmuggelt. Zu Weihnachten hält sie fest an ihrer deutschen Tradition, dass Wiener Würstchen mit Kartoffelsalat auf den Tisch kommen. Das Problem ist allerdings, dass es Fluggästen verboten ist, Fleischwaren in die USA einzuführen. Doch Sandra Bullock ist es bisher immer gelungen, die geliebten Würstchen ins Land zu schmuggeln.

Quelle: <https://www.fleischerberufe.de/>

Fleischereiberufe

Start	Tätigkeiten	Tagesablauf	Voraussetzungen	Zahlen & Fakten
<p><i>Sara, Fleischerei-Fachverkäuferin</i> "Das Auge isst immer mit!"</p>  				
 <p>Nachgefragt Sara berichtet aus ihrem Berufsalltag als Fleischerei-Fachverkäuferin → Zum Interview</p>	 <p>Verdienst Das verdienst du während und nach deiner Ausbildung! → Jetzt checken</p>	 <p>Tagesablauf Begleite Sara bei einem typischen Tagesablauf in ihrem Fachbetrieb → zum Tagesablauf</p>		

Quelle: <https://www.fleischerberufe.de/>

Beispiel: Seibert Media - Bewerberportal

Kontaktieren Sie uns! 0800-181-2092 EN

// SEIBERT / MEDIA

BEWERBERPORTAL

Suchen

Arbeiten bei SEIBERTMEDIA



SCHNELLE BEWERBUNG

Du bestimmst, wann du wie viel eingibst. >



OFFENE STELLENANZEIGEN

Jetzt über offene Stellen informieren! >



OPENOFFICE

Unsere Mitarbeiter und das Büro kennenlernen. >

Arbeiten bei //SEIBERT/MEDIA bedeutet ...

- ... Enthusiasmus und Professionalität zu verbinden.
- ... frei von Scheuklappen und Vorurteilen gemeinsam Ziele zu erreichen.
- ... für Leistung und Engagement belohnt werden und nicht für Verhandlungsgeschick.
- ... Freiräume und optimale Bedingungen zur Entfaltung der eigenen Talente vorzufinden.
- ... in einem tollen Team zu arbeiten und mit dem Unternehmen wachsen zu können.

Deine Bewerbung

In diesem Video erzählen euch Alina, Oli und Martin ein bisschen was über unseren Bewerbungsprozess und den verschiedenen Möglichkeiten mit uns in Kontakt zu kommen...

... und na klar Oli, das kann man noch schneiden. 😊

<https://infos.seibert-media.net/display/seibertmedia/Arbeiten+bei+SEIBERTMEDIA/>

Beispiel: Seibert Media - Bewerberportal

Mehr Wissenswertes

Deine Bewerbung

- Unsere Stellenausschreibungen
- Hier online bewerben
- Bewerbung und Einstellung
- Schicke uns dein kurzes Bewerbungsvideo!
- OpenOffice - Unsere Mitarbeiter und das Büro persönlich kennen lernen
- Bewerber-Chat - Jetzt live mit uns in Kontakt kommen

Gehalt und Perspektiven

- Einstiegsmöglichkeiten
- Gehalt: Konzept und Zusammensetzung
- Perspektiven im Unternehmen

Vor- und Nachteile

- Vorteile und Chancen
- Das ABC der weichen Faktoren bei //SEIBERT/MEDIA
- Nachteile und Defizite

Events und Aktionen

- Hackathon
- Open Spaces
- Aktionen

Über //SEIBERT/MEDIA

- Über //SEIBERT/MEDIA: Werte, Leitbild und Mission
- Über //SEIBERT/MEDIA: Geschichte, Kunden und Partner
- Über //SEIBERT/MEDIA: Unsere Kompetenzen
- Das Team von //SEIBERT/MEDIA

Unser Büro

- Führung durch das //SEIBERT/MEDIA-Office in Wiesbaden
- Der Kiosk von //SEIBERT/MEDIA
- Wiesbaden als Wohn- und Arbeitsort

Mitarbeiterstimmen und häufige Fragen

- Stimmen von //SEIBERT/MEDIA-Mitarbeitern
- Entwickler bei //SEIBERT/MEDIA
- Systemadministratoren bei //SEIBERT/MEDIA
- Ausbildung zum FiSi bei //SEIBERT/MEDIA
- Ausbildung in Wiesbaden bei //SEIBERT/MEDIA
- FAQ für Bewerber

Beispiel: ARTUS Team kennenlernen

ARTUS INTERACTIVE

HOME KONTAKT JOBS **DE** EN

WEBSITES SOCIAL MOBILE FAKTEN **TEAM** KUNDEN AWARDS

HALLO! WIR SIND ARTUS.

lia
mer

Christoph
Seeqer

Jörg
Wujanz

Jürgen
Telkmann

Sina
Zeißler

Patrick
Benner

Moritz
Nyncke

Kris
Baret

42

TATTOOS

VINYL

STAR WARS

HEADBANGER

#HASHTAGS

KATZEN

NACHTEULE

GLOBETROTTER

SPORTY SPICE

ANALOG

EARLY BIRD

OFFICE SPORTS

SERIENJUNKIE

KOFFEINJUNKIE

GAMER

GIFS

GOURMET

MUSIKER

BRETTSPIEL

FASHIONISTA

VEGETARIER

SGE

KUNG FURY

Beispiel: ARTUS

HALLO! WIR SIND ARTUS.



Julia
Brehmer



Jörg
Wujanz



Greg
Gaede



Patrick
Heidenreich

- 42
- TATTOOS
- VINYL
- STAR WARS
- HEADBANGER
- #HASHTAGS
- KATZEN
- NACHTEULE
- GLOBETROTTER
- SPORTY SPICE
- ANALOG
- EARLY BIRD
- OFFICE SPORTS
- SERIENJUNKIE
- KOFFEINJUNKIE
- GAMER
- GIFS
- GOURMET
- MUSIKER
- BRETTSPIEL
- FASHIONISTA
- VEGETARIER
- SGE
- KUNG FURY



GREG GAEDE

Web Developer

+49 69 767588-40
ggaede@artus.com



Greg is/likes:

Greg
Gaede

42

STAR WARS

HEADBANGER

KATZEN

GLOBETROTTER

SERIENJUNKIE

GAMER

KUNG FURY

Externe Kommunikationswege

Beispiel: VBZ – Verkehrsbetriebe Zürich

VBZ Wir bewegen Zürich - täglich 24 Stunden Offene Stellen



Protokoll Fotos



06:00 - 07:00 Giuseppe Palma

Giuseppe Palma (27) arbeitet seit November 2009 bei den VBZ. Er ist gelernter Produktionsmechaniker und ist bei den VBZ als Radsatzbearbeiter tätig. Seine familiären Wurzeln liegen in Sizilien. Dorthin kehrt er immer wieder gerne zurück, denn er liebt das sizilianische Essen und den Strand. Giuseppe Palma spielt in seiner Freizeit zudem gerne Fussball, um einen sportlichen Ausgleich zu seinem Job zu haben.

00:00 01:00 02:00 03:00 04:00 05:00 06:00 07:00 08:00 09:00 10:00 11:00 12:00 13:00 14:00 15:00 16:00 17:00 18:00 19:00 20:00 21:00 22:00 23:00

VBZ Umsteigen lohnt sich.



Unsichtbares Talent: Marina Böhm, Leiterin Bekleidung

Viele VBZ-Mitarbeitende wie Marina Böhm, Leiterin Bekleidung, sind kaum sichtbar für Sie.

Unsere Trampolintinnen und Busfahrer sehen Sie jeden Tag. Doch ohne die vielen VBZ-Mitarbeitenden hinter den Kulissen würden sie im Cockpit kaum so eine gute Figur machen. Die gelernte Schneiderin Marina Böhm leitet die Abteilung Bekleidung mit viel Flair für Stoffe und Farben. Sie prüft jeden neuen Entwurf nach Strich und Faden, lässt Details verändern oder frisch kombinieren. Bis alle auf die VBZ-Kollektion abfahren.

- Videos von Marina ansehen
- CV von Marina ansehen
- Unsichtbare Talente

Externe Kommunikationswege

Beispiel: Michael Kiwall Malermeister

STARTschuss

Jährlicher Höhepunkt im Unternehmen:

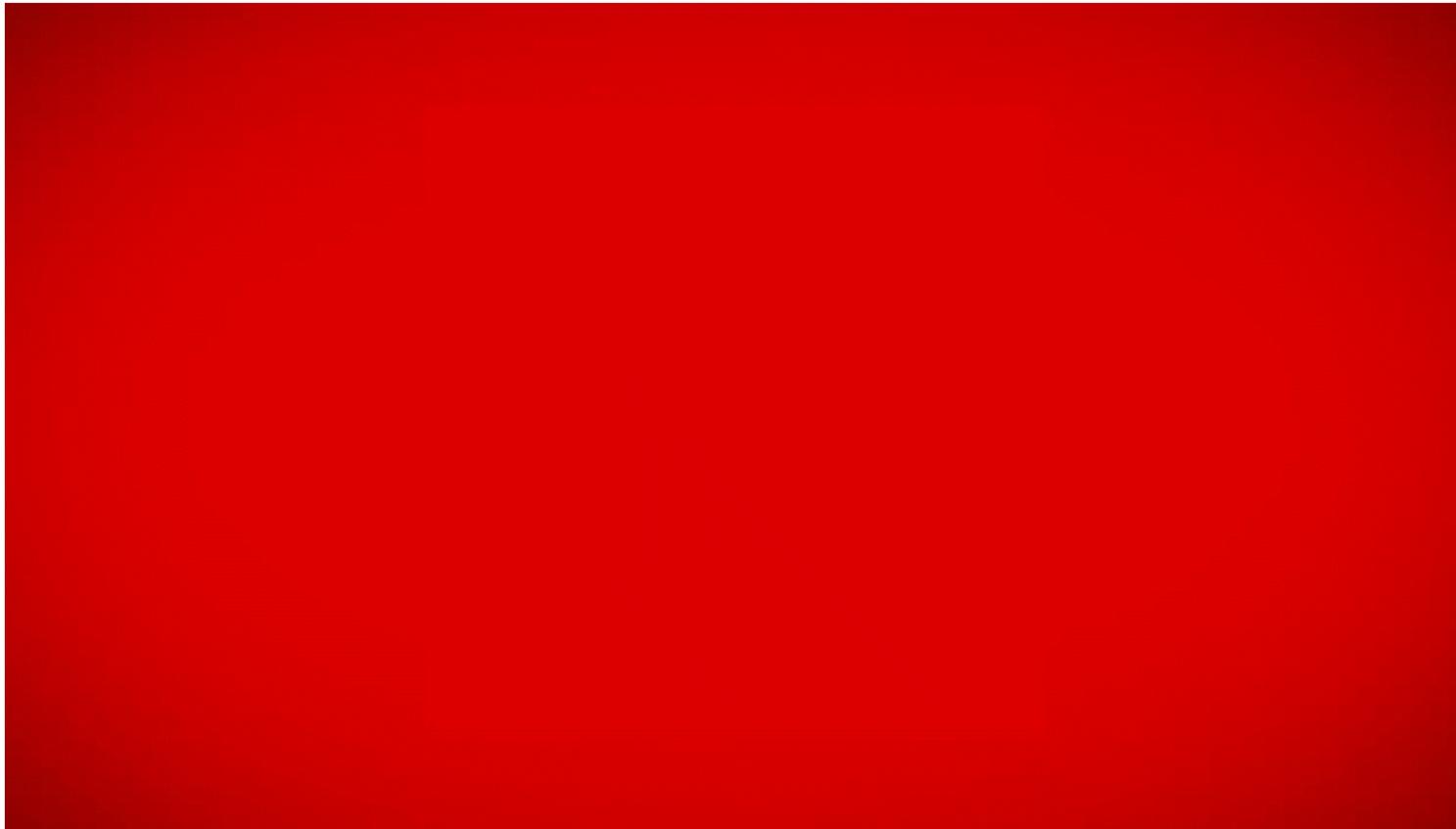
- Vor Ausbildungsbeginn werden die neuen Azubis in die „Familie“ im Rahmen eines Festakts feierlich aufgenommen.
- Eingeladene: Azubis mit Familien, Team, Vertreter der Berufsschule, Partnereinrichtungen und Kunden
- Präsentation des vergangenen Geschäftsjahres, Ausblick auf das kommende Jahr
- Ausbildungsvertrag und „erster Arbeitskoffer“ wird in einem feierlichen Akt übergeben.
- Begegnung zwischen Azubis und Paten
- Organisiert wird das Event durch die Azubis der höheren Lehrjahre.

WandVeredler
Design, das begeistert.



Externe Kommunikationswege

Beispiel: Glaserei Sterz



Externe Kommunikationswege

Beispiel: Julius Möbel

Wir suchen laufend; sei es durch Flyer oder Aushänge im Baumarkt und Supermarkt. Außerdem holen wir über Praktika immer wieder junge Leute rein und machen beim Girls' Day mit, um besonders die Mädchen zu motivieren. Am wichtigsten sind aber immer noch Kontakte: Die meisten meiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind über Empfehlungen gekommen.



Jörg Julius Kapune,
Inhaber der Firma Julius
Möbel



Stellenausschreibungen



So nicht!

Karriereleiter...wie in den guten alten Zeiten.



Mehr Infos unter:
www.ksk-birkenfeld.de

**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

www.goldenerunkelruebe.de

Realistische Berufsbilder und Vorstellung von weiblichen Managerinnen

NORMA®
Ihr Lebensmittel-Discounter

Wir zählen mit über 1.400 Filialen in Deutschland, Frankreich, Tschechien und Österreich seit vielen Jahren zu den erfolgreichsten und bedeutendsten deutschen Handelsunternehmen im Lebensmittel-Discounterbereich. Der kontinuierliche NORMA-Erfolg resultiert aus einer konsequenten Geschäftspolitik mit flachen Hierarchien, einem Top-Management, einer kompromislosen Qualitätsphilosophie und dem enormen Engagement aller Mitarbeiter.

So spannend kann Handel sein!

Wir suchen

Management-Nachwuchs (m/w)

Wir suchen Sie

- Sie haben Ihr Studium an einer Hochschule, FH oder BA mit wirtschaftlicher Studienrichtung erfolgreich abgeschlossen
- Sie zeichnen sich durch Zielstrebigkeit, hohe Belastbarkeit und Leistungsbereitschaft aus
- Sie treten sicher auf, besitzen eine gute Auffassungsgabe und verfügen über eine ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit
- Sie sind begeisterungsfähig und bereit, Führungsverantwortung zu übernehmen

Davon profitieren Sie

- Sehr hohes Einstiegsgehalt
- Schnelle, hervorragende Aufstiegsmöglichkeiten in einem dynamischen Unternehmen
- Von Anfang an einen neutralen Firmenwagen, den Sie auch privat kostenlos nutzen können

Wir bieten Ihnen

- Sie übernehmen bereits im 1. Jahr eine Führungsposition als leitende Angestellte mit verantwortlicher Leitung eines Verkaufsbezirkes in der Bereichsleitung
- Sie entscheiden in dieser eigenverantwortlichen Aufgabe über Personalbeschaffung, -entwicklung und Einsatz Ihrer Mitarbeiter
- Sie sind verantwortlich für Planung, Organisation und Controlling in Ihrem Verkaufsbezirk und tragen mit Ihrer Arbeit entscheidend zum Erfolg unseres Unternehmens bei
- Sie erhalten eine praxisnahe und individuelle Einarbeitung mit entsprechender Betreuung durch erfahrene Kollegen im Rahmen Ihres Trainee-Programmes
- Sie durchlaufen interne Schulungsprogramme und erhalten die Möglichkeit eines regelmäßigen Erfahrungsaustausches

Der Weg zum Erfolg

Wir freuen uns über die Zusendung Ihrer vollständigen Bewerbungsunterlagen an:
NORMA Lebensmittelbetrieb Stiftung & Co. KG
Z. Hd. Frau Glaser, Kennziffer 240, Ruhsteinweg 66, 90766 Fürth,
E-Mail: personalentwicklung@norma-online.de

www.goldenerunkelruebe.de

Per Briefftaube vielleicht?



ZDF
ZWEITES DEUTSCHES FERNSEHEN
Anstalt des öffentlichen Rechts

Wir suchen zum frühestmöglichen Zeitpunkt für unsere Hauptabteilung Kommunikation eine/n

Corporate Social Media Manager/in

Das Aufgabengebiet umfasst:

- Selbstständige, sachkompetente Leitung eines Social-Media-Teams in der Hauptabteilung Kommunikation,
- Steuerung der Unternehmens- und Programmkommunikation des ZDF auf allen relevanten Social-Media-Plattformen,
- Strategische (Themen-)Planung,
- Beratung / Unterstützung der Führungsebene der Hauptabteilung Kommunikation,
- Koordination aller Social-Media-Aktivitäten der Hauptabteilung Kommunikation,
- Reputations- und Issue Management,
- Krisenkommunikation,
- Social Media Monitoring,
- Beobachtung und Analyse von Markttrends und -entwicklungen,
- Konzeption und Weiterentwicklung der Social-Media-Aktivitäten,
- Kontinuierliche Abstimmung mit den Social-Media-Verantwortlichen, der Senderredaktionen und dem Social Media Team der Hauptredaktion Neue Medien,
- Kontaktpflege zu den relevanten Social-Media-Unternehmen.

Wir erwarten:

- ein abgeschlossenes Hochschul- oder Fachhochschulstudium,
- mehrjährige Berufserfahrung im Bereich der Online-PR und/oder Online-B2C-Kommunikation von Unternehmen, Institutionen, Organisationen,
- Erfahrungen in den Bereichen Issue Management und Krisenkommunikation,
- umfassende Kenntnis der aktuellen Gegebenheiten und Entwicklungen im Social Web,
- Kenntnisse der deutschen Medienlandschaft und des öffentlich-rechtlichen Rundfunks,
- Führungserfahrung,
- die Fähigkeit zum strategischen Kommunikationsmanagement,
- Textsicherheit / Sprachgefühl,
- Kenntnis marktüblicher Monitoring Tools und Content-Managementsysteme.

Der/die Bewerber/in muss ein hohes Maß an Flexibilität und Belastbarkeit, strategische und planerische Kompetenzen, (nachgewiesene) Bereitschaft zur kontinuierlichen Fort- und Weiterbildung sowie eine ausgeprägte Dialog- und Teamfähigkeit mitbringen.

Wir bieten

einen interessanten Arbeitsplatz, eine Vergütung, die der Tätigkeit entspricht sowie Entwicklungsmöglichkeiten in einem modernen Medienunternehmen. Schwerbehinderte Bewerber/innen werden bei gleicher Eignung bevorzugt berücksichtigt.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann senden Sie bis zum 15.09.2015 Ihre Bewerbungsunterlagen mit vollständigem Lebenslauf, Zeugniskopien, Gehaltsvorstellung und Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins unter der Kenn-Nr. PR-42 ausschließlich auf dem Postweg an das

ZDF • Abt. Personalverwaltung • 55100 Mainz
(Bewerbungen per E-Mail können leider nicht berücksichtigt werden)

ZDF • Abt. Personalverwaltung • 55100 Mainz
(Bewerbungen per E-Mail können leider nicht berücksichtigt werden)

www.goldenerunkelruebe.de

Eierlegende Wollmilchsau

ERLEBEN, WAS VERBINDET.

SENIOR IT-ARCHITECT (M/W)
NÜRNBERG

KURZINFOS & STANDORTE

StellenID: 31524
Virtuell
Bewerbungschluss: 30.09.2015

JETZT BEWERBEN

BEWERBUNGSFRAGEN

Arbeitsort und Arbeitszeit in nur 10 Minuten zum Freigelegt!

IHRE AUFGABEN

Zur Verstärkung unseres Teams am Standort Nürnberg suchen wir Sie als Senior IT Architekt. Freuen Sie sich auf herausfordernde und spannende Aufgaben in den Bereichen Entwurf & Design, Realisierung und Betriebsführung großer Softwaresysteme. Als Senior IT Architekt gehören folgende Aufgaben zu Ihren Tätigkeitsfeldern:

- Entwurf, Design und Einführung kundenspezifischer und standortweiter Lösungen zur Unterstützung und Automatisierung von Fachverfahren in der öffentlichen Verwaltung, insbesondere für die Profikollektoren erlösbare, eHealth und Defense unter Berücksichtigung des Vertriebswegs und des Anstands
- Entwurf und Pflege der Softwarearchitektur und des Schulungsplans zur Umsetzung der funktionellen und nicht-funktionellen Anforderungen unserer Kunden
- Mitarbeit bei der Angebotsstellung und -aufbau in bereichsübergreifenden Projekts Teams
- Erstellung von Anforderungsunterlagen und Bewertung von Anforderungen hinsichtlich funktionaler und technischer Ausprägungen auf das Gesamtsystem
- Konzeption und Entwicklung von funktionalen technischen Komponenten und Eigenschaften (Sicherheitskonzept, Transaktionskonzept, Loggingkonzept, Mandantenkonzept, ...)
- Review von technischen Fachkonzepten, Softwareentwürfen und Datenbanken
- Konzeption und Erarbeitung von Architekturplänen
- Konzeption und Arbeitsplanung der Umsetzung von Erweiterungssystemen der technischer Architektur
- Integration einzelner Software-Komponenten (GUI, Fachlern, Batch, etc.)
- Erstellung von Programmieranforderungen und Überwachung deren Einhaltung
- Umsetzung grundlegender Programmierkonzepte (Fehlermanagement, Historisierung, Datenlinkung)
- Beratung/Fortschreibung der Technologie Roadmap und strategische Fortentwicklung der IT-Anwendungsarchitektur (Betriebsystem)
- Coaching und technische Leitung von Projektgruppen
- Qualitätsicherung der Software hinsichtlich Architekturvorgaben
- Fachliche Koordination, Überwachung und Reporting von Leistungen des Entwicklungsteams
- Unterstützung bei regelmäßigen Präsentationen in unterschiedlichen Gremien ggf. auch in englischer Sprache
- Unterstützung bei internen Projektmätkellen und Managementprozessen (Risikomanagement, Qualitätsmanagement, etc.)
- Reporting von Meilensteinen und Zwischenberichten
- Kompetenter Ansprechpartner für unsere Kunden

IHR PROFIL

Nachdem Sie erfolgreich Ihren Hochschulabschluss in der Informatik, Wirtschaftsinformatik, Mathematik oder einem vergleichbaren Studium haben Sie bereits Berufserfahrung als Softwarearchitekt, insbesondere im öffentlichen Sektor gesammelt. Während dieser Zeit konnten Sie nicht nur Ihre Berufungskompetenz und Ihre Prozesskompetenz in der öffentlichen Verwaltung unter Beweis stellen, sondern auch Ihre überaus schon und anspruchsvollen IT-Systeme weiter ausbauen, insbesondere in über-schrittlichen Verfahren und Technologien des öffentlichen Sektors. Jetzt möchten Sie Ihre beruflichen Karriere neue Perspektiven geben und können hierfür ein überzeugendes Leistungsportfolio vorweisen:

- Detaillierte Kenntnisse in der Architekturmethodik
- Ausgeprägte Kenntnisse in der Entwicklung von technischen Lösungskonzepten und Architekturen, dazu gehört auch die Konzeption und Umsetzung funktionaler und nicht-funktioneller Anforderungen (Performance, Hochverfügbarkeit, Skalierbarkeit) und die Umsetzung von Fachverfahren mittels IT-Technologie von der Konzeption bis zur Umkehrung in den Projektbetrieb
- Detaillierte Kenntnisse im VMod-Design, Requirements Engineering und UML, Modellierung und -Entwicklung
- Gute Kenntnisse in mindestens einer von den folgenden Programmiersprachen:
 - Java Technologie, im Umgang mit den Entwicklungsumgebungen IDEs (Eclipse und ADP, Struts, Spring, JPA, EclipseLink, JMS, Apache Velocity, Hibernate und ähnlichen Design Patterns
 - Microsoft .Net Technologie (C#, VB, ASP)
 - SharePoint und SharePoint Umfeld
- Erfolgreiche Zertifizierung (ISCIE) und/oder TOGAF
- Fundierte Kenntnisse des MS Office Produkts (z. B. MS Word, MS Excel, MS Powerpoint, MS Project)
- Gute analytische sowie konstruktive Fähigkeiten
- Erste Erfahrungen als „Chief Architect“ in einem Unternehmen oder in Verantwortung für ein technisches oder technisches Thema
- Kundenorientierte Arbeitsweise, gepaart mit einer Ziel- und Ergebnisorientierung
- Gute Kenntnisse und Erfahrung von IT-Infrastrukturen und IT-Trends im öffentlichen Bereich (insbesondere SAGA)
- Sehr gute technische Steuerung von Teams
- Entschlossene und Umfassende Kenntnisse in der Umsetzung der Kundenanforderungen
- Sehr gute methodische Kenntnisse in der Beratung und in der Moderation/Präsentation
- Sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Reliabilität, sehr vor Ort bei unseren Kunden tätig zu werden

WIR FREUEN UNS AUF IHRE BEWERBUNG

ÜBER UNS

Beschreiben Sie uns wie die digitale Welt von morgen – jetzt! Bewerber

IHR KONTAKT

Human Resources

Tel.: +49 (0) 91 31 23 10 10
E-Mail: hrm@zshk.de

Schwerbehinderte Bewerber werden bei gleicher Eignung vorrangig berücksichtigt.

[Echtlich bewerben](#) [Kontakt aufnehmen](#) [Unsere Leistungen](#) [Unsere Leistungen](#) [Unsere Leistungen](#)

JETZT BEWERBEN

BEWERBUNGSFRAGEN

www.goldenerunkelruebe.de

Die fünf W

- Wer sind wir (Angaben zur Firma)?
- Welche Position vergeben wir?
- Wen suchen wir (Anforderungsprofil, Voraussetzungen)?
- **Was haben wir zu bieten?**
- Wohin gehen die Bewerbungsunterlagen?

Ihr Text soll den Leser umwerben und überzeugen!

Keine formelhafte Sprache, lebloser Nominalstil und eine Abfertigung mit reinen Stichwortlisten!



Cartoonist: Much Unterleitner, in: Höfler et al., Abenteuer Change Management, 2014

Wo stehen Sie mit Ihren Stellenausschreibungen?

Füllen Sie jeder für sich die Checkliste aus.

- Sie sehen worauf es ankommt.
- Sie sehen wo sie stehen.
- Sie erkennen was noch zu tun ist.



Mitarbeiterempfehlungen

Mitarbeiterempfehlungen

Fokus nach Innen: Eigene Belegschaft!

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bergen großes Potenzial!



Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter
sind die
glaubwürdigsten
Botschafter!

Mitarbeiterempfehlung TOP

Such- und Besetzungswege bei Neueinstellungen 2015 (Anteile in Prozent)

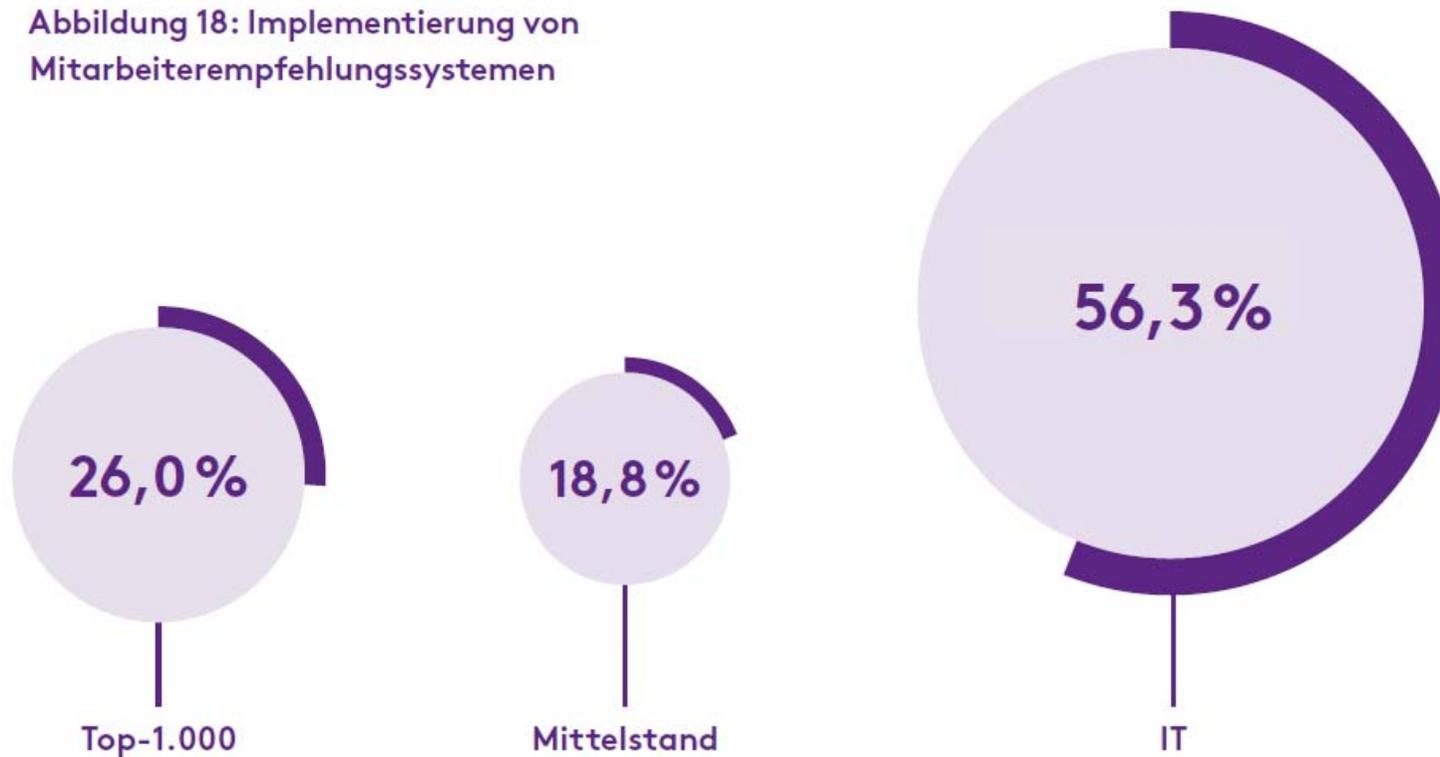
	Verwendete Suchwege	Besetzungsweg	Erfolgsquote
Über eigene Mitarbeiter/persönliche Kontakte	50	29	58
Eigene Inserate in Zeitungen oder Zeitschriften	35	14	39
Private Arbeitsvermittlung	10	3	33
Bewerberliste oder Initiativbewerbung	30	10	32
Internet-Jobbörsen	41	12	30
Kontakt zur Arbeitsagentur	49	14	28
Eigene Homepage	52	11	22
Interne Stellenausschreibung	23	2	9
Soziale Medien	15	1	8
Auswahl aus Azubis/Leiharbeitern/Praktikanten	6	3	-
Sonstige Wege	2	1	-

IAB Stellenerhebung; Mehrfachnennungen sind möglich. Eigene Darstellung.

Mitarbeiterempfehlung

Implementierung von Mitarbeiterempfehlungssystemen

Abbildung 18: Implementierung von
Mitarbeiterempfehlungssystemen



Studie von Monster: ACTIVE SOURCING UND SOCIAL RECRUITING, 2017

e-Recruiting

e-Recruiting

- **Online Stellenmarkt**
- **soziale Netzwerke**
- **Blogs, Twitter, Podcasts**
- **Mobile Rekrutierung**
- **Karrierebereich auf der firmeneigenen Homepage**
- **Online-Bewerbungsformulare auf der firmeneigenen Homepage oder auf Jobbörsen**
- **Online Assessment**
- **u.v.m.**



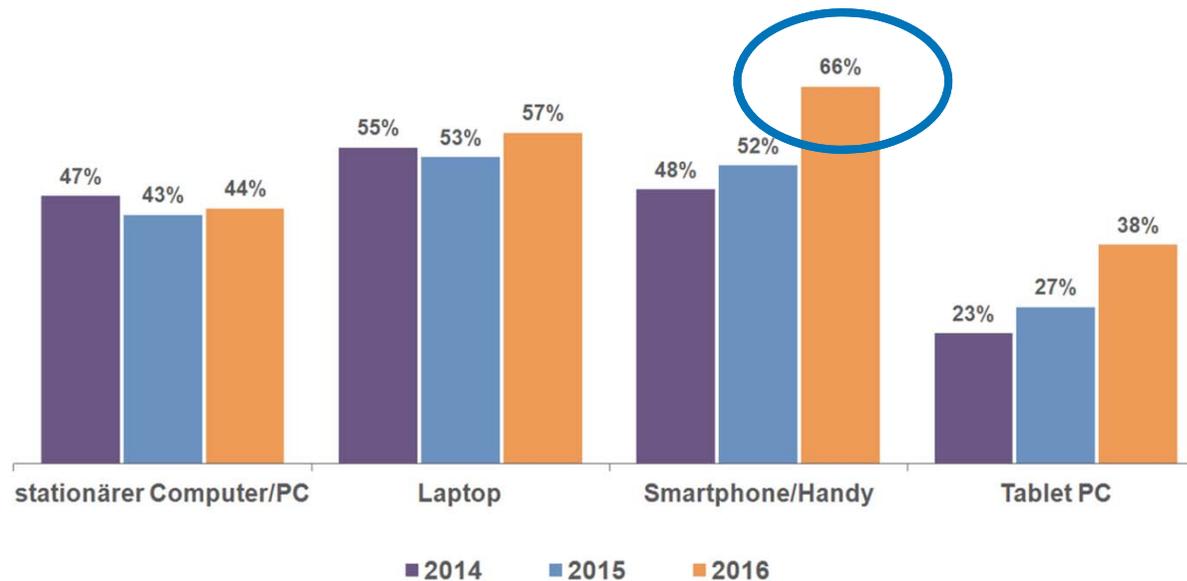
www.goldenerunkelruebe.de

Internet „to go“ – Mobile Recruiting

Smartphone überholt Laptop als häufigstes Internet-Gerät

Zumindest seltene Nutzung in Prozent

ARD¹ ZDF
Onlinestudie 2016



Frage: Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Geräten, wie häufig Sie persönlich damit ins Internet gehen. (Mehrfachnennungen möglich)
Basis: Erwachsene ab 14 Jahren in Deutschland (2016: n=1.508).
Quellen: ARD/ZDF-Onlinestudien 2014 bis 2016 (Dspr.Bev. 14+)

Abbildung 3

Fachkräfte binden und finden | Penzberg, 25. September 2017

Karrierewebsite als zentraler Bestandteil des e-Recruiting

- Eine ansprechende, responsive Karriereseite ist eine wichtige Voraussetzung für das e-Recruiting, auch via Social Media!
- Die Karrierewebsite sollte im Zentrum aller Social Media Aktivitäten stehen!



Karrierewebsite

- Attraktive Unternehmenswebsite
- Karrierebereich
 - Gut auffindbar
 - Authentisch bleiben
 - Besonderheiten darstellen
- Suchmaschinen-Optimierung (SEO)
- Optimierung für mobile Endgeräte (Responsive Design)
 - besonders wichtig für latent Suchende
und auf klassischem Wege schwer erreichbare

Wo stehen Sie mit Ihrer Karrierewebsite?

Füllen Sie jeder für sich die Checkliste aus.

- Sie sehen worauf es ankommt.
- Sie sehen wo sie stehen.
- Sie erkennen was noch zu tun ist.



Employer Branding

Schritt 4: Kontrolle



Employer Branding und Controlling

Warum ist Kontrolle notwendig?

Regelmäßige Evaluation hilft...

- Ausgaben zu rechtfertigen
- Zu identifizieren, an welchen Stellschrauben gedreht werden sollte, um den Erfolg Ihres Employer Brandings zu erhöhen!
- Es gibt diverse Ansatzpunkte, die qualitativ oder quantitativ im Rahmen von Employer Branding gemessen werden können.

Employer Branding und Controlling

...nicht einfach, aber möglich! Ansatzpunkte (qualitativ oder quantitativ)

- **Erhöhung der Passgenauigkeit**
 - Bewerbungen (qualitativ) passgenauer
 - Erhöhte Übernahmen nach der Probezeit
- **Verbesserung der Personalauswahl**
 - Gestiegene Zahl der Initiativbewerbungen
 - Verkürzte Rekrutierungszeiträume
- **Verbesserung des Betriebsklimas**
 - Gesunkene Fluktuationsquote
 - Abfrage Beschäftigtenzufriedenheit
- **Kostensenkung**
 - Gesunkene Rekrutierungskosten
- **Verbesserung des Unternehmensimages**
 - Gestiegener regionaler Bekanntheitsgrad
 - Gestiegene Kundenzufriedenheit



Employer Branding

Fazit

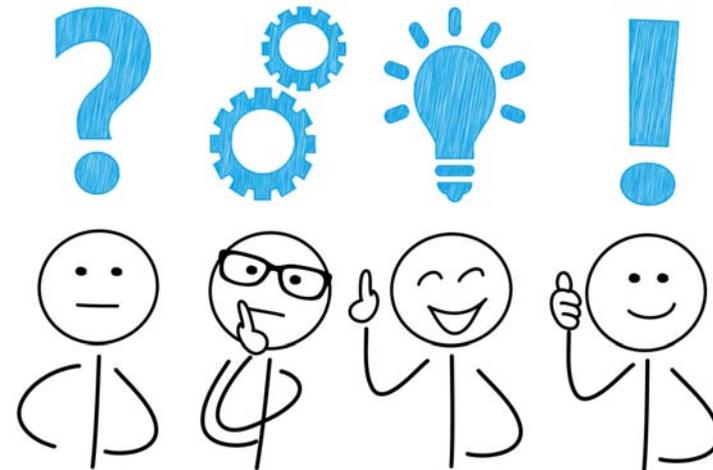
Employer Branding kostet
Zeit und Energie!

Ein Einsatz, der sich lohnt –
und vor dem Hintergrund
zukünftiger Entwicklung
absolut notwendig ist!

- ✓ Machen Sie ihr
Unternehmen fit für die
Zukunft.
- ✓ Bedenken Sie immer:
Wahre Schönheit kommt
von innen.

Zusammenfassung des Workshops

- Was nehmen Sie aus dem heutigen Vormittag mit?
- Was hat Sie überrascht?
- An welchen Themen sind Sie bereits dran in Ihren Unternehmen?
- Welche Fragen sind für Sie offen geblieben?



Quelle: <https://wlh.eu/service/meldungen-news/von-der-idee-zum-erfolgreichen-unternehmen-937.html>

Sie wollen (noch) attraktiver werden? Hilfe steckt in dieser Handlungsempfehlung...

SITUATION analysieren	UNTERNEHMEN positionieren	FACHKRÄFTE finden	FACHKRÄFTE binden	FACHKRÄFTE qualifizieren

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

Arbeitgebermarke stärken (Employer Branding)

KOFA Fachkräftesicherung für kleine und mittlere Unternehmen

Checkliste Karrierewebsite

- Unsere Karrierewebsite ist klar benanntz.B. „Karriere“ und ist prominent platziert (kein Unterpunkt).
- Wir nutzen ein modernes, interessantes und klar strukturiertes Design – angelehnt an unser Corporate Design.
- Die Gestaltung des Karrierebereichs ist übersichtlich, leserfreundlich und ansprechend.
- Die Navigation/Nutzerführung ist intuitiv, einfach und logisch aufgebaut.
- Wir nutzen Drop-Down-Menüs, Roll-over-Effekte, Slideshows etc., um unsere Inhalte übersichtlich und ansprechend zu präsentieren.
- Unsere Bewerbergruppen haben wir gegliedert: Auszubildende, Studenten, Berufseinsteiger, um eine zielgruppengerechte Ansprache zu gewährleisten.
- Wir achten durchgängig auf leserfreundliche, bewerberorientierte Sprache.
- An zentraler Stelle wird auf den Punkt gebracht, was der Arbeitgeber ausmacht.
- Wir achten darauf, nicht zu viel Text zu nutzen und ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Text- und Bildanteilen zu gewährleisten.
- Wir haben die Aktualität im Blick und unsere Inhalte stets aktuell.
- Ansprechpartner sind an allen zentralen Stellen und Kontaktdaten genannt.
- Die Aussagen im Karrierebereich sind individuell zugeschnitten und nicht austauschbar.
- Unsere Aussagen im Karrierebereich sind authentisch und glaubwürdig.
- Um dem Nutzer Einblicke ins Unternehmen zu ermöglichen, verwenden wir Videos, Erfahrungsberichte, Testimonials, Erfolgsgeschichten etc.
- Unsere Mitarbeiter kommen zu Wort und vermitteln ihren authentischen Einblick in die Arbeitswelt.



Checkliste Social Media

- Wir haben eine ehrliche Ist-Analyse zu unseren bisherigen Aktivitäten im Social-Media-Bereich durchgeführt, die Basis für unsere strategischen Entscheidungen ist.
- Um unsere Erfolge messen zu können, haben wir Leitziele formuliert (z. B. Steigerung der Arbeitgeberattraktivität, Personalgewinnung).
- Wir haben unsere relevanten Zielgruppen und haben unsere Maßnahmen und Kanäle dementsprechend ausgewählt.
- Wir haben genügend Ressourcen und technisches Know-how, um Social Media erfolgreich zu betreiben.
- Über die rechtlichen Rahmenbedingungen haben wir uns informiert und beachten diese.
- Wir überprüfen regelmäßig, ob wir erfolgreich sind und unseren Zielen näher kommen.
- Unser hauptamtlich Verantwortlicher kennt sich einerseits mit Social Media und den Richtlinien gut aus, andererseits kennt diese auch das Unternehmen, dessen Ziele und Strategie umfasst.
- Wir stellen die Authentizität bei unserer Online-Kommunikation sicher und sind somit glaubwürdig.
- Wir zeigen in unseren Beiträgen Interesse an einem Dialog und beantworten Kommentare stets zeitnah, konstruktiv und positiv.
- Kritische Kommentare antworten wir nur, wenn sie sachlich sind.
- Wir verwenden die Sprache unserer Zielgruppen.
- Unsere Kunden und Geschäftspartner weisen uns auf Social-Media-Auftritt hin, vernetzen uns mit ihnen und suchen nach neuen Netzwerkpartnern.
- Wir wissen, dass Empfehlungen durch (Online-)Freunde ein wichtiges Kriterium beim Thema Arbeitgeberattraktivität und Rekrutierung sind und binden unsere Mitarbeiter aktiv beim Thema Social Media mit ein.

Checkliste Kontrolle

Employer Branding ist nicht einfach zu messen. Trotzdem müssen die Maßnahmen, die wir es möglich ist, regelmäßig evaluiert werden. Dies ermöglicht es, die Stellenanzeigen rechtzeitig, sondern auch identifizieren Employer Branding zu erhöhen.

Es gibt viele Ansatzpunkte, die qualitativ oder quantitativ im Rahmen von Employer Branding gemessen werden können. Hier eine Auswahl:

Bitte kreuzen Sie an:

😊 Machen wir Passt für uns nicht Sollten wir einführen

- Quantität und Qualität der Bewerbungen:
 - Rekrutierungskosten
 - Anzahl der Bewerbungen pro Stelle
 - Anzahl der aufgrund der Messrepräsentanz eingehenden Bewerbungen
- Kanäle, über die die Bewerber auf das Unternehmen aufmerksam wurden:
 - Passgenauigkeit der Bewerbungen
 - Feedback von Bewerbern
 - Anzahl der Initiativbewerbungen
 - Dauer, die benötigt wird, um eine Stelle zu besetzen
 - Dauer, die benötigt wird, bis es zum Interview kommt
 - Zufriedenheit der Bewerber mit dem Bewerbungsprozess

Herunterzuladen auf www.kofa.de

Unterstützung für gute Personalarbeit:



www.kofa.de

Kofa Themen von A-Z Handlungsempfehlungen Aus der Praxis Daten & Fakten Service Über uns

Startseite / Handlungsempfehlungen

Wegweiser für die Unternehmenspraxis

Stellen Sie heute sicher, wer in Ihrem Unternehmen morgen die Arbeit leistet. Ihre Neugier auf neue Ansätze und Maßnahmen der Personalpolitik ist der erste und entscheidende Schritt zu mehr Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt! Unsere Handlungsempfehlungen geben Ihnen konkrete Anleitungen und Tipps an die Hand. Die Handlungsempfehlungen lassen sich Schritt für Schritt im Unternehmen umsetzen.

Gehen Sie strategisch vor. Der Weg zu einer guten Personalarbeit lässt sich in fünf Etappen gliedern. In jedem dieser fünf zentralen Handlungsfelder guter Personalarbeit gibt es Maßnahmen, die einen Blick lohnen.

Feedback geben



Situation analysieren

Prüfen Sie, wo Ihr Unternehmen im Wettbewerb um die besten Köpfe steht. Lesen Sie in unseren Handlungsempfehlungen, wie Sie eine Basis für die strategische Planung Ihrer Personalarbeit schaffen können. [» mehr](#)



Unternehmen positionieren

Finden Sie heraus, wie Sie das Profil Ihres Unternehmens schärfen können. Erfahren Sie in unseren Handlungsempfehlungen, mit welchen Bausteinen Sie sich einen Namen als attraktiver Arbeitgeber machen können. [» mehr](#)



Fachkräfte finden

Erfahren Sie, wie Sie die Fachkräfte erreichen, die Ihr Unternehmen heute und morgen braucht. Unsere Handlungsempfehlungen zeigen Ihnen, wie Sie die Richtigen richtig ansprechen und für Ihr Unternehmen gewinnen. [» mehr](#)



Fachkräfte binden

Finden Sie Wege, wie Sie Fachkräfte in Ihrem Unternehmen halten können. Lesen Sie in unseren Handlungsempfehlungen, welche Angebote viel eher dazu geeignet sind, Beschäftigte an Ihr Unternehmen zu binden, als die Höhe des Gehalts. [» mehr](#)

- Handlungsempfehlungen
- Checklisten
- Webinare
- Newsletter
- Praxisbeispiele
- und vieles mehr

Ja, wo laufen sie denn alle hin?!

Nehmen Sie Employer Branding und neue Rekrutierungswege in Ihren Fokus, damit nur andere sagen müssen...



Na, zu den attraktiveren Arbeitgebern!

Viel Erfolg beim Umsetzen!

So erreichen Sie mich



Zuzana Blazek
Senior Researcherin
im Bereich „Berufliche
Qualifizierung und Fachkräfte“

E-Mail: blazek@iwkoeln.de
Telefon: 0221 4981-830



ZENTRALVERBAND
SANITÄR
HEIZUNG KLIMA



VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

Zuzana Blazek, Institut der deutschen Wirtschaft,
Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung

33. Deutscher Kupferschmiedetag, Berlin 28. September 2018