

Kontakt:

IFH Institut für Handelsforschung GmbH
Christina Fingerhut
Referentin Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 221 94 36 07-92
Fax: +49 (0) 221 94 36 07-79
c.fingerhut@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

Employer Branding: Zufriedene Mitarbeiter für die Personalarbeit nutzen

IFH-Studie in Zusammenarbeit mit Great Place to Work zeigt: Aktuell würde rund die Hälfte der Mitarbeiter im Handel ihren Arbeitgeber Bekannten weiterempfehlen. IFH-Veranstaltung zum Thema Employer Branding am 18. April.

Köln, 27. Februar 2013 – Hat es ein Unternehmen geschafft, neue Mitarbeiter/innen für sich zu begeistern, wird das Thema Mitarbeiterbindung zum zentralen Erfolgsfaktor. Eine attraktive Arbeitsplatzkultur trägt dazu bei, eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen herzustellen und die Strahlkraft der Employer Brand zu erhöhen. Letzteres ist gerade auch für die Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen von besonderer Relevanz. 17 Prozent der für die Studie befragten Handelsmitarbeiter gaben an, sich aufgrund des positiven Images des Unternehmens in der Öffentlichkeit für ihren aktuellen Arbeitgeber entschieden zu haben. Rund jeder sechste Handelsmitarbeiter hat sich bei der Wahl des Arbeitgebers auf Empfehlungen von Bekannten verlassen.

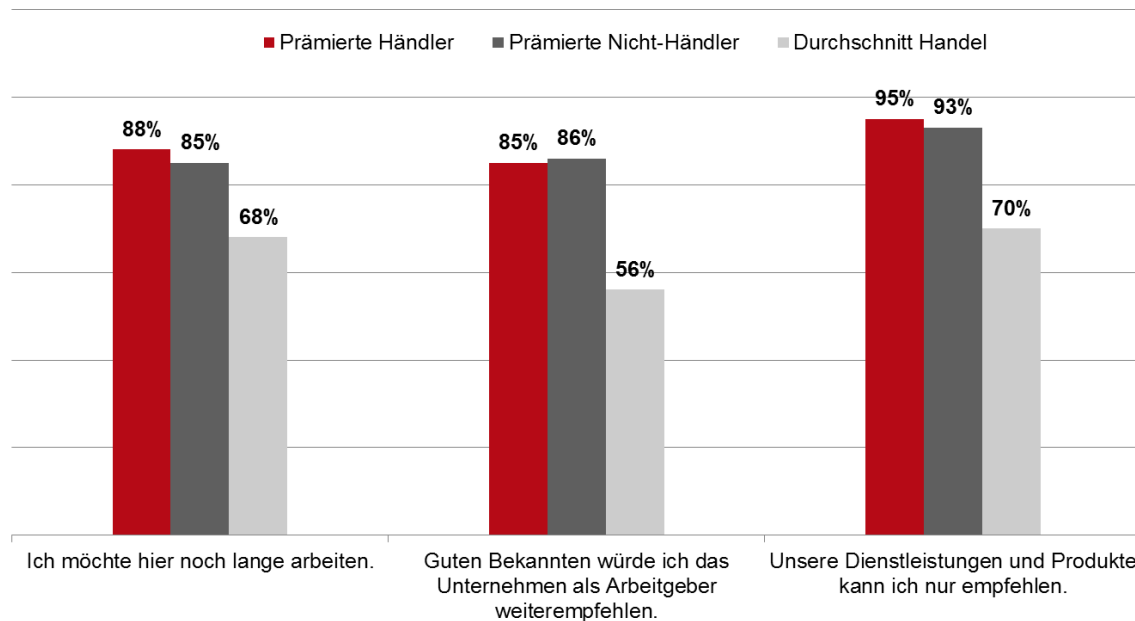
Jeder zweite Handelsmitarbeiter würde seinen Arbeitgeber weiterempfehlen

Die Great Place to Work®-Daten zeigen: Um die Empfehlungsbereitschaft der Handelsmitarbeiter ist es bereits ganz gut bestellt. Rund jeder Zweite der im Handel Beschäftigten würde seinen Arbeitgeber guten Bekannten weiterempfehlen. Im Vergleich zu anderen Branchen fällt der Handel allerdings leicht zurück. Von den befragten Mitarbeitern der Nicht-Händler (z.B. Industrie oder Bankensektor) würden sogar 63 Prozent ihren Arbeitgeber weiterempfehlen. Die besten Arbeitgeber im Handel zeigen aber, dass es durchaus möglich ist, hier Bestwerte zu erreichen. Bei den ausgezeichneten Handelsunternehmen würden rund 85 Prozent – und damit fast genauso viele wie bei den prämierten Nicht-Händlern – ihren Arbeitgeber weiterempfehlen. „Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist häufig ein guter Indikator für die Mitarbeiterzufriedenheit. Unternehmen sollten sich dabei vor allem darüber im Klaren sein, dass jeder Mitarbeiter ein Markenbotschafter für die Employer Brand ist und bei potenziellen Bewerbern authentisch wahrgenommen wird“, so Bettina Seul, Bereichsleiterin Forschung & Konzepte am IFH Köln.

Top-Werte bei der Mitarbeiterbindung für die prämierten Handelsunternehmen

Sofern es einem Händler gelingt, eine attraktive Arbeitsplatzkultur aufzubauen, zeigen die Angestellten eine höhere Treue als Mitarbeiter handelsferner Branchen: Fast neun von zehn Angestellten geben in prämierten Handelsunternehmen an, noch lange in ihren Unternehmen arbeiten zu wollen. Für den Branchendurchschnitt trifft dies immerhin noch auf gut zwei Drittel der Befragten zu. Gleichzeitig bietet der Handel ein hohes Identifikationspotenzial über die gehandelten Waren: 95 Prozent aller Mitarbeiter der besten Arbeitgeber im Handel empfehlen ihre eigenen Dienstleistungen und Produkte.

Grafik: Vergleich prämierte und nicht prämierte Händler mit anderen Branchen in der Dimension Stolz



Top Box-Ergebnisse = Trifft fast völlig zu + Trifft überwiegend zu,
Prämiert Händler: n = 2.338, Prämierte Nicht-Händler: n = 25.469, Durchschnitt Handel n = 10.538

Quelle: Great Place to Work®, Benchmarkstudie "Deutschlands Beste Arbeitgeber", Trust Index® Mitarbeiterbefragung

Kölner Handelsrunde zum Thema Employer Branding am 18. April 2013

Doch was macht einen Mitarbeiter zum Markenbotschafter? Welche Faktoren nehmen Einfluss auf die Arbeitgeberattraktivität? Wie funktioniert ein glaubwürdiges Employer Branding in der Praxis? Diese und weitere Fragen stehen im Fokus der Kölner Handelsrunde zum Thema „Employer Branding – Potenziale von Mitarbeitern als Markenbotschafter“ am **18. April 2013** in Köln. Es erwartet Sie ein abwechslungsreiches Programm mit interessanten Expertenvorträgen aus Wissenschaft und Praxis, z.B. exklusive Ergebnisse der bisher umfangreichsten Mitarbeiterbefragung im Handel und Erfolgsbeispiele der renommierten Handelsunternehmen Globetrotter und KiK.

[Hier geht's zu weiteren Informationen zur Veranstaltung auf unserer Website.](#)

Wörter der Meldung: 458

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.567

Über die Studie:

Die Studie „Arbeitgeber Handel – Fit for Future?!“ in Kooperation mit Great Place to Work® gibt Einblicke in das Arbeitgeberimage des Handels aus Sicht von Konsumenten, potenziellen Auszubildenden und Nachwuchsführungskräften sowie anhand der Great Place To Work® Benchmarking-Daten in die tatsächliche Arbeitsplatzattraktivität im Vergleich zu anderen Branchen. Mehr als 20 Best Practice-Beispiele mit Leuchtturmprojekten geben Anregungen für kreative Personalarbeit im Handel. Die Kooperationsstudie „Arbeitgeber Handel – Fit for Future?!“ vom IFH Köln und Great Place to Work® umfasst 90 Seiten mit 55 Abbildungen und ist über den Shop des IFH Köln zu beziehen.

[Hier geht's zur Studie im IFH-Shop.](#)

Über die IFH Institut für Handelsforschung GmbH:

Als Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis ist das IFH Köln seit 1929 im Dienste des Handels tätig. Als Forschungs- und Beratungsunternehmen bieten wir empirisch basierte Businesslösungen zur Analyse, Planung, Steuerung und Bewertung von Unternehmensstrategien sowie eine unabhängige, neutrale Austauschplattform zur themen- und datenbasierten Interaktion mit allen Marktteilnehmern im Handel. Handelsunternehmen, Zulieferer, Hersteller und Dienstleister sowie Verbände und öffentliche Institutionen profitieren von branchenspezifischer Information, Forschung und Beratung rund um die Fragen des Handels. Als Brancheninsider optimieren wir mit Forschungsergebnissen gelebte Handelspraxis und liefern praxisrelevante Grundlagen für bessere Unternehmensentscheidungen. Für die Fragen unserer Kunden stehen im IFH Köln hochqualifizierte Branchen- und Themenexperten sowie alle gängigen und modernen Methoden der Marktforschung zum Einsatz bereit.

Über Great Place to Work®

Great Place to Work® ist ein internationales Forschungs- und Beratungsinstitut, das Unternehmen aller Branchen und Größenklassen bei der Entwicklung einer mitarbeiterorientierten Arbeitsplatzkultur unterstützt. Basis ist der Aufbau von Vertrauen, Stolz und Teamgeist in den innerbetrieblichen Beziehungen und eine an den Bedürfnissen der Mitarbeiter ausgerichtete Personalarbeit. Neben individuellen Projekten zur Überprüfung und Weiterentwicklung als attraktiver Arbeitgeber führt Great Place to Work® unter Beteiligung renommierter Partner regelmäßig nationale und internationale Benchmark-Untersuchungen und Wettbewerbe zur Ermittlung und Auszeichnung sehr guter Arbeitgeber durch.