



# EMPLOYER BRAND CHECK



## Wo steht Ihr Business?

Die Regionalbank Neue Aargauer Bank (NAB) ist eine wichtige Arbeitgeberin im Aargau. Sie beschäftigt 557 Mitarbeitende, die sich in 32 Geschäftsstellen um Privat- und Firmenkunden kümmern. Gegründet 1849, gehört sie zur Credit Suisse. Sie will die erste Wahl im Aargau für jegliche Bankgeschäfte sein. Die NAB steht für Nähe, Kompetenz und lösungsorientierte Beratung. Mit verschiedenen Sponsorings und Investitionen in die Kultur des Kantons unterstreicht die NAB ihre Aargau-Verbundenheit. Neben den Fakten wünschen wir uns noch eine inspirierende, emotionale Nachricht, mit welcher sich die NAB von anderen Banken unterscheidet und ihre Einzigartigkeit zum Ausdruck bringt.



## Was sind Ihre Kontaktpunkte?

Fragen bleiben bei der NAB nicht lange unbeantwortet. Die Karriere-seite ist leicht auffindbar und überzeugt mit einem klaren, übersichtlichen Aufbau. Die Stellenausschreibungen werden direkt vorgestellt und mit wenigen Klicks erfährt man mehr über die Kultur, Ausbildungen, Karriere-möglichkeiten und Ansprechpartner. Auf der Website sind alle relevanten Ansprechpersonen inklusive E-Mail-Adresse und Direkt-durchwahl aufgeführt. Auch in jeder Stellenanzeige findet sich eine Kontaktperson. Das ist gut.



## Was bieten Sie?

Als Mitarbeitender ist man wichtig und wird gefördert. Wie, steht leider nicht. Details über Benefits, Gesundheitsförderung und Weiterbildungen sind nur bedingt vorhanden. Wie lautet das Arbeitgeberversprechen der NAB? Allgemein hätten wir gerne mehr Eindrücke über das Mitarbeiterleben. Ein Schritt in die richtige Richtung sind die beiden Mitarbeiterinterviews, die leider ein wenig untergehen. So fehlt es uns an Authentizität. Wir sind uns sicher, dass die NAB viel zu bieten hat – sie muss es nur zeigen.



## Wie suchen Sie?

Der Bewerbungsprozess ist im Einklang mit dem Auftritt: unkompliziert und anwenderfreundlich. Bewerber müssen nur eine Seite ausfüllen und schon haben sie sich beworben. Auch hier freuen wir uns über die klare Darstellung, wünschen uns aber mehr Einzelheiten. Neben der Liste von Aufgaben und Anforderungen wäre eine zusätzliche Beschreibung hilfreich für die Bewerber. Auch gibt es noch Potential bei Social Media. Zwar findet man die Stellen auf Jobplattformen, jedoch werden die eigenen Kanäle nicht genutzt, um neue Mitarbeitende anzuwerben. Auf LinkedIn ist die NAB sogar gänzlich inexistent, trotz 256 registrierten Mitarbeitenden und fast 400 Followern. Dies ist eine verpasste Chance.



## Wer soll bei Ihnen arbeiten?

Da sich die NAB in einem klassischen Tätigkeitsfeld bewegt, ist der fachliche Anspruch naheliegend, ohne explizit genannt werden zu müssen. Werte und Verhaltensstandards werden klar definiert. Der Inhalt wirkt jedoch noch sehr standardisiert und nicht sehr NAB-bezogen. Uns fehlt eine persönliche Note. Die Beschreibungen sind sehr allgemein gehalten. So ist es schwer, eine genaue Zielgruppe oder gesuchte Persönlichkeitsprofile ausfindig zu machen.



## Wie ist Ihre Reputation?

Auf Kununu erreicht die NAB einen Score von 3.62. Cool: Die NAB antwortet auf Kommentare. Leider nur bei 6 von 56 Bewertungen. Die Stellungnahmen fallen standardmässig aus. Der Austausch wird angeboten, aber es werden weder Telefonnummer noch E-Mail-Adressen angegeben. Als Unternehmen setzt sich die NAB aktiv für ihren Heimatkanton ein, indem sie durch Sponsoring, die Kulturstiftung sowie dem Charity Verein die Gesellschaft und Kultur des Aargaus unterstützt.



## Sind Sie in den Medien?

Die Medien berichten vor allem über den Führungsspitzenwechsel und die Profitabilität der NAB, überwiegend in einem positiven Ton. Der Auftritt in den sozialen Medien wirkt auch positiv. Der Fokus liegt auf Facebook und YouTube. Die Kanäle sind aber noch ausbaufähig. Über Wettbewerbe wird versucht, die Follower zur Interaktion zu motivieren. Dies gelingt nur bedingt. Es wird wenig geteilt und kommentiert. Der Dialog ist noch sehr einseitig. Regelmässigere Kommunikation und eine engere Vernetzung unter den Kanälen sind angesagt.



## FAZIT

Die Neue Aargauer Bank ist ein wichtiger Stern am Aargauer Himmel. Nicht nur als Vertrauensbank für die Aargauer und als Arbeitgeberin von 557 Mitarbeitenden, sondern als Unterstützer von Kultur und Gesellschaft. Der Kulturverein NAB Charity, der NAB Award und verschiedene Sponsorings unterstreichen dies glaubhaft und schaffen einen guten Draht zum Heimatkanton. Der Onlineauftritt macht die NAB als Arbeitgeberin genauso zugänglich für Bewerber, wie es die 32 Geschäftsstellen für die Kunden tun. Die Karriere-seite ist schnell auffindbar, klar strukturiert und einfach bedienbar. Wenige Klicks führen zu den wichtigsten Informationen. Der ganze Bewerbungsprozess findet auf einer Seite statt. Leider scheinen viele Einzelheiten der Klarheit zuliebe weggelassen worden zu sein. Insbesondere fehlen Details, die über die Unternehmenskultur und das Mitarbeiterdasein berichten. Neben harten Fakten fehlt die emotionale Komponente. Wie sind Unternehmenskultur, Gemeinschaft und Stimmung? Leidenschaft und Inspiration basieren nicht auf Fakten, sondern auf Emotionen. Emotionen sind der Schlüssel für die NAB, um leidenschaftliche und inspirierte Mitarbeiter zu gewinnen und ihr Employer Brand zu optimieren. Hier können wir helfen und ihren Employer Brand optimieren.