

Kurzfassung der Masterarbeit

Name	Steiner Dominik
Firma	MCH Group AG, 4005 Basel
Studiengang (MAS HRM Nr.)	MAS HRM 52
Abschlussjahr	2020
Titel der Masterarbeit	Entwicklung eines Employer Branding für das Unternehmen MCH Group AG
BetreuerIn	Frau Prof. Dr. Dörte Resch
Vertraulich (ja/nein)	Ja

Ausgangslage / Problemstellung

Die MCH Group AG ist ein führendes internationales Live Marketing Unternehmen und bietet physische und digitale Plattformen sowie individuelle Lösungen - von der Strategie bis zur Umsetzung - in allen Live Marketing Bereichen in unterschiedlichen Branchen an.

Bis ins Jahr 2016 konnte die MCH Group AG jedes Jahr ordentliche Gewinne verbuchen. Jahrzehntlang erhielt die MCH Group AG hunderte Bewerbungen, konnte sich die Mitarbeitenden aussuchen und musste sich nicht um das Employer Branding bemühen.

Seit den Verlustjahren 2017 bis 2019 und in Folge der eingeleiteten Transformation und neuer Unternehmensstrategie per 1. Januar 2020 hat sich die Ausgangslage nach Gewinnung von neuen qualifizierten Mitarbeitenden deutlich erschwert.

Insbesondere im Bereich Corporate ICT gestaltete sich die Suche nach neuen Mitarbeitenden als herausfordernd. Hinzu kommt, dass neue und langjährige Angestellte kündigen und den Bereich Corporate ICT wieder verlassen.

Ziele

Ziel dieser Arbeit ist einerseits die Stärken der MCH Group zu eruieren und Handlungsempfehlungen auszuarbeiten, um bei einer in Schieflage geratenen Unternehmung ein attraktives und glaubwürdiges Employer Branding aufzubauen.

Weiter wird eine Employee Value Proposition für die Zielgruppe ICT als zentrales Arbeitgebendenversprechen entwickelt und anhand dieser gewonnenen Grundlagen eine Handlungsempfehlung für eine Marketingkampagne erarbeitet.

Nutzen

Trotz den verschiedenen Schwierigkeiten, sei es finanzieller oder struktureller Natur, ist es möglich ein attraktives und glaubwürdiges Employer Branding aufbauen.

Vorgehen und methodische Schritte (wissenschaftliche Methoden)

Im ersten Schritt wurden die theoretischen Grundlagen in den Themen Marken, Employer Branding, potenzielle Erfolgsfaktoren der Arbeitgebendenattraktivität, Talent Relationship Management und Transformationsprozess erarbeitet. Nach der Literaturrecherche wurde ein Ablauf des Untersuchungsplanes definiert. Hier handelt es sich um die inhaltliche Gliederung und die Festlegung der Fragestellungen. Für die Untersuchung wurden die Methoden Gruppendiskussionen und Dokumentenanalyse gewählt. Mittels der SWOT-Analyse sind mehrere Handlungsempfehlungen für die MCH Group AG ausgearbeitet worden.

Abschliessend wurde eine Employee Value Proposition für die Zielgruppe ICT inklusive Marketingkampagne entwickelt.

Ergebnisse / Interpretation

Trotz der finanziellen Schieflage der MCH Group AG konnten beim Unternehmen viele verschiedene Stärken u.a. spannende Jobinhalte mit viel Mitgestaltungsraum, ambitionierte Teams und attraktive Benefits ermittelt werden.

Aus den Gruppendiskussionen zeichneten sich auch einige Verbesserungsmassnahmen in der internen Kommunikation, dem Führungsverhalten und der Weiterentwicklung der Unternehmens- resp. HR-Prozesse ab.

Eine kommunikative Leitidee für die Employee Value Proposition der Zielgruppe ICT wurde für die MCH Group AG entwickelt. Diese kann als Neupositionierung hilfreich sein.

Umsetzungsvorschläge / Schlussfolgerungen

Im Rahmen der Masterarbeit wurden verschiedene kurzfristige und langfristige Handlungsempfehlungen für die bestehenden und potenziellen Bewerbenden ausgearbeitet.

Die erarbeiteten Handlungsempfehlungen sollen dazu beitragen, trotz der finanziellen Schieflage der MCH Group AG, eine attraktive, glaubwürdige und bekannte Arbeitgeberin zu sein. Dies ermöglicht das Halten und Gewinnen von gut qualifizierten Mitarbeitenden.