

*For Better Decisions*

Erstvorstellung aktueller  
**puls-Studien**

Erfolgsfaktoren des  
**Employer Branding**  
In Kooperation mit Brand:Trust

Betriebliche Gesundheitsförderung  
als Chance zur Attraktivitäts-  
steigerung von Arbeitgebern  
In Kooperation mit der BARMER GEK

# Die Macht der Arbeitgebermarke

*Employer Branding als Strategie zur Begegnung  
des Fachkräftemangels*

## 7. *puls* Unternehmertag

am 18. Oktober 2011 in der Comödie Fürth

## Marken mit Zukunft brauchen attraktive Unterschiede bei Kunden und Mitarbeitern

Der Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter wird härter. Unternehmen müssen sich von daher um „passende“ Mitarbeiter ebenso bemühen wie um Kunden. Da Mitarbeiter nicht automatisch ihrem Unternehmen treu bleiben geht es zunächst um die Loyalisierung der Leistungsträger. Im zweiten Schritt kommt es darauf an, Talente anzuziehen und Mitarbeiter „abzustoßen“, die nicht zu den Werten und Leistungsanforderungen des jeweiligen Unternehmens passen.

Um den Aufbau attraktiver Arbeitgebermarken zu begleiten sind integrierte Marktforschungslösungen gefordert, die beantworten, warum wichtige Kunden und Mitarbeiter Unternehmen treu bleiben. Wenn diese Fragen klar beantwortet sind können wirksame Maßnahmen ergriffen werden, um Mitarbeiter zu loyalisieren und eine Arbeitgebermarke aufzubauen, die auch hält, was sie verspricht.

Getreu unserem Motto „*For Better Decisions*“ bieten wir Ihnen auch bei der 7. Auflage unseres Unternehmertags in Fürth wieder exclusive Marktforschungserkenntnisse zum Employer Branding und den Potenzialen von betrieblichem Gesundheitsmanagement sowie hochkarätige Praxisbeispiele mit konkreten Anregungen zur Stärkung von Arbeitgebermarken.

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung!

Dr. Konrad Weißner  
Geschäftsführer  
*puls* Marktforschung GmbH

Horst Müller  
Wirtschaftsreferent der Stadt Fürth  
Geschäftsführer Forum Wissenschaft der Europäischen Metropolregion Nürnberg



*Seit 20 Jahren konzentriert sich puls auf effiziente Marktforschung und darauf aufbauende Empfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.*

## Anmeldung

### 7. *puls* Unternehmertag „Die Macht der Arbeitgebermarke“ am 18. Oktober 2011

#### Ansprechpartner:

Beti Ljubic - Tel: 0911 / 95 35 - 400 - Fax: 0911 / 95 35 - 404  
ljubic@puls-marktforschung.de

#### Veranstaltungsort:

Comödien Restaurationsbetrieb GmbH  
Theresienstr. 1  
D-90762 Fürth

[www.comoedie.de](http://www.comoedie.de)



- Ja**, ich nehme am 7. *puls* Unternehmertag am 18. Oktober 2011 zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt. teil. *Bitte melden Sie sich bis 13. Oktober 2011 an.*

\_\_\_\_\_  
Titel/ Name

\_\_\_\_\_  
Firma

\_\_\_\_\_  
Funktion

\_\_\_\_\_  
Adresse

\_\_\_\_\_  
Telefon/ Telefax

\_\_\_\_\_  
E-Mail

\_\_\_\_\_  
Ort, Datum

\_\_\_\_\_  
Unterschrift

**Welche Frage liegt Ihnen im Zusammenhang mit Employer Branding besonders am Herzen?**

\_\_\_\_\_

08.30 Uhr **Get Together**

08.45 Uhr **Begrüßung**

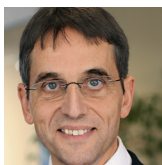


**Dr. Thomas Jung**, Oberbürgermeister der Stadt Fürth

*„Marken schaffen Werte. Das gilt für Unternehmen und Kommunen gleichermaßen.“*

09.00 Uhr **Arbeitgebermarken müssen anziehen und abstoßen**

*Erstvorstellung einer Brand:Trust / puls Studie zum Employer Branding*



**Dr. Konrad Weißner**, Geschäftsführer puls Marktforschung GmbH

*„Marken mit Zukunft machen ihre Kunden und Mitarbeiter zu Fans. Marktforschung mit Zukunft muss aufzeigen, wie dies geht.“*



**Christian Wichmann**, Senior Brand Consultant Managementberatung Brand:Trust

*„Employer Branding hat zur Aufgabe, die vorhandene Markenenergie so zu nutzen, dass passende Mitarbeiter angezogen und unpassende Bewerber abgestoßen werden.“*

09.30 Uhr **Employer Branding - Wahre Schönheit kommt von Innen**



**Thomas Teetz**, Programmleiter Global Employer Branding Deutsche Telekom AG Konzernzentrale Bonn

*„Begeisterte Mitarbeiter sind ein Garant für erfolgreiches Employer Branding, das weit mehr ist als gutes Marketing.“*

10.00 Uhr **Soziale Verantwortung als Erfolgsfaktor starker Arbeitgebermarken**



**Dirk von Vopelius**, Präsident Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

*„Der Fachkräftemangel lockt auch Hidden Champions aus der Deckung – Öffentlichkeit am Standort wird nicht mehr gemieden, sondern aktiv gesucht.“*

10.15 Uhr **Handel mit 5 Sternen - Employer Branding in der DOUGLAS Gruppe**



**Frank Lobert**, Leiter Personalmanagement DOUGLAS HOLDING AG \*

*„Die Arbeitgebermarke ist mehr als ein Name und ein Logo. Es ist die Essenz all dessen, was ein erfolgreiches Unternehmen zu einem begehrten Arbeitgeber macht. Der Arbeitsplatz mit all seinen Facetten, Qualitäten und Dimensionen ist das vielleicht wertvollste Produkt im gesamten Angebotssortiment.“*

\* Gewinner „Best Employer Brand Award 2011“

10.45 Uhr Kaffeepause

11.15 Uhr **Der Kampf um kluge Köpfe – Eine wachsende Herausforderung**



**Dr. Ulrich Walwei**, Vizedirektor Insitut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung

*„Fachkräfte werden knapper. Um im Wettbewerb zu bestehen, geht es für Unternehmen um die richtigen Schritte und nachhaltig positive Signale.“*

11.45 Uhr **Betriebliche Gesundheitsförderung als Chance zur Attraktivitätssteigerung von Arbeitgebern**

*Ergebnisse einer puls Studie im Auftrag der BARMER GEK*



**Heiner Beckmann BARMER**, Leiter Marketing BARMER GEK

*„Die Arbeitgebermarke braucht mehr als nur einen guten Ruf - Wer sich für die Gesundheit seiner Mitarbeiter einsetzt, trägt soziale Verantwortung, fördert Nachhaltigkeit, Zufriedenheit und Motivation. So stellen Sie sich dem demografischen Wandel und dem Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter!“*

12.15 Uhr **Praxisbeispiele Rödl & Partner und UVEX GmbH**



**Prof. Dr. Christian Rödl**, Geschäftsführender Partner Rödl & Partner GbR

*„Die Wertschöpfung und Differenzierung unserer Marke sehen wir als entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Mit der Visualisierung unserer Unternehmenskultur durch die Menschentürme setzen wir ein klares Zeichen nach innen und außen. Denn „jeder Einzelne zählt“ bei Rödl & Partner – im Miteinander und für die Beratung unserer Mandanten.“*



**Johann Engelmann**, Leiter Personalmanagement UVEX GmbH

*„UVEX- die Marke des Jahrhunderts für die besten Köpfe des Jahrhunderts.“*

13.00 Uhr **Talente gewinnen - Was Uni Absolventen von Arbeitgebern erwarten**



**Sebastian Hagen**, Vorsitzender MTP - Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.

*„Die Social Media Generation bloggt ihr Müsli und zwitschert ihren Tag. Bei der Suche nach dem richtigen Arbeitgeber vertraut sie allerdings auf alte Kanäle und setzt auf den persönlichen Kontakt.“*



## 13.15 Uhr Gemeinsames Mittagessen

## 14.30 Uhr Employer Branding bei Schaeffler GmbH



**Petra Reiner**, Ltg. Recruiting, Employer Branding & Talent Management Schaeffler GmbH

*„Wir beweisen unsere Innovationskraft und den Ideenreichtum bei technischen Produkten auch im Personalmarketing.“*

## 15.00 Uhr Talent Acquisition - global und integriert zum Erfolg



**Kerstin Wagner**, Leitung Global Talent Acquisition Siemens AG \*

*„Längst reicht es nicht mehr, zukünftige Mitarbeiter nur über die Unternehmensmarke anzusprechen. Eine Arbeitgebermarke, die nahtlos auf der Unternehmensmarke aufsetzt, ist unerlässlich, um die richtigen Talente für das Unternehmen zu gewinnen.“*

\* Gewinner „Best Employer Brand Award“

## 15.30 Uhr Praxisbeispiele Diakonie Neuendettelsau und Deutsche Bundeswehr



**Rektor Prof. Dr. h. c. Hermann Schoenauer**, Vorstandsvorsitzender Diakonie Neuendettelsau

*„Die Zukunft gestalten heißt: In Mitarbeitende investieren.“*



**Generalmajor Manfred Schlenker**, Amtschef des Personalamtes der Bundeswehr

*„Junge Menschen möchten sich mit Werten und Zielen ihres Arbeitgebers identifizieren. Unter dem Label „Wir.Dienen.Deutschland.“ entwickelt die Bundeswehr eine Unternehmensmarke, auf deren Fundament Werte eines Dienstes an der Gesellschaft die Arbeitgebermarke bilden.“*

## 16.15 Uhr Ein komisches Geschäft



**Volker Heißmann**, Unternehmer und Komödiant

*„Besonders in Dienstleistungsunternehmen gehört die Identifikation und Loyalität der Mitarbeiter zu den strategischen Erfolgsfaktoren. Mitarbeiter repräsentieren und tragen die Botschaft eines Unternehmens nach außen. Demnach ist eine positive und sympathische Positionierung als Arbeitgeber enorm wichtig.“*

## 16.30 Uhr Best of the Day: Was haben wir gelernt? Was können wir tun? Fazit von Dr. Konrad Weißner

## Abschlusskaffee