

Parse error: syntax error, unexpected 'cfgClient' (T_STRING) in C:\SERVER\xampp-1.8.2_PHP_5.4.31\htdocs\contento\conlib\session.inc(380) : eval()'d code on line 1



Forschungsinstitut für Unternehmensführung, Logistik und Produktion

Home
Forschungsinstitut
Vorlesung F&A SS19
Vorlesung F&A WS19
Vorlesung F&A SS18
Forschung
Forschungsprojekte
Arbeitskreise
Abschlussarbeiten
Publikationen

Digitales Employer Branding

Employer Branding umfasst unternehmensstrategische Maßnahmen, die darauf abzielen, ein Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber darzustellen sowie der Abhebung von Wettbewerbern auf dem Arbeitsmarkt dienen. Digitales Employer Branding bezieht sich in diesem Kontext auf Maßnahmen, die im digitalen Raum stattfinden. Wie beispielsweise die zielgerichtete Positionierung als Arbeitgeber in sozialen Medien, Foren oder Arbeitgeberbewertungsplattformen.

Auf der Suche nach potentiellen Arbeitgebern nutzt heute mehr als jeder vierte Bewerber intensiv die Sozialen Medien (z.B. Facebook, Twitter, etc.) oder Arbeitgeberplattformen (z.B. Xing, kununu, etc.). Ein digitales Aushängeschild wird somit immer relevanter für den Aufbau einer starken Arbeitgebermarke. Daher sind sowohl seriöse Internetpräsenz als auch ein attraktiver Auftritt in sozialen Netzwerken für Unternehmen entscheidend, um hochqualifizierte Kandidaten im War for Talents zu gewinnen. Vorreiter für diese Entwicklungen sind die USA (Google, Apple, etc.), aber auch in Deutschland wird Employer Branding in Zukunft noch wichtiger werden. Die Vielfalt der Onlinekanäle, die hohe Transparenz unternehmerischen Handelns durch das Internet sowie die von den Nutzern erwarteten, kurzen Reaktionszeiten führen dazu, dass die aktive Gestaltung und das Monitoring der Internetauftritte als Arbeitgeber immer aufwändiger werden. Das Ziel ist bewusst zu agieren, anstatt reagieren zu müssen. Fake News, Shit Storm & Co. sind in der heutigen Zeit nicht zu unterschätzende Probleme für die öffentliche Wahrnehmung und die unternehmerische Reputation. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) stehen durch eingeschränkte personelle, finanzielle sowie fachliche Ressourcen in diesem Bereich vor einer großen Herausforderung. Das Ergebnis sollte KMU mittels moderner Datenauswertung einen ganzheitlichen Überblick über ihre Reputation als Arbeitgeber geben und gleichzeitig Handlungsvorschläge liefern, deren Umsetzung durch Ansätze der Spielifizierung unterstützt wird. Die Spielifizierungsmaßnahmen sind in die Plattform integriert, um das Employer Branding als Aufgabe des gesamten Unternehmens zu etablieren und so den zusätzlichen Personalbedarf möglichst gering zu halten.

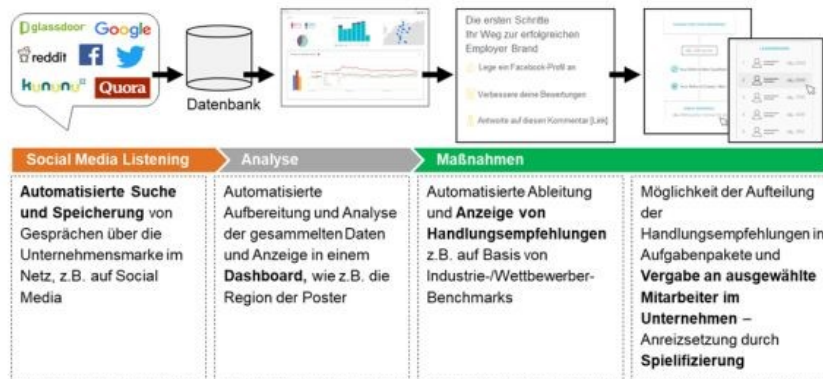


Abbildung 1: Plattform der Spielifizierungsmaßnahmen

Industriepartner

Die Bedürfnisse von KMU werden in repräsentativen Expertengesprächen, regelmäßigen Workshops und Sitzungen eines forschungsprojektbegleitenden Ausschusses mit KMU und Großunternehmen erarbeitet.

Wenn Sie Interesse bei der Mitarbeit am Forschungsprojekt haben, melden Sie sich bitte bei den Ansprechpartnern des Forschungsprojekts.

Nutzen für KMU

Die durch das Forschungsprojekt zu erarbeitenden Lösungen befriedigen die Nachfrage von KMU nach einem Bewertungssystem zur Employer Brand mit Benchmarking, der eigentlichen Verbesserung der Employer Brand sowie der Nutzung eines IT-Tool zur Selbstbewertung. Dazu werden im Rahmen des Forschungsprojekts unter anderem folgende Punkte durchgeführt:

- Bewertung der Arbeitgebermarke und Durchführung eines Benchmarks durch den Employer Brand Monitor
- Regelmäßige Sammlung der relevanten Daten aus Online-Kanälen mit Big Data Crawling sowie Auswertung und Visualisierung des aktuellen Status des Auftritts als Arbeitgeber

Suchbegriff

Aktuelles

- Stellenangebote
- Consulting News

Veranstaltungen

MMK

Logistiklinks



- Ganzheitlicher Überblick über die Reputation als Arbeitgeber und aufzeigen von Handlungsfeldern zur weiteren Verbesserung
- Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und gezielte Kommunikation der positiven Arbeitgebermerkmale
- Communitybasierte und durch Spielfizierung angepasste Unternehmensplattform bindet bestehende Mitarbeiter ein und motiviert zur Steigerung der Unternehmensmarke
- Vergrößerung des Bewerberpools sowie Steigerung der Motivation, Identifikation und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter
- Bereitstellung eines virtuellen Assistenten mit Employer Branding-Expertise zur Identifikation spezifischer Stärken und Herausforderungen
- Automatisierte Analyse und Bewertung der Employer Brand und Vergleich mit Wettbewerbern

Angestrebte Forschungsergebnisse

Das Ziel des Forschungsprojekts stützt sich auf fünf Säulen:



Abbildung 2: Human Resource Excellence

Ansprechpartner

- Martin Wallner, M.Sc.
- Ulrich von Waldow, M.Sc.
- Sebastian Berndt, M.Sc.

Studienarbeiten

In Rahmen des Forschungsprojekts besteht die Möglichkeit Abschlussarbeiten anzufertigen oder ein Projektstudium zu absolvieren.

Veröffentlichungen zum Thema

- Spielfizierung - Leitfaden zur Gestaltung der Spielfizierung in Unternehmen Wildemann, H., 1. Auflage, München 2016
- Spielfizierung – Spielfizierung im Cost Engineering, Wildemann, H., 1. Auflage, München 2016
- Content is king: What makes an engaging recruitment brand on social media channels? Best Paper Proceedings of the 2016 Academy of Management Annual Meeting Moser, K., Tumasjan, A. & Welppe, I., Anaheim, California, USA 2016
- Small, but attractive: The effect of employer branding and legitimacy on startup attractiveness. Best Paper Proceedings of the 2015 Academy of Management Annual Meeting Moser K., Tumasjan, A. & Welppe, I. Vancouver, British Columbia, Canada 2015