

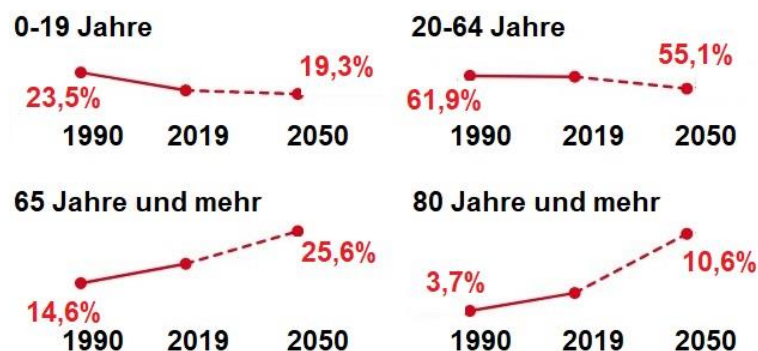
Muhammet Gökce, Absolvent 2024
Dr. Nadine Eggimann Zanetti, Referentin

Employer Branding – Eine Analyse der Auswirkungen auf die Mitarbeiterbindung

In der Schweiz existiert ein Fachkräftemangel, verschiedene Zeitungsartikel heben dies hervor. Unternehmen möchten dem Fachkräftemangel entgegenwirken, es herrscht ein Konkurrenzkampf um Fachkräfte. Vor allem in der Technologiebranche, die stark von Innovationen abhängt, sind Spezialisten gefragt denn je.

In dieser Arbeit wird anhand von Literatur- und Internetrecherche, Mitarbeiterinterviews und einer online Umfrage untersucht, wie sich ein positives Arbeitgeberimage auf die Mitarbeiterbindung auswirkt. Das Untersuchungsobjekt stellt ein Schweizer Technologieunternehmen dar. Das Forschungsdesign baut auf Mixed Methods auf. Die Kombination von quantitativen und qualitativen Ansätzen nennt sich Mixed Methods. Es bietet den Vorteil einer umfassenderen Datensammlung, was zu einer umfangreicheren Sichtweise auf das Forschungsproblem führt.

Abbildung 1: Entwicklung der Bevölkerung nach Altersklasse (Schweiz)



Diese Arbeit zielt darauf ab, den Ursachen für Mitarbeiterabgänge auf den Grund zu gehen und gleichzeitig zu ermitteln, welche Anreize Mitarbeitende dazu bewegen, bei ihrem aktuellen Arbeitgeber zu bleiben. Durch die Untersuchung dieser Faktoren können effektive Strategien zur Talentgewinnung und Mitarbeiterbindung gewonnen werden.