



Mitarbeiterparkplätze

# EFFIZIENTE MITARBEITERGEWINNUNG AUF KLASSISCHEN UND NEUEN WEGEN

Bamberg, 14. März 2013

# Arbeitgebermarketing - Begriffsklärung



# Den Mitarbeiter als Kunden begreifen

## Kunde

### Akquisition

- Gewinnung eines neuen Kunden durch Empfehlung, Marketing oder Vertrieb

### Bindung

- Bindung des Kunden an das Unternehmen durch Kundenpflege und guten Service

### Nutzen

- Erhöhung des Nutzens des Kunden für das Unternehmen (Umsatzsteigerung, Verbesserung der Ertragssituation, etc.)

## Mitarbeiter

### Rekrutierung

Rekrutierung des neuen Mitarbeiters durch Empfehlung, Marketing oder Suche

### Bindung

Bindung des Mitarbeiters an das Unternehmen durch gute Leistungen und Arbeitsumfeld

### Nutzen

Erhöhung des Nutzens des Mitarbeiters für das Unternehmen (Verbesserung der Leistungsfähigkeit, hohe Kenntnisse von Produkt, Markt und Kunden, etc.)

# Agenda

4 wichtige Trends im Arbeitgebermarketing

Fähigkeiten in der Personalarbeit von Heute und Morgen

Für Fortgeschrittene: Die Arbeitgebermarke

Recruiting und Personalmarketing in der Praxis

Ihre nächsten Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke

# Agenda

## 4 wichtige Trends im Arbeitgebermarketing

Fähigkeiten in der Personalarbeit von Heute und Morgen

Für Fortgeschrittene: Die Arbeitgebermarke

Recruiting und Personalmarketing in der Praxis

Ihre nächsten Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke

# 4 wichtige Trends im Employer Branding

Nachwuchsmangel

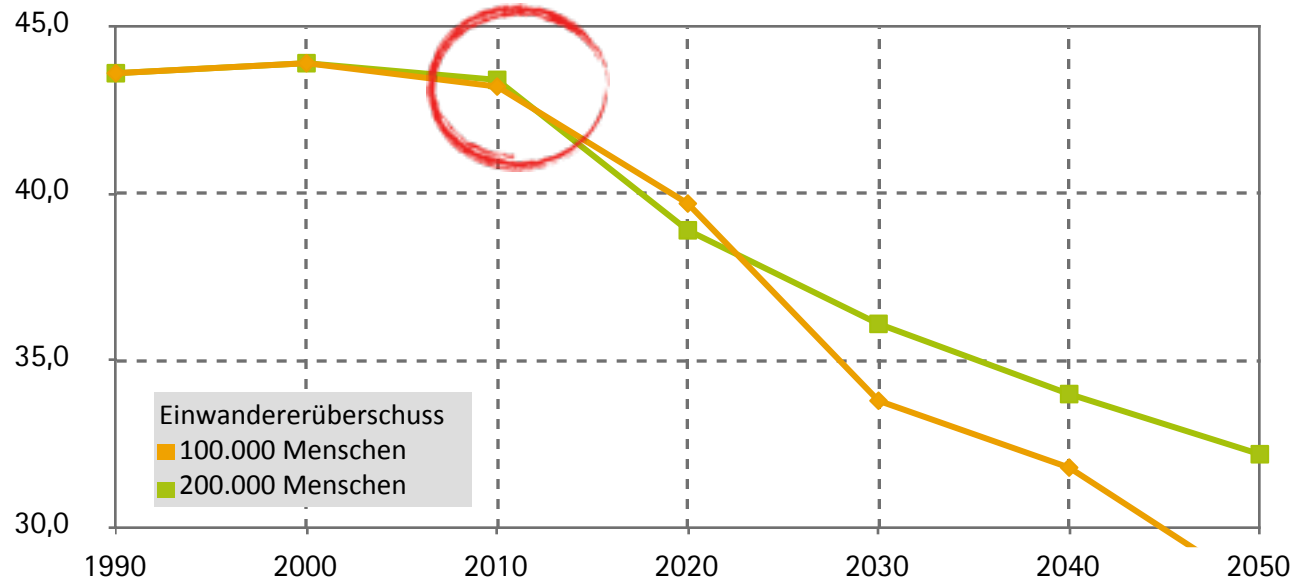
Alternde  
Belegschaft

Web-  
technologie

Mediennutzungs-  
verhalten

# Trend 1: Arbeitskräfteentwicklung

Prognose der Entwicklung der Arbeitskräftezahlen in Deutschland von 1990 bis 2050 unter Berücksichtigung von Einwanderung und Auswanderung

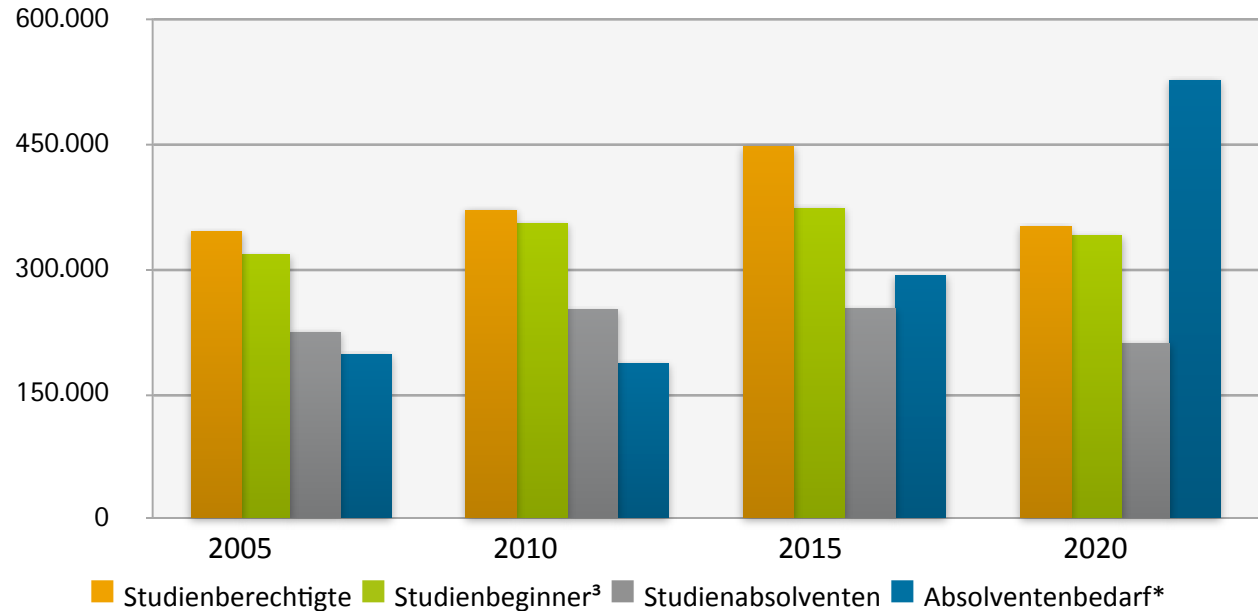




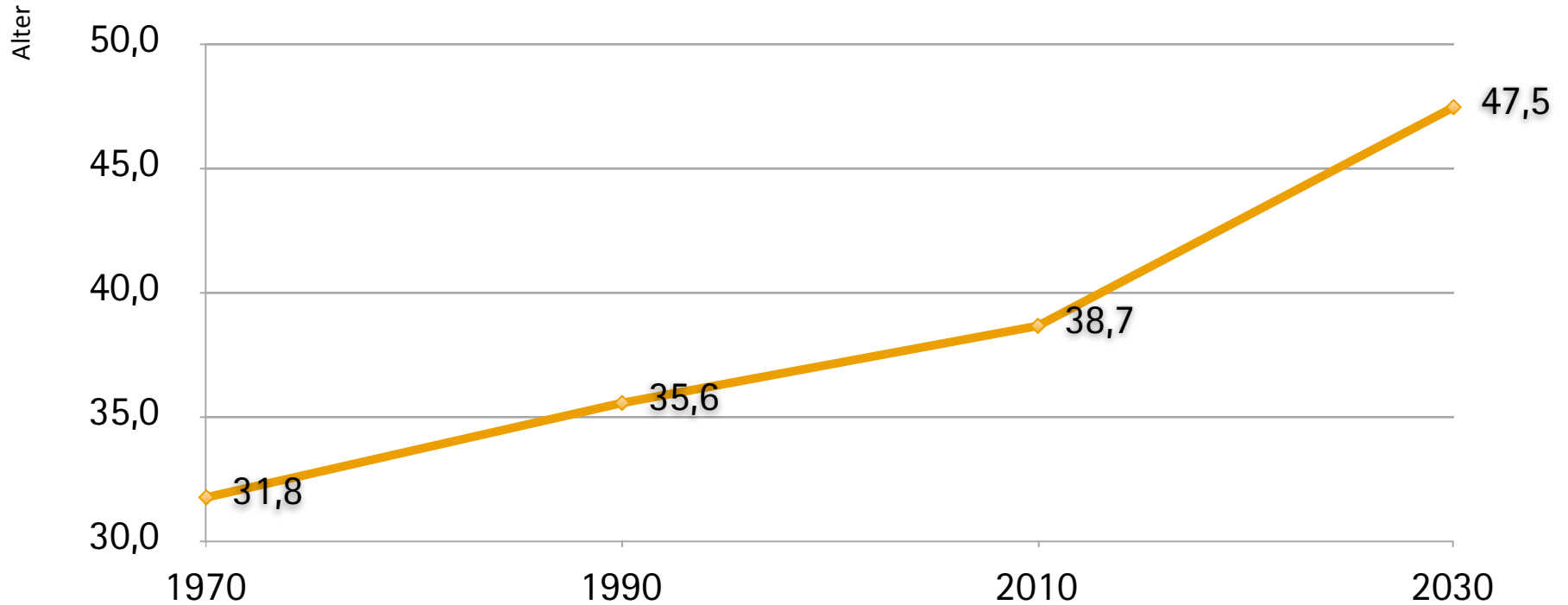
# Trend 1: Absolventenzahlen (aller Fachrichtungen)

Wir befinden uns aktuell in der Umbruchphase. Ab sofort stehen weniger neue Arbeitskräfte zu Verfügung als gleichzeitig aus dem Arbeitsleben ausscheiden (Wachstums- und Verlagerungseffekte unberücksichtigt).

Bereits 2014 sollen nach einer Studie des IW (Institut der deutschen Wirtschaft) bereits 200.000 Ingenieursstellen unbesetzt bleiben.

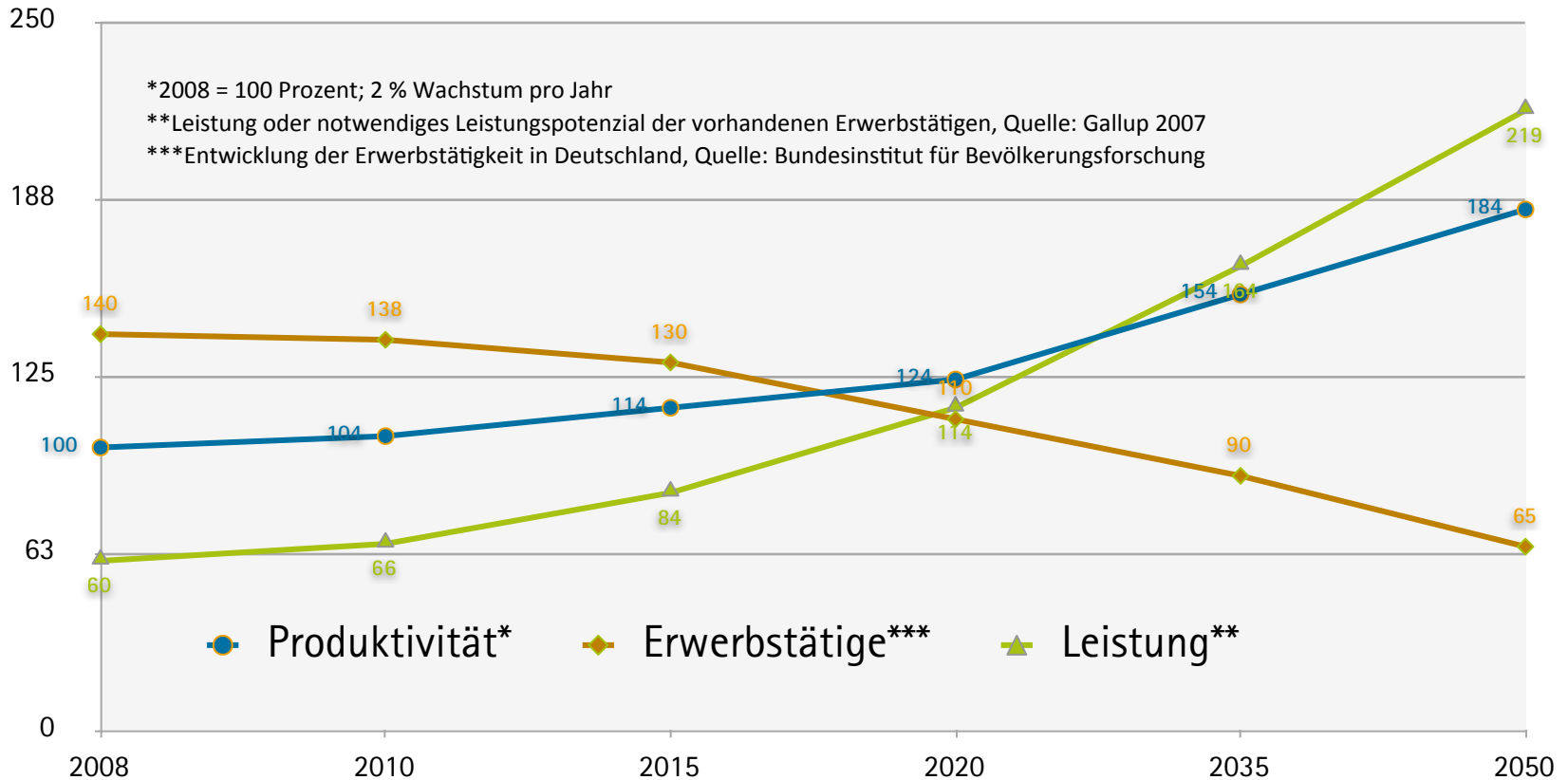


## Trend 2: Durchschnittsalter Belegschaft



Projektion: Demografie 24 / statistisches Bundesamt

# Die Folge: steigende Anforderungen an Leistung

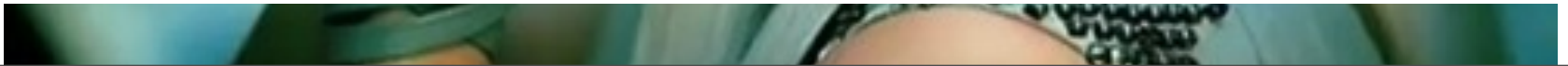


# Trend 3: Wenn Facebook ein Land wäre, dann hätte es mehr Einwohner als die USA

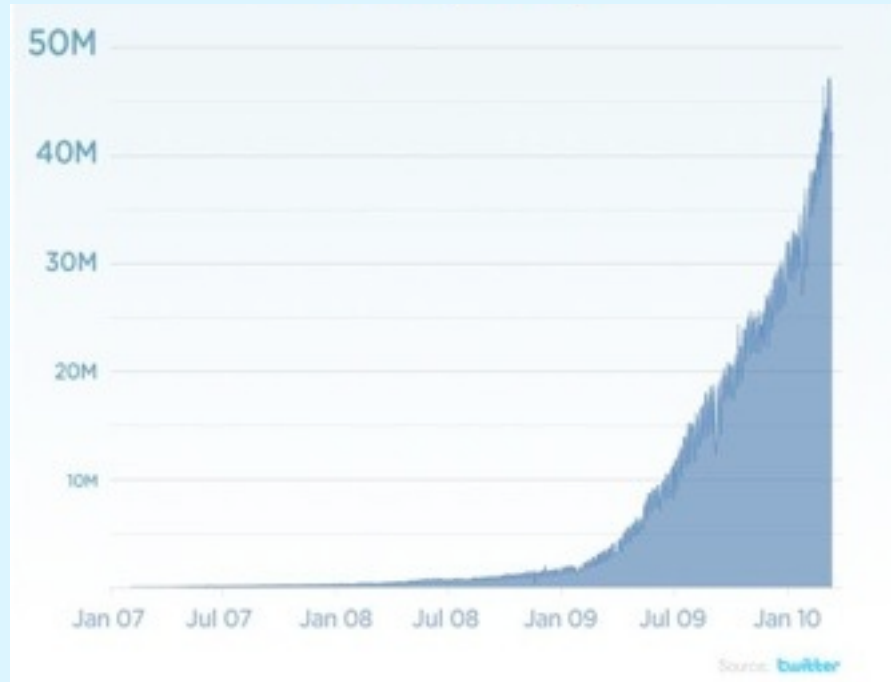




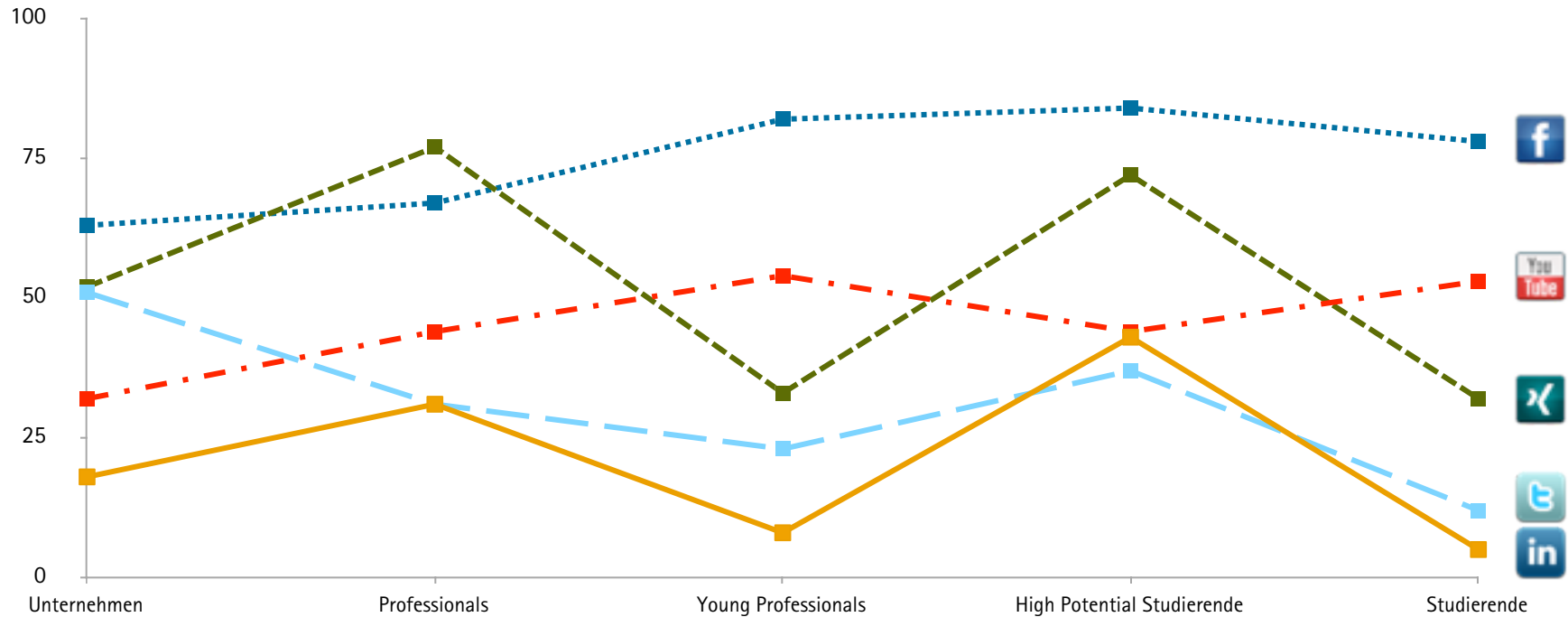
**Trend 3: Wenn Lady Gaga eine Königin wäre, dann umfasste ihr Hofstaat 16.484.627 Ebene**



**Trend 3: Wenn Twitter eine Nachrichtenagentur wäre, würde sie 800 Nachrichten pro Sek. liefern.**



# Trend 3: Social Media Nutzung und Zielgruppen



Quelle: Prof. Dr. Thorsten Petry

# Trend 3: Social Media braucht Zeit





# Trend 3: Die Rendite des guten Rufs!

**kununu** Arbeitgeberbewertungen abgeben und lesen  
Arbeitsplätze suchen

**Audi AG in Ingolstadt - Erfahrungsberichte, Bewertungen und Kommentare**

Übersicht | **Erfahrungsberichte** | Arbeitgeberkontakt | Fotos | Videos | Jobs

**JETZT BEWERTEN** Erfahrungsberichte: 11 | Aufrufe: 12.328

**Mitarbeiter sagen: 3.61 von 5**  
14 Erfahrungsberichte

**Arbeitgeber stellen sich vor**

**BOSCH**

Folgende Benefits für Mitarbeiter werden geboten

**kununu** Arbeitgeberbewertungen abgeben und lesen  
Arbeitsplätze suchen

**F.E.E GmbH in Neunburg - Erfahrungsberichte, Bewertungen und Kommentare**

Übersicht | **Erfahrungsberichte** | Arbeitgeberkontakt | Fotos | Videos | Jobs

**JETZT BEWERTEN** Erfahrungsberichte: 12 | Aufrufe: 6.149

**Mitarbeiter sagen: 4.03 von 5**  
12 Erfahrungsberichte

**Arbeitgeber stellen sich vor**

**HPC**

Folgende Benefits für Mitarbeiter werden geboten

### Arbeitnehmer bewerten Arbeitgeber

Erfahre hier, wie andere Firmen Job bewerten und bewerte selbst - natürlich anonym.

Ist Deine Firma schon bewertet?

Suchen

Home

Job bewerten

Suche

Job-Forum

Mein kununu

Für Arbeitgeber

#### Aktuelle Job Bewertungen

📍 "Dr. med. Jakob Riedler als Arbeitgeber"

Job bei [Dr. med. Jakob Riedler](#)

einfach schön, dort zu arbeiten. unruhig

1 Bewertung | 1 Kommentar



📍 "Es ist unglaublich"

Job bei [defacto.at center GmbH](#)

was ich seit einiger Zeit über diese Seite zu lesen bekomme, ich bin seit 10 Jahren dabei und kann bestätigen, dass die Bewertungen hier sehr hilfreich sind. Einträge nicht nachvollziehen, ich bin sehr zufrieden und schätze defacto als...

103 Bewertungen | 80 Kommentare | 52 Verbesserungsvorschläge



📍 "Absolut Top Arbeitsbedingungen"

Job bei [Schneider Group GmbH & Co. KG](#)

Modernste Ausstattung und sehr angenehme Arbeitsbedingungen. Ich würde hier auch Standorten in Indien empfehlen.

38 Bewertungen | 11 Kommentare



📍 "Gutachter Dresden"

Job bei [Gutachter Dresden](#)

Ich bin bei einem praktisch kommunikativen Arbeitgeber zu arbeiten. Sparsamer sind L&R angesehen und werden nicht auf hohe Gewinne zu schauen. Zusammenhalt in der Abteilung. Zu wenig...

1 Bewertung | 2 Kommentare



#### So arbeitet es sich bei...



Media Markt  
fremd



Follow us on Twitter | Find us on Facebook

**3 MILLIONEN  
BESUCHER / MONAT**

# Trend 4: Mediennutzungsverhalten

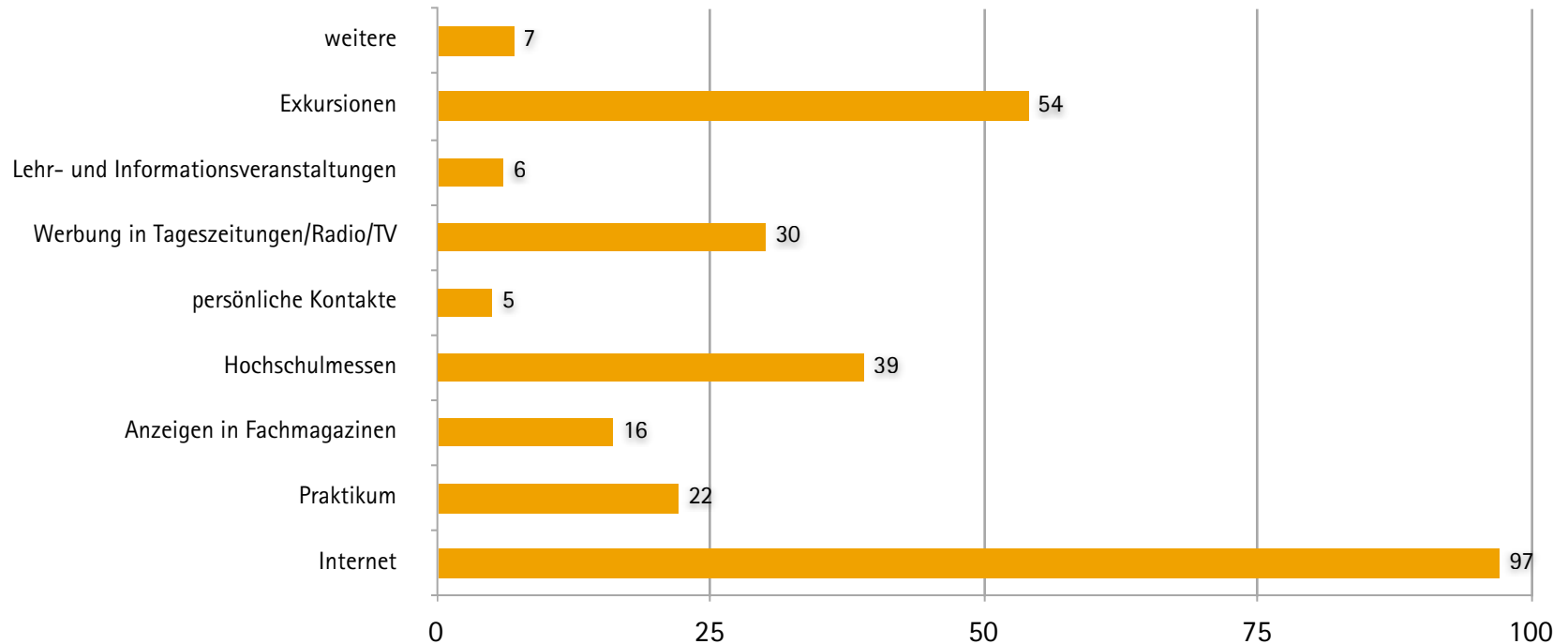


## 585 Minuten täglich

*MEDIENNUTZUNG* · Wer acht Stunden täglich schläft, dem bleiben noch genau 960 Minuten, um anderen Tätigkeiten nachzugehen. Ganze 585 davon verwenden die Deutschen mittlerweile dazu, Medien zu nutzen. Der Medienkonsum ist damit auch in diesem Jahr wieder gestiegen, wie die aktuelle Studie „Navigator Mediennutzung“ von SevenOne Media ergab. Der Löwenanteil von 205 Minuten täglich entfällt auf das Fernsehen, es folgen Radio (149 Minuten) und Internet (107 Minuten), wobei fast 90 Prozent der Studienteilnehmer davon ausgehen, dass das Internet immer weiter an Bedeutung gewinnen

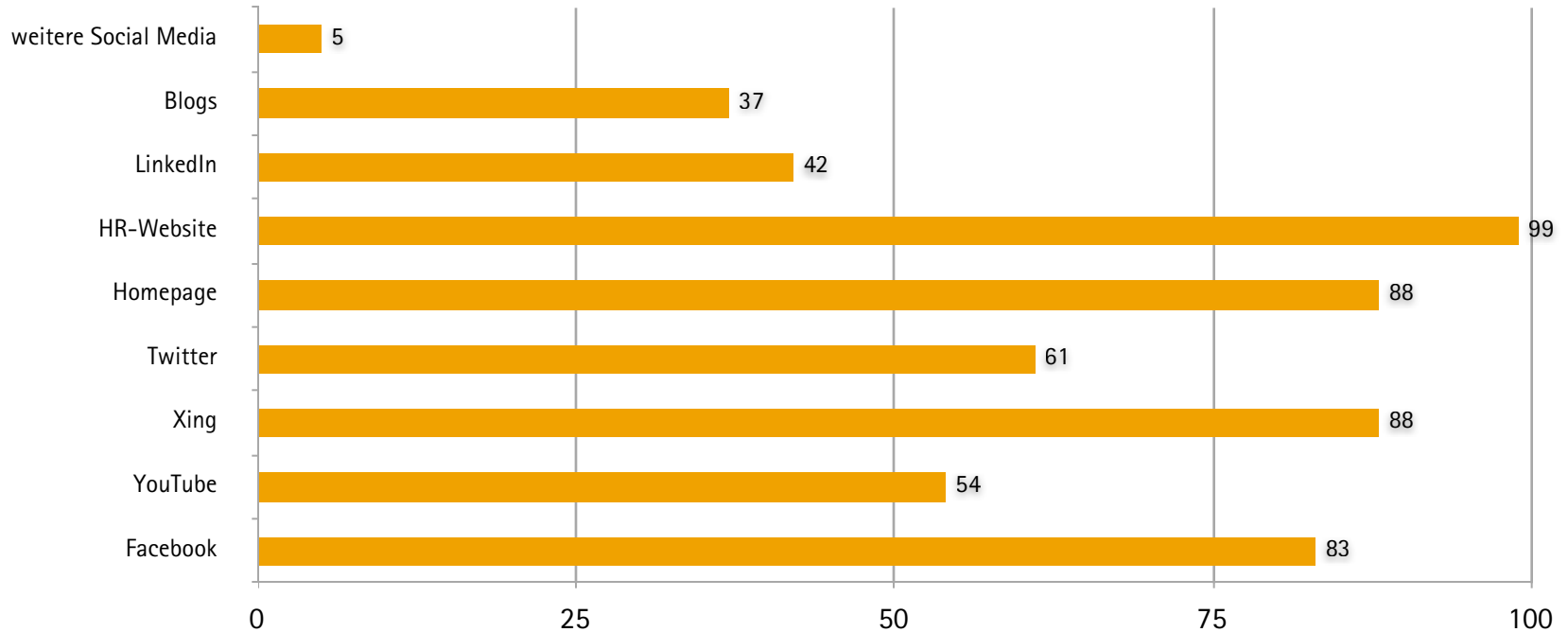
# Trend 4: Mediennutzungsverhalten

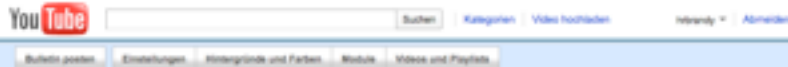
Wie informieren Sie sich über Unternehmen (Mehrfachnennung möglich/in %)?



# Trend 4: Mediennutzungsverhalten

Wie informieren Sie sich im Internet über Unternehmen (Mehrfachnennung möglich/in %)?





**Automotive Supplier Industry kompakt:**

Die Studenten und 2 Studentinnen der Fachbereiche Fahrzeugtechnik, Maschinenbau, Elektrotechnik und Informatik von der Ostfalia Hochschule, aus dem Standort Braunschweig, Salzgitter, Wolfenbüttel und Bielefeld haben mit ihrer zwei Begleitpersonen vom Career Service am 13. und 14. Oktober einen kleinen Kennenlernworkshop hinter sich gebracht.

Nach der nächsten Hälfte um 01.30 in Braunschweig ging es über den RHDW Standort in Vechta (Bayerischer Wald) zum Kabelproduzenten UDRO nach Kitzingen in Unterfranken, zu 2F Sachs nach Schweinfurt, Schaeffler in Herzogenaurach und Bross in Coburg.

Zum Abschluss der fünf Besichtigungen waren alle Besucher demnach erstaunlich frisch und vor allem begeistert von den vielen informativen Veranstaltungen.

**Arbeitsplätze an über 200 Standorten weltweit**

Visits Januar 2013: 1.316

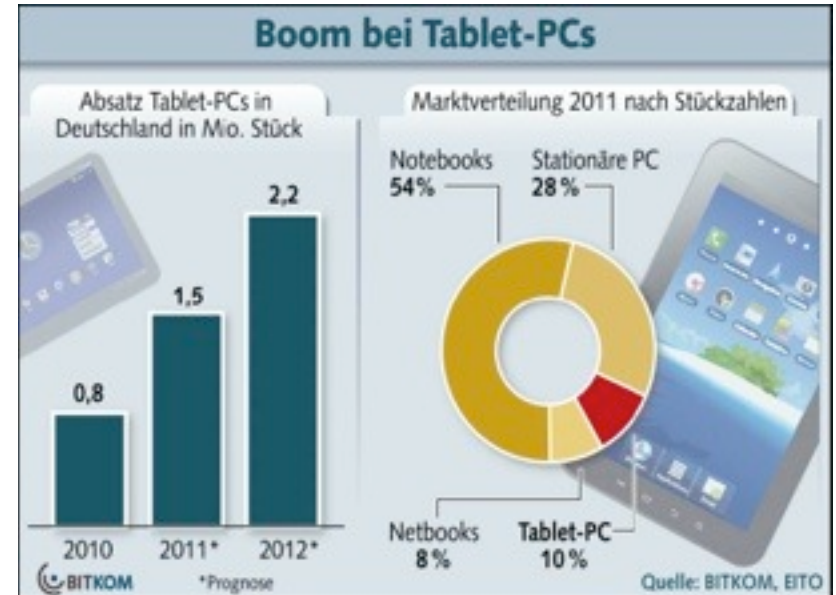
[www.augenmass.eu](http://www.augenmass.eu)







# Trend 4: Das Web wird mobil





# Trend 4: Das Web wird mobil



# Trend 4: Das Web wird mobil



# Agenda

3 wichtige Trends im Arbeitgebermarketing

Fähigkeiten in der Personalarbeit von Heute und Morgen

Für Fortgeschrittene: Die Arbeitgebermarke

Recruiting und Personalmarketing in der Praxis

Ihre nächsten Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke

# Was hat sich geändert?

Gute Bewerber akzeptieren  
keine Wartezeiten von 4  
Wochen für ein Feedback!

Bewerbungsprozesse  
sind erheblich  
transparenter  
geworden!

Bewerber verfügen über  
sehr hohe  
Arbeitgebertransparenz

Unternehmen verfügen  
über eine nie gekannte  
Bandbreite an  
Marketingtools!

# Fähigkeiten, die gestern relevant waren, heute relevant sind und morgen noch relevant sein werden:

sehr gute analytische  
Fähigkeiten zum  
Verständnis von  
Bewerberbiographien

hohes Verständnis  
des eigenen  
Unternehmens

gute, klassische  
Kommunikations-  
fähigkeiten

Vertriebs- und  
Marketingfähig-  
keiten

# Fähigkeiten, die gestern nicht relevant waren, heute zunehmend relevant sind und morgen sehr relevant sein werden:

Hohe IT-Affinität

gute Kommunikationsfähigkeiten im Web

Verständnis von Online Marketing

Vermarktungsgespür für das eigene Unternehmen im Web

Interesse und Kenntnisse für bestehende und entstehende Online-Plattformen

# Agenda

4 wichtige Trends im Arbeitgebermarketing

Fähigkeiten in der Personalarbeit von Heute und Morgen

**Für Fortgeschrittene: Die Arbeitgebermarke**

Recruiting und Personalmarketing in der Praxis

Ihre nächsten Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke

# Arbeitgebermarken?

Rang 2008	Top-Arbeitgeber	% 2008	trend Rang	Rang 2007	% 2007
1	AUDI AG	17,1%	↑	2	17,1%
2	Porsche AG	15,6%	↑	3	16,9%
3	BMW Group	14,0%	↓	1	18,8%
4	Siemens AG	12,0%	↔	4	13,9%
5	Daimler AG	9,3%	↔	5	10,3%
6	EADS *	8,3%	↔	6	7,2%
7	Robert Bosch GmbH	8,2%	↑	8	6,1%
8	Volkswagen AG	6,3%	↑	11	5,2%
9	Fraunhofer-Gesellschaft	6,2%	↓	8	6,1%
10	Lufthansa Technik AG	5,9%	↓	7	6,3%



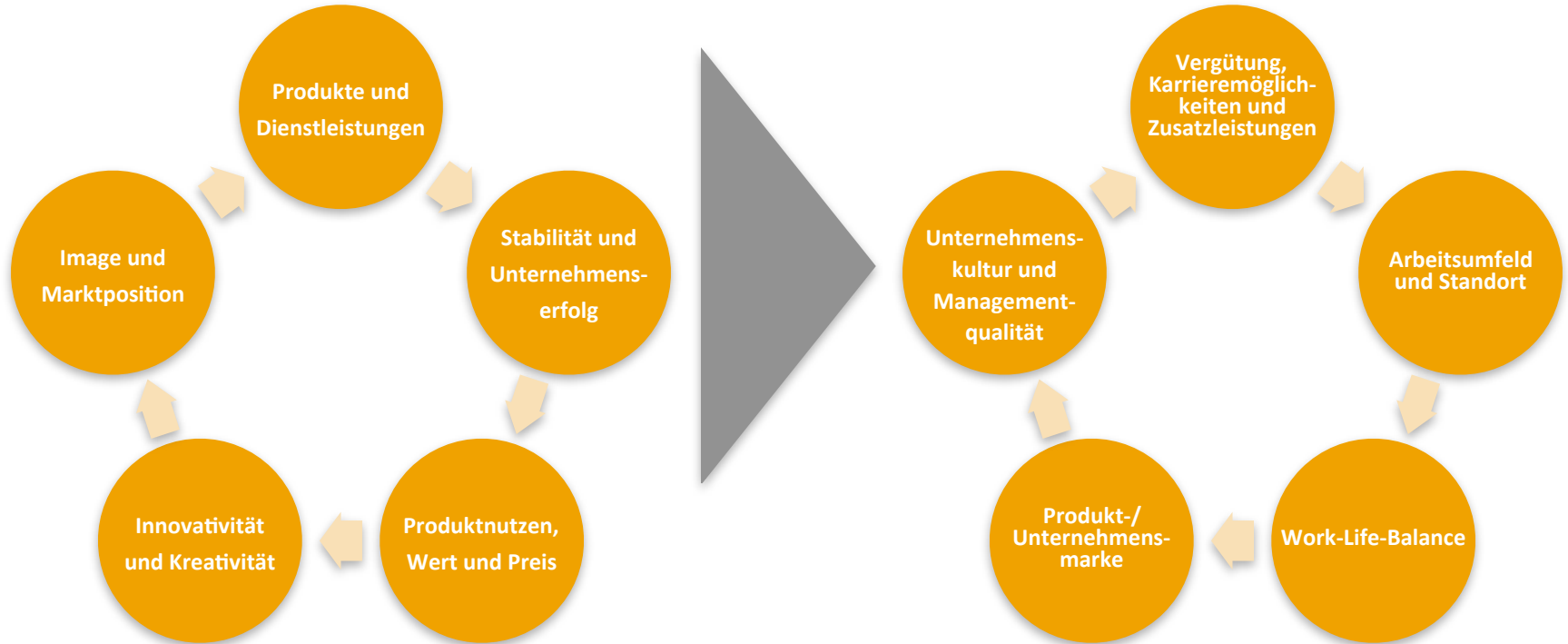
# Wie wirkt eine Arbeitgebermarke?



# Entwicklung der Arbeitgebermarke



# Produkt- und Arbeitgebermarke



# Motivationsmanagement

Mitarbeiter gewinnen

Mitarbeiter binden



Mitarbeiter motivieren

[www.augenmass.eu](http://www.augenmass.eu)

# Was zeichnet mein Unternehmen aus?

- Warum haben Sie bei uns angefangen zu arbeiten?
- Welche Highlights haben Sie in Ihrer Zeit in unserem Unternehmen erlebt?
- Warum arbeiten Sie heute noch bei uns?

# Arbeitgebermarke-Claim:

...wir sind nah!

**Nähe** kurze Wege

Zeitgewinn

Kosten sparen

bekannte Situation

Wärme, Menschlichkeit, Teamgefühl

persönliche Motive

**Identifikation**

**Werte**

bekannte Situation

Wärme, Menschlichkeit, Teamgefühl

**Sicherheit**

**Selbstwert**

**Nähe**

modern, cool, trendy

kurze Wege

...mein direkter Weg!

**Selbstwert**

**Werte**

**Nähe**

Investition in die Zukunft

Zeitgewinn

Kosten sparen

bekannte Situation

**Identifikation**

Entwicklungsmöglichkeiten

kurze Wege

modern, cool, trendy

**Sicherheit**

produktiv & effektiv

**Identifikation**

bekannte Situation

Entwicklungsmöglichkeiten

**Investition in die Zukunft**

**Sicherheit**

kurze Wege

persönliche Motive

**Nähe**

**Gesundheit**

**Selbstwert**

modern, cool, trendy

**Werte**

...ich gehör dazu!

...mein Lebensmittel Punkt!

# Agenda

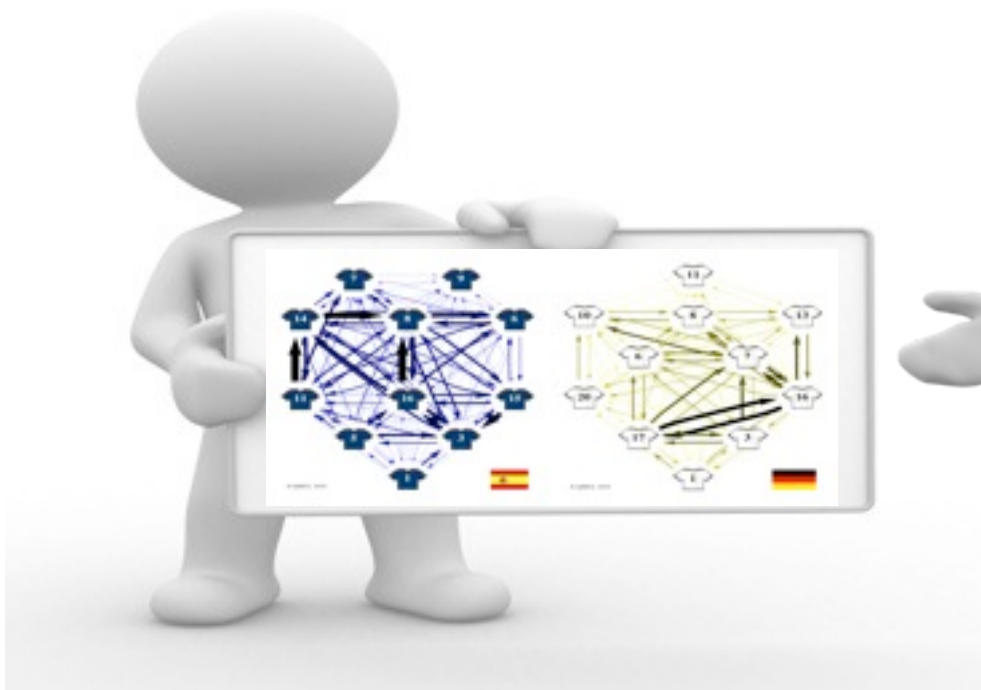
4 wichtige Trends im Arbeitgebermarketing

Fähigkeiten in der Personalarbeit von Heute und Morgen

Für Fortgeschrittene: Die Arbeitgebermarke

**Recruiting und Personalmarketing in der Praxis**

Ihre nächsten Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke



Trendig und gut: Der Mitarbeiter als Markenbotschafter



# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

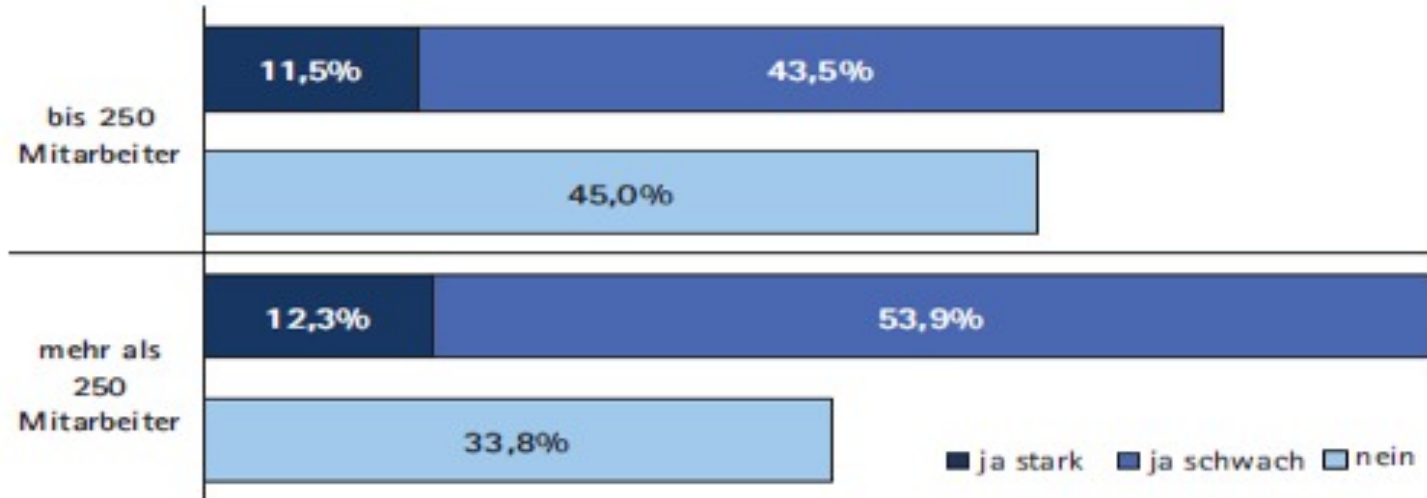
Was ist aus Sicht Ihres Unternehmens jetzt prioritär für den Innovationsstandort Deutschland?  
(bis zu drei Antworten möglich)



Quelle: DIHK, 2011

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

**Behindert der Fachkräfte-/ und Forschermangel die Innovationstätigkeit Ihres Unternehmens?**



Quelle: DIHK, 2011

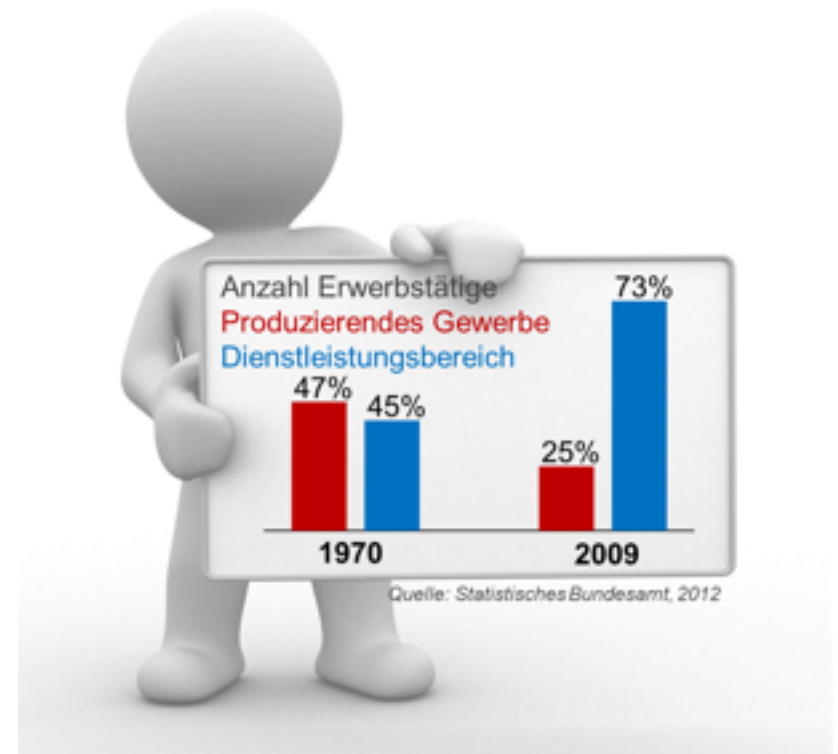
# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

<b>Top-5 Themen 2012 (unternehmensübergreifend)</b>	<b>Top-5 Herausforderungen 2012 (Intern)</b>
<b>1) Demographischer Wandel</b> Demografische Änderung des Bewerberpools	<b>1) Mitarbeiterbindung</b> Mitarbeiter im Unternehmen halten
<b>2) Fachkräftemangel</b> Knappheit qualifizierter Bewerber	<b>2) Internes Arbeitgeber-Image</b> „Employer of Choice“ bleiben
<b>3) Gesetzliche Rahmenbedingungen</b> z. B. Einfluss des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes	<b>3) Alignment</b> Verzahnung zwischen HR- und Fachabteilungen
<b>4) Wirtschaftskrise<sup>1</sup></b> Negative Entwicklung des Wirtschaftswachstums	<b>4) Employer Branding</b> Aufbau einer externen Arbeitgebermarke
<b>5) Mitarbeiterfluktuation</b> Abwanderung der Mitarbeiter aus dem eigenen Unternehmen	<b>5) Candidate Relationship Management</b> Langfristige Kandidatenbindung

Quelle: CHRIS, 2012

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

- Zunehmend Bedeutung des Dienstleistungssektors aufgrund des strukturellen Wandels.
- Dienstleistungsmarke unterscheidet sich grundlegend von der klassischen Produktmarke (immateriell & hohe Kundenkontaktintensität).
- Die Zufriedenheit des Kunden und damit die Wahrnehmung der Marke wird maßgeblich durch das Verhalten des Personals im Verkauf und Service bestimmt.



Quelle: CHRIS, 2012

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

## Die Statistik belegt:

- Unzufriedene Kunden kommunizieren ihre Erfahrungen an durchschnittlich sieben bis zehn Personen.
- Positive Erfahrungen werden jedoch mit nur drei bis fünf Personen geteilt. (*Esch et al., 2006*)

## Konsequenz:

- Mitarbeiter sind für das Markenmanagement erfolgsentscheidend.
- Sie fungieren als Markenbotschafter indem sie Kunden durch „markenidentitätskonformes Verhalten“ überzeugen (Brand Behavior).



# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter



## The New York Times (25th July 2001):

- “Companies have become painfully aware that sending the right message to their employees is just as important as making a good impression with customers, vendors and investors.”

## Fazit:

- **Internal Branding** oder **Behavioral Branding** sind somit als Managementaufgabe zu verstehen.
- **Brand Behavior** stellt das Ergebnis aller diesbezüglichen Branding-Maßnahmen dar.

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter



- Kommunikation ist Bestandteil jeder zwischenmenschlichen Interaktion – ob beabsichtigt oder unbeabsichtigt, ob verbal oder nonverbal.
- Damit ist auch jegliche Form der HR-Kommunikation des Unternehmens bzw. seiner Repräsentanten markenprägend – unabhängig davon, ob sich die Mitarbeiter darüber bewusst sind und ob die Inhalte und Werte mit den definierten Marken-zielen korrespondieren.

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

- Mitarbeiter kommunizieren nicht nur im beruflichen Umfeld über die Erfahrungen, die Qualität und die Zufriedenheit mit dem Arbeitgeber (explizite Botschafter), sondern insbesondere auch im privaten und familiären Bereich (implizite Botschafter).
- Informationen von bekannten Personen (Freundeskreis, Familie) werden als authentischer und glaubwürdiger eingeschätzt als Unternehmensaussagen. *(Dehlsen, 2008)*
- Arbeitgeberattraktivität ist das Ergebnis zahlreicher Assoziationen bzgl. eines Arbeitgebers. Positive Assoziationsmuster werden über emotional überzeugende Arbeitgebererlebnisse verankert (Schlüsselerlebnisse). *(Ruf, 2011)*

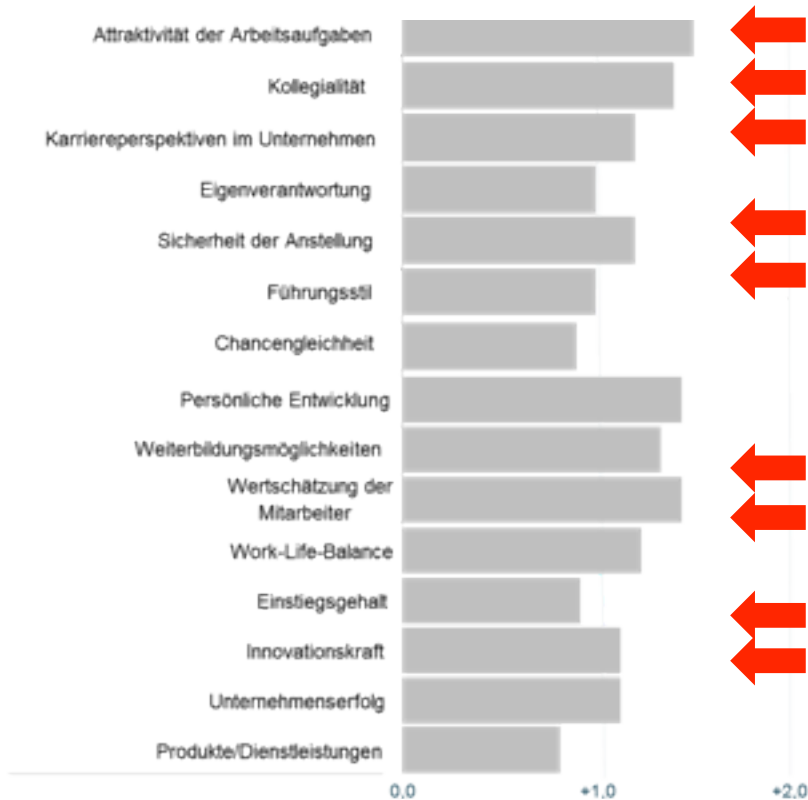




# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

- Es entsteht die Notwendigkeit, das Verhalten der Mitarbeiter in die arbeitgeberbezogene Kommunikation zu integrieren und im Sinne der Employer Brand zu lenken (Employee Branding, Internal Employer Branding).
- Nur so kann ein überzeugendes Verhalten konform der Arbeitgeber-marke entstehen (Employer Brand Behavior) und Mitarbeiter können als Botschafter der Arbeitgebermarke fungieren.
- **Aber:** „Die Bedeutung der Mitarbeiter als Markenbotschafter für die Arbeitgebermarke wird beim Durchschnitt der Arbeitgeber sehr unterschätzt.“ *(Kienbaum, 2009, S. 6)*

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

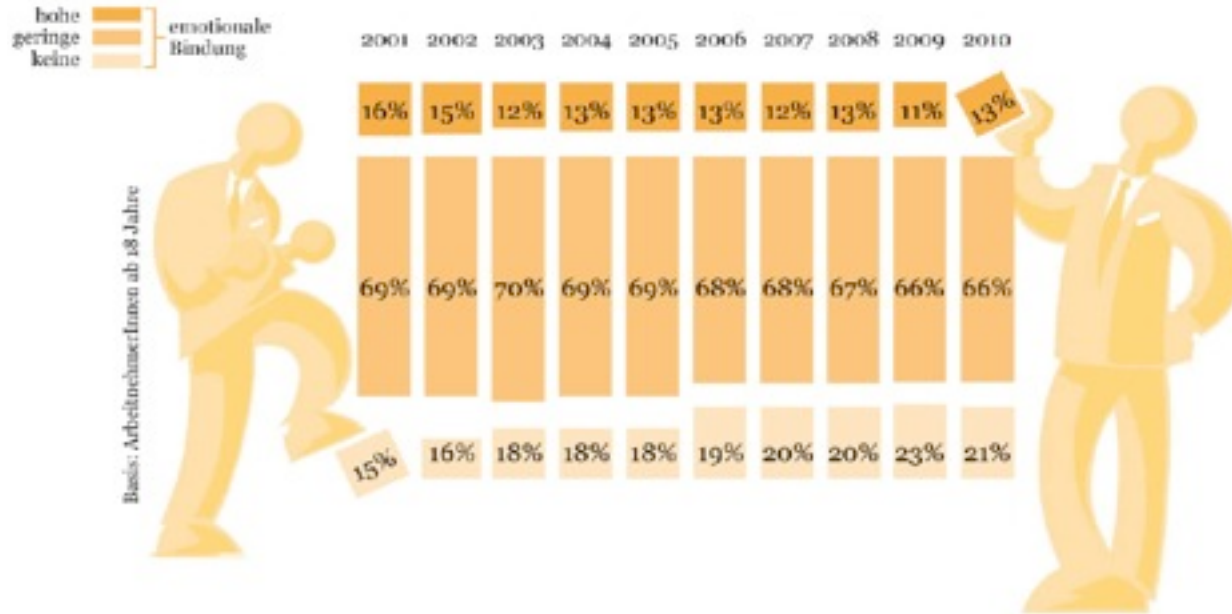


## Die „KMU-DNA“:

- ▶ KMU können ihre Stellenbesetzungsprobleme spürbar reduzieren, wenn sie ihren qualifizierten Mitarbeitern diese Anreize anbieten.
- ▶ In der Gestaltung solcher Anreizbündel & ihrer glaubwürdigen Kommunikation liegen Ansatzpunkte für KMU, im Wettbewerb um Fachkräfte zu bestehen.

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

Viele Mitarbeiter zeigen keine oder nur eine geringe emotionale Bindung gegenüber ihrem Arbeitgeber und fühlen sich diesem gegenüber kaum oder gar nicht verpflichtet. (Gallup, 2011)



# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

„Ich würde meine Firma als einen hervorragenden Arbeitsplatz meinen Freunden und Familienangehörigen empfehlen:“



Quelle: Gallup, 2011

# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

## Fazit:

Ist der Mitarbeiter als Markenbotschafter eine Employer Branding- und Rekrutierungsstrategie speziell für mittelständische Unternehmen?

## Ja, denn Mitarbeiter...

- fungieren bereits als Markenbotschafter;
- ermöglichen Arbeitgebererlebnisse;
- sind glaubhafte Informationsquellen.



# Der Mitarbeiter als Markenbotschafter

## Aber...

- eine klar formulierte Arbeitgebermarke muss als Grundlage vorliegen;
- ein systematisches Employee Branding muss erfolgen;
- das Konzept ist sinnvoll zu ergänzen.



# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

**1. Employer Branding ist  
Chefsache**

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

1. Employer Branding ist Chefsache



# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

6. Talente lesen keine Kleinanzeigen

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

6. Talente lesen keine Kleinanzeigen

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

7. Es gibt viele Kommunikationskanäle

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

6. Talente lesen keine Kleinanzeigen

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

8. Tummeln Sie sich in sozialen Netzwerken

7. Es gibt viele Kommunikationskanäle

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

1. Employer Branding ist Chefsache

6. Talente lesen keine Kleinanzeigen

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

8. Tummeln Sie sich in sozialen Netzwerken

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

7. Es gibt viele Kommunikationskanäle

9. Leben Sie Ihre Arbeitgebermarke auch nach innen

# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

6. Talente lesen keine Kleinanzeigen

1. Employer Branding ist Chefsache

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

8. Tummeln Sie sich in sozialen Netzwerken

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

7. Es gibt viele Kommunikationskanäle

10. Seien Sie vorsichtig

9. Leben Sie Ihre Arbeitgebermarke auch nach innen



# 10 Regeln für erfolgreiches Personalmarketing

2. Der gute Ruf braucht einen Paten

3. Bewerber suchen das Besondere

6. Talente lesen keine Kleinanzeigen

1. Employer Branding ist Chefsache

4. Definieren Sie Ihre Mitarbeiter von morgen

8. Tummeln Sie sich in sozialen Netzwerken

5. Gute Ideen sind wirksamer als Prozessmodelle

7. Es gibt viele Kommunikationskanäle

10. Seien Sie vorsichtig

9. Leben Sie Ihre Arbeitgebermarke auch nach innen

JOBS.HETZNER.DE **HETZNER**  
ONLINE

# WE LOVE BITS. DO YOU?

Sie erwarten Sie von einem hervorragenden Arbeitgeber, ein leistungsstarkes Gehalt? Eine gute Arbeit, welche vielfache Aufgaben und Herausforderungen? Die die Unternehmensführung an Ihren Leistungen, interessiert ist und Sie fördert? Mögen Sie Karriere machen? Möchten Sie etwas bewegen, auch bei Herausforderungen? Haben Sie mehrere Punkte auf Ihrer Liste? Dann lesen Sie uns darüber reden. Die Hetzner-Online AG ist einer der führenden Webhosting Dienstleister in Europa. Wir wachsen schnell, sind jung und dynamisch und wollen mit Ihnen noch mehr etwas erreichen. Obwohl Stellen Sie hat uns viele Optionen für einen erfolgreichen Berufsweg. Wir freuen uns auf den Dialog mit Ihnen.

FÜR DEN STANDORT GÜNZENHAUSEN SUCHEN WIR  
**Softwareentwickler (m/w)**



**IHRE AUFGABEN**

- Programmierung im Internetumfeld unter PHP, MySQL, Perl, C++
- Webanwendungsentwicklung mit HTML, JavaScript, AJAX

**IHRE QUALIFIKATIONEN**

- PHP, MySQL
- Plattformen Linux, Windows
- Fachwissen über Hochrechenrechenzentren (Informationsgeschichtliche Aspekte)
- gute Englischkenntnisse

**IHRE PERSPEKTIVEN**

Freuen Sie sich auf spannende, anspruchsvolle Aufgabenstellungen in einem jungen, hoch dynamischen Team. Profitieren Sie von einer, einer langjährigen, langjährigen, umfassenden betrieblichen Weiterbildung, sowie ausgereicherter Fachkräfte- und Weiterbildungsprogramme, umfallt Ihnen sehr gute Entwicklungsmöglichkeiten.

**FÜR FREIZEIT UND AUF IHRE BEWERBUNG**

Hetzner-Online AG  
Postfach 1000  
Bismarckstraße 1  
91710 Güzzenhausen

Telefon: 09271 41000-100  
E-Mail: bewerbung@hetzner.de  
oder online unter <http://jobs.hetzner.de>

WWW.HETZNER.DE

**brose**  
Technik für Automatisierung



## Wir halten Ausschau nach Talenten!

Sie sind kreativ, technikbegeistert und haben den Willen, etwas zu bewegen? Dann passen Sie zu uns. Erleben Sie in unserem leistungsstarken Familienunternehmen die Neue Brosser Arbeitswelt. Hier finden Sie Gestaltungsfreiräume und haben Chancen, schnell Verantwortung zu übernehmen. Weitere Informationen von Katrin Marzner: +49 9507 21 1778, [katrin.marzner@brose.com](mailto:katrin.marzner@brose.com).

Bewerben Sie sich jetzt unter [www.brose.com/karriere](http://www.brose.com/karriere) 

[www.augenmass.eu](http://www. augenmass.eu)

**augenmaß**  
employer branding • personalmarketing

#### Jahrestagung 2013 in Nürnberg



**13. bis 15. März 2013**

Mit der Jahrestagung 2013 feiert das Career Service Netzwerk Deutschland (cand e.V.) sein 10-jähriges Bestehen. Zeit für eine Bestandsaufnahme: Wo steht die Career-Service-Arbeit heute? Welche hochschulpolitischen und arbeitsmarktrelevanten Entwicklungen sind zukünftig für die Career-Service-Arbeit in Deutschland von Bedeutung?

Alle Informationen zur Tagung finden sie [hier](#).

#### Neues Fortbildungsprogramm: ZERTIFIZIERTE BASISAUSBILDUNG CAREER SERVICE

Die AG Weiterbildung hat in Abstimmung mit dem Vorstand ein Konzept für eine modularisierte Basisausbildung erarbeitet. Diese richtet sich an Career Service MitarbeiterInnen, die noch am Anfang ihrer Tätigkeit stehen, aber auch an erfahrene Mitarbeiter, die sich in spezifischen Bereichen weiterbilden möchten.

[Zur Übersicht](#)

Keine Nachrichten in dieser Ansicht.

#### QUICK-LINKS

- > [Erklärung zur Qualitätssicherung](#)
- > [Interner Mitgliederbereich \(cand-back\)](#)
- > [Mitglied werden](#)
- > [HRK](#)
- > [Liste der Career Services](#)



 **BOSCH**

**BOSCH**  
**BOSCH**  
**BOSCH**  
**BOSCH**  
**BOSCH**

**CNC-Fräser  
gesucht**

Jetzt bewerben per SMS  
an 8171 649258

WIRTSCHAFTS  
UNIVERSITÄT  
DUISBURG  
ESSEN  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES  
DUISBURG  
ESSEN  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES  
DUISBURG  
ESSEN

Empfänger: AUDI AG



Konto: 56248520



BLZ: 72140052

Bank: Commerzbank Ingolstadt

Betrag: 0,01

€

+/- ▾



Datum: 08.03.2013



Betreff 1: aufmerksamer Controller

Betreff 2: gesucht

Betreff 3: www.jobs.lear.com

Betreff 4:

# Agenda

4 wichtige Trends im Arbeitgebermarketing

Fähigkeiten in der Personalarbeit von Heute und Morgen

Für Fortgeschrittene: Die Arbeitgebermarke

Recruiting und Personalmarketing in der Praxis

**Ihre nächsten Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke**

# Ihre nächsten Schritte I

- Klären Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern, was Sie als Unternehmen besonders macht und definieren Sie hieraus Ihre Arbeitgebermarke.
- Prüfen Sie, was zu verbessern ist und verbessern Sie es, wenn möglich.
- Halten Sie den Dialog zu Ihren Mitarbeitern aufrecht und informieren Sie über Veränderungen.

## Ihre nächsten Schritte II

- Visualisieren Sie Ihre Arbeitgebermarke und formulieren Sie eine Überschrift / Claim.
- Tragen Sie Ihre Botschaft nach draußen.
- Modernisieren Sie Ihren HR-Bereich im Internet.
- Gestalten und formulieren Sie Stellenanzeigen, die Nutzen für den Bewerber aufzeigen.
- Suchen Sie Kooperationen zu relevanten Hochschulen und bieten Sie Projekte an.



# Ich wünsche Ihnen viel Erfolg

augenmaß – personalmarketing • employer branding

Sudetenlandstraße 7

91056 Erlangen

Fon: +49.9135.736464

Fax: +49.9135.736465

[info@augenmass.eu](mailto:info@augenmass.eu)

<http://www.augenmass.eu>