

# Employer Brand Check @

Bystronic

## Positionierung

Wo steht Ihr Business?

Als potenzielle Bewerber möchten wir wissen, ob es Bystronic gut geht. Schade, dass man dazu fast gar nichts erfährt. Eine einzelne Umsatzzahl aus dem Jahr 2014 ist zu dürftig. Wie ist der Vergleich zu den Vorjahren? Wächst das Unternehmen? Ist es profitabel? Wo liegen die Chancen und Herausforderungen im Markt? Wo liegen die strategischen Schwerpunkte? Der Imagefilm und das Buch über 25 Jahre Firmengeschichte sind nett – aber wo sind die kurzen, knackigen, relevanten Informationen, die wir bei unserem ersten Kurzbesuch der Website suchen?



Was bieten Sie?



Bystronic zeigt einige Punkte auf, die den Arbeitgeber attraktiv machen. Die Vorstellung als Arbeitgeber ist uns aber zu knapp. Ein Mitarbeiterversprechen (EVP) fehlt im gesamten Karrierebereich der Website. Wofür steht Bystronic als Arbeitgeber? Was zeichnet ihn aus? Wer sind unsere zukünftigen Kollegen? Wie lebt Bystronic innerhalb von Produktionsstätten und Geschäftsräumen? Passen wir zum Unternehmen – und umgekehrt? Investiert Bystronic in unsere Ausbildung? Bietet Bystronic auch Praktika oder Absolventenprogramme? Ein Artikel auf careerstep deutet Themen wie Teilzeit und Frauen in Führungspositionen an. Das klingt vielversprechend. Schade, dass man darüber auf der Unternehmensseite nichts erfährt.



Bei den offenen Stellen sind die fachlichen Ansprüche, die gewünschten persönlichen Kompetenzen sowie die schulischen Voraussetzungen klar. Gut. Die Stellenausschreibungen sind eher knapp – das ist per se auch gar nicht schlecht. Aber zeigen Sie uns doch bitte, welche typischen Profile sie grundsätzlich suchen. Gehören wir zur Zielgruppe? Sie geben uns damit ein besseres Verständnis von der Aufgabenvielfalt und vom Kollegenkreis – auch wenn aktuell keine Stelle zu besetzen ist.



Wer soll bei Ihnen arbeiten?



## Inszenierung

Was sind Ihre Touchpoints?



Für Fragen der Bewerber ist in den Stellenbeschreibungen jeweils ein HR-Kontakt aufgelistet. Wo ist der Kontakt in die Linie? Als potentielle Bewerber interessiert uns das Innenleben von Bystronic. Über unsere zukünftigen Kollegen erfahren wir leider gar nichts. Löbliche Ausnahme: die Lernenden. Von ihnen gibt es Fotos, in einem Text werden sie und ihre Berufswelt vorgestellt, an einer Messe im April präsentierten sie sogar live ihr Können. Das finden wir super, das sind richtige Beweispunkte!



Wie suchen Sie?



Die Stellenbeschreibungen sind nüchtern und klassisch-anforderungsorientiert gehalten – das ist wenig inspirierend. Wir wollen in Stellenbeschreibungen nicht nur erfahren, was der Arbeitgeber erwartet, sondern auch, was Bystronic uns bietet. Zeigen Sie Emotionen! Wecken Sie unsere Begeisterung, damit wir uns bei Ihnen bewerben! Der Zugang zum Stellenportal und das Bewerben per Email ist einfach, das ist gut. Spontanbewerbungen sind keine erwünscht? Die Stellenausschreibungen sind auch über Jobcloud zugänglich, nicht aber über die Social Media Kanäle von Bystronic – verpassen Sie hier nicht eine Chance?



## D! Fazit

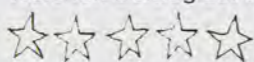
Schade, dass wir so wenig über Bystronic erfahren. Die Organisationsstruktur ist verwirrend, ebenso der Webauftritt. Was gehört zur Gruppe, was zum Schweizer Geschäft? Wie passt die Sales AG in das Gruppengefüge und zur Laser AG? Vision, Leitbild und Strategie fehlen, bis auf die Umsatzzahl eines einzelnen Jahres werden keine geschäftlichen Ergebnisse gezeigt. So können wir uns kein Bild davon machen, ob Bystronic gesund ist. Bystronic informiert über Produkte, positioniert sich aber nicht als Arbeitgeberin. Wofür steht das Unternehmen gegenüber seinen Mitarbeitenden? Wer sind die Menschen, die Bystronic tagtäglich auf der ganzen Welt antreiben? Wo sind Beweispunkte zum Innenleben der Organisation? Kann es sein, dass Bystronic ein "Hidden Champion" ist? Wir glauben: Es ist alles vorhanden – Strategie, Kennzahlen, Mitarbeitende, Erfolgsgeschichten. Sie brauchen es uns nur noch zu erzählen. Dann steigern Sie Ihre Attraktivität als Arbeitgeber sprunghaft.

## Resonanz

Wie ist Ihre Reputation?



Die Reputation von Bystronic auf Kununu: 3 von 5 Punkten bei 27 Erfahrungsberichten. Das zeigt: Mitarbeitende und ehemalige Mitarbeitende gehen mit dem Unternehmen kritisch um. Da gibt es also Potential. Auch auf anderen Social Media Kanälen sind Ihre Mitarbeitenden eher verhalten aktiv. Ob das Unternehmen einen guten Ruf bei Kunden und Behörden und einen guten Ruf bezüglich Nachhaltigkeit und Fairness gegenüber Zulieferern und Partnern hat, ist schwierig nachzuvollziehen. Bei positiver Resonanz liegt auch hier noch Selbstvermarktungspotenzial. Als produzierendes Unternehmen ist Umwelt ein wichtiges Thema – welchen Beitrag zur Nachhaltigkeit leistet Bystronic?



Sind Sie in der Presse?



Bystronic beliefert die Medien zwar nur etwa zweimal jährlich mit Informationen, stellt ihnen aber auf der Website eine grosse Auswahl an Bildern und Informationen zur Verfügung. Das Medienecho zu Bystronic ist durchmischt und reicht von positiver Berichterstattung („Lernende demonstrieren ihr Können“) bis hin zu wenigen kritischen Stimmen („Gewerkschaft kritisiert Abbau bei Bystronic Glass“). Bystronic betreibt eigene Social Media Kanäle. Diese verwirren allerdings durch mehrere Profile. Auf Facebook gibt es beispielsweise vier verschiedene Bystronic-Seiten, drei davon für Standorte in Deutschland – das ergibt keinen Sinn. Wo soll ich mit dem Unternehmen in Kontakt treten? Positiv: Das Unternehmen ist an Sprungbrettevents für Studierende vertreten.



DoD!fferent

Klaus Gottschalk  
+41 44 450 50 57  
www.dodifferent.com