

PRESSEMITTEILUNG

Shortlist der trendence Employer Branding Awards: 50 Projekte sind nominiert

Berlin, 3. April 2018. Das Beratungs- und Marktforschungsunternehmen trendence zeichnet am 17. Mai 2018 zum elften Mal Arbeitgeber für herausragendes Employer Branding und Personalmarketing aus. Die Shortlist mit 50 Nominierungen in zehn Kategorien steht nun fest und ist ab sofort online unter www.trendenceawards.com abrufbar.

Erstmals Arbeitgeber in der Kategorie New Generation Leadership nominiert

Die trendence-Studien zeigen: Ein guter Führungsstil wird für Absolventen bei der Wahl ihres Arbeitgebers wichtiger. Insbesondere die Digitals, die jungen Talenten mit besonders ausgeprägten digitalen Kompetenzen und einer positiven Einstellung zur Digitalisierung, legen großen Wert auf Führungskräfte, die organisieren und motivieren. Um personell für die Digitalisierung gerüstet zu sein, brauchen Unternehmen Digitals. trendence zeichnet deshalb in diesem Jahr Arbeitgeber aus, die die digitalen Talente mit ihren Führungskonzepten überzeugen. Auf der Shortlist in der Kategorie New Generation Leadership stehen die Allianz, die BMW Group, McKinsey, Microsoft und PwC.

Schüler, Studenten und Young Professionals nominieren Arbeitgeber

90.000 junge Talente haben in diesem Jahr über die Nominierungen entschieden. Im Rahmen der Barometerstudien von trendence bestimmen sie die Shortlists in den Kategorien Karriere-Website, Karriere-Anzeige, Hochschulmarketing, Employer Branding in Social Media, Employer Branding für Studierende, Employer Branding für Schüler, Employer Branding für Young Professionals, Employer Branding für Juristen und New Generation Leadership. Nominiert sind die Arbeitgeber, die in der jeweiligen Kategorie sehr gut abschneiden und sich im Vergleich zum Vorjahr verbessert haben. Aus den jeweils fünf nominierten Arbeitgebern kürt eine Experten-Jury die Gewinner.

Trends beim Innovationspreis: Tech und Events

Für den Sonderpreis in der Kategorie „Employer Branding Innovation des Jahres“ können sich Arbeitgeber aktiv bewerben. Die trendence-Experten haben daraus fünf Projekte nominiert. Holger Koch, trendence-Geschäftsführer und Jury-Vorsitzender, über die Einreichungen: „Wir erkennen in diesem Jahr zwei Trends: Auf der einen Seite setzen viele Arbeitgeber auf technische Innovationen im Personalmarketing. Auf der anderen Seite entwickeln sie innovative Event-Formate, die auf Interaktion, Kennenlernen und Testen ausgelegt sind. Diese ganz verschiedenen Herangehensweisen, um die Besten von sich zu überzeugen, machen die Kraft und Kreativität des Employer Brandings in Deutschland aus.“ Nominiert sind Accenture, ALDI SÜD, Evonik, Merck und STIHL. Sie stellen ihre Projekte auf der feierlichen Preisverleihung am

17. Mai in Berlin vor. Die Gäste der Gala, die Top-Arbeitgeber Deutschlands, wählen in einem Publikums-Voting aus den Nominierten die Gewinner.

Live-Berichterstattung von der Preisverleihung am 17. Mai auf Twitter

Alle Gewinner werden am Abend des 17. Mai 2018 bei der feierlichen Preisverleihung der trendence Employer Branding Awards in Berlin bekannt gegeben sowie parallel auf Twitter unter dem Hashtag #teba18.

Die Shortlist im Überblick

Employer Branding Schüler

- Airbus Group
- Bundeswehr
- dm-drogerie markt
- Polizei Baden-Württemberg
- Volksbanken Raiffeisenbanken

Employer Branding in Social Media

- ALDI SÜD
- Bundeswehr
- Deutsche Bahn
- Deutsche Bank
- OTTO

Employer Branding Studierende

- accenture
- CLAAS
- Continental
- Deutsche Post DHL
- Deutsche Telekom

Karriere-Website

- Bayer
- Deloitte
- Siemens
- Unilever
- ZEISS

Employer Branding Young Professionals

- AUDI
- BASF
- BMW Group
- Daimler/Mercedes-Benz
- Porsche

Karriere-Anzeige

- BASF
- KPMG
- McKinsey
- PwC
- Siemens

Employer Branding Juristen

- Baker & McKenzie
- EY
- Gleiss Lutz
- Hogan Lovells
- Linklaters

Hochschulmarketing

- ALDI SÜD
- Capgemini
- Daimler/Mercedes-Benz
- Deloitte
- Deutsche Bahn

New Generation Leadership

- Allianz
- BMW Group
- McKinsey
- Microsoft
- PwC

Sonderpreis: Employer Branding Innovation des Jahres

- Accenture und CoPiDUS mit dem Projekt „Accenture Auditions. Zeig uns, was du WIRKLICH drauf hast!“
- ALDI SÜD mit dem Projekt „Die ALDI SÜD Blackbox“
- Evonik mit dem Projekt „Post on #HumanChemistry!“
- Merck und 22CONNECT mit dem Projekt „Der Merck Contentfinder. Die Optimale Verzahnung aus Job-Matching mit individuellem Content für Bewerber“
- STIHL mit der „Undercover Recruiting Kampagne“

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

Annekatri Buhl – Pressesprecherin
Tel.: +49 30 2592988-207
presse@trendence.com
www.trendenceawards.com | #teba18
www.trendence.com