

Von Talenten finden lassen

Im Kampf um die Talente von morgen steigt der Druck auf Unternehmen, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Gewinnen kann nur, wer einen authentischen Gesamteindruck hinterlässt, der die Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe trifft.

LANGE SCHON REICHT herkömmliche Öffentlichkeitsarbeit nicht mehr aus, um einen validen Gesamteindruck eines Unternehmens zu übermitteln. Bewerber von heute suchen vor allem eines: Authentizität. Hält ein Unternehmen, was es verspricht? Wie ist es zu seinen Mitarbeitern? Wie sieht das Arbeitsklima aus? Und kann ich mich mit all dem identifizieren?

Antworten auf diese Fragen suchen Bewerber heute nicht mehr in aufpolierten Imageinseraten, Broschüren oder auf Werbeplakaten. Sie nutzen am liebsten den direkten Weg: Die Befragung derer, die es am besten wissen müssen – die eigenen Mitarbeiter des Unternehmens. Deren Auskünfte genießen via Mund zu Mund Propaganda das größte Vertrauen – nicht umsonst gelten die Mitarbeiter als wichtigste Markenbotschafter und Kommunikationsmultiplikatoren eines Unternehmens.

Zeugnis für Arbeitgeber

Aber was tun, wenn man keinen kennt, der im Zielunternehmen tätig ist? Hierbei unterstützen seit 2006 Arbeitgeberbewertungsplattformen die Entscheidungsfindung und dabei, die intangiblen Güter Arbeitsklima, kollegialer Zusammenhalt und Vorgesetztenverhalten greifbar zu machen. Ebenso im Fokus stehen Weiterentwicklungs- und Karrierechancen, Gehalt und Benefits. So verhelfen sich nicht nur Bewerber frühzeitig zu einem vertieften Eindruck über

einen potenziellen Arbeitgeber, Unternehmen können diese Plattformen auch nutzen, um ein Stimmungsbild zu erheben und in weiterer Folge positiv auf ihr Image einzuwirken.

Der Marktführer am Gebiet der Arbeitgeberbewertungsplattformen ist im deutschsprachigen Raum kununu, das 2007 in Wien gegründet und im Jahr 2013 von der XING AG übernommen wurde. Vollkommen anonym werden neben Jobs auch der Bewerbungsprozess und Lehrstellen bewertet. Unternehmen können mit einem eigenen Profil ihre Informationen gezielt verwalten sowie Videos und freie Stellen positionieren. Seit der Fusionierung mit XING sind diese beiden Plattformen gekoppelt.

Im internationalen Raum etablierte sich das ebenso 2007 gegründete Unternehmen glassdoor, das neben der Bewertung des Unternehmens auch das Management evaluiert. Gerade für multinationale Unternehmen lohnt sich ein Blick auf diese Plattform, um herauszufinden, wie man als Arbeitgeber über der Grenze gesehen wird.

Prädikat: Nicht genügend?

Arbeitgeberbewertungsplattformen genießen immer größere Beliebtheit. Die Generation von heute ist Feedback-Geben gewohnt, nicht zuletzt durch den Siegeszug des Online-Händlers Amazon: Gefällt das Produkt, folgt eine positive Bewertung, jedoch schon der kleinste Mangel wird häufig gnadenlos aufgedeckt. Wie valide sind nun die Informationen auf Bewertungsplattformen? Handelt es sich dabei um die ungeschminkte Wahrheit und ein aussagekräftiges Statement zur Realität, oder vielmehr um ein Abreagieren aktiver oder ehemaliger Mitarbeiter, deren Gehaltswünsche nicht realisiert werden konnten, deren Karrieretraum nicht zur Vollständigkeit erfüllt werden konnte oder die aus sonstigen Gründen nicht so glücklich aus dem Job geschieden sind?



Johanna

Hummelbrunner

ist Personalleiterin bei Bosch Österreich sowie Präsidentin des Forum Personal des ÖPWZ.
www.bosch.at



Lisa Marie Steinbach

ist Leiterin Human Resources Corporate bei der Robert Bosch AG.
www.bosch.at

Info

Forum Personal Events

Future of Work/Arbeitswelt 4.0

Donnerstag, 23. Februar 2017 ab 15.00 Uhr in Wien

HR-Spring-Special

Schwachstelle Mitarbeiter – IT Security aus Personalsicht

Mittwoch, 5. April 2017 ab 18.00 Uhr in Wien

www.opwz.com/forum-personal/

Johanna Hummelbrunner: »Für Bewerberinnen und Bewerber kann der Blick auf eine Arbeitgeberbewertungsplattform interessante Zusatzinformationen bieten, um ihr Bild des Zielarbeitgebers abzurunden. Man sollte sich jedoch der Umstände bewusst sein, dass es sich um subjektive Beurteilungen handelt. Daher können die Unternehmensbeurteilungen zwar Hinweise über das Betriebsklima geben, es gilt jedoch, diese immer differenziert wahrzunehmen.«

Unternehmen können die Beurteilungen für mehreres nutzen: Selbst kritische, negative Bewertungen können für Unternehmen vorteilhaft sein: So kann transparent werden – insbesondere nach dem Abgang von Mitarbeitern – was früher häufig hinter vorgehaltener Hand über Unternehmen gesprochen wurde. Negative Zeugnisse kann man nicht verhindern – durch Arbeitgeberbewertungsplattformen werden sie jedoch gebündelt und auf seriösen Plattformen dargestellt. Unternehmen können in weiterer Folge diese Informationen nutzen, um etwaigen »blinden Flecken« im Betriebsklima mit Maßnahmen entgegenzuwirken. An dieser Stelle ist auch der Hinweis auf die Notwendigkeit von Austrittsinterviews wichtig. Negative Emotionen beim Verlassen des Unternehmens können so bereits frühzeitig gemildert und gesteuert, potenzielle Schwachstellen im Unternehmen erkannt und bearbeitet werden. Dadurch kann einem möglichen Frust-Abbau auf Arbeitgeberbewertungsplattformen aktiv entgegen gewirkt werden.

Positive Bewertungen wiederum tragen zur Stärkung der Arbeitgebermarke bei und können gezielt im Personalmarketing-Auftritt eingesetzt werden. So kann der gute Arbeitgeber einfach und effizient verbreitet werden. Aber auch hier gilt: Für den vollen Erfolg ist eine zielgruppenorientierte Personalmarketing-Strategie mit integriertem Social-Media-Auftritt Voraussetzung.

Personalmarketing 2.0

An potenziellen Medien für den Online-Personalmarketing-Auftritt mangelt es in Österreich nicht. Hierbei zeigt sich immer mehr eine Verschmelzung zwischen den Disziplinen des Personalmarketings und Recruitings. Unternehmen können sich keine Chance mehr entgehen lassen, Leute, die sich über das Unternehmen informieren, nicht auch gleich mit dem passenden Jobangebot zu einer Bewerbung zu locken. Daher bieten immer mehr Employer Branding-

Pages mittlerweile die Möglichkeit, Vakanzen zu schalten, und umgekehrt mehr und mehr Recruiting-Portale explizite Unternehmensprofile mit Raum für Detailinformationen zum Arbeitsklima, den Unternehmenswerten und attraktiven Benefits. Im letzteren Fall zum Beispiel die Plattform karriere.at, führend am österreichischen Markt für Karriereportale, die seit einigen Jahren mit der branding.solution Arbeitgeberprofile mit Videos, Informationen und Werbeverstärkern bietet. Umgekehrt ermöglicht die ursprünglich eher auf Personalmarketing gerichtete Seite whatchado.com, die auf Berufsorientierung mittels Videogeschichten abzielt, Unternehmen mittlerweile auch die Schaltung von passenden Jobs. Daneben zählt die Social-Media-Präsenz auf Netzwerken wie facebook, XING oder LinkedIn vielerorts bereits zum Standard-Repertoire im Personalmarketing und Recruiting großer Unternehmen. Aber auch im Personalbereich wird das Potenzial des mobilen Onlinemarktes erkannt, und mehr und mehr Apps für die Jobsuche strömen auf den

**Erzähl deine
Geschichte richtig.**

**Jetzt Sprachkenntnisse
auffrischen!**

**Einzel-
unterricht
statt € 55,- nur
€ 45,- pro
Einheit**



Einzel Sprachtraining zum Winterpreis

- Sprachtraining im Einzelunterricht im Berlitz Center, in Ihrem Unternehmen oder live im Virtual Classroom
- Gültig für alle Sprachen
- Qualifizierte Business-Trainer
- Praxisnahe Themen aus der Arbeitswelt
- Nur buchbar bis 19. März 2017

Berlitz[®]

Tel. 01/602 45 43 • www.berlitz.at

Markt, wie beispielsweise trufis oder hokify. Unternehmen müssen nun nicht zwingend auf allen Plattformen vertreten sein. Wichtig ist es, den richtigen Mix für sich zu finden und die Kanäle mit konsistenten Informationen zu bespielen. Nur so kann ein einheitlicher 360-Grad-Eindruck für Bewerber geschaffen werden, der Authentizität versprüht und dadurch hilft, sich von den richtigen Talenten finden zu lassen.

Personalmarketing 2.0 bei Bosch

Die Bosch-Gruppe ist ein international führendes Technologie- und Dienstleistungsunternehmen. Bosch ist der weltweit größte KFZ-Zulieferer, Weltmarktführer im Bereich Elektrowerkzeuge und unter anderem führender Hersteller von Thermotechnik, Hausgeräten und Sicherheitssystemen. Das Unternehmen erzielte in Österreich im Jahr 2015 mit insgesamt 2900 Mitarbeitenden einen Umsatz von mehr als 1,1 Milliarden Euro. Als multinationales Unternehmen setzt Bosch Österreich schon lange auf einen integrierten Social Media Einsatz im Personalmarketing. »Wir orientieren uns stark an unserer Zielgruppe und am österreichischen Markt«, so Johanna Hummelbrunner. Und weiter: »Um potenzielle Bewerberinnen

und Bewerber auf das Unternehmen aufmerksam zu machen, nutzen wir deshalb bereits seit fast 3 Jahren das Unternehmensprofil auf karriere.at und bespielen dieses mit aktuellen Videos über das Leben bei Bosch.« Trotz integriertem Auftritt gilt: »So vielseitig wie wir als Arbeitgeber sind, so facettenreich muss auch unser Online-Auftritt sein«, ergänzt Lisa Marie Steinbach, verantwortlich für das Personalmarketing bei Bosch. Je nach Zielgruppe setzt das Unternehmen deshalb auf facebook für aktuelle Unternehmens- und Karrierenews, auf Youtube für die Verbreitung von neuen Entwicklungen und auf whatchado, um die Vielfältigkeit der Arbeitswelt bei Bosch transparent zu machen. Via kununu orientiert sich das Unternehmen hinsichtlich seines Rufs nach außen. »Wir nehmen jede Bewertung sehr ernst. Wir freuen uns über positives Feedback und sind traurig über negatives. Jede negative Beurteilung zeigt uns jedoch, was wir noch besser machen können«, so Hummelbrunner. Und weiter: »Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geben uns ein sehr gutes Zeugnis: Über 80 % sind stolz, Teil von Bosch zu sein, das evaluieren wir alle zwei Jahre im Zuge unserer Mitarbeiterbefragung. Dass dies auch so bleibt, das ist eine unserer Hauptaufgaben im Personalbereich.« **T**

So entwickelt sich mein Team nach Maß

Individuelle Lösungen für Unternehmen



WISSEN FÜR INSIDER

Erfolg ist kein Zufall. Unternehmen, die am Markt bestehen wollen, müssen sich permanent weiter entwickeln, Ziele neu definieren und umsetzen. Know-how und Qualifikationen der Mitarbeiter/innen spielen dabei eine zentrale Rolle. Da jedes Unternehmen anders ist und spezifische Anforderungen an die Personalentwicklung hat, haben wir das WIFI-Firmen-Intern-Training/die WIFI-Unternehmensentwicklung konzipiert: Unsere Fachleute erarbeiten mit Ihnen auf Basis der Unternehmensziele Trainings, die speziell auf Ihren Bedarf zugeschnitten sind.

VIelfältiges Angebot

Die Themenpalette ist breit gefächert und reicht von Business-Sprachen über EDV-Trainings, Lehrgänge für Führungskräfte bis zu



branchenspezifischen Weiterbildungen und technischen Schulungen. Innovative Lernmethoden nach dem WIFI-Lernmodell LENA unterstützen Ihre Mitarbeiter/innen dabei, erarbeitetes Wissen nachhaltig anzuwenden. Übrigens auch grenzüberschreitend: Ihr WIFI

begleitet Sie ins Ausland und trainiert Ihr Team direkt an den jeweiligen Standorten – in der jeweiligen Sprache und auf gewohnt hohem WIFI-Niveau.

Für Infos kontaktieren Sie Ihr WIFI vor Ort.