

11. trendence Employer Branding Awards verliehen

Berlin, 18. Mai 2018. Zum elften Mal hat trendence am gestrigen Abend in Berlin die Employer Branding Awards verliehen. Gewinner des Abends ist Deloitte mit zwei ersten Plätzen für das beste Hochschulmarketing und die beste Karrierewebsite. Den Sonderpreis für die Employer Branding Innovation des Jahres geht an STIHL und Superbold Design für die Undercover-Recruiting-Kampagne „Den Stecker ziehen“. Insgesamt hat trendence 25 Unternehmen in zehn Kategorien ausgezeichnet. Alle Gewinner sind unter www.trendenceawards.com abrufbar.

Erstmals Preis für New Generation Leadership vergeben

Ein guter Führungsstil wird in Zeiten der Digitalisierung für Absolventen immer wichtiger bei der Wahl ihres Arbeitgebers. In diesem Jahr ehrt trendence deshalb zum ersten Mal Unternehmen, die die digitalen Talente mit ihren Führungskonzepten überzeugen. Es gewinnt die Allianz vor Microsoft und PwC. Die Jury lobt die Allianz dafür, dass sie den Nachwuchsführungskräften von Anfang an Verantwortung überträgt und ihnen gleichzeitig das dafür notwendige Vertrauen entgegenbringt. Mit ehrlicher Kommunikation, konstruktivem Feedback und einer Kultur, in der Fehler erlaubt sind, überzeugt die Allianz Digitalis und Jury gleichermaßen.

Publikums-Voting: Employer Branding Innovation des Jahres kommt von STIHL

STIHL gewinnt gemeinsam mit seiner Agentur Superbold Design den Sonderpreis für die Employer Branding Innovation des Jahres für die Undercover-Recruiting-Kampagne „Den Stecker ziehen“. Auf der Suche nach Elektroingenieuren hat STIHL eine Plakatkampagne entwickelt, die mit witzigen Headlines und E-Technik-Fachjargon die Ingenieure auf ihrem Arbeitsweg auf sich aufmerksam macht. STIHL bleibt als Unternehmen anonym und verweist lediglich auf die Website www.den-stecker-ziehen.de, die Interessenten dann auf die zahlreichen Jobangebote des Unternehmens weiterleitet. Die fünf nominierten Unternehmen Accenture, ALDI SÜD, Evonik, Merck und STIHL haben ihre Projekte gestern Abend in Elevator Pitches vorgestellt. Das Publikum hat über die Sieger in einem Live-Voting abgestimmt.

Junge Talente entscheiden über Nominierungen

Basis für die Nominierungen bei den trendence Employer Branding Awards sind die Stimmen von 90.000 Schülern, Studierenden und Young Professionals in Deutschland, die trendence im Rahmen seiner Studien befragt. Ausgezeichnet werden Arbeitgeber in den Kategorien Beste Karriere-Website, Beste Karriere-Anzeige, Bestes Hochschulmarketing, Employer Branding in Social Media, Employer Branding Schüler, Employer Branding Studierende, Employer Branding Juristen, Employer Branding Young Professionals und New Generation Leadership. Eine Jury aus neun Employer-Branding-Experten kürt aus den jeweils fünf Nominierten die Sieger. Anders beim Sonderpreis für die Employer Branding Innovation des Jahres: Der Sonderpreis ist frei für Einreichungen aller Unternehmen und Agenturen, unabhängig von ihrer Größe oder ihrem

Abschneiden in den trendence-Studien. Die trendence-Experten haben aus den Einsendungen die fünf Nominierten bestimmt.

Die Preisträger im Überblick

- Beste Karriere-Website: #1 Deloitte, #2 Bayer, #3 ZEISS
- Beste Karriere-Anzeige: #1 KPMG, #2 Siemens, #3 PwC
- Bestes Hochschulmarketing: #1 Deloitte, #2 Deutsche Bahn, #3 Capgemini
- Employer Branding in Social Media: #1 Deutsche Bahn, #2 Bundeswehr, #3 OTTO
- Employer Branding Schüler: #1 Polizei Baden-Württemberg, #2 Bundeswehr, #3 Airbus
- Employer Branding Studierende: #1 Deutsche Telekom, #2 Accenture, #3 Continental
- Employer Branding Juristen: #1 Linklaters, #2, Baker McKenzie, #3 EY
- Employer Branding Young Professionals: #1 AUDI, #2 Porsche, #3 BASF
- New Generation Leadership: #1 Allianz, #2 Microsoft, #3 PwC
- Employer Branding Innovation des Jahres:
 - #1 STIHL und Superbold Design mit der Kampagne „Den Stecker ziehen“
 - #2 Accenture und CoPiDUS mit den „Accenture Auditions“
 - #3 ALDI SÜD mit der „ALDI SÜD Blackbox“

trendence spendet über eintausend Euro an PLAN International

Mit einer Charity-Tombola für die Gäste der Awards-Verleihung hat trendence am Abend 1.027 Euro Spenden für PLAN International gesammelt. Damit unterstützt trendence ein Projekt gegen Kinderarbeit in Tansania, um Kindern den Schulbesuch zu ermöglichen und ihnen berufliche Perspektiven zu verschaffen. Trendence engagiert sich bereits seit rund zehn Jahren für Bildungsprojekte der Hilfsorganisation.

Partner der trendence Awards

Die trendence Employer Branding Awards 2018 werden unterstützt von PlusPeter, dem FAZ Stellenmarkt und Waldmann Schreibgeräte.

Über trendence

trendence ist ein unabhängiges Beratungs- und Marktforschungsunternehmen für Employer Branding und Personalmarketing mit fast 20 Jahren Erfahrung. Aus unseren Studien kennen wir die Karrierepläne und Wunscharbeitgeber von drei Millionen jungen Bewerbern weltweit. Die Ergebnisse dieser Studien sind für Arbeitgeber Basis ihrer Entscheidungen im Employer Branding und Personalmarketing, indem sie detaillierte Informationen über potenzielle Bewerber liefern. Besondere Aufmerksamkeit erfahren die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber, die Top 100. Sie dienen Arbeitgebern, Bewerbern und Medien gleichermaßen als Orientierung und Benchmark. trendence veröffentlicht außerdem Karriereratgeber für Schüler und Studierende, um ihnen die Berufsorientierung zu erleichtern.

Pressekontakt

Annekatriin Buhl – Pressesprecherin
Tel.: +49 30 2592988-207
presse@trendence.com
www.trendence.com