

07/2021

## Employer Branding - Arbeitgeberattraktivität

Die Attraktivität eines Unternehmens, bzw. die Employer Brand, ist gerade in der heutigen Arbeitswelt von hoher Bedeutung. Sie kann sowohl aus Sicht der aktuell tätigen Mitarbeiter bewertet werden, als auch von Mitarbeitern, welche das Unternehmen bereits verlassen haben. Deutlich wird, dass vor der Bewerbung bei einem Unternehmen dessen Arbeitgeberattraktivität seitens der Kandidaten besser bewertet wird, als nach Eintritt. Doch wie kann die Attraktivität dauerhaft gehalten werden? Employer-Branding-Maßnahmen sind ausschlaggebend für ein attraktives Auftreten auf dem Arbeitsmarkt. Dies gilt auch für den Ablauf der Bewerbungsprozesse - Mobile Recruiting steht hier an der Tagesordnung. Die Candidate Experience, sprich der Weg von der ersten Wahrnehmung des Unternehmens bis hin zum Onboarding, sollte bestmöglichst gestaltet sein und die wichtigsten Touch Points der Kandidaten treffen. Wichtig: Nach dem Bewerbungsgespräch ist vor dem Bewerbungsgespräch. Hier im Fokus: Die langjährige und effektive Mitarbeiterbindung. Denn immerhin 4 von 10 Kandidaten denken häufig darüber nach, seinen aktuellen Arbeitgeber zu wechseln.

### Was denken Kandidaten?

38 Prozent geben an, dass der Grund einer Ablehnung in der schlechten Chemie zwischen Unternehmen und Kandidat liegt. **38%**

7 von 10 Kandidaten würden lieber 4 statt 5 Tage arbeiten (bei gleicher Stundenzahl). **70%**

Nur 64 Prozent geben an, dass ihr aktueller Job zu ihrem aktuellen Lebensstil passt. **64%**

Nur jeder dritte Kandidat fühlt sich im Vorstellungsgespräch wohl. Immerhin 37 Prozent geben an, keine guten Erfahrungen im Bewerbungsgespräch gemacht zu haben. **37%**

60 Prozent würden auf festen Büroarbeitsplatz verzichten, sollte dafür Home-Office angeboten werden (38 Prozent Gen Z). **60%**

5 von 10 Kandidaten bewerben sich nicht, wenn Freunde schlechte Erfahrungen im Bewerbungsprozess gemacht haben. **50%**

69 Prozent sind der Meinung, dass attraktive Unternehmen die Sinnhaftigkeit und Wichtigkeit des Jobs bereits in der Stellenanzeige beschreiben. **69%**

### Was denken Unternehmen?

62 Prozent denken, dass immer mehr Kandidaten nur dann einen Job annehmen, wenn die Option auf Home-Office besteht. **62%**

65 Prozent sind überzeugt, dass Informationen auf Bewertungsplattformen für Kandidaten in den letzten 10 Jahren immer wichtiger geworden ist. **65%**

86 Prozent geben als Grund für eine Ablehnung eines Kandidaten eine „nicht passende Unternehmenskultur“ an. **86%**

85 Prozent plane in den nächsten 10 Jahren Kennzahlen zur Messung der Employer-Branding-Maßnahmen zu erheben. **85%**

84 Prozent gehen davon aus, dass Mobile Recruiting die Employer Brand stärkt. **84%**

47 Prozent bewerten ihre eigene Employer Brand selbst als „gut“ (nur 4,4 als „sehr gut“, 1,5 als „mangelhaft“ und „ungenügend“). **47%**

Sie sind auf der Suche nach hochqualifizierten Experten? Wir helfen gerne bei der Selektion und Aktivierung. Nutzen Sie unsere maßgeschneiderten Servicebausteine. Rein erfolgsorientiert. Garantiert wirkungsvoll.