



Nachhaltigkeit in HR: Employer Branding





WER SICH **NICHT**
POSITIONIERT,
IST SCHON
UMGEFALLEN.





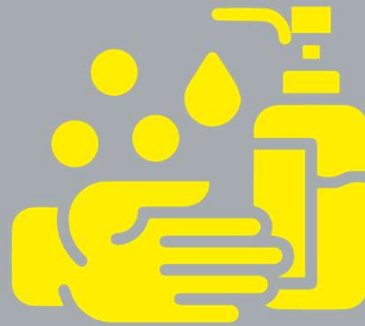
Die Wirkungsdimensionen
von Arbeitgebermarke



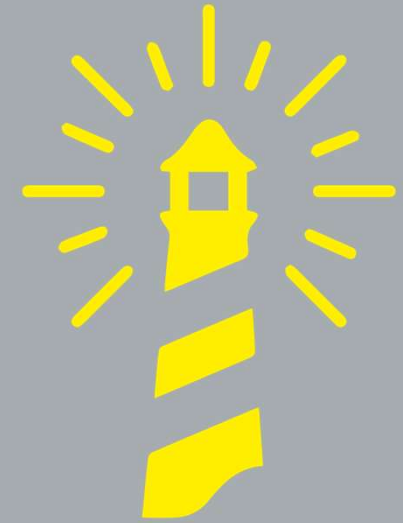
Spreu & Weizen der Arbeitgeberpositionierungen (AGP)



Werbe-AGPs
Liebling der Konzerne



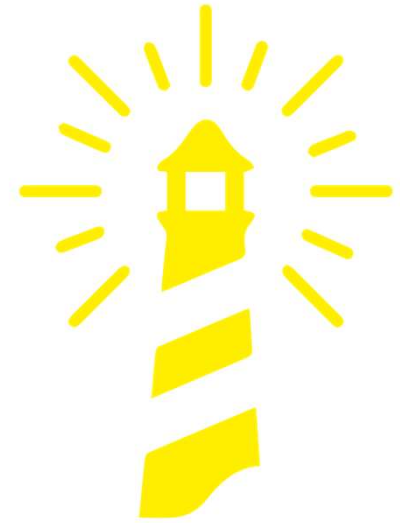
Hygiene-AGPs
Liebling des Mittelstands



Statement-AGPs
Liebling der Menschen

Ein Statement setzen

Eine gute Arbeitgeberpositionierung ist ein Identity-Statement: aussagestark, mit Kante, emotional und ehrlich. Sie macht Menschen entscheidungskompetent, indem sie Reibung ermöglicht.
Alles andere macht keine Marke.



WENN DEINE **EVP**
DEN **CEO** NICHT ETWAS
ÜBERWINDUNG KOSTET,
BRAUCHST DU EINE

NEUE.



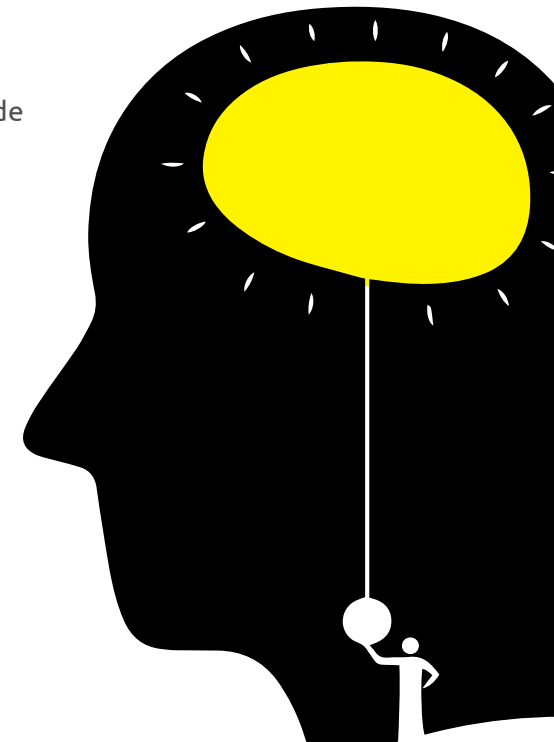
Definition

>> Employer Branding ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber.

DEBA // 2006



Beispielhafte Beweispunkte



WENN DICH **BEWERBER**
FRAGEN, WOFÜR DU ALS
ARBEITGEBER STEHST,
WAR ES DOCH NUR
PERSONALMARKETING.



Danke!



**SPRECHEN
SIE UNS AN**

DEBA GmbH
Barbara Moser
moser@employerbranding.org

Spaces Central Station Vienna
Gertrude-Fröhlich-Sandner-Straße
2-4, TURM 9
1100 Wien
Fon: 01 205 190 70 30
Mobil: 0676 3735 275
www.employerbranding.org

