



Kerstin Tetens,
M.A. Wirtschaft, Medien & Psychologie
VR Bank Westküste

11. September 2025, Stuttgart

KPI's für Deine Arbeitgebermarke: Employer Branding auf Social Media



Agenda

- 1. Rahmenbedingungen festlegen**
- 2. Ziele definieren**
- 3. Employer-Branding-Strategie entwickeln**
- 4. Relevante KPI's auswählen**
- 5. Personal-Dashboard entwickeln**
- 6. Handlungsempfehlungen ableiten**

„Wenn Sie eine wirksame **Employer-Branding-Strategie** entwickeln wollen, sollten Sie Ihre Maßnahmen auch im Rahmen eines regelmäßigen **Controlling-Prozesses** bewerten. Nur so werden Sie in die Lage versetzt, den Employer-Branding-Erfolg faktenbasiert zu **analysieren** und Nachjustierungen vornehmen zu können.

Wenn Sie einen jährlichen Planungs- und Steuerungsprozess eingeführt haben, sollten Sie auch die **Arbeitgebermarke** bzw. Employer Branding als eines der Themen aufnehmen und **Ziele festlegen**.“

Quelle: Genossenschaftsverband e.V.



Was wollen wir im Employer Branding erreichen?

Ziele definieren, Strategie festlegen

Ziele definieren



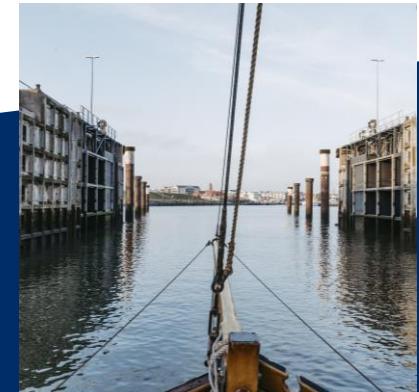
Mitarbeitergewinnung



Mitarbeiterbindung



Leistung und Ergebnis



Unternehmensmarke

- Neue Bewerbungen erhalten
- Qualifizierte Bewerbungen erhalten
- Vakanzen schnell besetzen

- Hohe Identifikation der eigenen Mitarbeitenden
- Förderung & Entwicklung
- Verbundenheit
- Geringe Fluktuation

- Sehr gute Arbeitsergebnisse
- Mitarbeiterloyalität

- Hohe Sichtbarkeit & Bekanntheit
- Positives Image
- Sympathie

Employer-Branding-Strategie entwickeln

Markensteuerrad

Ein datenbasiertes Instrument
zur **Ermittlung der Markenidentität**
und zur **strategischen Markenführung**





Wie kann ich den Erfolg im Employer Branding messen? KPI's auswählen, Dashboard entwickeln

Relevante KPI's auswählen

Vier WIRKUNGSDIMENSIONEN

Mitarbeitergewinnung

- Kosten pro Einstellung
- Bewerberpassung
- Anzahl irrelevanter Bewerbungen
- Kündigungen in der Probezeit

Mitarbeiterbindung

- Bewertung des Arbeitsklimas
- Identifikation mit Zielen und Werten des Unternehmens
- Annahmequote von Übernahmeverträgen

Leistung und Ergebnis

- Leistungsmotivation
- Grad der Eigenverantwortlichkeit
- Qualität der Arbeitsergebnisse
- Mitarbeiterloyalität

Unternehmensmarke

- Presseberichte über den Arbeitgeber
- Grad der Kundenzufriedenheit
- Social-Web-Reputation des Arbeitgebers

Quelle: Genossenschaftsverband

Relevante KPI's auswählen



Relevante KPI's auswählen



Relevante KPI's auswählen



Personal-Dashboard entwickeln: Orientierung am BVR

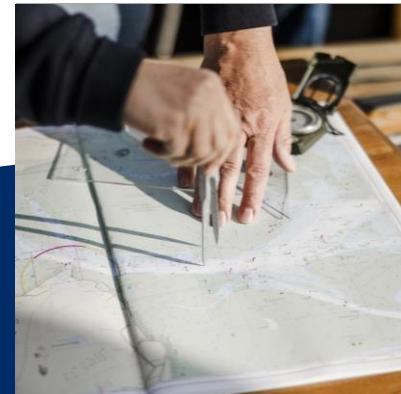
HR-Lernreihe | BVR-Berlin – 18. Juni 2024



Ein bundesweites KPI-Dashboard zum Zielbild Personal schafft Transparenz und ermöglicht dem Fachrat Personal eine gezielte Steuerung mit Ableitung von passenden, bundesweiten Maßnahmen



Personal-Dashboard entwickeln



Arbeitgeberattraktivität

Erfolgsfaktor Mitarbeitende

HR-Innovation

KPI's zuordnen



Personal-Dashboard entwickeln: Beispiel Arbeitgeberattraktivität



Arbeitgeberattraktivität



Ergebnis: Erfolgreiches Reporting im Employer Branding

Handlungsempfehlungen ableiten

- Austausch mit Marketing und Unternehmenskommunikation bzgl. Zielerreichungsgrad
- Kommunikation des Zielerreichungsgrades (innen, außen oder beides?)
- Ziel(e) anpassen, wenn z.B. zu hoch oder zu niedrig festgesetzt
- Ziele aktuell halten, ggf. neue(s) Ziel(e) hinzufügen
- Wiederkehrender Termin zur Datenaktualisierung
- Nutzung von weiteren genoHR-Tools, wie z.B. Recruiting oder Analytics





SUCCESS



Dipl.-Kffr. (FH)
Kerstin Tetens, M.A.

Themenschwerpunkte:

- Personalmarketing
- Employer Branding
- Corporate Influencer
- Markenführung