



Wie Mitarbeiter zu Markenbotschaftern und Kunden zu Fans werden

*Erste Ergebnisse des neu entwickelten puls BrandGrowth Tracking
mit Ranking von 169 Marken aus 13 Branchen*

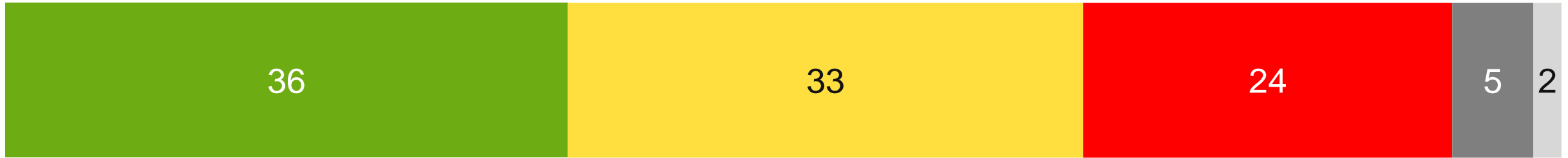
3.158 Interviews
Bewertung von **169** Marken
und **13** Branchen
als Arbeitgeber und aus Kundensicht

36% empfehlen eine Marke als Kunde weiter, aber nur 14% als potenziellen Arbeitgeber

Anteile Weiterempfehlung unter Kunden und als Arbeitgeber – Gesamt

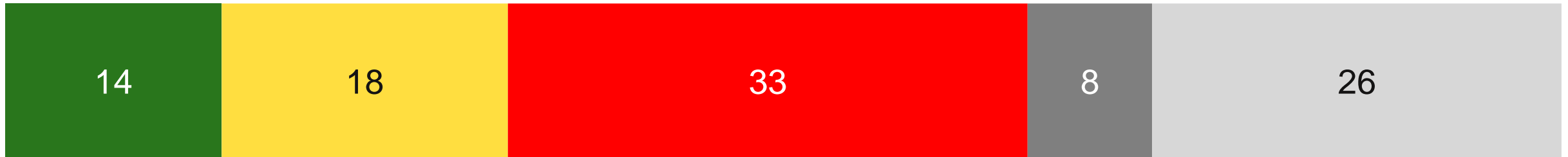
Weiterempfehlung unter Kunden

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ... an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen würden?



Weiterempfehlung als Arbeitgeber

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ... als potenziellen Arbeitgeber weiterempfehlen würden?



■ Fans (= 10 + 9)

■ Neutrale (= 8 + 7)

■ Kritiker (= 6 bis 0)

■ Grundsätzlich keine Empfehlungen

■ Keine Angabe | weiß nicht

Die Weiterempfehlung differiert stark unter Kunden und als Arbeitgeber



Anteile Weiterempfehlung unter Kunden und als Arbeitgeber

Branchen	Weiterempfehlung	
	Unter Kunden	Als Arbeitgeber
Gesamt	36%	14%
Automobilindustrie	43%	16%
LEH	32%	11%
Pflege	31%	14%
Mobilitätsanbieter	22%	14%

In allen Branchen ist die Weiterempfehlung unter Kunden deutlich besser als die Weiterempfehlung als Arbeitgeber

Weiterempfehlung unter Kunden und als Arbeitgeber und dem daraus gebildeten Mittelwert

Branchen	Weiterempfehlung		
	Unter Kunden	Als Arbeitgeber	<u>Mittelwert</u>
Gesamt	36%	14%	25%
Automobilindustrie	43%	16%	30%
Pflege	31%	14%	23%
LEH	32%	11%	22%
Mobilitätsanbieter	22%	14%	18%

In allen Branchen ist die Weiterempfehlung unter Kunden deutlich besser als die Weiterempfehlung als Arbeitgeber

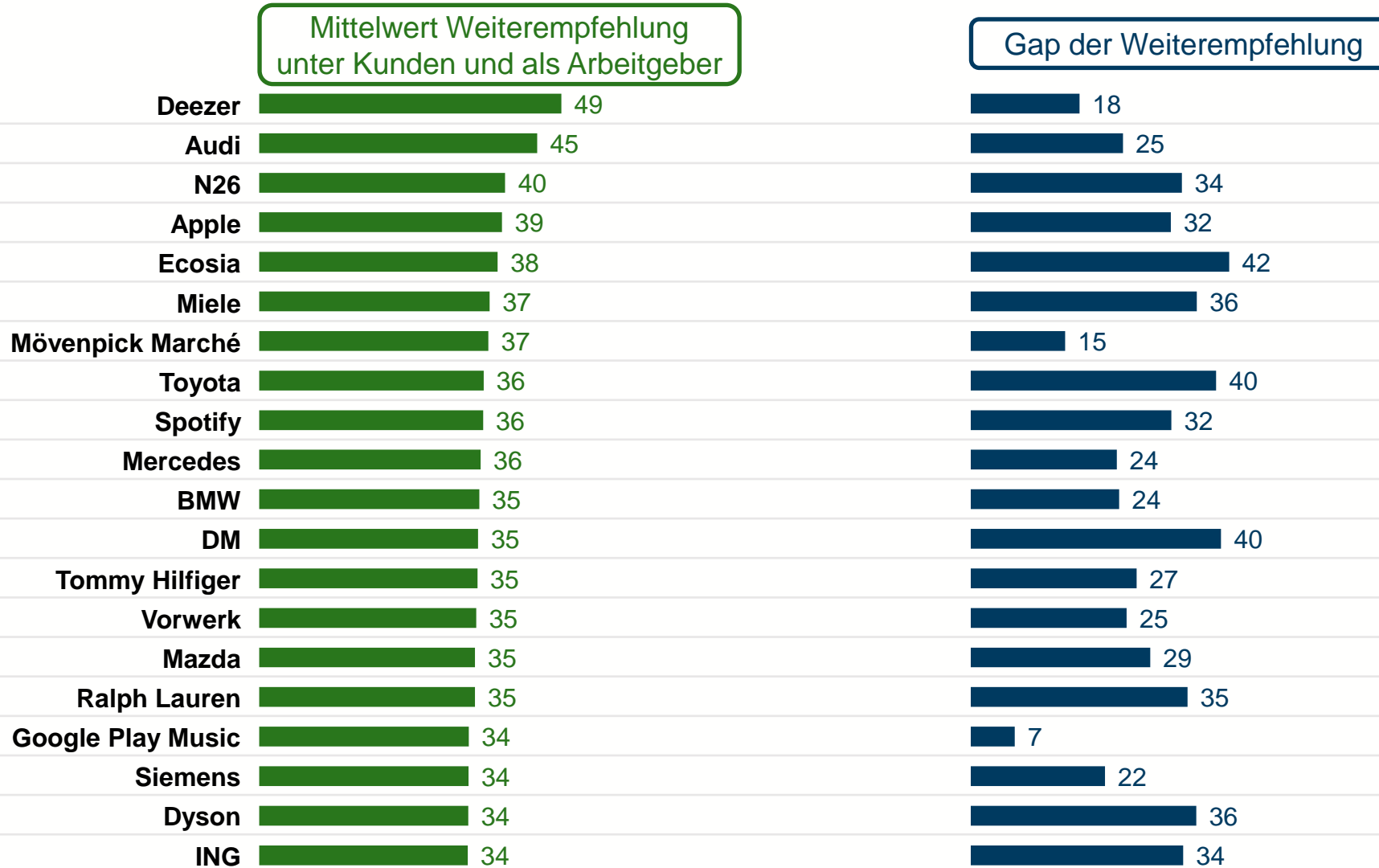
Mittelwert und Gap der Weiterempfehlung unter Kunden und als Arbeitgeber

Branchen	Weiterempfehlung	
	Mittelwert	<u>Gap der Weiterempfehlung unter Kunden und als Arbeitgeber</u>
Gesamt	25%	22%
Automobilindustrie	30%	27%
LEH	22%	21%
Pflege	23%	17%
Mobilitätsanbieter	18%	8%

Deezer mit dem höchsten Anteil an Weiterempfehlern, Ecosia mit dem höchsten Gap der Weiterempfehlung



Top 20 Marken nach Anteil Mittelwert der Weiterempfeher



Mobilitätsanbieter mit schlechtem Image, aber hoher Zukunftssicherheit und gesellschaftlicher Relevanz

Bewertung verschiedener Kriterien zu unterschiedlichen Branchen als potenzieller Arbeitgeber

Kriterien	Branchen			
	Automobilindustrie	Banken	LEH	Mobilitätsanbieter
Image	34	32	23	18
Innovationskraft	29	21	16	18
Bezahlung	27	26	15	17
Zukunfts- und Arbeitsplatzsicherheit	26	25	26	35
Soziale und gesellschaftliche Relevanz	25	25	21	30
Persönliche Karriere- und Entwicklungschancen	22	22	15	19
Spaß an der Arbeit	22	22	15	17
Work-Life-Balance	19	20	12	15
Ökologische Nachhaltigkeit	18	18	16	27

Innerhalb der Mobilitätsanbieter hat die Deutsche Bahn hinsichtlich der Zukunfts- und Arbeitsplatzsicherheit einen Vorsprung



Bewertung verschiedener Kriterien zu unterschiedlichen Branchen als potenzieller Arbeitgeber – Mobilitätsanbieter

Kriterien	Mobilitätsanbieter			
	Gesamt	Deutsche Bahn	ÖPNV	Sixt
Zukunfts- und Arbeitsplatzsicherheit	35	48	33	34
Soziale und gesellschaftliche Relevanz	30	39	31	15
Ökologische Nachhaltigkeit	27	35	27	12
Persönliche Karriere- und Entwicklungschancen	19	29	12	28
Innovationskraft	18	21	12	19
Image	18	19	14	27
Spaß an der Arbeit	17	18	10	20
Bezahlung	17	24	11	22
Work-Life-Balance	15	18	10	20

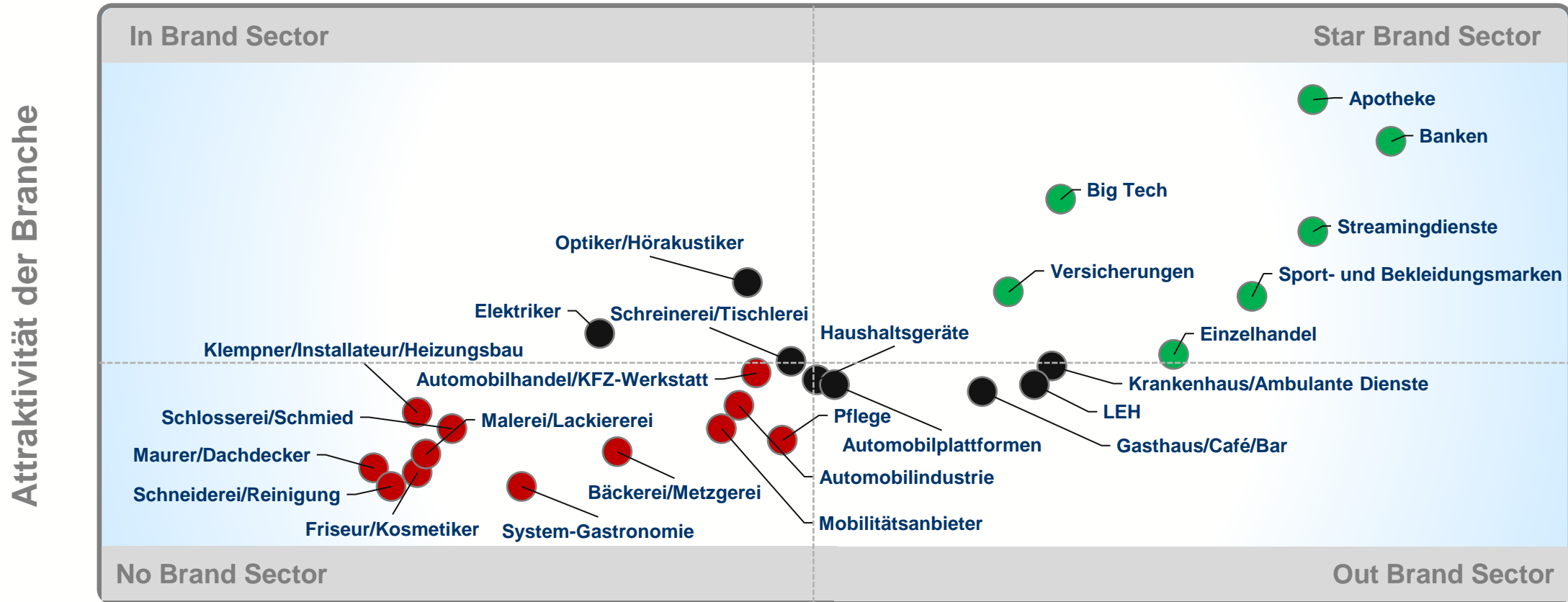
Der Lebensmittelhandel hat insbesondere bei der Zukunfts- und Arbeitsplatzsicherheit ein Imageproblem

Bewertung verschiedener Kriterien von Branchen als tatsächlicher Arbeitgeber vs. potenzieller Arbeitgeber – Lebensmitteleinzelhandel

Kriterien	LEH		
	Tatsächlicher Arbeitgeber	Potenzieller Arbeitgeber	Gap / Imageproblem
Zukunfts- und Arbeitsplatzsicherheit	57	26	31
Spaß an der Arbeit	41	15	26
Ökologische Nachhaltigkeit	36	16	20
Work-Life-Balance	32	12	20
Bezahlung	32	15	17
Innovationskraft	32	16	16
Persönliche Karriere- und Entwicklungschancen	28	15	13
Soziale und gesellschaftliche Relevanz	33	21	12
Image	30	23	7

Apotheken und Banken mit der höchsten Attraktivität und Bereitschaft dort zu arbeiten, Handwerksberufe mit den niedrigsten Werten

Attraktivität von Branchen und Bereitschaft, dort zu arbeiten



Bereitschaft, in der Branche zu arbeiten

Quelle: Brand Trust

„BrandGrowth Tracking 2023“ zur neutralen Messung und Verbesserung der Resilienz

- Gesamtergebnis** mit Trends, ausgewählten Auswertungen nach Marken und Summary
- puls Fan-Check unter Kunden**
Im Fan-Check sind die Gesamtergebnisse des Markenbarometers vollständig integriert
- puls Fan-Check unter Mitarbeitern**
Im Fan-Check sind die Gesamtergebnisse des Markenbarometers vollständig integriert

€ 599,- zzgl. MwSt.

ab € 5.000,- zzgl. MwSt.

ab € 3.000,- zzgl. MwSt.



**Wie Mitarbeiter zu Markenbotschaftern
und Kunden zu Fans werden**

Erste Ergebnisse des neu entwickelten puls BrandGrowth Tracking
mit Ranking von 169 Marken aus 13 Branchen

puls BrandGrowth Tracking

1

Alles Weitere gerne per ZOOM