



PERSONALMARKETING

# Employer Branding: So macht man sich Mitarbeiter!



Warum Homeoffice, Kaffee satt und Fortbildungen als Mitarbeiter-Lockmittel nicht mehr reichen und wie man sich als Great Place to Work positioniert.



**Silke Kurtz**  
Geschäftsführerin Iventa Employer  
Branding GmbH

**K**eine Frage: KollegInnen, Arbeitszeit, Büro, Kaffeesorte sind bei der Jobwahl wichtig. Doch diese Variablen sind jedoch von einer viel zentraleren Frage abhängig: Warum arbeite ich hier? Was bedeutet mein Job für diese Firma? Diese grundsätzlichen Überlegungen stellen Bewerber oft schon an, bevor sie sich für eine Stelle überhaupt bewerben.

Unternehmen, die für arbeitssuchende Fachkräfte daher am attraktivsten erscheinen, haben ihren Vorteil in der Kommunikation zu ihrer potenziellen Zielgruppe, und die erarbeiten sie mittels effektivem Employer Branding. Sie punkten mit einer starken Arbeitgebermarke, um die besten Köpfe an Bord zu holen. Viele Unternehmen haben das bereits erkannt und bieten Kandidatinnen und Kandidaten eine Vielzahl an Benefits, umfangreiche Weiterbildungsmöglichkeiten und ein angenehmes Betriebsklima.

## Stellenanzeigen: Das Blaue vom Himmel

Wer sich heute Stellenanzeigen ansieht, wird merken, dass hier schnell viel versprochen wird, was vielleicht nicht zu 100 Prozent eingehalten werden kann. Sie wollen sich von Ihrer Zielgruppe wohl auch erwarten können, dass diese fähig ist, werblich formulierte Aussagen kritisch zu betrachten. Zu viele Jobinse- rate sind mit den ewig gleichen, austauschbaren Füllwörtern geschmückt und helfen nur wenig dabei, den gelebten Arbeitsalltag im Unternehmen erfahr- und greifbar zu machen.

## So generiert man Aufmerksamkeit

Glaubwürdigkeit ist oft eine ziemliche Herausforderung. Home Office oder Weiterbildung anzubieten, ist kein Alleinstellungsmerkmal. Wenn Unternehmen nach ihrer Einzigartigkeit suchen, finden sie diese in ihrer Kultur, der Art, wie sie für etwas arbei-

ten, den allem zugrunde liegenden Werten. Was macht das Unternehmen erfolgreich? Was soll es auch in Zukunft erfolgreich und relevant machen? Wer seiner Zielgruppe solche Erzählungen liefert, weckt deutlich mehr Interesse und wird als besonders wahrgenommen.

## Employer Branding als Erfolgsrezept

Das Netz ist voll von ehrlichen Arbeitgeberbewertungen, die die Realität hinter dem schönen Schein zutage fördern. Um sich daher als passender Arbeitgeber zu positionieren, braucht es eine authentische Employer Branding Strategie, die realistisch bleibt und alle Seiten eines Arbeitgebers beleuchtet: mit all seinen Vor- und Nachteilen, Ecken und Kanten und jenen Menschen, die tagtäglich leben, was das Unternehmen verspricht. ■