

Employer Branding-Studie Naturwissenschaften

Das Instrument zur Messung Ihrer Arbeitgeberattraktivität
und zur Planung Ihres strategischen Personalmarketings

Wirtschaft | Public & Health Sector | Forschung

Einleitung

Hochqualifizierte und motivierte Mitarbeiter sind für jedes Unternehmen ein zentraler und zunehmend knapper Erfolgsfaktor. Nur die attraktivsten Arbeitgeber können auch die qualifiziertesten Fach- und Führungskräfte gewinnen – wenn es ihnen gelingt, sich als solche in den Köpfen dieser Zielgruppe zu verankern.

In Kooperation mit dem Lehrstuhl Marketingmanagement der Handelshochschule Leipzig (HHL) hat TNS Infratest eine Erhebungsmethodik entwickelt, die der Erfolgsmessung des strategischen Personalmarketings ebenso dient wie der Ableitung klarer Hinweise für die operative Maßnahmenplanung. Seit 2005 begleitet der ZEIT-Verlag als Kooperationspartner die Employer Branding Studie.

Die verhaltenstheoretische Fundierung der Untersuchung erlaubt eine detaillierte Untersuchung kognitiver und affektiver Komponenten der Einstellungsbildung potenzieller BewerberInnen zu Unternehmen, Forschungsinstituten und Einrichtungen des Öffentlichen Dienstes als Arbeitgeber. Die hohe Qualität der Stichprobe wird dabei durch das High Potential-Netzwerk e-fellows.net mit seinen über 5.500 Studierenden aus dem naturwissenschaftlichen Bereich garantiert.

**Arbeiten Sie erfolgreich an Ihrem Image als Arbeitgeber – Die
Employer Branding Studie Naturwissenschaften**

Inhalte

Die Employer Branding Studie Naturwissenschaften 2010 gibt Antworten auf zentrale Fragen von Personalverantwortlichen:

- Wird mein Unternehmen / Forschungsinstitut / meine öffentliche Einrichtung von den relevanten High Potentials als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen?
- Wie klar ist das Bild, das die High Potentials von mir als Arbeitgeber haben?
- Wie schneidet mein Unternehmen / Forschungsinstitut / die öffentliche Einrichtung in Bezug auf die Kerntreiber (z.B. Arbeitsklima, Markterfolg) der Arbeitgeberwahl ab?
- Wer sind meine relevanten Wettbewerber im Kampf um die High Potentials?
- Welches sind die Ansatzpunkte zur Steigerung meiner Arbeitgeberattraktivität?

Ihre Vorteile

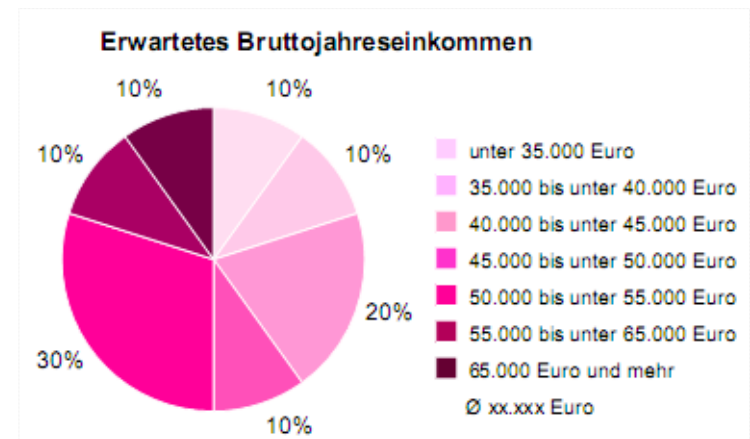
- **Fokussierung auf Naturwissenschaftler:** ermitteln Sie den Stellenwert Ihres Employer Brands direkt in Ihrer Zielgruppe. Dabei stehen Unternehmen neben Forschungsinstituten und Einrichtungen des Öffentlichen Dienstes. Einzige Studie dieser Art in Deutschland.
- **Mindestens 150 High Potentials** werden ganz konkret in Bezug auf Sie als Arbeitgeber befragt
- **Mediaempfehlungen** zur Maßnahmenplanung ihrer zielgerichteten Ansprache des bevorzugten Nachwuchspersonals
- **Exklusives Ranking** von im naturwissenschaftlichen Bereich tätigen Unternehmen, Forschungsinstituten und öffentlichen Einrichtungen
- **Exzellente Stichprobe** durch Nutzung der e-fellows.net-Datenbank zur Gewinnung von Probanden
- Exquisite **verhaltenstheoretische Fundierung** der Untersuchung durch TNS Infratest.
- Studiendesign: Sie profitieren von der **wissenschaftlichen Expertise und langjährigen Erfahrung** der Leipzig Graduate School of Management (HHL) und von TNS Infratest.
- Sie erhalten Ihre **individuellen Ergebnisse** aus Sicht der für Sie relevanten High Potential-Gruppen inklusive ausführlicher Kommentierung und zentraler Benchmarking-Ziffern zum Vergleich mit Ihren Wettbewerbern

Unser Angebot

Umfangreiche Auswertung in Form eines grafisch aufbereiteten Berichtsbandes mit folgenden Inhalten:

Teil 1: Was High Potentials wollen

- Allgemeine Wert- und Zielvorstellungen
- Anforderungen an den „idealen“ Arbeitgeber
- Attraktivität von Funktionen
- Erwartetes Wunschgehalt / erwartete wöchentliche Arbeitszeit



Anforderungen an den Arbeitgeber (Top 20)

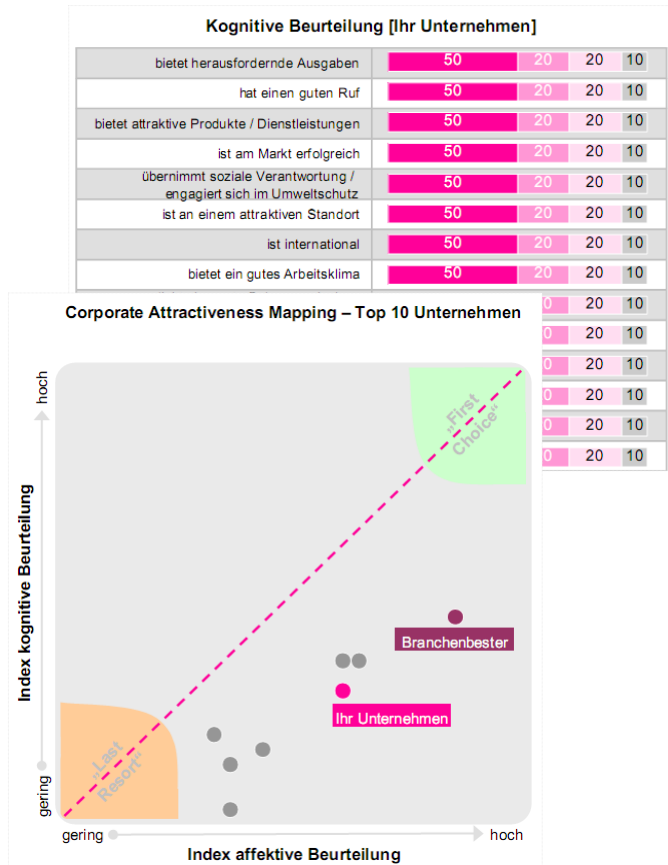
Gutes Arbeitsklima	90
Herausfordernde Aufgaben	85
Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten	80
Förderung der Mitarbeiter/Weiterbildung	75
Zukunftsfähigkeit des Unternehmens	70

- Informationsquellen über zukünftige Arbeitgeber / Mediennutzung

Unser Angebot

Teil 2: Wie High Potentials Arbeitgeber sehen

- Existenz eines Wunscharbeitgebers für den Berufseintritt
- Bewerbungsabsicht
- Schärfe des Bildes des Unternehmens / des Forschungsinstitutes / der Einrichtung des Öffentlichen Diensts
- Corporate Attractiveness Index / Mapping
- Affektive und kognitive Beurteilungen
- Welche Aspekte / Dimensionen sind wichtig unter der Perspektive „Attraktivität als Arbeitgeber“? (Treiberanalyse)



Konditionen

Employer Branding Studie Naturwissenschaften – die Studie, die bei der Gewinnung von hochqualifiziertem Nachwuchs hilft

Sie erhalten Ihre individuellen Ergebnisse in Form eines ausführlichen, kommentierten Berichtsbands am 01.12.2010

Gern kombinieren wir Ihre Teilnahme an der Employer Branding-Studie Naturwissenschaften mit einem Personalmarketingpaket Print/Online. Sprechen Sie uns an.

Kontakte

Wir haben Ihr Interesse an der Employer Branding Studie Naturwissenschaften geweckt? Gern stehen wir für Ihre Rückfragen zur Verfügung. Bitte wenden Sie sich an Ihren zuständigen Mediaberater.

Wirtschaftsunternehmen:

Verlagsbüro Düsseldorf (Nielsen 1, 2, 5, 6, 7)

Angelika Brandenstein-Wendt, Verkaufsleitung

T. 0211/ 86 39 – 530

angelika.brandenstein-wendt@zeit.de

Alexandra Buchholz, Mediaberaterin

T. 0211/ 86 39 – 531

alexandra.buchholz@zeit.de

Felix Tiedemann, Media Sales Trainee

T. 040/ 3280 – 528

felix.tiedemann@zeit.de

Public & Health Sector:

Nielsen 1, 2, 5, 6

Anne Kohlbrecher

T. 040 / 32 80 – 11 53

anne.kohlbrecher@zeit.de

Verlagsbüro München (Nielsen 3a, 3b, 4, AT, CH)

Barbara Peter, Verkaufsleitung

T. 089/ 54 59 07 – 83

barbara.peter@zeit.de

Sigrid Oelrich, Mediaberaterin

T. 089/ 54 59 07 – 85

sigrid.oelrich@zeit.de

Marco Buch, Mediaberater

T. 069/ 24 24 – 49 61

marco.buch@zeit.de

Nielsen 3a, 3b, 4, 7

Matthias Kneißl

T. 040 / 32 80 – 311

matthias.kneissl@zeit.de

Kontakte

Für Detailfragen zur Studie steht Ihnen außerdem ein Ansprechpartner bei TNS Infratest zur Verfügung:

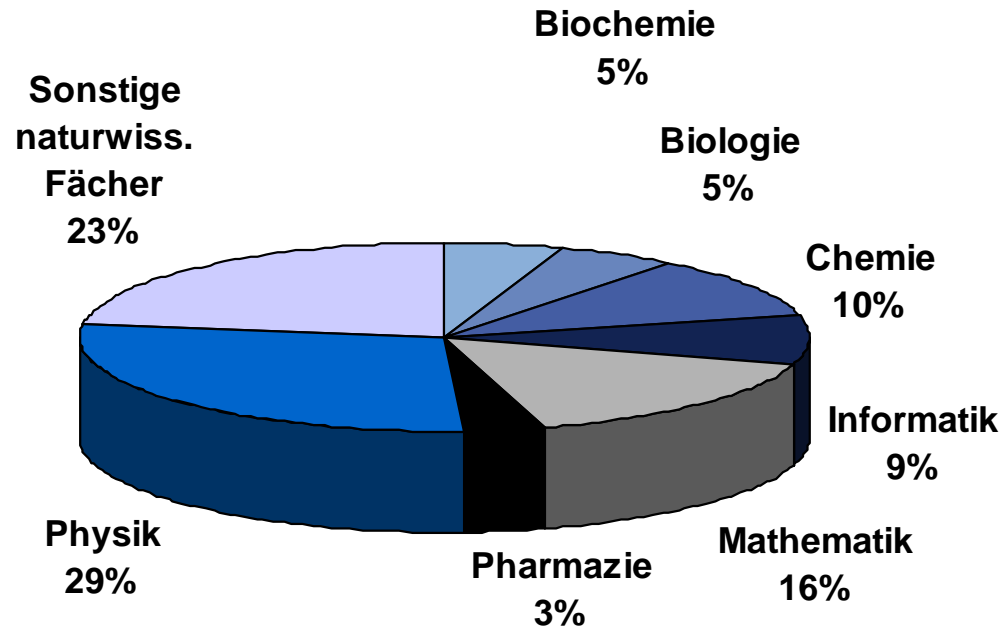
Andreas Henke

Research Consultant im Bereich Stakeholder Management und operative
Projektleitung Employer Branding

T. 0521/ 9257 – 477

andreas.henke@tns-infratest.com

Anhang: Der Teilnehmerpool



Das Netzwerk e-fellows.net wird von über 5.500 Usern aus den Bereichen Naturwissenschaften und Informatik genutzt, die sich nach den dargestellten Fachbereichen aufteilen. Diese User bilden die Stichprobe. 62% dieser User sind Stipendiaten (von e-fellows.net ausgewählte und geförderte Studierende, die zu den besten 10 Prozent ihres Jahrgangs gehören) und 38% Member (Studierende).*

* Ein Ausschließen einzelner Fachbereiche aus der Stichprobe ist technisch nicht möglich