EMPLOYER BRAND
Managers Club

5th Swiss Employer Branding Forum

Recruiting, HR Marketing, New Work in (Post-) Corona-Zeiten

Zürich, 22. & 23. September 2021

Chesran Glidden	Christian Frenzel	Gianni S. Raffi	Christoph Vogel	Prof. Dr. Katja Rost	Doris Bambergerr	Robert Bertschinger	Tobias Steger
NEW WORK	LinkedIn	sonova HEAR THE WORLD	n|w Fachhochschule Nordwestschweiz Hochschule für Wirtschaft	Universität Zürich	LinkedIn	NEW WORK	Microsoft

Fabio Blasi	Birk Alwes	David Luyet	Liza Follert	Adrien Fernandez	Martin Schädler	Claudia Giorgetti Del Monte	Bettina Hirsig
Kantonsspital Aarau	HAI	swisscom	helvetia	Frontify	FMA	die Mobiliar	{POWER.CODERS}

Herbert Burri	Jean-Marc König	Claudio Tognella	Viktoria Rainer	Markus Krienbühl	Erika Ingold	Nadine Brönnimann	Florian Schrodt
DIE POST	papirfly.	daura	NEW WORK	rivella ag	SBB CFF FFS	jobtimal.ch Verein für Arbeitsintegration	VBZ Zürich Linie

PRESENTED BY

EMPLOYER BRAND Managers Club

SYMBIOSIS STRATEGY & BRANDING

25+ KEY NOTES & BREAKOUT SESSIONS
100+ TEILNEHMERINNEN
WORKSHOPS, DISKUSSIONSRUNDEN, NETWORKING!

HOL' DIR SPANNENDE INSIGHTS RUND UM:

- Social Recruiting & Recruitment Analytics incl. AI
- Talent Attraction & Sourcing
- Employer Branding & Employee Experience
- Future of Work & Digital HR

SUPPORTED BY

DIE ZIELGRUPPE

Das Event richtet sich an HR'ler und Kommunikatoren, die für Employer Branding, (Social Media) Recruiting, HR Marketing, Talent Management, Interne Kommunikation, Change Management bzw. Organisationsentwicklung zuständig sind bzw. sich für diese Themen interessieren.

KEY NOTES

Prof. Dr. Katja Rost
Ordinaria für Soziologie und Privatdozentin für Wirtschaftswissenschaften
Universität Zürich

Soziologische Perspektiven auf Home Office vor, während und nach Corona

Unternehmen sahen sich bereits vor Corona mit einer steigenden Nachfrage nach mehr Flexibilität und Autonomie am Arbeitsplatz - insbesondere seitens hochqualifizierter Arbeitnehmer*innen - konfrontiert. Corona hat diesen Trend in Folge der langanhaltenden Home-Office-Pflicht in vielen Tätigkeiten massiv beschleunigt. Wie sollen Unternehmen die Rückkehr in das Büro gestalten und wie viel Freiraum sollten und müssen sie Ihren Mitarbeitern - in Abhängigkeit der Aufgabe, erfolgreicher Teamarbeit und funktionierenden Kontrollen - lassen?

Robert Bertschinger
Managing Director
XING Switzerland

Homeoffice und veränderte Prioritäten: Was die Pandemie für das Employer Branding bedeutet

Die Arbeit außerhalb des Büros kann eine geringere Relevanz des Arbeitgebers für den Mitarbeitenden, fehlende Identifizierung mit dem Unternehmen und gegebenenfalls ständige Arbeitnehmer-Wechsel bedeuten. Das Employer Branding bleibt auf den Kosten des Home Office sitzen. Robert Bertschinger von XING erklärt, wie man in der Arbeitswelt mit weniger physischer Präsenz eine differenzierende und wirkungsvolle Employer Brand aufbauen und pflegen kann.

Christoph Vogel
wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Personalmanagement und Organisation (PMO) & Studiengangleiter des CAS Integriertes Personalmanagement in kleinen Unternehmen

«Flexible Workforce in Schweizer Unternehmen»

Wie weit sind Schweizer Unternehmen in der Flexibilisierung ihrer internen und externen Personalressourcen?
Im Rahmen der Studienpräsentation wird aufgezeigt, wie weit Schweizer Unternehmen in der Flexibilisierung von Beschäftigungsverhältnissen sind, welchen Herausforderungen sie dabei begegnen und welche neuen Aufgaben durch den Einsatz von Temporärmitarbeitenden, Freelancer und online-vermitteltem Personal wie Gig- und Crowdworker auf das HR zukommen.

Birk Alwes
Head of Human Resources
HAI Group

Mit People Analytics das Recruiting optimieren!

Benötigt man im Recruiting und Employer Branding überhaupt People Analytics oder genügt nicht unser Bauchgefühl?

In einem Markt, wo der Bedarf an Fachkräften hoch ist, doch das Angebot immer weiter sinkt ist es wichtig, dass wir uns um die bestehenden Mitarbeiter*innen kümmern. Dazu ist es wichtig zu wissen, welche Bedürfnisse die MA haben, woher sie kommen und welche Themen sich positiv auf das Engagement auswirken. Mit den Erkenntnissen lässt sich die Bindung erhöhen, die Fluktuation reduzieren und somit das Recruiting optimieren.

In dem Vortrag erfahrt ihr:

- People Analytics kann jeder lernen
- People Analytics ist nicht teuer
- People Analytics ist auch für KMU's geeignet

Tobias Steger
PR & Communication Lead und Mitglied der Geschäftsleitung von
Microsoft Schweiz

Auf der Reise zu Smart Work

Der ICT-Fachkräftemangel in der Schweiz wird sich in den nächsten Jahren noch mehr akzentuieren - Prognose ist, dass bis ins Jahr 2028 117'900 weitere ICT-Fachkräfte benötigt werden. Hier sind nebst den bereits bestehenden Bemühungen zusätzliche Initiativen gefordert, um als Schweiz weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit Powercoders ermöglichen wir es Unternehmen, neue Talente zu gewinnen und dabei gleichzeitig einen soziale Beitrag zu leisten.

Erika Ingold
Lead Link HR Sourcing, Recruiting & Talents
SBB AG

Talent Acquisition 4.0 powered by SBB

Wir zünden die nächste Stufe und vereinen, was nur zusammen wirkt: Mensch und Maschine!

Durch die Professionalisierung aller Touch Points optimieren wir die Candidate Journey...und nehmen nebenbei noch 3000 SBB-Führungskräfte mit auf diese neue Talent Acquisition Reise.

Doris Beate Bamberger
Analytics & Client Insights at
LinkedIn EMEA

Christian Frenzel
Head of Enterprise Sales Switzerland & Austria, Talent Solutions
Linkedin

Employer Branding in today's evolving world of work: an Insights-driven framework

Building and strengthening your employer brand to support recruitment and retention can be a challenging undertaking during these changing times - more than ever, a data- and insights-driven approach to employer branding is key. But what data-points, metrics and KPIs can and should be measured? We'll present a framework along the dimensions of visibility, favourability, conversion and advocacy to showcase a best-practice approach.

BREAKOUT SESSIONS

Adrien Fernandez
Head of Employee Success
Frontify AG

People Analytics: Erkenntnisse und Quick Wins – von Attraction bis Separation

Bei Frontify haben wir seit jeher alles gemessen. Zu Beginn, als wir 20 oder 30 Leute waren, haben noch nicht alle Daten Sinn gemacht. Jetzt gehen wir gegen 200 Mitarbeitende und können immer mehr Erkenntnisse aus diesen Zahlen ziehen:

Wie können wir zielgerichteter, akkurater und planbarer rekrutieren? Können alle Mitarbeitenden ihr Potential ausschöpfen oder gibt es strukturelle Unterschiede? Haben alle die gleichen Chancen? Was sagt uns die Fluktuation?

Lasst uns ein paar Zahlen und Erkenntnisse entlang des Mitarbeitendenzyklusses anschauen!

David Luyet
Head Active Sourcing, T
Talent Management & Employer Branding
Swisscom AG

Team Talent Attraction bei Swisscom – oder: wie Employer Branding, Talent Management und Talent Acquisition zusammenspielen

Wie man durch das Orchestrieren eines neuen Arbeitgeber-Auftritts, durch den Launch einer neuen Karriere-Seite, durch Implementierung eines digitalen Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm, und durch das Zusammenspiel mit einem professionellen Active Sourcing Team die Recruiting-Bühne rockt. Und dabei auch noch interne Talente im Fokus hat. Der „Dirigent" David Luyet gewährt spannende Einblicke in die Welt des Recruitings von Swisscom – state of the art!

Claudio Tognella
Partner- und Key Account Manager
daura AG

New Work needs New Instruments - Die digitale Mitarbeiteraktie als Game Changer

Kickertisch, Lunch-Checks, kostenloses Obst... Reicht das noch, um im „War for Talents" ein Alleinstellungsmerkmal zu haben?
Oder gibt es da nicht vielleicht doch innovativere Instrumente?

Die Mitarbeiterbeteiligung (digitale Mitarbeiteraktie) kann als Vergütungsteil, Leistungssteigerungsanreiz oder als Instrument zur Gewinnung oder Bindung von Mitarbeitenden eingesetzt werden. Durch die Blockchain-Technologie wird die Umsetzung von Mitarbeiter-Beteiligungsmodellen viel einfacher – sowohl für Unternehmen als auch für künftige Aktionäre.

Folgende Fragen werden in diesem Slot beleuchtet:
Inwiefern kann die digitale Mitarbeiteraktie für Schweizer Aktiengesellschaften ein Game Changer sein? Wie setzte ich ein solches Mitarbeiter-Beteiligungsmodell um und wie sieht die Ausgestaltung aus? Welche Vorteile haben digitale Aktien?

Jean-Marc König
Geschäftsführer DACH
BrandMaster / Papirfly Group

Wie Sie die Wirkung Ihrer Arbeitgebermarke mit Brand Activation Management maximieren

In der hybriden Arbeitswelt tun sich viele Employer Branding-Teams schwer, die Unternehmenskultur gleichermaßen ins Wohnzimmer der Mitarbeiter*innen, an den Küchentisch der Talente und in die Lounge im Büro zu transportieren. In diesem Vortrag beleuchten wir die Herausforderungen der mobilen Arbeitsweise für die Unternehmenskultur, betrachten welche Rolle Employer Branding dabei spielen kann und wie Brand Activation Management von Papirfly dabei hilft.

Bettina Hirsig
Lead
Powercoders Switzerland

Hussam Allaham
Industry Lead Deutschschweiz
Powercoders Switzerland

ICT Fachkräftemangel angehen und gleichzeitig soziale Verantwortung wahrnehmen

Der ICT-Fachkräftemangel in der Schweiz wird sich in den nächsten Jahren noch mehr akzentuieren - Prognose ist, dass bis ins Jahr 2028 117'900 weitere ICT-Fachkräfte benötigt werden. Hier sind nebst den bereits bestehenden Bemühungen zusätzliche Initiativen gefordert, um als Schweiz weiterhin wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit Powercoders ermöglichen wir es Unternehmen, neue Talente zu gewinnen und dabei gleichzeitig einen soziale Beitrag zu leisten.

Herbert Burri
Leiter Kompetenzcenter
HR-Datenanalyse
Die Schweizerische Post AG

Die Logik der Markov Kette angewendet auf das Employer Branding

Mit dem Markov Ketten Modell werden Wahrscheinlichkeiten von Zuständen berechnet. Dieses Modell wird u.a. in HR-Analytics Use-Cases eingesetzt. Die Logik hinter diesem Modell hilft ebenso, Klarheit in HR-Prozesse zu bringen und Zusammenhänge aufzudecken. Herbert Burri zeigt, wie damit im HR generell und besonders im Employer Branding laufende Aktivitäten bewusster gestaltet und besser gesteuert werden können.

Florian Schrodt
Fachspezialist Personalmarketing
Verkehrsbetriebe Zürich

Content is king, context is queen. Ein Traumpaar.

Im VBZ HR Marketing Herz-Kreislauf-System trifft Individualisierung auf Automatisierung und Performance. So erhalten Bewerbende individualisierten Content zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und in der richtigen Ansprache. Mit beeindruckenden Ergebnissen: Weniger Kosten, weniger Ressourcen und mehr Erfolg.

Effiziente und zielgenaue Automatisierung durch Chatbot, programmatische Content-Ausspielung und Content Referral Community trifft auf eine individualisierte Content Plattform.

Martin Schädler
Mitglied der Geschäftsleitung
Finanzmarktaufsicht Liechtenstein

Langweilige Personalwerbung? Bloss nicht!Die FMA Liechtenstein zeigt Gesicht und publizierte im 2020 ihren eigenen FMA-Karriere-Reiseblog

Die Finanzmarktaufsicht (FMA) Liechtenstein ist die zweitgrösste Behörde im Land. Selbst für Politik und Wirtschaft ist sie eine Art „Blackbox", versteckt hinter sandsteinfarbenen Mauern in einem Gebäude an der Landstrasse in Vaduz. Auf dem Arbeitsmarkt - die FMA sucht praktisch ausnahmslos sehr gut ausgebildete Banker, Treuhänderinnen, Versicherungsexperten, Wirtschaftsprüfer und Juristinnen - wird die Aufsichtsbehörde als „Local Player" wahrgenommen. Und als Behörde mit all ihren Stereotypen. Völlig zu Unrecht.

Die FMA hat einen erfrischend unkomplizierten Teamspirit, sehr anspruchsvolle und gesellschaftlich wichtige Arbeit und ist für viele überraschend international tätig. Das besser bekannt zu machen, war und ist das Ziel aller Personalmarketingmassnahmen.

Martin Schädler stellt den gesamten Arbeitgeberauftritt der FMA vor und berichtet über die Stolpersteine und Erfolge im Personalmarketing. Dabei spielt insbesondere der neuste Streich, der FMA-Karriere-Reiseblog (ein ganz besonderer „Reiseführer", der wohl im HR-Marketing bis anhin einzigartig ist), eine zentrale Rolle. Lasst euch überraschen

Nadine Brönnimann
Präsidentin
jobtimal.ch

Unser Inländerpotential nutzen und gleichzeitig soziale Verantwortung übernehmen– gelingt optimal mit jobtimal

jobtimal bietet Unternehmen einen unbürokratischen und kostenlosen Zugang zu neuen Mitarbeitenden – ohne administrativen Aufwand oder finanzielles Risiko.

Arbeit steht im Zentrum unseres Lebens. Arbeit bringt nicht nur Geld, sie stiftet Sinn und Identität. Das Teillohnmodell von jobtimal gibt Langzeitarbeitslosen mit Leistungseinschränkungen wieder eine Chance auf dem Arbeitsmarkt.

Mit unserer Rekrutierung und Begleitung gelangen Sie an motivierte Mitarbeitende, die qualifiziert, doch in ihrer Leistung eingeschränkt sind. Und darum die richtigen sind, um Arbeiten in einer Teillohnstelle in Ihrem Unternehmen zu übernehmen, die ansonsten Fachspezialisten oder externe Dienstleister tätigen.

Die Übernahme von sozialer Verantwortung bringt neue Impulse in den Betrieb, schafft Vertrauen und trägt zum positiven Image Ihres Unternehmens bei.

Fabio Blasi
Leiter Sourcing & Employer Branding
Kantonsspital Aarau

Talentpools für die Kantonsspital Aarau AG

Talentmanagement ist auch Customer bzw. Employee Relationship Management. In einem Beispiel für das Gesundheitswesen wird aufgezeigt, wie man Talentpools bestehend aus Silver Medallists erfolgreich errichten und betreiben kann. Die Motivationswirkung der Kandidaten ist hoch, der Betreuungsaufwand überschaubar und der Output garantiert. Mit dieser Lösung wird eine anwendbare Rekrutierungsquelle aufgezeigt.

Liza Follert
Head People Attraction
Helvetia Versicherungen AG

Personalmarketing bei Helvetia in Coronazeiten. Wer Neues wagt, kann gewinnen

Was tun, wenn die Jahrespläne durch Corona von heute auf morgen nicht mehr funktionieren? Den Kopf in den Sand zu stecken ist eine Option. Für uns war sie jedoch keine. Wie wir in kürzester Zeit unsere Themen angepasst haben, was funktioniert hat und was nicht, erzähle ich euch offen und ehrlich in meinem Vortrag.

Chesran Glidden
Head of B2B
kununu GmbH

Authentische Arbeitgeberdarstellung: Der Schlüssel zum Cultural Fit im Recruiting

Im Wettbewerb um die besten Talente greifen viele Arbeitgeber weiterhin auf eine undifferenzierte Selbstbeschreibung zurück, mit der sie sich von ihren Wettbewerbern wenig unterscheiden. Auf diese Weise versäumen sie es jedoch, die wirklich passenden Kandidaten anzusprechen. Chesran Glidden von kununu erklärt, warum es im Recruiting auf den Cultural Fit ankommt und wie Unternehmen diesen herstellen können.

Gianni S. Raffi
Senior Talent Acquisition Manager
Sonova AG

Talent Acquisition Management bei Sonova – best practice

Candidate Experience – und was wir aus den Feedbacks von Bewerbenden lernen können. Der Kontakt über Social Media, Bewerbermanagement-Tool oder direkt zu Bewerbenden ist jeweils mit Employer Branding verbunden. Durch Empowerment der Linie versuchen wir einen agilen Rekrutierungsprozess zu fahren.

Markus Krienbühl
Leiter People & Culture
rivella ag

Praxiseinblick: Rivella als Arbeitgebermarke

werden Unternehmen zu attraktiven Arbeitgebern? Markus Krienbühl, Leiter People & Culture bei Rivella, gewährt spannende Einblicke in die Entwicklung und Stärkung der Unternehmenskultur und der Arbeitgebermarke Rivella.

- Employer Branding @Rivella – wozu?
- Attract & Retain – Employer Branding ist Kulturarbeit
- Strategie und Initiativen zur Stärkung der Arbeitgebermarke Rivella

Claudia Giorgetti Del Monte
Leiterin Organisations- & Kulturentwicklung, Mitglied der Direktion
Mobiliar Versicherungsgesellschaft AG

Digitale Transformation bei der Mobiliar

Neben der digitalen Transformation, zwingt uns auch unsere Umwelt anders zu denken, unser Verhalten und unsere Kompetenzen weiterzuentwickeln. Wir sind und bleiben gefordert uns stetig mit neuen Situationen zu befassen, zu reflektieren und neue brauchbare Lösungen zu entwickeln. Dabei müssen wir schnell und beweglich sein und den offenen Blick für die Zukunft behalten. Die passende Umgebung fördert die Energie der Gemeinschaft, die richtige Technologie vernetzt uns grenzenlos. Es entstehen immer wieder neue Chancen und Möglichkeiten, doch am Ende macht der Mensch den Unterschied.

Viktoria Rainer
Senior Account Executive
Prescreen International GmbH

Mit dem passenden ATS die Mitarbeiter_innen von morgen finden

Unverständliche Excel-Listen, langwierige Kommunikationswege und unbearbeitete Nachrichten gehören mit dem richtigen ATS der Vergangenheit an. Zahlreiche inkludierte Funktionen wie Multiposting, Automated Workflows, eine eigene Karriereseite oder Reporting-Auswertungen helfen Ihnen dabei, Ihr Recruiting von heute zu optimieren. Damit Sie zukünftig wieder Ihre Bewerber_innen ins Zentrum (der Aufmerksamkeit) rücken können!

AGENDA

TAG 1 - 22. SEPTEMBER 2021

08.30 Uhr: Einlass, Registrierung

09.00 Uhr: Welcome

09:15 Uhr: Key Note: **Erika Ingold, SBB**

09:45 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel:
jobtimal.ch
Schweizerische Mobiliar
VBZ

10:30 Uhr: Kaffeepause & Networking

11:00 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel: **(Topic siehe oben)**

11:45 Uhr: Key Note: Doris Bamberger & Christian Frenzel, Linkedin

12:15 Uhr: Mittagspause & Networking

13:00 Uhr: Key Note: **Birk Alwes, Hai Group**

13:30 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel:
FMA Liechtenstein
Swisscom
Kununu

14:15 Uhr: 3 Praxisbeiträge parallel: **(Topic siehe oben)**

15:00 Uhr: Kaffeepause & Networking

15:30 Uhr: Key Note: **Prof. Katja Rost, Universität Zürich**

16:00 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel:
Swisscom
Prescreen
Rivella

16:45 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel: (Topic sieh oben)

17:30 Uhr: **Wrap-up**

TAG 2 - 23. SEPTEMBER 2021

08:30 Uhr: Einlass, Registrierung

09:00 Uhr: Welcome

09:10 Uhr: Key Note: **Christoph Vogel, FH Nordwestschweiz**

09:40 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel:
KSA Kantonsspital Aarau
Power.Coders
Helvetia

10:25 Uhr: Kaffeepause

11:00 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel: (Topic siehe oben)

11:45 Uhr: Key Note: **Robert Bertschinger, XING Switzerland**

12:15 Uhr: Mittagspause & Networking

13:00 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel:
Papirfly
Frontify
Schweizerische Post

13:45 Uhr: 3 Breakout Sessions parallel (Topic siehe oben)

14:30 Uhr: Key Note: **Tobias Steger, Microsoft**

15:00 Uhr: key Note: **Gianni S. Raffi, Sonova**

15:30 Uhr **Wrap-up**

MODERATION

Hannes Maier
Geschäftsführer
Symbiosis Strategy & Branding und
Employer Brand Managers Club

ORGANISATION

TERMIN:

22. & 23. September 2021

UHRZEIT:

Beginn: 22. September 2021 um 08:30 Uhr
Ende: 23. September 2021 um 16:00 Uhr

LOCATION:

Leonardo Hotel Zurich Airport
Flughafenstraße 11, 8302 Kloten

TEILNAHMEGEBÜHR:

2-Tagesticket: CHF 990,- exkl. MwSt.

Nimm 3 zahl 2 auf den jeweils gültigen Ticketpreis

INFOS & ANMELDUNG:

https://www.employerbrandingforum.eu/

KONTAKT

Employer Brand Managers Club
+43 662 890013
office@employerbrandmanagers.com