

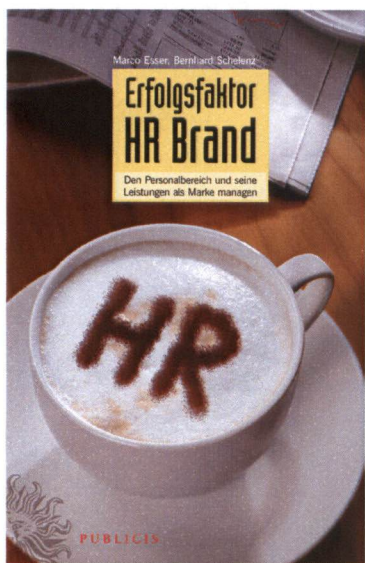


PUBLICIS

Marco Esser, Bernhard Schelenz

# Erfolgsfaktor HR Brand

Den Personalbereich und seine Leistungen als Marke managen



2011, 191 Seiten,  
gebunden  
ISBN 978-3-89578-380-7  
€ 34,90 [D]

## Zielgruppen:

Personalmanager, Marketing- und Markenexperten, Berater, Führungskräfte, Unternehmer, Geschäftsführer, Kommunikationsverantwortliche

## Fachgebiete:

HR-Management, Unternehmensführung, Personal- und Unternehmenskommunikation, Marketing, Markenführung, Journalismus

Beim Thema HR Brand geht es um das Markendesign und die Vermarktung von HR-Produkten und -Dienstleistungen sowie die der HR-Funktion. HR baut eine Marke unter dem Dach der Corporate Brand auf – als eigenen Business Brand. Diesen positioniert und kommuniziert HR dann nach innen und außen. Für HR ist das HR Brand Management eine strategische Aufgabe des Personalressorts: Im Sinne eines Portfolio-Managements werden die einzelnen HR-Dienstleistungen und -Produkte – als Submarken – „orchestriert“, priorisiert und entlang der Wertschöpfungskette und den Unternehmenszielen gemanagt.

Personalmanagement braucht eine klare Identität und ein attraktives Profil, um eigene Konzepte, Maßnahmen, Produkte und Erfolge wirkungsvoll und wirtschaftlich zu kommunizieren. Die Lösung liegt in einem systematischen HR Brand Management. Auf dieser Basis kann ein erfolgreicher Dialog mit Führungskräften, Mitarbeitern und potenziellen Bewerbern geführt werden, der die Reputation und das Image von HR stärkt. Die Marke „Personal“ zahlt dabei stets auf das Konto der Unternehmensmarke ein, wie das „Employer Branding“ auch. HR Brand muss künftig als neue Disziplin geführt werden, denn die Marketingorientierung von HR und seiner Produkte und Dienstleistungen sichert der Personalarbeit von Unternehmen intern – und extern – Bekanntheit, Vertrauen und Image. Hierin liegt der wesentliche Wertbeitrag von HR Brand.

Marco Esser, Bereichsleiter „HR Business Management“ bei der Commerzbank, und Bernhard Schelenz, Geschäftsführer der „Personalkommunikation Schelenz“, führen klar strukturiert, gut lesbar und mit hohem Praxisbezug in dieses aktuelle Thema ein:

- Sie zeigen, wie man einen HR Brand aufbaut, managt und kommuniziert.
- Sie präsentieren eine umfassende Fallstudie zur Implementierung eines „HR Brand“ in der Commerzbank AG.

„Erfolgsfaktor HR Brand“ ist mit vielen praktischen Beispielen untermauert und richtet sich an Unternehmen unterschiedlicher Größe, vom Familienunternehmen bis zum Großunternehmen, an Personalmanager, Marketing- und Markenexperten, an Berater, Führungskräfte und selbstständige Unternehmer sowie Geschäftsführer und Kommunikationsverantwortliche.



Manfred Böcker, Bernhard Schelenz

## Personalentwicklung als Kommunikationsaufgabe

Herausforderungen, Lösungsansätze und Praxisbeispiele

Jedes Produkt der Personalentwicklung und -information braucht Kommunikation. Dieses Buch erläutert an praktischen Beispielen Kommunikationsmaßnahmen aus verschiedenen Unternehmen, deren Ziele und Zielgruppen, Botschaften, die Planung und Umsetzung sowie die verwendeten Medien und gibt Hinweise darauf, wie man den Erfolg solcher Maßnahmen einschätzen oder messen kann. Zielgruppen des Buchs sind Personalentwickler und Personalleiter, PR-Spezialisten

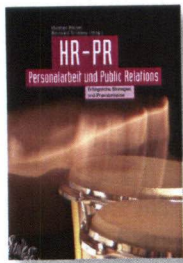
sowie Berater und Dienstleister im HR- und Kommunikationsbereich.

**Jede HR-Abteilung und jede interne Kommunikation braucht Ideen und Wissen zu diesem Thema.**

2009, 182 Seiten,  
gebunden  
ISBN 978-3-89578-345-6  
€ 34,90 [D]

**Zielgruppen:** Personalreferenten, Unternehmensberater, Presse-referenten, Führungskräfte, Unternehmer, Kommunikations- und Werbeabteilungen, Personalagenturen, Werbeagenturen, Journalisten

**Fachgebiete:** HR-Management, Unternehmensführung, Personal- und Unternehmenskommunikation, Marketing, Journalismus



Manfred Böcker, Bernhard Schelenz

## HR-PR: Personalarbeit und Public Relations

Erfolgreiche Strategien und Praxisbeispiele

Nur wenige Unternehmen in Deutschland positionieren sich bislang mit einer klaren PR-Strategie als attraktive Arbeitgeber. Immer mehr Unternehmen erkennen jedoch, dass ein passives Anfragemanagement im Hinblick auf Personalthemen angesichts des Fach- und Führungskräftemangels nicht mehr ausreicht – und erkennen Employer-PR als wichtigen Bestandteil eines ganzheitlich verstandenen Image-Managements. Das Buch gibt Einblicke in die Praxis einer noch relativ jungen Kommunikationsdisziplin. Zielgruppen sind Kommunikationsverantwortliche in Personalabteilungen und PR-Spezialisten in den Unternehmen sowie alle,

die sich professionell mit dem Image von Arbeitgebern und Personalarbeit beschäftigen.

**PR-Arbeit wird immer mehr zu einem wesentlichen Element der Personalbeschaffung.**

2008, 142 Seiten,  
gebunden  
ISBN 978-3-89578-325-8  
€ 29,90 [D]

**Zielgruppen:** Personalreferenten, Unternehmensberater, Presse-referenten, Führungskräfte, Unternehmer, Kommunikations- und Werbeabteilungen, Personalagenturen, Werbeagenturen, Journalisten

**Fachgebiete:** HR-Management, Unternehmensführung, Personal- und Unternehmenskommunikation, Marketing, Journalismus



Bernhard Schelenz (Hrsg.)

## Personalkommunikation: Recruiting!

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gewinnen und halten

Erfolgreiche Personalkommunikation ist die wesentliche Grundlage der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Dieses Buch zeigt erfolgreiche Beispiele gelungener Personalkommunikation aus ganz unterschiedlichen Branchen – Handel, Banken, Versicherungen, IT, Consulting, Elektrotechnik, Maschinenbau, Automobilindustrie, Pharmazie, Chemie, Energie usw. Lassen Sie sich von anderen Unternehmen und Branchen inspirieren, vom DAX-30-Unternehmen bis zum Mittelstand, damit auch Sie für die Zukunft gerüstet sind!

**Das Buch bietet Best Practices mit hohem Wirkungsgrad!**

2007, 255 Seiten,  
gebunden  
ISBN 978-3-89578-303-6  
€ 37,90 [D]

**Zielgruppen:** Personalreferenten, Führungskräfte, Unternehmer, Unternehmensberater, Personalreferenten, Werbeabteilungen, Personalagenturen, Werbeagenturen

**Fachgebiete:** HR-Management, Unternehmensführung, Unternehmenskommunikation, Marketing

## Bestellschein/Order form

Bitte liefern Sie mir folgende Titel /

Please send me the following titles:

978-3-89578-380-7		HR Brand
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title
	978-3-89578-345-6	Personalentwicklung
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title
	978-3-89578-325-8	HR-PR
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title
	978-3-89578-303-6	Recruiting!
Expl. / Qty.	ISBN	Kurztitel / Short title

## Zahlungsweise/Terms of payment

- Bitte senden Sie mir eine Rechnung /  
Please send an invoice
- Bitte belasten Sie meine Kreditkarte /  
Please charge to my credit card
- dienstlich / business  privat / private



gültig bis / valid until:  (MMYY)

Kartennr. / Card No.

Name

Firma / Company

Abteilung / Department

Straße / Street

PLZ, Ort / Zip code, City

Telefon / Phone

E-Mail / e-mail

Datum, Unterschrift / Date, Signature

**Vielen Dank für Ihre Bestellung. Bitte senden Sie Ihre Bestellung an Ihre Buchhandlung / Thank you for your order. Please send your order to your local bookseller**

oder an:

Wiley, Postfach 10 11 61, D-69451 Weinheim  
Tel. + 49 (0) 62 01-60 64 00  
Fax + 49 (0) 62 01-60 61 84  
E-Mail: [service@wiley-vch.de](mailto:service@wiley-vch.de)  
[www.wiley-vch.de](http://www.wiley-vch.de)

Wiley, P.O. BOX 101161, D-69451 Weinheim,  
Germany, Tel. + 49 (0) 62 01-60 64 00  
Fax + 49 (0) 62 01-60 61 84  
E-Mail: [service@wiley-vch.de](mailto:service@wiley-vch.de)  
[www.wiley-vch.de](http://www.wiley-vch.de)

Alle Preise enthalten die gesetzliche Mehrwertsteuer. Die Lieferung erfolgt zuzüglich Versandkosten. / In EU countries the local VAT is effective. Postage will be charged.