

Eschborn – Die Gewinner des diesjährigen Randstad Awards stehen fest: BMW, Daimler und Audi sind Deutschlands attraktivste Arbeitgeber. Am 27. März 2014 wurden die Unternehmen mit dem begehrten Preis in München ausgezeichnet. Das hochkarätige Programm der feierlichen Veranstaltung mit rund 150 geladenen Gästen stand ganz im Zeichen von erfolgreichen Unternehmen und Employer Branding, u.a. sprach Gastredner Hans Rudolf Wöhl zum Thema „Wege in die Zukunft – Chancen für den Mittelstand“.



Quellenangabe: „obs/Randstad Deutschland GmbH & Co. KG“

„Nur wer sich als Arbeitgeber gut positioniert, kann im Kampf um die Talente auch die besten Fach- und Führungskräfte für sich gewinnen und längerfristig an sich binden. Wir prämiieren mit dem Randstad Award jedes Jahr genau die Unternehmen, die in puncto Arbeitgebermarke alles richtig gemacht haben“, so Andrea Dauch, Regionaldirektorin Süd bei Randstad Deutschland. Die Verleihung basiert auf der größten Employer Branding Studie der Welt, derzeit nehmen 23 Länder an der Studie teil. In Deutschland wurden zum Randstad Award 2014 über 8.000 Arbeitnehmer und Arbeitsuchende im Alter zwischen 18 und 65 Jahren online befragt.

Am besten gelungen ist der Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke dieses Jahr BMW (1. Platz). 57,9 Prozent der Studienteilnehmer würden gerne für das Unternehmen arbeiten. BMW hatte es auch in den vergangenen Jahren immer wieder auf das Siegertreppchen der Randstad Awards geschafft – geht 2014 aber erstmals als Spitzenreiter hervor. „Wir freuen uns sehr, dass sich so viele Befragte für unser Unternehmen ausgesprochen haben. Das zeigt uns, wir sind auf dem richtigen Weg“, so Gabriele Schreyer, Strategische Personalentwicklung, Recruiting und Qualifizierung bei BMW. „Ein zentraler Bestandteil, der auch bei Employer Branding eine

entscheidende Rolle spielt, ist die Leidenschaft, mit der sich die Mitarbeiter für das Unternehmen einbringen. Wir arbeiten deshalb kontinuierlich an der Attraktivität unseres Unternehmens und gestalten die Bedingungen aktiv. So wie beispielsweise über die gerade eingeführte Möglichkeit der Mobilarbeit.“ Der Autohersteller hatte im Februar 2014 bekannt gegeben künftig auch Arbeitszeiten gutschreiben, die Beschäftigte unterwegs oder zu Hause an Smartphone und Laptop erbringen.

Mit 54,2 Prozent hat es die Daimler AG auf den zweiten Platz geschafft und Audi, Gewinner des letzten Jahres, landet mit 52,6 Prozent auf Platz 3. „Die Auszeichnung bestätigt uns, dass wir bei unserem unternehmensstrategischen Ziel ‚weltweit attraktiver Arbeitgeber‘ auf dem richtigen Weg sind. Dabei setzen wir auf eine persönliche und authentische Kommunikation mit unseren Zielgruppen“, so Annett Konitzky, Leiterin Internationale Traineeprogramme bei der AUDI AG. „Unseren Mitarbeitern bieten wir ein spannendes und herausforderndes Arbeitsumfeld mit vielseitigen Entwicklungsmöglichkeiten im In- und Ausland. Wir freuen uns, dass dies in der Öffentlichkeit so wahrgenommen und honoriert wird.“

Arbeitnehmer in Deutschland legen besonders Wert auf langfristige berufliche Sicherheit

Alle drei Gewinner sind dieses Jahr erstmals einer Branche zuzuordnen – der Automobilbranche zuzuordnen. So verwundert es nicht, dass auch die Top 3 der Sektoren von dieser angeführt wird. 47 Prozent der Befragten würden derzeit am liebsten im Automotive Bereich arbeiten. Platz zwei der attraktivsten Branchen belegen mit jeweils 39 Prozent die Maschinenbau-Branche und der Sektor IT-Consulting-Telekommunikation.

Bei der Arbeitgeberwahl stehen bestimmte Schlüsselfaktoren besonders im Vordergrund. Die Studie bewertet die Unternehmen nach zehn Kriterien, die in den vergangenen Jahren auf Basis von Erfahrungswerten für den Randstad Award zusammengestellt wurden. Mit 21 Prozent halten die Studienteilnehmer „langfristige berufliche Sicherheit“ für den wichtigsten Faktor bei der Wahl eines Arbeitsplatzes. Gefolgt von den Aspekten „wettbewerbsfähiges Gehalt/Sozialleistungen“ mit 17 Prozent und „angenehmes Arbeitsklima“ mit 13 Prozent.

Könnte man sich die Eigenschaften eines Arbeitgebers aussuchen, hätten zudem die Punkte Ehrlichkeit (23 Prozent), Sicherheit (20 Prozent) und Zuverlässigkeit (16 Prozent) für die Befragten oberste Priorität.

Studie zeigt Schwächen und Stärken des eigenen Employer Brandings

„Der Randstad Award ist ein reiner Publikumspreis – Unternehmen können sich nicht um den Preis bewerben“, betont Andrea Dauch. „Das sichert die Objektivität und die Ergebnisse spiegeln wider, wie die Unternehmen in der Gesellschaft des jeweiligen Landes wahrgenommen werden.“ Arbeitgeber können zudem jährlich ihre gesonderten Auswertungen, den so genannten „Firmen Report“, anfordern. Dieser zeigt detailliert die Stärken und Schwächen der eigenen Arbeitgeber-Marke auf. Die Firmen Reports sind im Gegensatz zu den allgemeinen Umfrageergebnissen der einzelnen Länder streng vertraulich und werden nur an die jeweiligen Unternehmen übergeben. Die Ergebnisse bieten so einen zusätzlichen Mehrwert und sind eine wichtige unternehmerische Stütze, um im eigenen Employer Branding Problemstellen zu identifizieren und zu optimieren. Zudem dient die Auswertung jedem Unternehmen als hervorragendes Branchen-Benchmark.

Quelle: ots