

## ***Die 10 wichtigsten Schritte zu einer Employer Brand***

## Zehn wichtige Schritte zu erfolgreichem Employer Branding:

### 1. Stellen Sie die Employer Brand in den richtigen Kontext!

Employer Branding ist keine Nebensache. Die richtigen Mitarbeiter für das Unternehmen zu begeistern ist erfolgsrelevant. Employer Branding muss somit im Kontext der Unternehmensstrategie gesehen werden.

*(Die Employer Brand die strategische Basis für alle Maßnahmen der anschließenden Marktbearbeitung, also Broschüren, Anzeigen, Messestände, Internet etc. und ist daher eng verzahnt mit der Corporate Brand zu betrachten.)*

### 2. Involvieren Sie die richtigen Ansprechpartner!

Involvieren Sie nach Möglichkeit von Beginn an die oberen Führungsebenen (Vorstand, leitendes Management). Das stärkt den Rücken und hilft, dem Projekt die ihm gebührende Aufmerksamkeit zuteil werden zu lassen.

### 3. Planen Sie ausreichend Ressourcen ein!

Planung, Steuerung, Begleitung der Umsetzung, Erreichbarkeit, Durchhaltevermögen – Employer Branding ist eine sehr umfangreiche, strategische Aufgabe. Schaffen Sie Ressourcen, die ihr gerecht werden.

*(Im Rahmen des Employer Branding Projekts sollten neben dem Projektleiter weitere Personen konkret in den Projektalltag involviert werden. So lassen sich Aufgaben verteilen und Zeitpläne einhalten. )*

### 4. Verwenden Sie genügend Zeit für eine ausführliche Analyse!

Die Analyse ist die Basis für die Identifizierung glaubwürdiger Attribute, für eine differenzierende Positionierung und für zielgerichtete und sympathische Kommunikation. Entsprechend viel Zeit sollte ihr eingeräumt werden.

*(In der Regel werden folgende Aspekte untersucht: Unternehmen & Marke Wettbewerbsumfeld, Image intern wie extern, Zielgruppeninsights.)*

### 5. Trauen Sie sich eine eindeutige Positionierung zu!

„Mut zur Lücke“ – klingt abgedroschen, ist aber nötig. Stützen Sie sich auf markante, belegbare Merkmale. Und verfallen Sie nicht dem Wunsch, es allen recht machen zu wollen. Das macht Ihre Employer Brand beliebig.

**6. Setzen Sie eine spitze Positionierung auch ebenso spitz um!**

Eine eindeutige Positionierung ermöglicht auch eine eindeutige Kampagnenidee, die differenziert und profiliert. Eine verwässerte Kreativkonzeption macht die Vorarbeit zunichte. Vermeiden sie also zu starke Kompromisse, wenn Sie Aufmerksamkeit erregen wollen.

**7. Werden Sie konkret!**

Verlieren Sie sich nicht in Allgemeinplätzen. Bewerber wollen wissen, was sie erwartet. Überzeugen Sie sie durch relevante Inhalte und konkrete Aussagen. Ihre Mitarbeiter können dabei eine wichtige Unterstützung sein.

**8. Berücksichtigen Sie den internen und externen "Markt"!**

Ihre Mitarbeiter/innen tragen wesentlich zur Wahrnehmung des Unternehmens bei. Sie sollten die Employer Brand tragen und mit Leben füllen. Dann stimmt auch die Außenwahrnehmung. Denken Sie bei der Marktbearbeitung daher auch an interne Zielgruppen.

**9. Kommunizieren Sie! Besser noch: Lassen Sie kommunizieren!**

Sie müssen im Rahmen der Marktbearbeitung nicht alles selbst machen. Ihren Mitarbeitern wird man ohnehin mehr Glauben schenken als Ihnen. Involvieren Sie sie. Sie sind Multiplikatoren und füllen eine Employer Brand mit Leben.

*(Veranstaltungen, Blogs, Botschafterprogramme – die Betätigungsfelder für den Austausch zwischen Mitarbeitern und Bewerbern sind mannigfaltig und schaffen Authentizität und Nähe.)*

**10. Halten Sie durch!**

Employer Branding ist ein strategisches Thema. Es beschreibt einen Prozess. Vermeiden Sie Aktionismus. Geben Sie Ihrer Arbeitgebermarke Zeit. Bleiben Sie sich treu, kommunizieren Sie offen und sympathisch. Dann werden auf Dauer die richtigen Bewerber Ihr Unternehmen bereichern.