

## Varianten des Employer Branding in verschiedenen Phasen des Arbeitsverhältnisses

### HR-Kompetenz-Workshop am 12. März 2015 in Bremen

Bremen. Über 20 Unternehmensvertreter kamen am 12. März 2015 im Weserstadion Bremen zusammen, um sich über aktuelle Trends in der Personalarbeit zu informieren. Unter dem Titel „Chancen im Employer Branding: Bewerberreise, Zusatzleistungen, Trennungskultur“ stellten drei Experten Faktoren der Arbeitgeberattraktivität vor.

Im Kern stand die Frage, wie sich Unternehmen positiv gegenüber Bewerbern und Mitarbeitern darstellen können. Der Workshop ging dabei den Weg von der Personalgewinnung über die Mitarbeiterbindung hin zum Outplacement.

### Personalmarketing auf verschiedenen Wegen

Michael Schütz von Employer Branding now zeigte zu Beginn die Optionen im Personalmarketing auf. Durch die Veränderung der Kommunikation gibt es nicht einen Weg, um Bewerber anzusprechen, sondern eine große Vielfalt. „Unternehmen müssen den Bewerbern heute eine Vielzahl von Kontaktpunkten bieten. So entsteht eine Bewerberreise, die zur Bewerbung führt“, erklärte Michael Schütz. Er stellte dabei die Forderung auf, dass HR-Abteilungen verstärkt Marketing-Kompetenz entwickeln müssen. So sei eine aktive und attraktive Kommunikation gegenüber Bewerbern und Mitarbeitern fester Bestandteil des Employer Branding.



### Mitarbeiterbindung durch Zusatzleistungen

Nach der Einstellung gilt es, den Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Rüdiger Zielke, Geschäftsführender Gesellschafter der PensionCapital GmbH, gab Einblicke in die betrieblichen Zusatzleistungen. Als Beispiele dafür skizzierte er die Betriebsrenten, intelligente Vergütungselemente und Cafeteria-Systeme. Dabei sei jedoch eine individuelle Betrachtung notwendig: „Diese Leistungen müssen zum Unternehmen und seinen Mitarbeitern passen, um ihre Wirkung nicht zu verfehlen.“ Insgesamt gelte auch hier, dass der Arbeitgeber aktiv mit den Mitarbeitern kommunizieren muss, damit die Angebote ihre Wirkung entfalten können.

### Trennung als Teil der Unternehmenskultur

Im letzten Vortrag stellte GMO-Geschäftsführer Horst van Gageldonk Lösungen vor, um auch bei der Trennung von einem Mitarbeiter ein positives Image zu transportieren. „Es ist wichtig eine Trennungskultur im Unternehmen zu entwickeln, die zur jeweiligen Unternehmenskultur passt. Arbeitgeber müssen auch in dieser Phase faire Angebote für Mitarbeiter entwickeln“, führte van Gageldonk aus.

Alle drei Referenten betonten den Wert der Kommunikation im und vom Unternehmen. Diese transportiere am Besten die Werte und die Kultur gegenüber potentiellen und aktuellen Mitarbeitern.

Nach den drei Vorträgen diskutierten die Teilnehmer in wechselnden Kleingruppen mit dem jeweiligen Referenten. Jeder Teilnehmer konnte individuelle Fragen stellen und sich mit den anderen Personalverantwortlichen austauschen. Die Teilnehmer an dem interaktiven HR-Kompetenz-Workshop im Weserstadion zeigten sich zufrieden. „Das Themenspektrum vom Personalmarketing über die betrieblichen Zusatzleistungen hin zum Outplacement bot praktisches Wissen für die Personalarbeit“, betonte eine Teilnehmerin. Daneben war es vor allem das Format, dass die Teilnehmer positiv überraschte: „Die auf den Punkt gebrachten Vorträge und die anschließenden Knowledge-Cafés waren abwechslungsreich und ließen keine Langweile aufkommen.“

Weitere Informationen zu den Experten unter [www.employer-branding-now.de](http://www.employer-branding-now.de), [www.pensioncapital.de](http://www.pensioncapital.de) und [www.gmo-mbh.de](http://www.gmo-mbh.de).

### Pressekontakte:

Nicolas Scheidtweiler  
Consus Marketing GmbH  
Schwachhauser Heerstraße 2a, 28203 Bremen  
Mobil: +49 (0)151 27 50 63 85  
[presse@employer-branding-now.de](mailto:presse@employer-branding-now.de)

Rüdiger Zielke  
PensionCapital GmbH  
Schüsselkorb 26/27, 28195 Bremen  
Telefon: +49 (0) 421 62 011 62  
E-Mail [ruediger.zielke@pensioncapital.de](mailto:ruediger.zielke@pensioncapital.de)

**Bildnachweis:** Nicolas Scheidtweiler, Employer Branding now