

Pressemitteilung

Wien, 13. Juli 2012

T-Mobile gewinnt Staatspreis für Employer Branding

- Staatspreise KNEWLEDGE Award vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend vergeben
- T-Mobile gewinnt den Sonderpreis für Employer Branding
- Gesundheits- und Life-Work-Balance-Programme, Schulungsmaßnahmen, Karenziertenmodell und Benefits für MitarbeiterInnen überzeugten

T-Mobile Austria konnte sich gestern, 12. Juli 2012, beim Staatspreis KNEWLEDGE 2012 durchsetzen und gewinnt den Sonderpreis „Employer Branding“. Das Unternehmen überzeugte mit seinem Konzept ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Konzernweit gilt T-Mobile Austria als Best-Practice-Beispiel für eine erfolgreiche umgesetzte Personalstrategie. Weitere Infos unter <http://www.knewledge.at/sonderpreis-employer-branding-2012>.

Unter Employer Branding versteht man die intern wie externe Entwicklung und Positionierung einer Unternehmensmarke als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber. Bei der Preisverleihung wurden besonders die Programme zu Gesundheits- und Work-Life-Balance, die Schulungsmaßnahmen, das Karenzmodell und die Vorteile für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von T-Mobile hervorgehoben.

„T-Mobile ist in den letzten Jahren mehrfach als attraktiver Arbeitgeber von unterschiedlichen Instituten ausgezeichnet worden. Auf den KNEWLEDGE Staatspreis zu 'Employer Branding' sind wir ganz besonders stolz. Bei Employer Branding geht es uns darum, T-Mobile als Arbeitgeber lebendig darzustellen. Damit möchten wir KandidatInnen bereits im Bewerbungsprozess die Möglichkeit geben zu sehen, welche Werte für uns als Unternehmen besonders wichtig sind. Damit kann jeder Interessent besser entscheiden, wie

gut sie oder er zu T-Mobile passt. Persönliche Einstellungen, Kunden- und Serviceorientierung, Leistungsbereitschaft, Flexibilität, Integrität und Verlässlichkeit sind uns dabei besonders wichtig", erklärte Joachim Burger, Geschäftsführer Personal T-Mobile Austria, zur Auszeichnung.

Interne und externe Maßnahmen für Employer Branding

Zu den internen Employer-Branding-Maßnahmen zählt in erster Linie offene Kommunikation und Transparenz im Hinblick auf die Angebote und Leistungen für MitarbeiterInnen. Dazu gehören gut nachvollziehbare Modelle der Expertenentwicklung namens GoAhead!, Mitarbeiterentwicklungsgespräche, interne Entwicklungsmöglichkeiten sowie die internationale Jobbörse. Die interne Besetzungsquote lag 2011 bei rund 70 Prozent.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden mit regelmäßigen E-Mails mit den wichtigsten Informationen persönlich am laufenden gehalten, während das neu aufgebaute Intranet als interner Nachrichten- und Servicekanal einen umfassenden Überblick über alle Themen von T-Mobile gibt. Für neue Kolleginnen und Kollegen gibt es ein umfassendes Onboarding-Programm. Dabei wird ein Patensystem über drei Monate (eine erfahrene Kollegin oder Kollege begleitet den oder die Neue in den ersten drei Monaten als informeller Gesprächspartner) geboten, ein Welcome Day inklusive Begrüßung durch die Geschäftsführung, ein Shop- und Callcenter-Tag zum Kennenlernen. Alle MitarbeiterInnen können sich laufend bei internen Schulungen über neue Produkte und Technologien weiterbilden.

Gesundheit und Work-Life-Balance

T-Mobile setzt auf Gesundheitsmanagement und Work-Life-Balance-Programme wie z.B. „T-Health & Wellness“-Programme, Arbeitsmedizin (betriebliche Gesundheitsvorsorge), diverse Sportkurse, anonymes Beratungsservice, Betriebskindergärten in Graz und Wien sowie Kinderbetreuung an schulautomomen Tagen. Unterschiedliche Arbeitszeitmodelle wie „Mobile Working“ und Teilzeitarbeitsmodelle ermöglichen die gute Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben. Vergünstigte

Handytarife, Essenzuschuss für die Kantine, vergünstigte Pensions- und Lebensversicherung und zahlreichen weitere Leistungen runden die Angebote von T-Mobile ab.

„Stay in contacT“ in der Karenzzeit

Bei T-Mobile Austria sind durchschnittlich zehn Prozent aller Beschäftigten in Karenz. Ein professioneller und wertschätzender Umgang mit MitarbeiterInnen, die Karenzierungen aus familiären Gründen oder zu Weiterbildungszwecken anstreben, ist für T-Mobile selbstverständlich und wird durch spezielle HR-Maßnahmen ermöglicht und gefördert. Die Initiative „Stay in contacT“ wurde im März 2011 mit einem Deutsche Telekom Award als „Most Successful Gender Diversity Initiative“ ausgezeichnet und dient im gesamten Deutsche Telekom Konzern als Best-Practice-Beispiel für ein erfolgreich umgesetztes Diversity-Programm. Regelmäßige Treffen ermöglichen den karenzierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, mit dem Unternehmen in Kontakt zu bleiben. Auch während der gesamten Zeit bleibt der Zugang zu Intranet möglich, um über Unternehmensentwicklungen am laufenden zu bleiben.

T-Mobile Karriere goes Facebook

Die erste karrierebezogene Facebook-Seite von T-Mobile war die Lehre@T-Mobile Website. Diese wurde im Oktober 2010 gelauncht, um diese spezielle Zielgruppe optimal zu erreichen. Für 40 Lehrstellen haben sich 750 Bewerber gemeldet. Lehrlingsausbilder berichteten via T-Stories aus ihrem Alltag: Dadurch wurde der Lehrberuf bei T-Mobile lebendig vermittelt und etwaige Hemmschwellen abgebaut. Dieses Konzept wurde bei der neuen T-Mobile Austria Karriere fortgesetzt, die im März 2011 gelauncht wurde und rund 1500 Fans zählt.

Ganzheitliche Strategie gefragt

Der KNEWLEDGE Staatspreis wurde heuer zum fünften Mal vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend vergeben und prämiert in der Hauptkategorie Personalentwicklungsmaßnahmen und in der Nebenkategorie Employer Branding Maßnahmen. Mit dem Sonderpreis

„Employer Branding“ wird ein Unternehmen ausgezeichnet, das sich um den Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke besonders verdient gemacht hat. Bei der Auswahl mussten Fragen rund um den Employer-Branding-Prozesses, der Arbeitgeberpositionierung (Employer Positioning Statement), der Unique Employment Proposition, des Cultural Fit, der Implementierung und Umsetzung der Arbeitgeberpositionierung sowie deren Evaluierung beantwortet werden.

Bildtext:

Foto (v.l.n.r.): SC Dr. Matthias Tschirf (BMWFJ), Andrea Schörgenhofer (T-Mobile), Mag. Joachim Burger (Geschäftsführer Personal T-Mobile) und Jurymitglied Gerhard Preslmayer (SPS Marketing GmbH)

Credits: KNEWLEDGE-Award/BMWfJ

T-Mobile Austria

Barbara Holzbauer, MA

Pressesprecherin Unternehmen

Tel.: 0676 8200 6017

E-Mail: barbara.holzbauer@t-mobile.at

T-Mobile Austria ist mit 4,060 Millionen Kunden der zweitgrößte Mobilfunkanbieter Österreichs und gilt als der Innovationstreiber der Branche. Die beiden Marken "T-Mobile" und "tele.ring" sprechen unterschiedliche Zielgruppen an: T-Mobile lebt den Slogan „Gemeinsam mehr erleben“ und bietet Innovationen rund um Smartphones, Services und Applikationen. Die Marke tele.ring ist der erfolgreiche Preisführer am österreichischen Mobilfunkmarkt. 2011 investierte T-Mobile über 100 Millionen Euro in den Netzausbau mit HSPA+ und den Aufbau der nächsten Mobilfunkgeneration LTE. T-Mobile Austria beschäftigt 1.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wurde 2011 von Aon Hewitt als attraktivster Arbeitgeber Österreichs ausgezeichnet. Das Unternehmen hat den Hauptsitz im T-Center am Rennweg nahe der Südost-Tangente und neben den 48 T-Mobile Shops auch Vertriebsniederlassungen in Salzburg, Innsbruck, Graz und Klagenfurt.

T-Mobile Austria ist eine Tochtergesellschaft der Deutsche Telekom und gehört damit zu einem der führenden Kommunikationsunternehmen weltweit. Dank der internationalen Ausrichtung des Unternehmens profitieren T-Mobile Kunden auch im Ausland von einer breiten Palette an Produkten und Services.