

Deutsche Arbeitswelt

Mehr als 7,3 Millionen Beschäftigte haben laut neuer Studie innerlich gekündigt

Nur noch 14 Prozent der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer fühlen sich stark an ihr Unternehmen gebunden, das ist das Ergebnis einer Langzeitstudie. Noch nie wollten so viele ihren Job wechseln. Von Maren Hoffmann



DER SPIEGEL



»Schlechte Führung« Risikofaktor für den Unternehmenserfolg

Knapp die Hälfte aller Beschäftigten auf dem Sprung

45%

suchen aktiv oder
offen für Jobwechsel

14%

fühlen sich stark
ans Unternehmen
gebunden

**Zehn-Jahres-Tiefstand:
Fast jeder Fünfte fühlt sich
»überhaupt nicht gebunden«**

Geld ist nicht alles – was heute den Unterschied macht

Berufliche und persönliche
Weiterentwicklungsmöglichkeiten



Mehr **Flexibilität**,
bessere **Work-Life-Balance**

Gute **Unternehmenskultur**,
menschliches **Miteinander**



Gutes **Führungsverhalten**,
sinnerfüllender Job

Die Kultur macht's!

Was ist eigentlich Employer Branding?

Employer Branding ist die **identitätsbasierte, interne und externe Positionierung** eines Unternehmens als vertrauenswürdiger, attraktiver Arbeitgeber.

Die Ziele:

Die richtigen Guten gewinnen.

Recruiting< – externe Wirkung

Die Besten halten.

Retention – interne Wirkung



Arbeitsmarkt im Wandel

Arbeiterlosigkeit
Fachkräftemangel

Hohe Wechselbereitschaft

Retention ist das neue Recruiting

Theorie ist gut, Praxis ist besser

Arbeitgebermarke aufbauen – und erlebbar machen

Der Schlüssel zum Erfolg:

**Klare Positionierung,
eine schlüssige Story und
zielgruppengerechte
Kommunikation.**

Offen. Ehrlich. Authentisch.

Aufbau einer starken Arbeitgebermarke

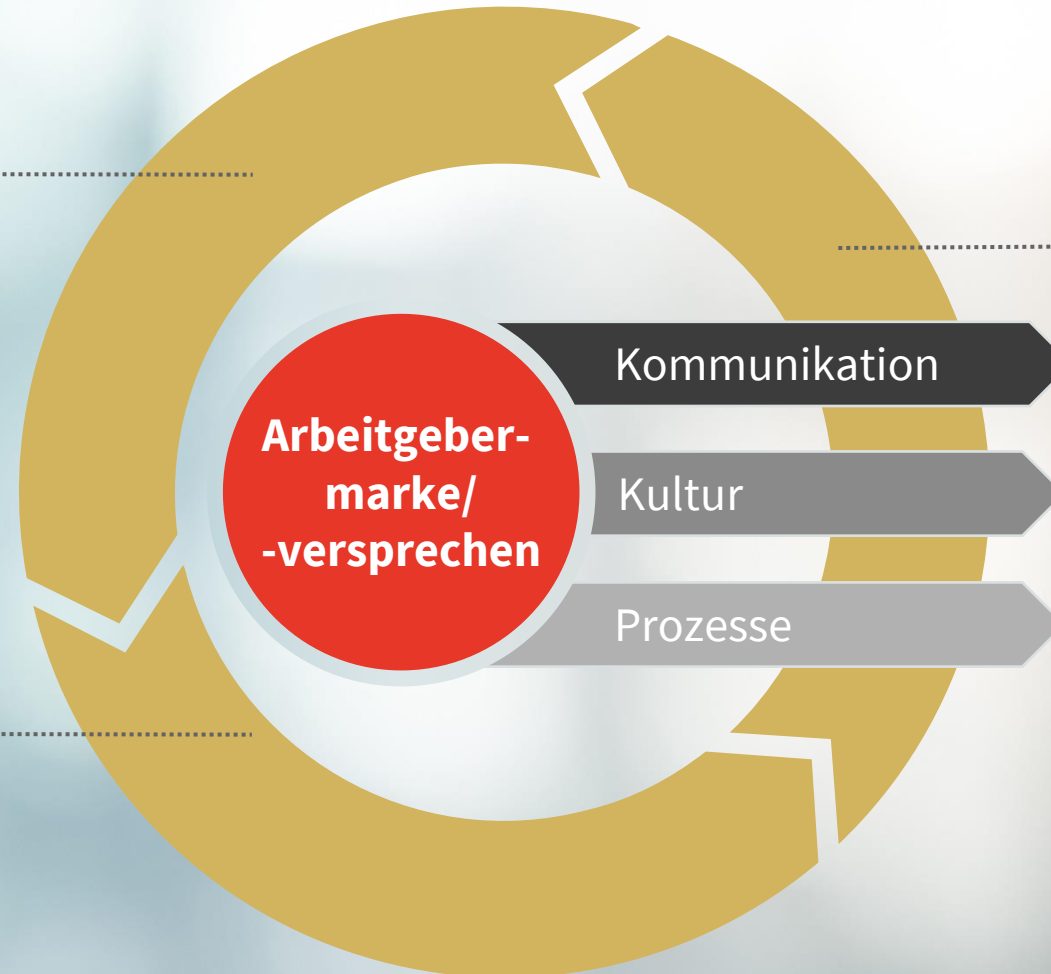
Der Weg zu einer authentischen, einzigartigen Arbeitgebermarke

Finden

Fragen, Entwickeln,
Festlegen – auf Basis der
Bedürfnisse der
Mitarbeitenden und
Kandidat:innen

Verbinden

Synchronisierung mit Vision
und strategischen Zielen



Vermitteln

Wirkungsvoller Transfer

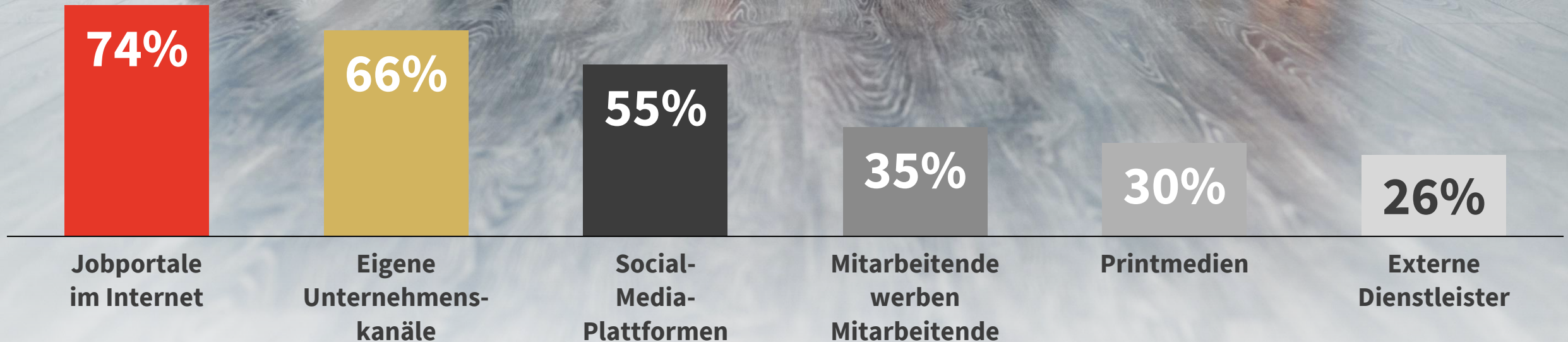
Innenwirkung

Stärkung von Identifikation,
Engagement und Bindung

Außenwirkung

Stärkung der Attraktivität und
Kandidat:innenpassung

Welche Kanäle nutzen Unternehmen fürs Recruiting?



Quelle: Hays, Statista

Mit Strategie und Kreativität Mitarbeitende gewinnen – und dauerhaft binden

Aufgabe



- Aufbau **Arbeitgebermarke** und Entwicklung **Recruiting-Kampagne**
- **Mitarbeitenden-Bindung stärken**

Strategie



Kreative Leitidee
DU bist mehr

Neue Zielgruppe:
unzufriedene Angestellte mit
Potenzial zur Selbständigkeit

Umsetzung



360 Grad Kommunikation

- TV-Spot
- Job-Portale
- Social-Media-Kampagne
- Interne Botschafter/Influencer
- Kampagnenwebsite
- Anzeigen in eigenen Katalogen
- Plakate/Aufsteller
- Bewerbungsgespräch

TV-Spot Calli

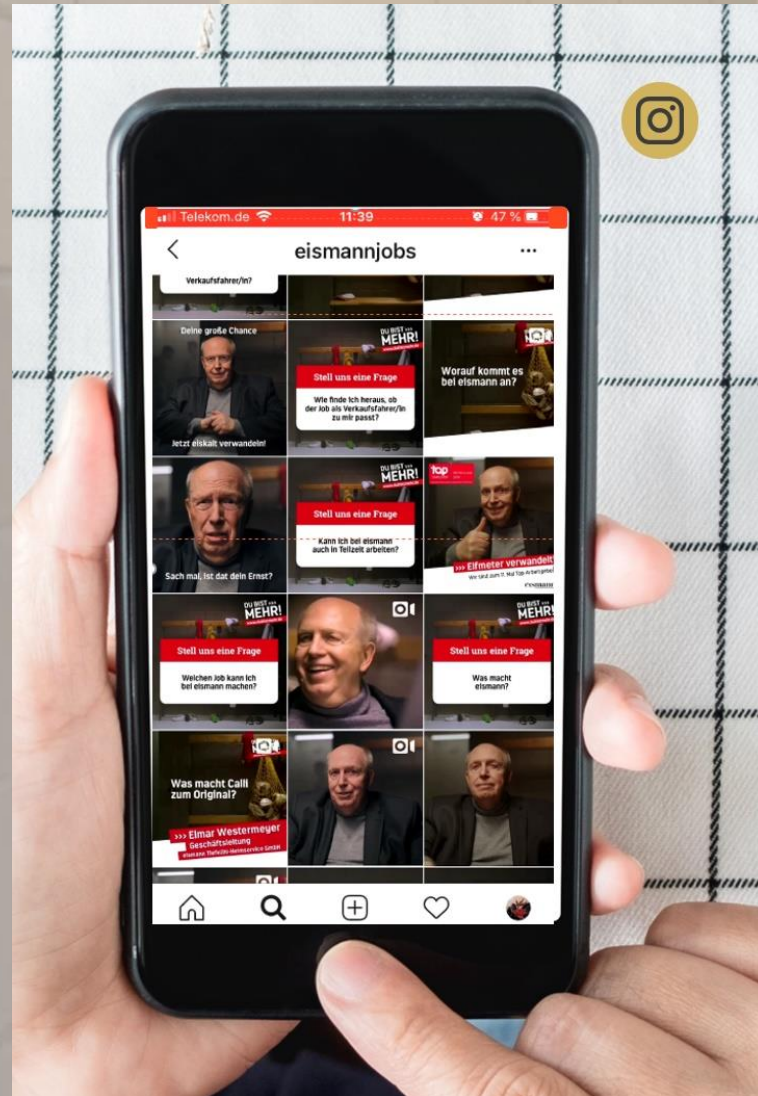
**DU BIST >>>
MEHR!**

www.dubistmehr.de

TV & Print



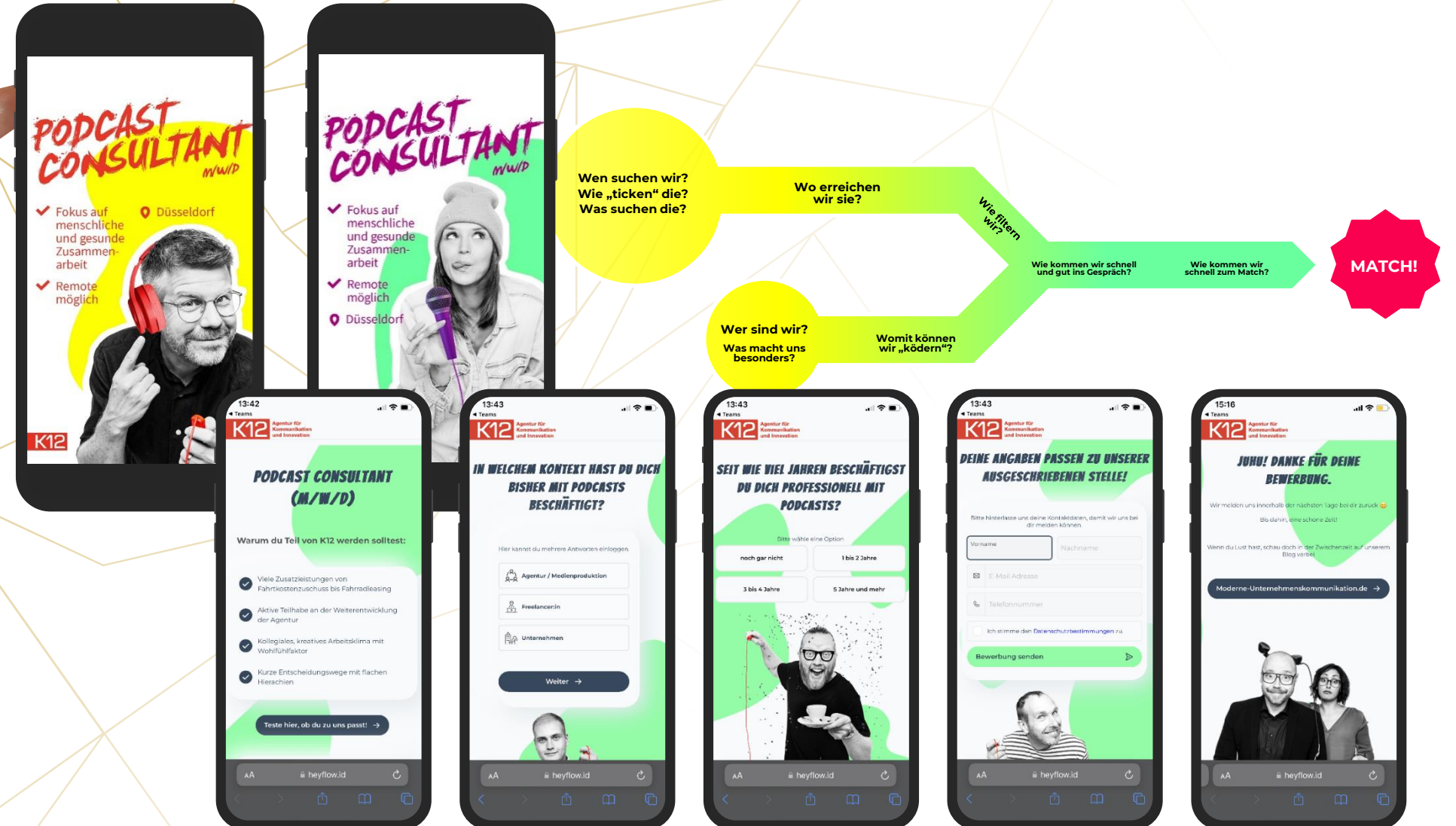
Die Richtigen per Social Media erreichen



Gezielt und Effektiv: Social Recruiting



Direkte Ansprache ohne Umweg: Die schnellste Straße zum Erfolg



THANK YOU

Fragen jederzeit an
arne.mueller@k-zwoelf.com