

**Termin: Mittwoch, 09. September 2009 • 15:45-17:45 Uhr**

**Raum: 101 / 103**

Kompetenzmanagement, Employer Branding, Leadership Branding – passende Antworten auf Fach- und Führungskräfteemangel?

### **Kompetenzmanagement und Employer Branding**

„Wahre Schönheit kommt von innen“ lautet die wiederkehrende Formel unter HR-Experten. Herausragende Leistungen von Organisationen lassen sich auf Dauer nur mit motivierten und engagierten Mitarbeitern erbringen. Wie gelingt es Spitzenunternehmen, beide Aspekte glaubwürdig und dauerhaft zu vereinen? Einerseits darf die Sicherung entscheidender Kompetenzen nicht als rein internes Thema betrachtet werden. Andererseits darf die glaubwürdige Positionierung als Arbeitgeber nicht auf das Personalmarketing reduziert werden. Das Kompetenzmanagement und die Positionierung einer Arbeitgebermarke sind „zwei Seiten einer Medaille“. Exzellente Unternehmensführung und eine hohe Attraktivität als Arbeitgeber stellen keine Gegensätze dar, sondern bedingen sich vielmehr gegenseitig.

### **Kompetenzmanagement und Employer Branding in der Praxis**

Der Personalmarkt ist eine der wesentlichen Erfolgsquellen eines Unternehmens. Kompetenzmanagementsysteme erlauben es, diese Quelle konsequent zu nutzen, indem neben der operativen Personalentwicklung auch die Bildung einer internen wie externen Arbeitgebermarke bedient wird. Welche Erfahrungen können Entscheidungsträger mit der Entwicklung, Implementierung und Nutzung eines Kompetenzmanagementsystems in einem mittelständigen Unternehmen machen?

### **Leadership Branding – markenorientierte Führung**

Leadership Branding will Führungskräfte im Sinne der Marke und der relevanten Kompetenzen orientieren, damit sie ihrerseits Orientierung im Sinne der Marke geben können. Marken, Leadership und Kompetenzmanagement haben eine vergleichbare Aufgabe. Sie sollen Orientierung geben, Sinn stiften, Vertrauen bilden, emotionale Bindung herstellen. Marken sind die Manifestation der Führungskompetenzen einer Organisation. Der Erfolg beider Instrumente, Marke und Leadership, sind direkt voneinander abhängig und beeinflussen sich gegenseitig. Wenn sie in ihrer Positionierung, ihren Inhalten, Botschaften, Zielen zueinander passen und synchronisiert sind, so leisten sie einen enormen Beitrag zum Organisationserfolg.

### **Leitung**

- Prof. Dr. Sven Grote, Fachhochschule für angewandtes Management, Erding

### **Referentinnen / Referenten**

- Prof. Dr. Sven Grote
- Dr. Volker Casper, Ströer out of home media
- Dipl.-Psych. Christina Grubendorfer, LEA Leadership Equity Association GmbH