

Employer Branding im digitalen Zeitalter



Inhaltsverzeichnis

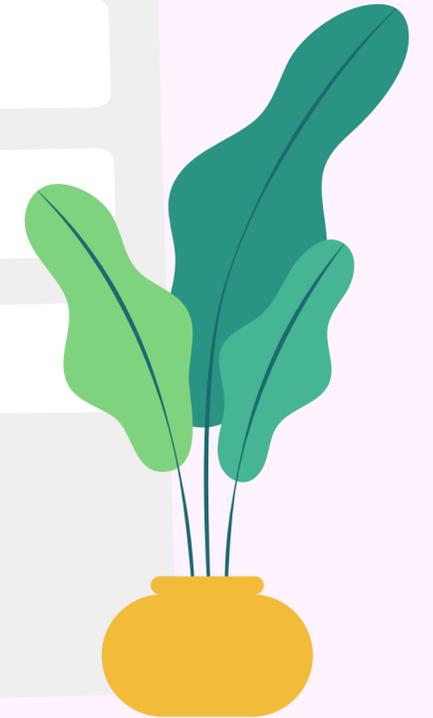
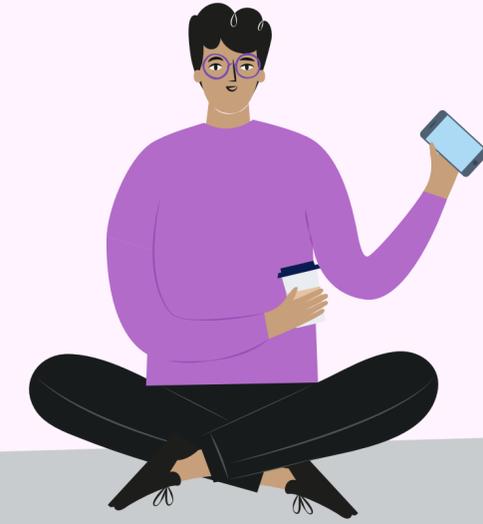
• Vorwort	3
• Umfrageübersicht	4
• Digitales Employer Branding	6
Status Quo	7
Herausforderungen im digitalen Employer Branding	10
Digitales Onboarding, um einen reibungslosen und effizienten Start für Ihre Mitarbeiter*innen zu gewährleisten	12
Digitales Onboarding ist nicht nur eine Herausforderung von heute: Es wird bleiben.	14
• Der Blick in die Zukunft	16

Vorwort

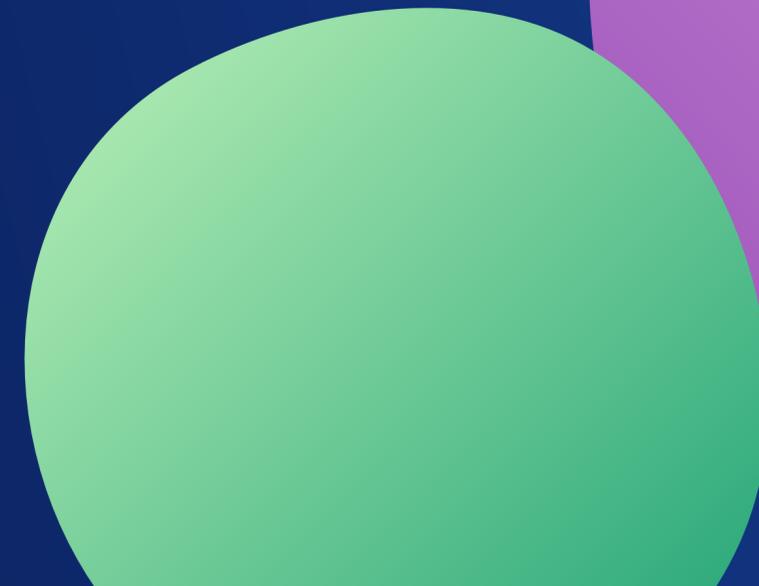
Das Jahr 2020 hat die Digitalisierung unweigerlich vorangetrieben. Unternehmen mussten von heute auf morgen umdenken, ihre Mitarbeiter*innen nach Hause schicken und ihre Prozesse digital neu aufstellen. Auch vor dem Employer Branding macht die Digitalisierung keinen Halt. Im Wettkampf um die besten Talente müssen Unternehmen auch online sichtbar und auffindbar sein.

In Zeiten von Social Distancing und Home-Office kann man allerdings nicht wie gewohnt Face-to-Face mit interessierten Bewerber*innen oder den eigenen Mitarbeiter*innen in Kontakt treten. Daher ist es umso wichtiger, dass die eigene Employer Brand digital ausgerichtet ist.

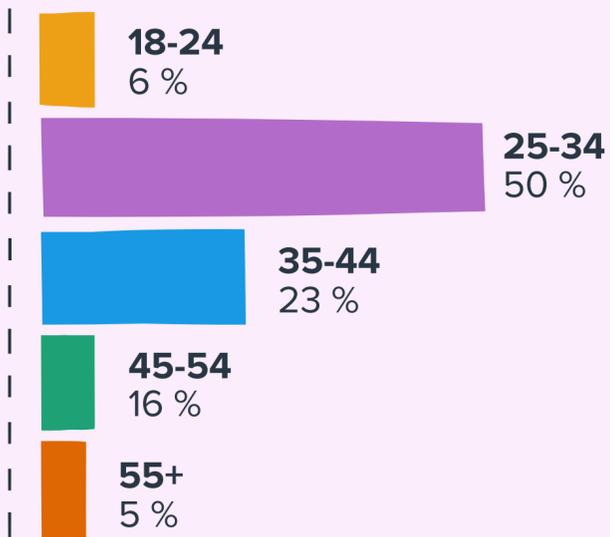
Mittlerweile ist ein Jahr vergangen und wir haben uns gefragt, wie digital das Employer Branding in der Praxis wirklich ist. Die von uns durchgeführte Umfrage fokussiert sich darauf, welche Kanäle verwendet werden, welche Bereiche die größten Herausforderungen darstellen und was Unternehmen in 2021 für ihr Employer Branding geplant haben.



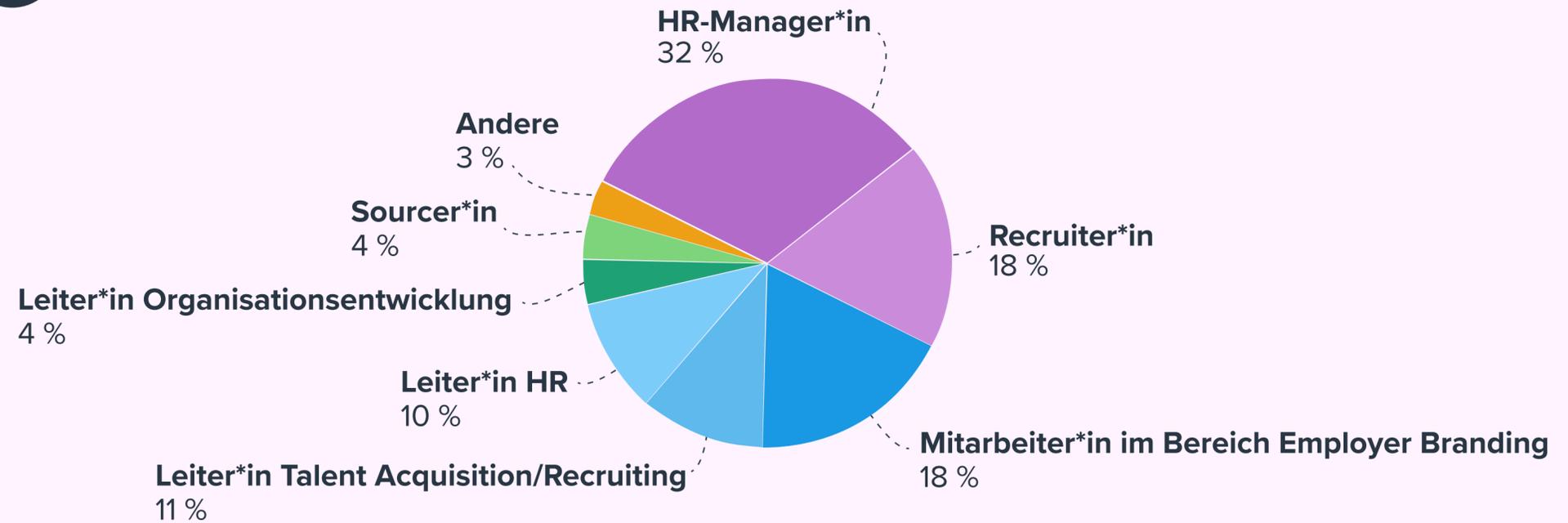
Umfrageübersicht



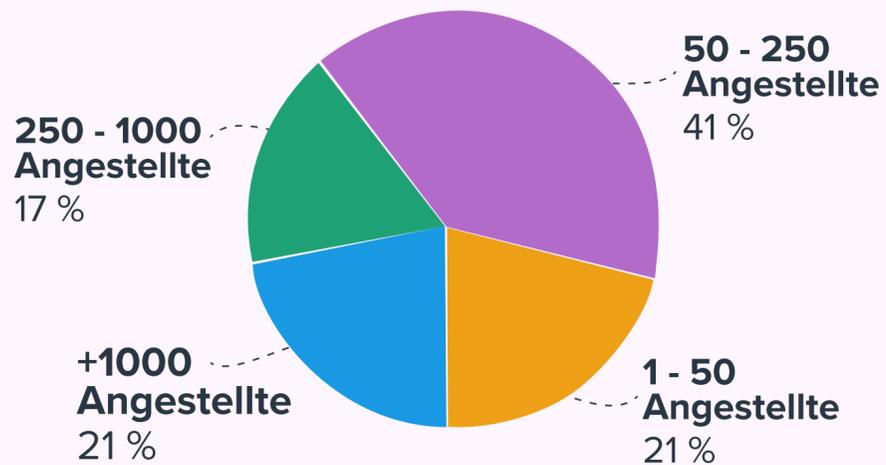
1 Alter



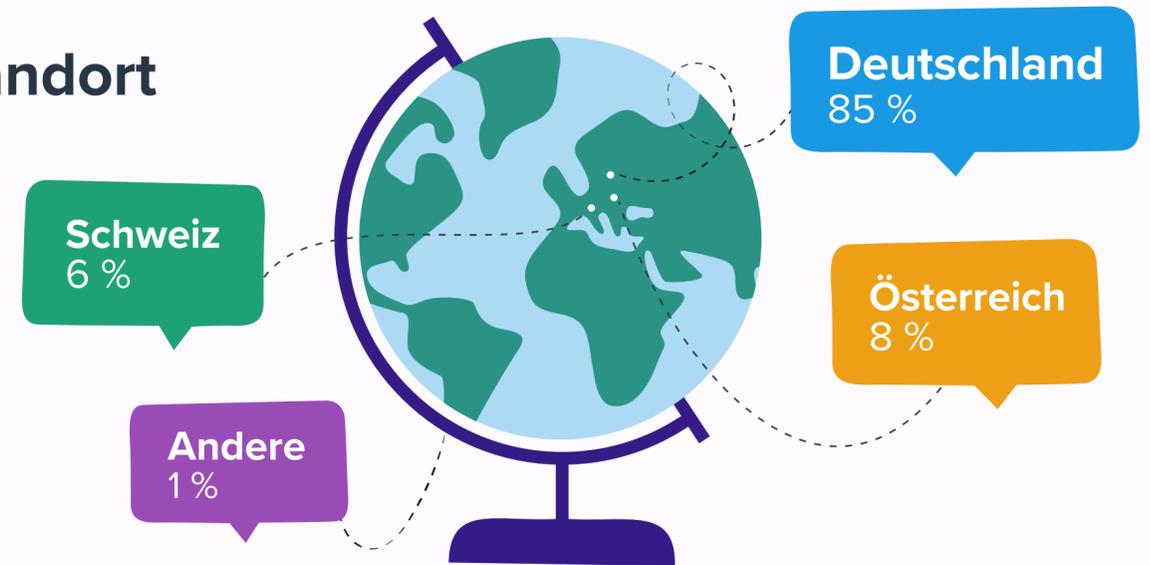
2 Berufsbezeichnung



3 Unternehmensgröße



4 Standort



Digitales Employer Branding



Wie wichtig ist die Digitalisierung der Employer Brand?



Status Quo

Wir haben die Teilnehmer*innen der Umfrage gefragt, wie wichtig die Digitalisierung der Employer Brand in ihrem Unternehmen ist. Für die absolute Mehrheit stellt sie ein wichtiges oder sehr wichtiges Thema dar. Dieses Ergebnis dürfte Angesichts der Verlagerung auf Remote Work und Online-Kommunikation nicht überraschend sein.

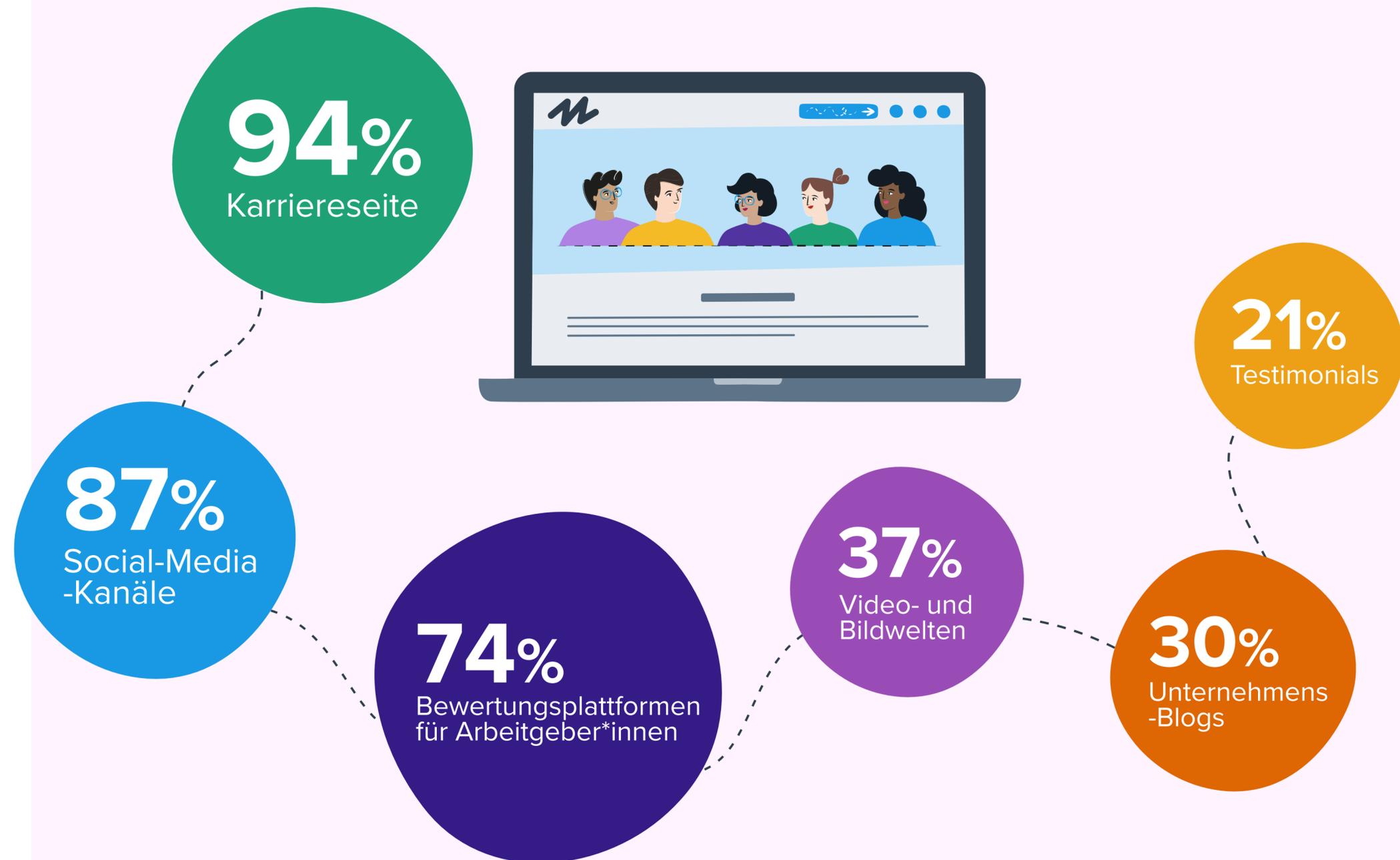
Um herauszufinden, welche digitalen Kanäle bereits verwendet werden, haben wir die Teilnehmer*innen gefragt, welche Kanäle aktuell in Ihrem Unternehmen Verwendung finden.

Als die drei meistgenutzten Kanäle wurden die Karriereseite, Social-Media und Bewertungsplattformen für Arbeitgeber*innen genannt.

Die Karriereseite ist ohne Zweifel eine der wichtigsten Touchpoints der Employer Brand. Nirgendwo sonst können Unternehmen sich so vielfältig und informativ präsentieren wie auf der eigenen Karriereseite. Für interessierte Kandidat*innen ist sie meist einer der ersten Berührungspunkte mit einem Unternehmen und eine beliebte Anlaufstelle, um mehr über den*die potentielle*n neue*n Arbeitgeber*in zu erfahren.

Social Media ist aus dem Leben der Menschen nicht mehr wegzudenken. Seit längerem haben auch Unternehmen erkannt, dass sie hier Kandidat*innen finden können und vor allem ein Image als Arbeitgeber*in aufbauen können. Zu den naheliegendsten Netzwerken zählen LinkedIn und Xing, auf denen nicht nur Fachkräfte gefunden werden können, sondern sich auch ein ansprechendes Employer-Brand-Profil erstellt werden kann.

Digitale Employer-Brand-Kanäle, die bereits genutzt werden:



Aber auch Netzwerke wie YouTube, Instagram, Snapchat, Twitch und TikTok werden vermehrt für Employer Branding Zwecke verwendet. Auf den ersten Blick mögen diese Kanäle vielleicht nicht die vielversprechendsten sein, aber gerade die jüngeren Generationen lassen sich hier finden und unterhalten.



**Social Media als Kanal für
das Employer Branding**

[Artikel lesen](#)

Von Kandidat*innen geliebt, von Unternehmen gefürchtet: Die Rede ist von Bewertungsplattformen. Heutzutage ist es notwendig, auf diesen Plattformen vertreten zu sein. Der Schlüssel zum Erfolg liegt darin, erstens ein Unternehmen zu sein, für das Menschen gerne arbeiten und positive Bewertungen hinterlassen wollen. Und zweitens, auf Bewertungen zu reagieren; auf die Positiven als auch die Negativen.

Dass dies ein wichtiger Employer-Branding-Kanal ist, bestätigt auch unsere Umfrage: 76,3 % der Befragten sind auf den Bewertungsplattformen vertreten.



Tipp: Mithilfe der Integration von Recruitee mit kununu können Sie proaktiv Feedback von Ihren Bewerber*innen und Mitarbeiter*innen erhalten und durch die Einbindung auf Ihrer Karriereseite für einen authentischen Einblick in Ihre Arbeitswelt sorgen.



[Mehr erfahren](#)

Die Bereiche, mit denen Unternehmen am meisten zu kämpfen haben:



Herausforderungen im digitalen Employer Branding

Das Employer Branding im digitalen Zeitalter ist nicht immer eine leichte Aufgabe. Die Ergebnisse unserer Umfrage haben ergeben, dass gerade das interne Employer Branding eine Herausforderung für Unternehmen darstellt.

Wir haben die Teilnehmer*innen gefragt, ihre drei größten Herausforderungen zu nennen: 57 % der Befragten identifiziert den digitalen Onboarding-Prozess als ihre größte Herausforderung. Dicht gefolgt von internen Prozessen (54 %) und interner Kommunikation (43 %).

Es wird deutlich, dass Unternehmen weniger Probleme haben, das externe Employer Branding zu digitalisieren. Das könnte daran liegen, dass die Suche und Kommunikation mit Kandidat*innen zuerst primär online geschieht, Bewerbungsprozesse digital über Bewerbermanagement-Systeme wie Recrutee ablaufen und Plattformen wie die eigene Karriereseite, Bewerbungsplattformen oder soziale Netzwerke ohnehin digital sind.

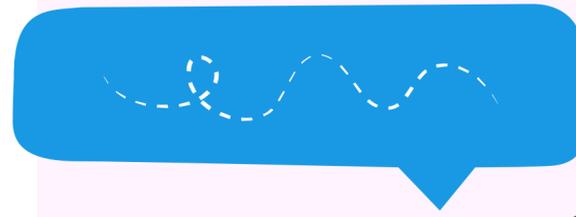
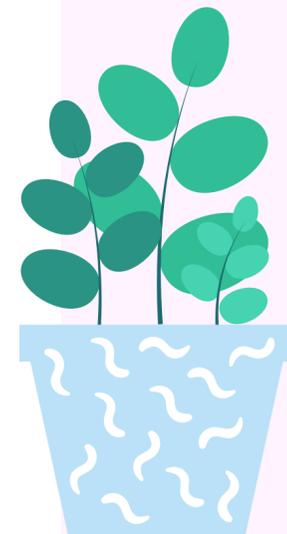
Bislang gingen die meisten Arbeitnehmer*innen klassisch 5 Tage die Woche ins Büro. Neue Mitarbeiter*innen konnten persönlich in Empfang genommen und eingearbeitet werden. Die Unternehmenskultur konnte live erlebt werden und die Kommunikationswege waren kurz.

Jetzt sehen sich Unternehmen vor der Herausforderung, interne Strukturen und Prozesse ebenso zu digitalisieren.



Ein Leitfaden für das digitale Onboarding

[Artikel lesen](#)



Digitales Onboarding, um einen reibungslosen und effizienten Start für Ihre Mitarbeiter*innen zu gewährleisten



Jannica Lintumäki

People und Culture Koordinatorin,
Sympa HR



Die Fähigkeit, Ihre neuen Mitarbeiter*innen digital zu onboarden, ist von großer Bedeutung, insbesondere in der heutigen Welt, in der Reisen nicht selbstverständlich sind und die meisten Mitarbeiter*innen Remote arbeiten. Indem Sie Ihre neuen Mitarbeiter*innen oder diejenigen, die sich um das Onboarding kümmern, nicht bitten müssen, sich an einem bestimmten Ort zu treffen, können Sie wertvolle Zeit und Geld sparen und sie in kürzester Zeit einsatzbereit machen! Das bedeutet auch, dass Sie tatsächlich mehr Zeit miteinander verbringen können, um sicherzustellen, dass die Bedürfnisse Ihrer Mitarbeiter*innen erfüllt werden und ihre Karriere einen guten Start hat.

Sympa HR unterstützt dieses Bedürfnis nach effizientem Onboarding perfekt, denn unsere Software ist jederzeit und überall verfügbar. Mit den großartigen Employee-Self-Service-Tools von Sympa HR können die Mitarbeiter*innen ihre eigenen Informationen im System aktualisieren und bearbeiten, was die Notwendigkeit, diese Daten per E-Mail zu sammeln, einschränkt und sowohl die Effizienz als auch die Sicherheit erhöht. Die Onboarding-Checklisten, die sowohl für Onboarding-Teilnehmer*innen als auch für die Manager*innen zur Verfügung stehen, sorgen für einen transparenten und strukturierten Prozess, bei dem der Fortschritt Ihrer neuen Mitarbeiter*innen leicht im System nachverfolgt werden kann. Mit einer gemeinsamen Onboarding-Praxis in der gesamten Organisation können Sie sicherstellen, dass jede*r das Gleiche hört und lernt. Indem Sie außerdem automatische Erinnerungen in den Prozess einbauen, können Sie sich darauf verlassen, dass keine wichtigen Schritte verpasst werden. Kurz gesagt, gut onboardete Teammitglieder sind glückliche und effiziente zukünftige Mitarbeiter*innen!

Diese Bereiche wurden noch nicht digitalisiert:



Auch unter den Bereichen, die bislang noch nicht digitalisiert wurden, finden sich der Onboarding-Prozess, interne Prozesse und interne Kommunikation.

Tipp: In unserem Podcast mit Sabrina Gläser, Culture Managerin bei sennder GmbH, sprechen wir über das digitale Onboarding. Vor Corona hat das Logistikunternehmen aus Berlin eine Onboarding Academy ins Leben gerufen, in der alle neuen Mitarbeiter*innen weltweit ihr neues Unternehmen und Kolleg*innen persönlich in Berlin kennenlernen konnten. Im März 2020 musste die Academy schnell digital neu gedacht werden. Wie das Onboarding bei sennder heute aussieht, und wie man von heute auf morgen den gesamten Prozess digitalisiert, erfahren Sie in unserem Podcast.



Auch wenn die Rückkehr ins Büro irgendwann möglich sein wird, hat das letzte Jahr seine Spuren in der Arbeitswelt hinterlassen. Viele Arbeitnehmer*innen können sich 5 Tage Büro die Woche nicht mehr vorstellen, sondern wünschen sich vielmehr einen Mix von Bürotagen und Home-Office. 46 % der Befragten hat jedoch angegeben, dass der Onboarding-Prozess bislang noch nicht digitalisiert wurde. Höchste Zeit, das in Angriff zu nehmen!

Digitales Onboarding ist nicht nur eine Herausforderung von heute: Es wird bleiben.



Brent Pearson
Gründer und CEO,
Enboarder



McKinsey geht davon aus, dass nach der Einführung von COVID drei- bis viermal mehr Menschen aus der Ferne arbeiten könnten als zuvor. Wenn sich die Remote-Arbeit in diesem Umfang fortsetzt, ist das digitale Onboarding nicht nur eine Herausforderung von heute, sondern wird es bleiben.

Die Unternehmen, die das erkennen und in die Beherrschung des digitalen Onboardings investieren, werden dem Rest einen großen Schritt voraus sein. (Diejenigen, die zu langsam sind, riskieren nicht nur einen Einbruch des Engagements und der Mitarbeiterbindung - sie befinden sich auch auf der falschen Seite einer Wettbewerbslücke, die immer schwerer zu schließen ist).

Die Mission von Enboarder war es schon immer, das Erlebnis in den Vordergrund zu stellen, und wir haben immer gesagt, dass Verbindung der Schlüssel zu einem großartigen Onboarding ist. In einer digitalen Umgebung sind diese Elemente entscheidend und können nicht übersehen werden. Wie kann man eine echte Verbindung zwischen Menschen herstellen, die sich noch nie persönlich getroffen haben? Wie kann ein*e neue*r Mitarbeiter*in...

...die Unternehmenskultur von zu Hause aus erleben? Diese Möglichkeiten müssen bewusst in die digitale Onboarding-Reise eingebaut werden.

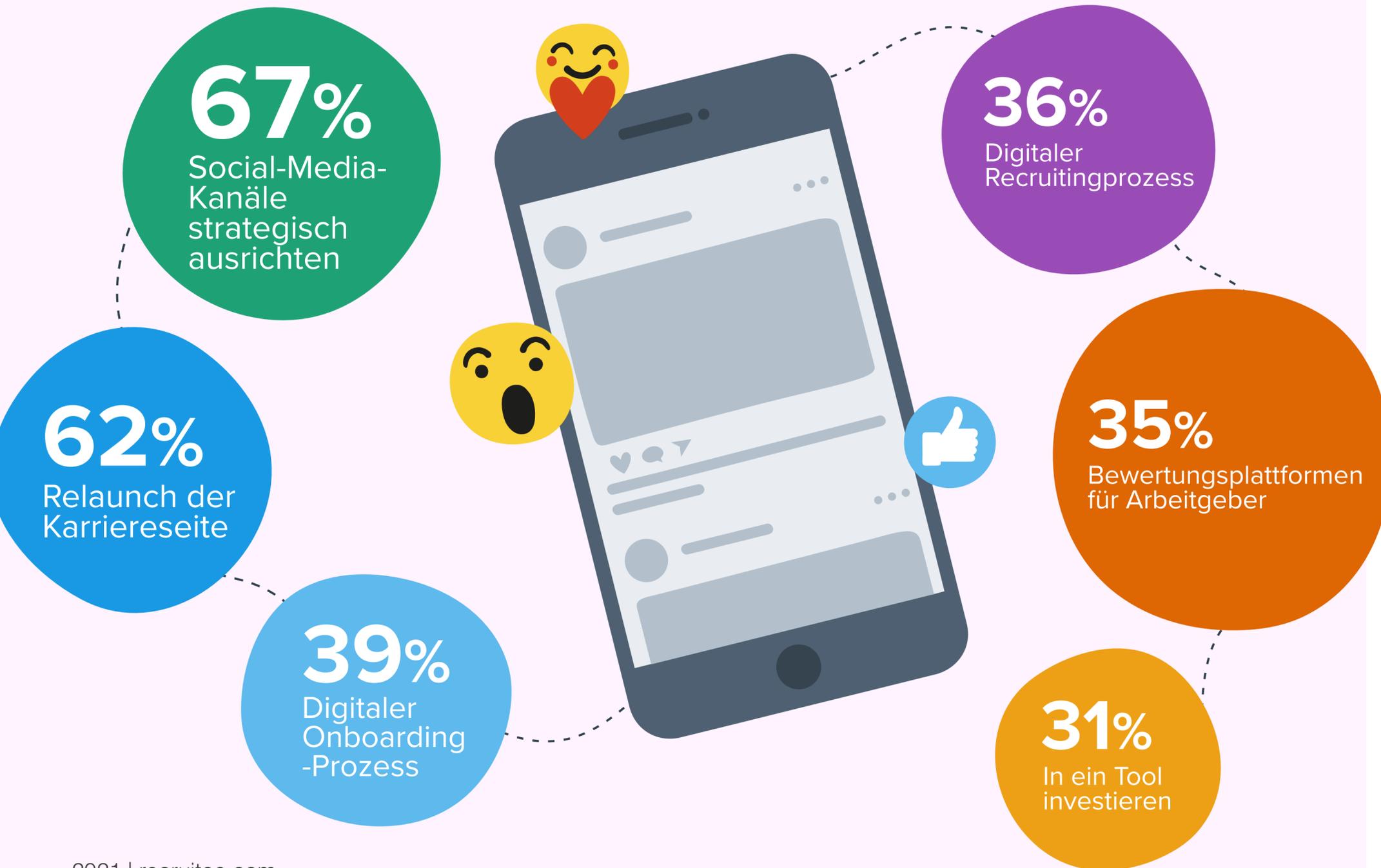
Und das ist tatsächlich einer der größten Vorteile, die wir von Kund*innen hören. Das digitale Onboarding ermöglicht es ihnen, die Reise wirklich selbst zu gestalten.

Mit Enboarder sind sie in der Lage, genau die Erfahrung zu planen und zu gestalten, die sie für neue Mitarbeiter*innen wünschen, von bewusst und schön gestalteten Berührungspunkten (Webseiten, Willkommensvideos und interaktive Kommunikation), die über den bevorzugten Kanal des*der neuen Mitarbeiter*in bereitgestellt werden, bis hin zu rechtzeitigen Hinweisen von Manager*innen, die sicherstellen, dass sie Aufgaben erledigen und dauerhafte Beziehungen zu neuen Mitarbeiter*innen aufbauen.

Der Blick in die Zukunft



Diese Maßnahmen sind in 2021 geplant:



Die letzten 12 Monate haben die Digitalisierung in allen Bereichen vorangetrieben. Unternehmen stehen nun vor der Herausforderungen, bestehende Kanäle zu optimieren und evtl. neu zu gestalten.

Als die zwei wichtigsten Maßnahmen für dieses Jahr haben die Teilnehmer*innen unserer Umfrage die strategische Ausrichtung ihrer Social-Media-Kanäle und den Relaunch ihrer Karriereseite genannt. Dies sind ebenso die zwei meistgenannten Kanäle, die bereits verwendet werden.



Webinar-Aufzeichnung:
Worauf es bei einer guten Karriereseite ankommt & Tipps zum Relaunch.

[Jetzt ansehen](#)

Mit der richtigen Strategie kann Social Media ein wirkungsvolles Instrument für das Employer Branding sein. Die eigenen Mitarbeiter*innen können in den Mittelpunkt der Kommunikation gestellt werden, indem Testimonials geteilt werden und interessierten Bewerber*innen einzigartige und vor allem authentische Einblicke in das Unternehmen gegeben werden.

Am Ende sind es die Mitarbeiter*innen, die die Unternehmenskultur prägen und die Employer Brand zu der machen, die sie ist.

Entdecken Sie, wie einfach digitales Recruiting mit Recruitee sein kann

[Kostenlos testen](#)

[Demo erhalten](#)