

# EMPLOYER BRANDING

Innen gelebt und nach aussen getragen.



## Was ist ein Employer Branding

- Ein Wertversprechen an bestehende und neue Mitarbeitende.
- Die Sicherstellung, dass eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit fokussiert ist.
- Mitarbeitende werden miteinbezogen und ihre Fähigkeiten werden mit umsichtigen Entwicklungsmassnahmen gefördert.
- Klar definierte Prozesse und Abläufen erleichtern das Miteinander, vermitteln Sicherheit und verstärken die Mitwirkungsbereitschaft.
- Personal- und Unternehmensmarketing; Steigerung der Arbeitgebermarke und Erhöhung der Attraktivität am Arbeitsmarkt.
- Neue Mitarbeitende werden sorgfältig und strukturiert eingeführt. Sie werden über alle Stufen während ihres Arbeitsverhältnisses professionell begleitet.

Human Resources, Marketing und Kommunikation sind wichtige Akteure beim Employer Branding und müssen gemeinsam an einem Strang ziehen. Grundsätzlich gilt es zu klären, welche Wirkungsbilder sollen in der Aussenwelt kreiert, bedient und wahrgenommen werden? Vor allem aber, können wir sicherstellen, dass wir den Wiedererkennungswert im Inneren des Unternehmens authentisch darstellen können? Denn, was nützt Ihnen die «Anziehung» in der Arbeitgeber- und Vakanzkommunikation, wenn Bewerbenden bereits nach einer ersten Kontaktaufnahme mit einer Standardabsage beglückt werden oder, ihre Bewerbung wochenlang liegen bleibt. Da versichere ich Ihnen, dass «das Feuer» für Sie als neuen Arbeitgeber und die von Ihnen angepriesene Stelle bereits erloschen ist.

### Stellen Sie sich diese Kernfragen



Was ist unser Ziel?



Welches Wertversprechen wollen wir vermitteln?



Wie wollen wir uns positionieren?

## Employee Journey

Eine starke Arbeitgebermarke sorgt dafür, dass Mitarbeitende stolz sind beim eigenen Unternehmen zu arbeiten und dieses weiterempfehlen. Eine faire und wertebasierte Führungsarbeit, solide Strukturen, Weiterbildungsmöglichkeiten sowie sichtbare Marketingaktivitäten in «der Aussenwelt» sind unverzichtbare Eckpfeiler. Letztere führen dazu, dass durch die Wiedererkennung bei den Mitarbeitenden «der Unternehmerstolz» verstärkt wird.

Auch Personalgewinnungsprozesse von Fachkräften können dadurch verbessert und die Kosten gesenkt werden. Eine klare, sichtbare und gelebte Kommunikation von Unternehmenswerten nach innen und aussen, eine positive und entwicklungsfähige Arbeitsumgebung sowie attraktive Benefits sind dabei entscheidend für den Erfolg einer Employer Branding Strategie.



## Internes Employer Branding ist Chefsache. Wer gewinnen will, muss authentisch sein.

Ein «WIR»-Gefühl zu vermitteln ist die Grundbasis. Bekannterweise wird Top-Down vorgelebt und im Zuge der «Chancengleichheit» eine individuelle, situativ abgestimmte und kognitive Persönlichkeitsförderung angestrebt. Ein intern erfolgreich funktionierendes Employer Branding hängt deshalb in der Umsetzung massgeblich von einer Führungskraft ab. Und, ob es ihr gelingt, die Unternehmenswerte mit Zielgruppen angepasster Kommunikation, begleitet von entsprechenden Verhaltensweisen, zu vermitteln.

Zukünftig werden hybride Arbeitsformen weiter an Dynamik gewinnen und etabliert werden. Einige Grossunternehmen vermissen jedoch den Bezug zu den Mitarbeitenden. Allenfalls verbirgt sich dahinter auch eine Angst, die Kontrolle zu verlieren, die zwangsläufig auf Misstrauen basiert. Es darf also gerne an dieser Stelle auch die Motivation hinterfragt werden, für die Rückkoppelung von Mitarbeitenden an den Arbeitsplatz.

Herzlichst Ihre,



**« Employer Branding wird nach innen gelebt und nach aussen getragen. »**