K12
Kommunikation
verändert.



Employer Branding

Die Richtigen finden & dauerhaft binden

Inhalt

3 Status quo

4 Employer Brand

5 Arbeitgeberversprechen (EVP)

6 Masterplan

7 Quick Wins

8 Authentizität

9 Ausblick

Mit den Besten schneller ans Ziel

Ob kleines Start-up, traditionsreiches mittelständisches Unternehmen oder global agierender Konzern: Wer sein Unternehmen oder seine Organisation fit für die Zukunft machen will, braucht eine Arbeitgebermarke, die erfolgreich geeignete Kandidat:innen anzieht und dauerhaft an das Unternehmen bindet.

In diesem Whitepaper haben wir einige Anregungen, Tipps und Fragen zusammengestellt, die Ihnen helfen sollen, Ihr Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt besser zu positionieren – damit Sie mit der richtigen Mannschaft an Bord Ihre strategischen Ziele erreichen können.



Status quo

Arbeitsmarkt im Umbruch
Unternehmen brauchen die richtigen Mitarbeitenden, um sich ihre Innovationskraft zu erhalten und in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben. Doch die demografische Entwicklung, ein leergefegter Arbeitsmarkt und der damit einhergehende Fachkräftemangel setzen heute vielen Unternehmen Grenzen für das Wachstum. Willkommen im Arbeitnehmermarkt: Heute buhlen in zahlreichen Branchen immer mehr Unternehmen um immer weniger qualifizierte Talente – die sich in der Folge ihren Wunscharbeitgeber aussuchen. Bewerbende bestimmen das Spiel!

The perfect fit
Geeignete Kandidat:innen für offene Positionen zu finden, ist heute eine Herausforderung. Einerseits müssen die Kandidat:innen zu Kultur und langfristigen Zielen des Unternehmens passen – andererseits müssen Arbeit und Unternehmen aber auch kompatibel zum Wertesystem der Kandidat:innen sein. Fehlbesetzungen sorgen für Frust auf beiden Seiten – und kosten viel Geld, Zeit und Nerven.

Zeit zum Umdenken
Haben Sie sich schon bei Ihren künftigen Mitarbeitenden beworben? Ein radikaler Perspektivwechsel hilft, den Bewerbermarkt mit anderen Augen zu sehen. Was findet Ihre Wunschkandidatin oder Ihr Wunschkandidat bei Ihnen, was sie oder er nirgendwo sonst findet? Was bewegt sie, was motiviert ihn? Präsentieren Sie sich von Ihrer Schokoladenseite – charmant, witzig, fachlich versiert! Und vor allem: Überraschen Sie! Denn Sie wollen in der Masse auffallen.

Kleine Experimente fürs Umdenken
- Bewerben Sie sich einfach mal selbst auf eine Position in Ihrem Unternehmen!
- Oder: Reagieren Sie auf das Interesse eines vielversprechenden Talents mit einer Gegenbewerbung!

Schauen Sie genau hin!
Das tun Kandidat:innen nämlich auch. Wie steht Ihr Unternehmen auf Arbeitgeberbewertungsportalen wie kununu und glassdoor da? Reflektieren die Bewertungen den aktuellen Status von Kultur und Atmosphäre Ihres Unternehmens – oder verfälscht eine aktive enttäuschte Minderheit das Bild?

Hand aufs Herz: Nehmen Sie sich selbst als attraktiver Arbeitgeber wahr? Oder lässt Ihr aktueller Auftritt wesentliche Fragen unbeantwortet und der Funke will nicht so recht überspringen? Hilfe naht!

Mit einer Employer Brand mehr erreichen

Allem voran: Employer Branding ist kein Personalmarketing und aufs Recruiting beschränkt. Es setzt viel tiefer an. Einerseits entwickelt es sich von innen heraus: Eine Employer Brand bringt die Identität ans Licht und verlangt, sich mit den Werten – dem Purpose – eines Unternehmens auseinanderzusetzen. Andererseits sollte eine Employer Brand differenzieren. So lernen Sie Ihre Zielgruppe „Bewerbende“ besser kennen und analysieren den Wettbewerb genau.

„Employer Branding ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirkende Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber.“

Quelle: DEBA

Mit Strategie ans Ziel
Kern einer attraktiven Arbeitgebermarke ist das Arbeitgeberversprechen (EVP). Konsistentes Employer Branding macht dieses Versprechen – oder vielmehr seinen Geist – über alle Maßnahmen und Kanäle erlebbar.

Sichtbarkeit
Wer sich dauerhaft im Bewusstsein potenzieller Bewerbender positioniert, sichert sich auf dem Arbeitsmarkt einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Erwünschte Nebenwirkungen
Obwohl sich Employer Branding konsequent an Arbeitnehmende richtet, kann es auch die Unternehmens-/Markenwahrnehmung der Kunden positiv beeinflussen.





EVP: Was ist das?

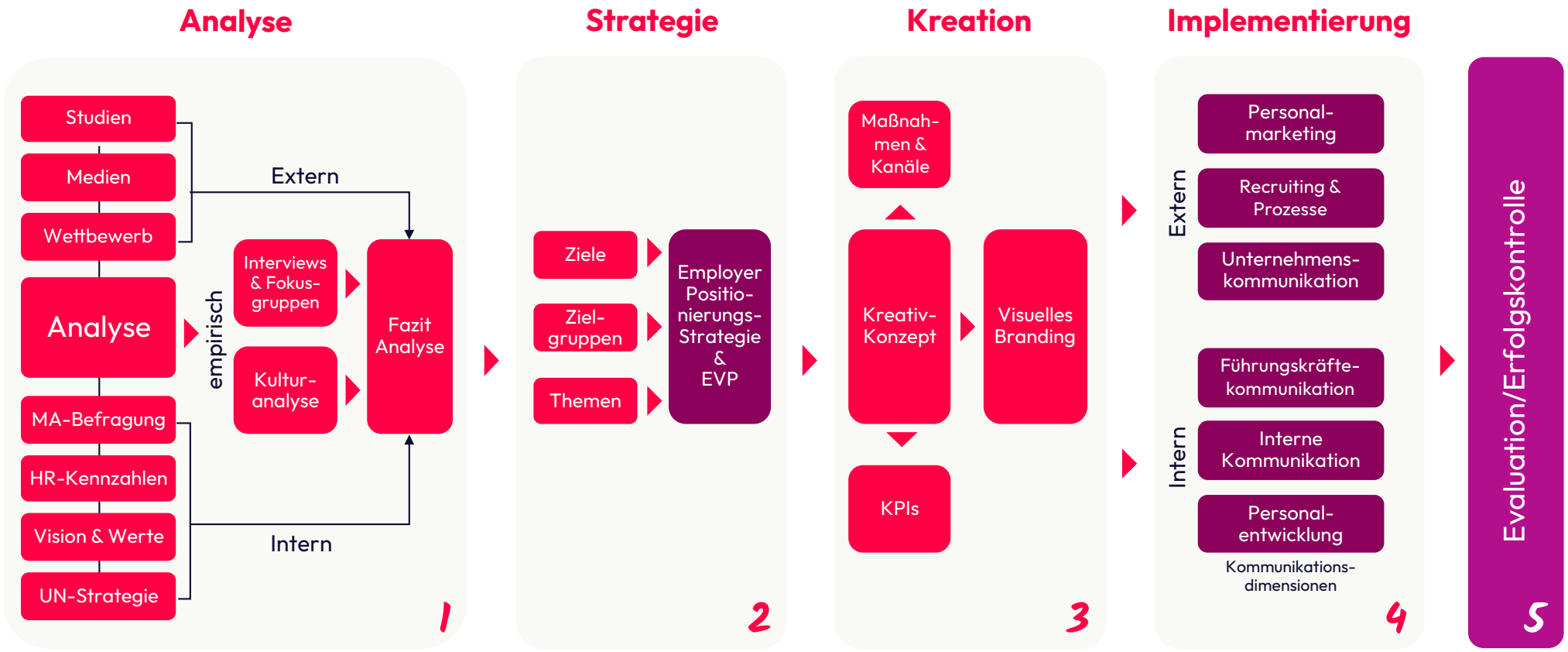
Ganz einfach: ein Arbeitgeberversprechen oder auch „Employer Value Proposition“.
Die EVP bringt für Mitarbeitende und Kandidat:innen auf den Punkt, was das Unternehmen als Arbeitgeber bietet. Sie spiegelt Identität und Kernwerte wider – und erklärt aus der Kandidat:innenperspektive, warum er oder sie im Unternehmen arbeiten sollte.

Checkliste EVP: Ein Arbeitgeber-versprechen sollte …

- ✓ auf die langfristigen strategischen Ziele Ihres Unternehmens einzahlen.
- ✓ ANZIEHEND und BINDEND – nach außen und innen wirken.
- ✓ so offen formuliert sein, dass es für alle Bereiche und Funktionen des Unternehmens gilt.
- ✓ so spitz formuliert sein, dass es die Arbeitgebermarke von anderen unterscheidet.

Mit System zu einer starken Arbeitgebermarke

Kein Plan? Keine Option!
Mit einer durchdachten Strategie, die Zielgruppen, Themen, Botschaften und Kanäle sinnvoll orchestriert, steigern Sie langfristig die Sichtbarkeit Ihres Unternehmens – und verankern es durch geschicktes Storytelling dauerhaft in den Köpfen potenzieller Kandidat:innen.
Jeder Schritt zählt – aber bitte systematisch, ein Schritt nach dem anderen.



Tacheles!
Scheuen Sie sich nicht, auch akute Schwierigkeiten und Herausforderungen offen anzusprechen.

Make a difference!
Machen Sie deutlich, was Ihr Unternehmen als Arbeitgeber von anderen unterscheidet.

Jeder Anfang zählt – Quick Wins für den Start

Praxistipps für Stellenanzeigen
Ob klassisch gedruckt oder online: Die gute alte Stellenanzeige ist noch immer ein wichtiger Touchpoint auf der Candidate Journey. Hier gilt es, einen optimalen Ersteindruck zu hinterlassen sowie inhaltliche und formale Brüche zur übrigen Employer-Branding-Kommunikation zu vermeiden – um positive Wahrnehmung und Anziehungskraft der Arbeitgebermarke möglichst schnell in Bewerbungen von hoher Qualität zu verwandeln.



Werden Sie kreativ und versuchen Sie, mit Text, Bild und Gestaltung den einzigartigen Geist Ihrer Arbeitgebermarke zu transportieren.

Worauf kommt es bei Stellenausschreibungen an?

1 **Ehrlich währt am längsten**
- Keine Stockfotos, gestellte Szenen
- Nennung von Chancen, aber auch Herausforderungen

2 **Weniger ist mehr**
Fokus aufs Wesentliche: Bitte keine Floskeln und Selbstverständlichkeiten

3 **Kurze Unternehmensdarstellung**
mit Fakten, die für Bewerbende wirklich relevant sind: z. B. Größe, Branche, Standort, wesentliche Differenzierungs-merkmale als Unternehmen und Arbeitgeber

4 **Anforderungen: Jedes Detail zählt**
Anforderungen und Erwartungen exakt formulieren!
- Ausbildung, Berufserfahrung, Qualifikation
- Differenzierung der Kompetenzen in Kann-/ Muss-Anforderungen

5 **Angebotsprofil: Echte Leistung zählt**
- Konkrete Leistungen statt Floskeln und leere Versprechungen
- Fortbildung und realistische Perspektiven

6 **Aus einem Guss: Branding macht den Unterschied**
- Einheitliches Erscheinungsbild der Arbeitgebermarke
- Bildsprache, Design und Logo, aber auch Tonalität und Inhalte gemäß Auftritt Arbeitgebermarke

Keep it real!
Authentizität ist alles.

Die Mitarbeitenden sind die Seele des Unternehmens – und die authentischsten Botschafter:innen der Arbeitgebermarke. Sie leben den Geist des Unternehmens, tragen ihn nach außen und vermitteln dort ein glaubwürdiges Bild von der Arbeits- und Unternehmenskultur. Nutzen Sie dieses enorme Potenzial aktiv. Machen Sie systematisch Mitarbeitende zu überzeugenden Kommunikator:innen im Sinne der Arbeitgebermarke.



✓ **So sieht's aus!**
Gewähren Sie authentische Einblicke in die Arbeitsrealität und machen Sie auf Ihrer Website und in Ihren Social-Media-Kanälen die einzigartige Kultur und Arbeitsatmosphäre des Unternehmens erlebbar.

✓ **Echt wahr!**
Lassen Sie, wo immer möglich, Mitarbeitende sprechen! Zitate, O-Töne, Video-Kurzinterviews – persönliche Perspektiven und Meinungen aus dem Mund echter Menschen aus dem Unternehmen wirken authentischer und glaubwürdiger als hochglanzpolierte Marketing-Botschaften.

✓ **Und Action!**
Gehen Sie in den Dialog und suchen Sie die Interaktion mit allen Menschen, die potenzielle Kandidat:innen sein könnten. Im Netz und im wahren Leben. Das reduziert Distanz, involviert und macht es Menschen einfach leichter, den nächsten – vielleicht entscheidenden – Schritt zu tun.

✓ **Let's network!**
Nutzen Sie Berufsnetzwerke wie LinkedIn aktiv als Kommunikationskanäle – und machen Sie Führungskräfte und Mitarbeitende zu aktiven Botschafter:innen Ihres Unternehmens.

Employer Branding jetzt und in Zukunft

Auch wenn einige noch immer auf die Strahlkraft ihrer Unternehmensmarke setzen, geht heute nichts mehr ohne eine starke Arbeitgebermarke. Ihr Aufbau und langfristiges Management sind vor allem für KMUs und Hidden Champions erfolgskritische Faktoren ihrer strategischen Unternehmensentwicklung. In der Arbeitgeberkommunikation spielen soziale Medien bereits heute eine bedeutende Rolle. Wer seine Zielgruppen erfolgreich abholen will, muss dahin, wo sich potenzielle Kandidaten treffen und austauschen. Aber Achtung: Jede Zielgruppe hat ihren bevorzugten Kanal!

Natürlich ist Digitalisierung auch beim Employer Branding ein großes Thema. Einerseits revolutioniert sie Arbeit und Arbeitsplätze, Stichwort New Work. Andererseits unterstützt künstliche Intelligenz Recruiter:innen und HR-Abteilungen zunehmend beim schnellen und effizienten Finden von passgenauen Kandidat:innen. Automatisierung und Algorithmen helfen neue Zielgruppen zu identifizieren und passiv Suchende gezielt zu aktivieren.

So rasant die Entwicklung innovativer Technologien auch fortschreitet: Solider Kern des Erfolgs auf dem Arbeitsmarkt bleibt auch in Zukunft eine attraktive Arbeitgebermarke, die sich mit relevanten Inhalten über relevante Kanäle dauerhaft im Bewusstsein ihrer Zielgruppen verankert.

Tipp

Mit **Social Employer Branding** digital affine Kandidat:innen gezielter, effizienter und erfolgreicher ansprechen

k1-2.it/socialeb

Kontakt Employer Branding

Britta Neisen
+49 (0) 211 598816 66
+49 (0) 173 6329 669
britta.neisen@k-zwoelf.com

Arne Müller
+49 (0) 174 2568 829
arne.mueller@k-zwoelf.com

K12 Agentur für Kommunikation und Innovation GmbH
Geschäftsführung: Jörg Hoewner, Britta Neisen, Christian Roberts

Schirmerstraße 76
40211 Düsseldorf

www.k-zwoelf.com
kontakt@k-zwoelf.com
+49 (0) 211 59881 634

Impressum
Verantwortlich in jeder Beziehung
Britta Neisen, K12 Agentur für Kommunikation und Innovation GmbH