



Relevanz der Marke

Einflussfaktoren für die Jobwahl im Vertrieb von Banken und Versicherungen

Mag. Elisabeth Overbeeke, Senior Consultant
Wien, 24.September 2019

Brand
Trust

BRAND STRATEGY
CONSULTANTS

Flächendeckender Arbeitskräftemangel

Die Nachfrage nach Hochqualifizierten wird nicht bedient werden können.





I BELIEVE IN ME

Millennials

Die Generation, die nach kommt, weiß genau was sie will.
Und das ist etwas anderes, als das was wir kennen.



Hohe Jobfluktuation & Gig Economy

Die Bereitschaft den Job mehrmals im Leben zu wechseln steigt bei den Millennials zunehmend.

Vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt

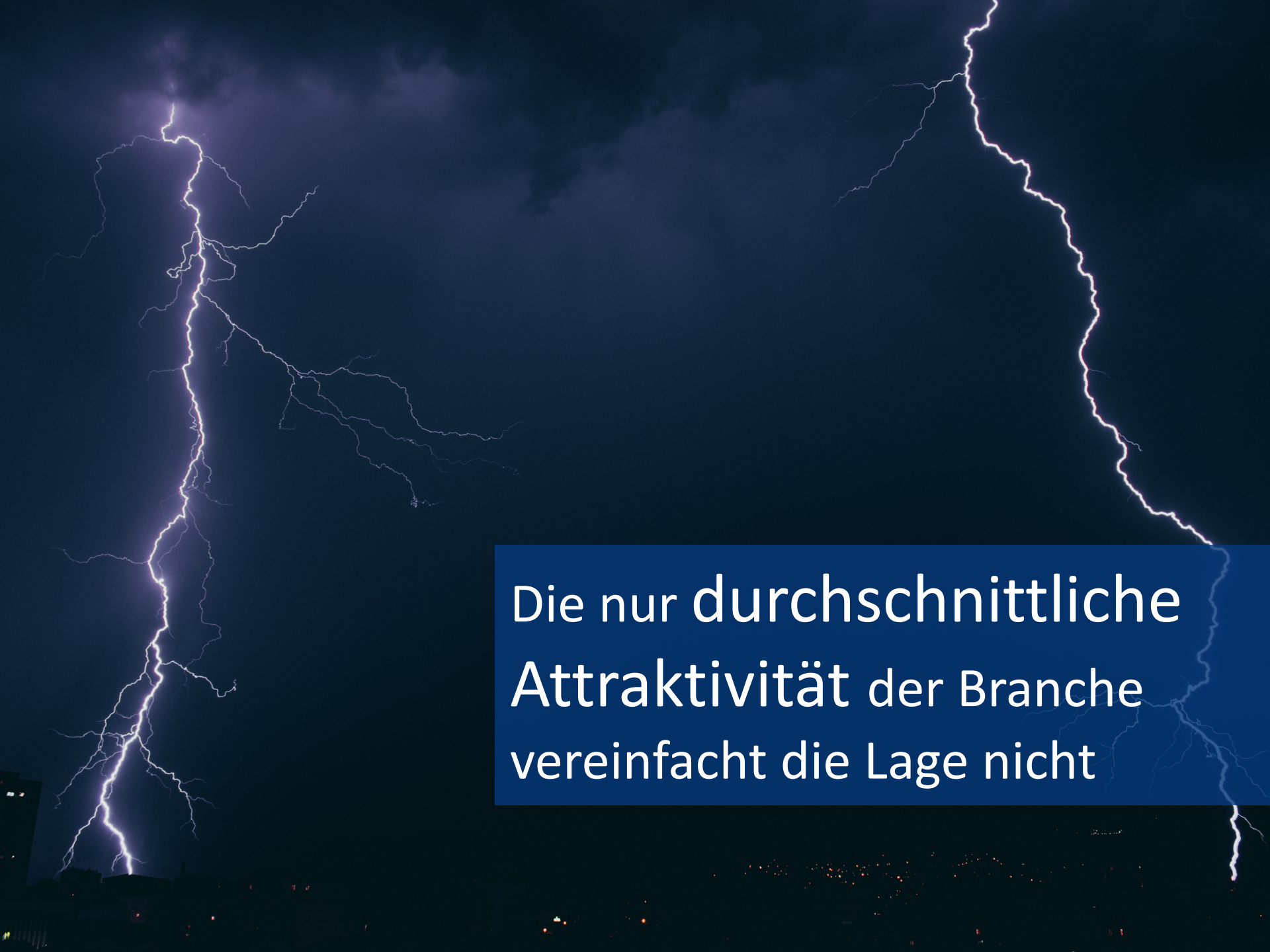
(Potentielle) Mitarbeiter haben die Qual der Wahl

AUDITIONS





Die Branche befindet sich im Wandel



Die nur durchschnittliche
Attraktivität der Branche
vereinfacht die Lage nicht

Wie schaffen wir es in diesem schwierigen Umfeld die passenden Mitarbeiter auf uns aufmerksam zu machen, für uns zu gewinnen und zu halten?

$$\int x \cdot (3-x) dx =$$

Kernbotschaft: *und emotional*
Glaubwürdig✓geführte

Arbeitgebermarken ziehen die am
besten passenden Talente an

Starke Marken wecken Emotionen



Mit welchem Flugzeug würden Sie fliegen?



Quelle: fotolia.com

Und jetzt?



Quelle: fotolia.com

Definition von Marken



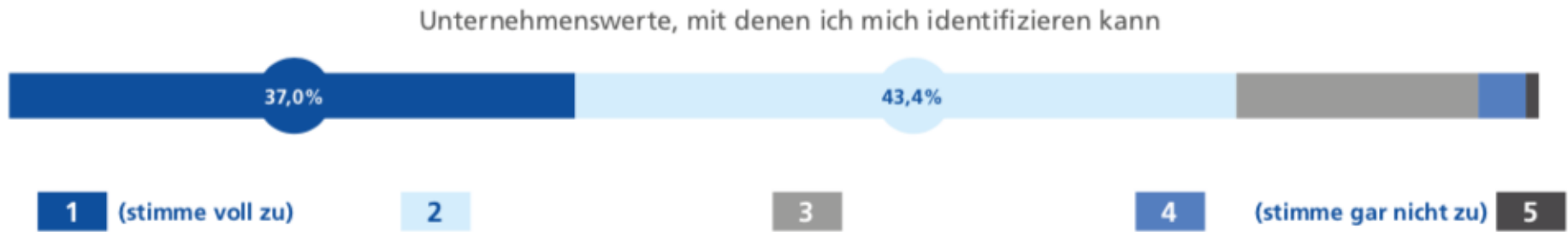
Eine Marke ist der verdichtete Ausdruck spezifischer Unternehmensspitzenleistungen und Kultur, die Menschen mit derselben Wertorientierung anzieht.

Die passenden Mitarbeiter
gewinnen – das gelingt mit
„Wow-Kriterien“



Eine klar definierte Arbeitgebermarke
hebt uns glaubwürdig, attraktiv und
differenzierend aus der Masse hervor

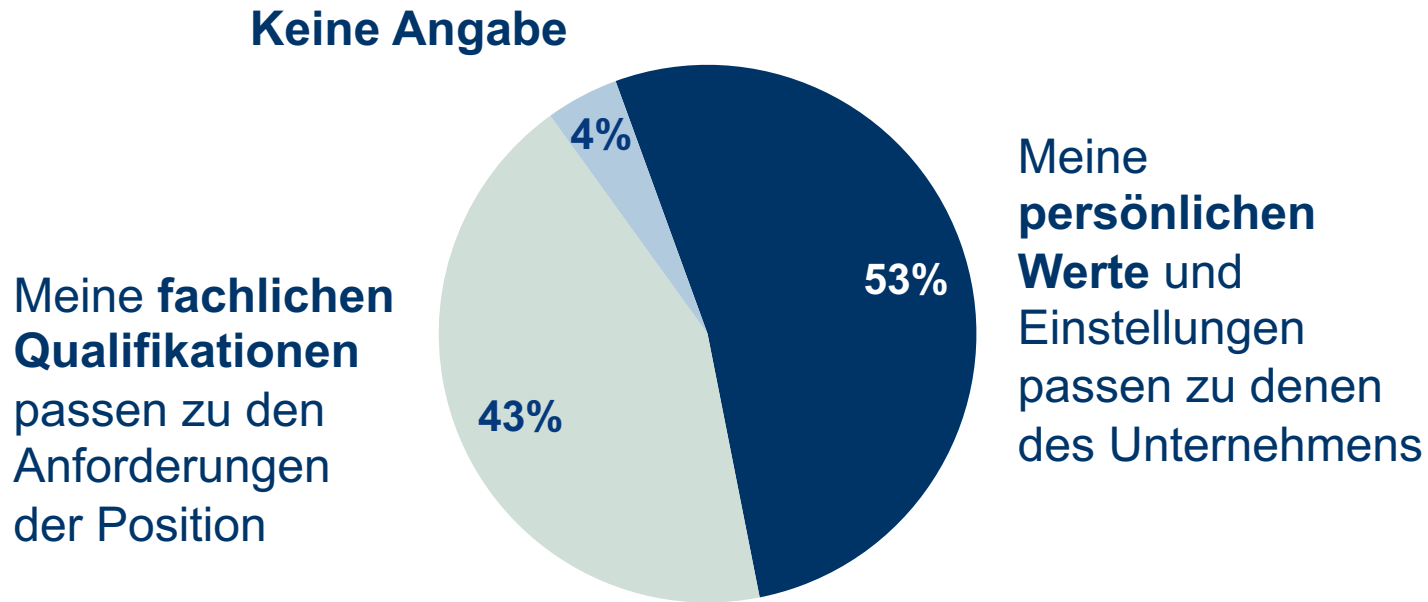
Wie relevant sind Markenwerte bei der Jobwahl?



Mehr als 80% der Befragten einer StepStone Studie aus 2018 stimmen zu, dass Unternehmenswerte, mit denen sie sich identifizieren können relevant sind für die Attraktivität des Arbeitgebers.

Markenwerte sind der Schlüssel zum Finden passender Arbeitgeber

Was ist Ihnen wichtiger bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber?



Basis AN:
N=1.510

Starke Marken bringen die klare
Positionierung zum Ausdruck

emotional

Abgrenzung der Arbeitgebermarken!

Ernest Shackletons Suche nach Antarktis-Expeditoren basiert auf der ungeschminkten Wahrheit (Erhlichkeit) statt leerer Versprechungen

MEN WANTED
for hazardous journey, small wages,
bitter cold, long months of complete
darkness, constant danger, safe re-
turn doubtful, honor and recognition
in case of success.
Ernest Shackleton 4 Burlington st.

MEN—Neat-appearing young men of
pleasing personality, between
21 and 40

Ehrliche Wahrheiten und klare Botschaften führen zum Ziel

Nicht die Quantität der Bewerbungen zählt, sondern die Passung der potenziellen Mitarbeiter!



Je spezifischer Sie sind, desto besser stoßen Sie
unpassende Bewerber ab!

The image shows two versions of a Microsoft job advertisement side-by-side. The left version is a handwritten note on a chalkboard, and the right version is a formal printed advertisement.

Left (Handwritten):

Well! It's Microsoft

Solve the equation to give a call!
Yes we want geeks who love
maths.

Every good software developer is
a great problem solver. Microsoft
considered this fact and
advertised their need accordingly.

Right (Printed):

**Problem solvers wanted.
Call us on this
number now:**

$$x=24 \quad y=30$$
$$=01.(y'-x).(y'-10^3) \times 10$$

Software Developer
£35,000 - £45,000

Software Developer / VB6
Programmer / VB Developer / VB6
/ Visual Basic, SQL Server (para-
meters), VB.NET, Crystal Reports
(nice to have)

Microsoft requires an experienced
Software Developer with an ability
experience with VB6 / Visual Basic
and SQL Server. Experience of
VB.NET and Crystal Reports will be
an advantage.

Microsoft

Quelle: <https://karriere.deutschebahn.com/de/de/jobs>

Air Canada: Transparente Job-Anforderungen



Last minute flight changes



Shifting work hours throughout
the week



75 hours per month (min.)
starting at \$25k+ annually

including per diems and overtime

We keep ourselves flexible, so that when things change (they always do), we're ready for them.

12 flights in 30 days



True, the pace here is pretty fast, so Air Canada rouge crew members need to be ready for anything. That includes a work schedule that can be a little turbulent sometimes.

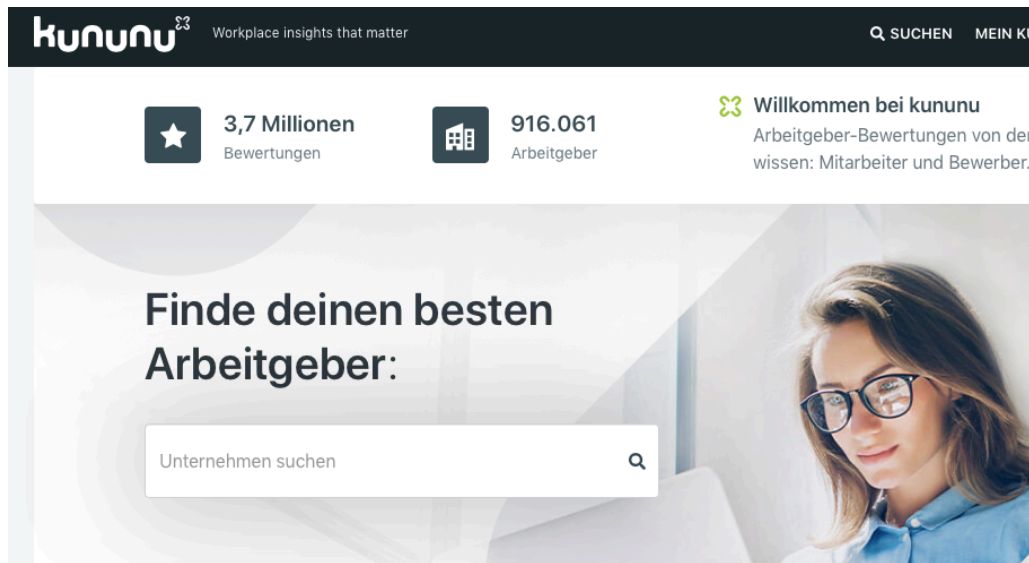
Starke Marken müssen gegenüber
Mitarbeitern halten, was sie
versprechen.

Arbeitgeber sollten nicht schwindeln

Alles super bei uns, prima Teamgeist, coole Bosse und totale Work-Life-Balance! Keine gute Idee für das sogenannte Employer-Branding. Das wird zudem intern zerlegt, wenn es nicht stimmt. Eine Diskussion zum Arbeitgebermarketing beim Netzwerk der Personalfachleute.

65% der neu eingestellten Mitarbeiter suchen innerhalb der ersten 3 Monate nach einer anderen Stelle

Mitarbeiter als Markenbotschafter



Kernbotschaft: ^{emotional}
Glaubwürdig, attraktiv und
differenzierend geführte
Arbeitgebermarken die ihre
Versprechen halten ziehen die am
besten passenden Talente an

Zählen Sie nicht die Menschen,
die sie erreichen,
erreichen Sie die Menschen,
die zählen.

elisabeth.overbeeke@brand-trust.de

Brand
Trust

BRAND STRATEGY
CONSULTANTS

Copyright

Alle in dieser Dokumentation enthaltenen Strategien, Modelle, Konzepte und Schlussfolgerungen sind ausschliessliche geistiges Eigentum (Ausnahme bei Quellenangaben) von BrandTrust – Brand Strategy Consultants – und urheberrechtlich geschützt. Sie werden dem Auftraggeber zu dessen ausschliesslicher Nutzung zeitlich unbefristet überlassen. Alle hierin enthaltenen Informationen unterliegen der Geheimhaltung und sind nur für den Auftraggeber bestimmt. Der Auftraggeber ist nicht berechtigt diese Dokumentation zu verändern oder ausserhalb seines Unternehmens zu veröffentlichen oder zu verbreiten. Diese Bestimmung kann ausschliesslich mit schriftlicher Zustimmung von BrandTrust – Brand Strategy Consultants – abgeändert oder widerrufen werden. Mündliche Vereinbarungen besitzen keine Gültigkeit.

All the strategies, models, concepts and conclusions incorporated into this documentation are the exclusive intellectual property (exceptions are source referenced) of BrandTrust – Brand Strategy Consultants and are protected under copyright. They have been turned over to the client exclusively for his own use for an unspecified period. All information included in them is to be kept confidential and is intended for the client's eyes only. The client is not permitted to change this documentation, make it public outside his own company or disseminate it in any way. This rule may only be amended or revoked with the express written consent of BrandTrust – Brand Strategy Consultants. Verbal agreements shall not be deemed valid.

Brand Trust GmbH – Brand Strategy Consultants