

Globale Hinwendung zu Vertrauen: Die Employer Branding Creativity Awards 2025 beleuchten neue Talent-Trends

SHANGHAI, SHANGHAI, CHINA,
December 12, 2025 /

EINPresswire.com/ -- Da der globale Wettbewerb um Talente sich verschärft, stufen Organisationen ihre Arbeitgebermarke zunehmend von einer auf Rekrutierung fokussierten Aktivität zu einer Kernstrategie auf. Authentisches Storytelling, die Gestaltung der Mitarbeitererfahrung und der Aufbau von Vertrauen sind zu bestimmenden Komponenten der modernen Wettbewerbsfähigkeit von Organisationen geworden.



Die [Employer Branding Creativity Awards 2025](#) wurden erfolgreich am 1. Dezember in Xishuangbanna abgeschlossen. Ausgerichtet vom [Employer Branding Institute](#) und unterstützt von BusinessWeek/Chinese Edition, Xiaoguo und Lockin China, erhielten die Awards 1.831 Einreichungen von 534 Organisationen aus den Bereichen Technologie, Finanzen, Konsumgüter, Fertigung, Gesundheitswesen und Dienstleistungen. Zu den teilnehmenden Organisationen gehörten unter anderem Mercedes-Benz, AstraZeneca China, Bosch China, L'Oréal China, Marriott International und H&M.

Die internationale Jury bestand aus führenden Employer-Branding-Experten, darunter Richard Mosley, Ali Ayaz und Barbara Zych, sowie interdisziplinären Führungspersönlichkeiten aus Marketing, Gemeinwohl und Wirtschaftsmedien. Unter Verwendung des "4+1"-Bewertungsrahmens des Instituts – Inhaltsoperation, kreatives Design, Kommunikationsstrategie, Nutzererfahrung plus einem zusätzlichen zielgerichteten Kriterium – wählte das Gremium 160 herausragende Einreichungen aus, die 74 Organisationen repräsentieren.

Frau Ocean Fu, Gründerin des Employer Branding Institute, sagte: "In den letzten neun Jahren haben wir beobachtet, wie sich Employer Branding vom Storytelling zum Vertrauensaufbau

verlagert hat. An einem durch KI geprägten Arbeitsplatz beschleunigt sich die Effizienz, doch das Verständnis zwischen Menschen und Organisationen braucht mehr Zeit. Algorithmen können Prozesse optimieren, aber sie können kein Vertrauen aufbauen. Echtes Employer Branding hilft Mitarbeitern, Veränderungen zu verstehen und zu bewältigen, anstatt sie nur oberflächlich aufzupolieren." Sie fuhr fort: "Während KI Arbeitsabläufe neu strukturiert, liegt der Wert von Employer Branding darin, jedem Mitarbeiter zu helfen, seinen Platz zu finden. Echte Markenvitalität entsteht nicht durch Verpackung, sondern durch das Verstehen von Menschen. Wir hoffen, dass mehr Organisationen über effizienzgetriebene Praktiken hinausgehen und Ökosysteme des Vertrauens kultivieren – in denen Mitarbeiter verschiedener Generationen und Hintergründe sich wirklich gesehen und unterstützt fühlen."

Die Einreichungen dieses Jahres hoben mehrere bemerkenswerte Verschiebungen hervor: eine wachsende Betonung des Designs der Mitarbeitererfahrung; zunehmende Nutzung KI-gestützter Kommunikation; Organisationskultur wird zentral für die Arbeitgebermarken-Erzählung; und steigende abteilungsübergreifende Zusammenarbeit bei der Inhaltserstellung.

Der neu eingeführte Achievement Award zeichnete Exzellenz in der organisationalen Talentstrategie aus. Zu den Ausgezeichneten gehörten Teams von Lianjia, BEIJING FANUC, Bosch China, Greentown China Holdings Limited, Marriott International und Mercedes-Benz. Die Organisatoren kündigten Pläne an, die internationale Beteiligung zu erweitern und die globalen Austauschmechanismen für die Ausgabe 2026 zu stärken. Die Anmeldung für die Awards 2026 wird im Mai 2026 geöffnet.

Über das Employer Branding Institute

Das Employer Branding Institute (EBI) ist ein führendes Forschungsinstitut, das sich der Arbeitgebermarkenstrategie, -forschung und -innovation widmet. EBI vereint globale Autoritäten, darunter Simon Barrow, den Urheber des Employer-Brand-Konzepts, und Richard Mosley, der weithin als "Vater des Employer Branding" gilt. Das Institut betreut weltweit mehr als 2.000 Kunden, darunter über 300 Fortune Global 500-Unternehmen.

EBI ist eine Co-Branding-Initiative von HRflag und Wild Theory und stärkt damit seine Führungsposition bei der Förderung von Employer-Branding- und Zugehörigkeitspraktiken weltweit.

MEDIENKONTAKT:

Frau Ocean Fu

Tel.: +86 138 1641 9074

E-Mail: ocean.fu@ebwings.com

FUHAIYANG

Wild Theory

+86 138 1641 9074

[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/874909344>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2025 Newsmatics Inc. All Right Reserved.