

Employer Branding

Achten Sie auf die Marke!

Mag. Claudia Schwingenschlögl
Sprecherin der Experts Group Human Resource Management Wien

Seit wann gibt es Employer Branding und was versteht man darunter? (1/2)

- Im weltweit ersten wissenschaftlichen Artikel zum Thema „The Employer Brand“ definieren **Ambler und Barrow (1996)** Employer Branding wie folgt:

„We define the Employer Brand as the **package of functional, economic and psychological benefits** provided by employment and identified with the employing company. The **main role of the employer brand** is to provide a coherent framework for management to simplify and focus priorities, increase productivity and improve recruitment, retention and com-mitment.“

Seit wann gibt es Employer Branding und was versteht man darunter? (2/2)

- Definition der Deutschen Employer Branding Akademie (DEBA, 2006), im deutschsprachigen Raum am häufigsten zitiert:

"Employer Branding ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und **Positionierung eines Unternehmens** als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber. Kern des Employer Brandings ist immer eine die Unternehmensmarke spezifizierende oder adaptierende Arbeitgebermarkenstrategie. Entwicklung, Umsetzung und Messung dieser Strategie zielen unmittelbar auf die **nachhaltige Optimierung** von Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung, Leistungsbereitschaft und Unternehmenskultur sowie die Verbesserung des Unternehmensimages. Mittelbar steigert Employer Branding außerdem Geschäftsergebnis sowie Markenwert.,,

Wozu braucht es Employer Branding?

- Fachkräftesicherung als Konsequenz der Bevölkerungs-entwicklung

-> **Fachkräftemangel macht Unternehmen zu Bewerbern!**

Quelle: workinprogress.at

- **Bewerber/innen** gilt es persönlich anzusprechen und ihnen die Identität des Unternehmens glaubhaft zu vermitteln
- **Mitarbeiter/innen** soll der Kern der Identität in der täglichen Arbeit vermittelt werden (durch Führungskräfte etc.)
- Entwicklung zum „**gläsernen Unternehmen**“ (Internet macht Unternehmen in jeder Hinsicht transparent)

Woran erkennt man effektives Employer Branding?

- Zielgruppe der Bewerber wird sehr persönlich angesprochen
-> es geht um die Identifizierung & gezielte Ansprache ausgesuchter „**Candidate Personas**“ (entwickelt aus dem Modell der „**Buyer Personas**“ aus dem Marketing)
- **Interdisziplinäre Herangehensweise** (Integration und markenstrategischer Elemente)
- **Internes Branding** bildet die Grundlage des **Employer Brandings**
- **Employer Value Proposition (EVP)** - Angebote an potentielle Arbeitnehmer

Was versteht man unter der Employer Brand?

- Kernstück **Employer Value Proposition (EVP)** - die Einzigartigkeit des Unternehmens entsteht durch die Kombination vieler Faktoren wie:
 - Vergütungsregelungen
 - Arbeitsumgebung
 - Werte & Unternehmenskultur
 - Führung im Unternehmen
 - Arbeitszeit-Angebote
 - Entwicklungsmöglichkeiten
 - Betriebliches Gesundheitsmanagement
 - ...



Quelle: Photo by Nicole Baster on Unsplash



Quelle: C. Schwingenschlögl

Ist Employer Branding nur etwas für Konzerne?

- Employer-Branding-Studie von StepStone Österreich 2017

Entgegen aller Vorurteile stellen sich Klein- und Mittelunternehmen als überaus attraktive Arbeitgeber dar. Auch bei Absolventen und jungen Fachkräften schneiden kleine Unternehmen etwa gleich gut ab wie Großkonzerne: Während gut ein Drittel (**32,8%**) lieber bei einem großen **Konzern** tätig werden will, ist ein weiteres Drittel (**34,4%**) davon überzeugt, auch bei einer **kleineren Firma** einen attraktiven Arbeitsplatz zu finden.



Photo by Phil Desforges on Unsplash

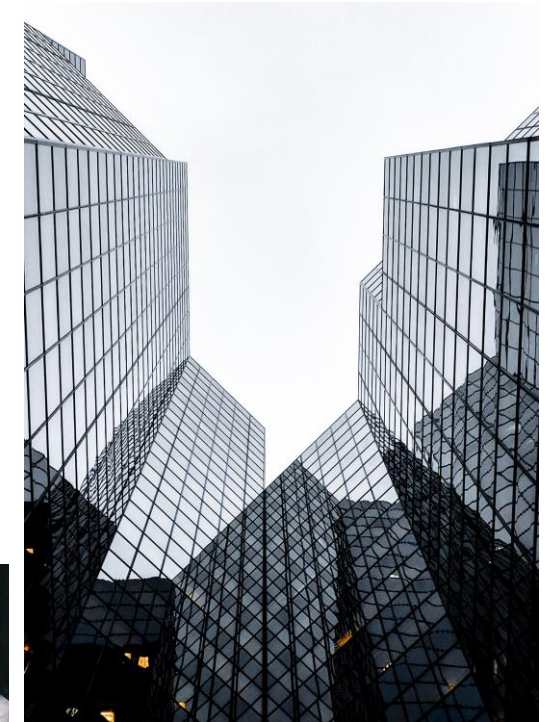


Photo by Phil Desforges on Unsplash

WIR

SCHAUEN AUF ÖSTERREICH

WKO

WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

Welche Fragen sollte man sich im Zusammenhang mit Employer Branding stellen?

- Wofür steht das Unternehmen?
- Welche Begriffe fallen den Menschen auf der Straße, Bewerbern und den eigenen Mitarbeitern zum Unternehmen ein?
- Wofür soll das Unternehmen nicht stehen?



Photo by Christopher Burns on Unsplash

-> es geht darum nicht allen zu gefallen, sondern für die Talente attraktiv zu sein, die das Unternehmen wirklich braucht!

Ausgesuchte Zugänge zum Thema am Markt

- PR-getriebenes Employer Branding - nützt sich zunehmend ab (Talents Connect Bewerberumfrage, September 2018, <https://crosswater-job-guide.com/archives/73817/karriere-webseiten-in-der-bewerberkritik/>)
 - Standardisierte Angebote von z.B. Stellenbörsen etc.
 - Interdisziplinäre u. strategische Ansätze (HR u. Marketing/PR), die auf den Stärken des Unternehmen aufbauen
- > **Glaubwürdigkeit** des Arbeitgebers heute und in Zukunft entscheidend!

Was bringt Strategisches Employer Branding?

- ✓ Mittelfristige Fachkräfte-Sicherung
- ✓ Geringere Recruiting-Kosten
- ✓ Höhere Mitarbeiterbindung
- ✓ Führungskräfte und Mitarbeitende, die sich mit dem Unternehmen identifizieren und zu Marken-Botschaftern werden

„ ...it`s all about people!“



Quelle: Präsentation INSIGHTS MDI, Scheelen

Wie sollte man das Thema aufsetzen?

- ...es braucht einen Maßanzug, wenn es wirken soll!



Photo by rawpixel on Unsplash

Strategisches Employer Branding - was ist das?

- **Strategisches Employer Branding** umfasst sowohl das interne als auch das externe Branding und setzt an der Unternehmensstrategie an
- Ausgangspunkt:
 - > es gibt nur eine Unternehmensmarke
 - > beide Aspekte beziehen sich auf eine Unternehmensidentität
- Beispielhafte Zielsetzung:

2025 müssen wir einen Umsatz in Höhe von ... im Bereich ... erreicht haben - was gilt es im EB zu beachten?

Wo startet man, wenn man Employer Branding im Unternehmen einführen möchte?

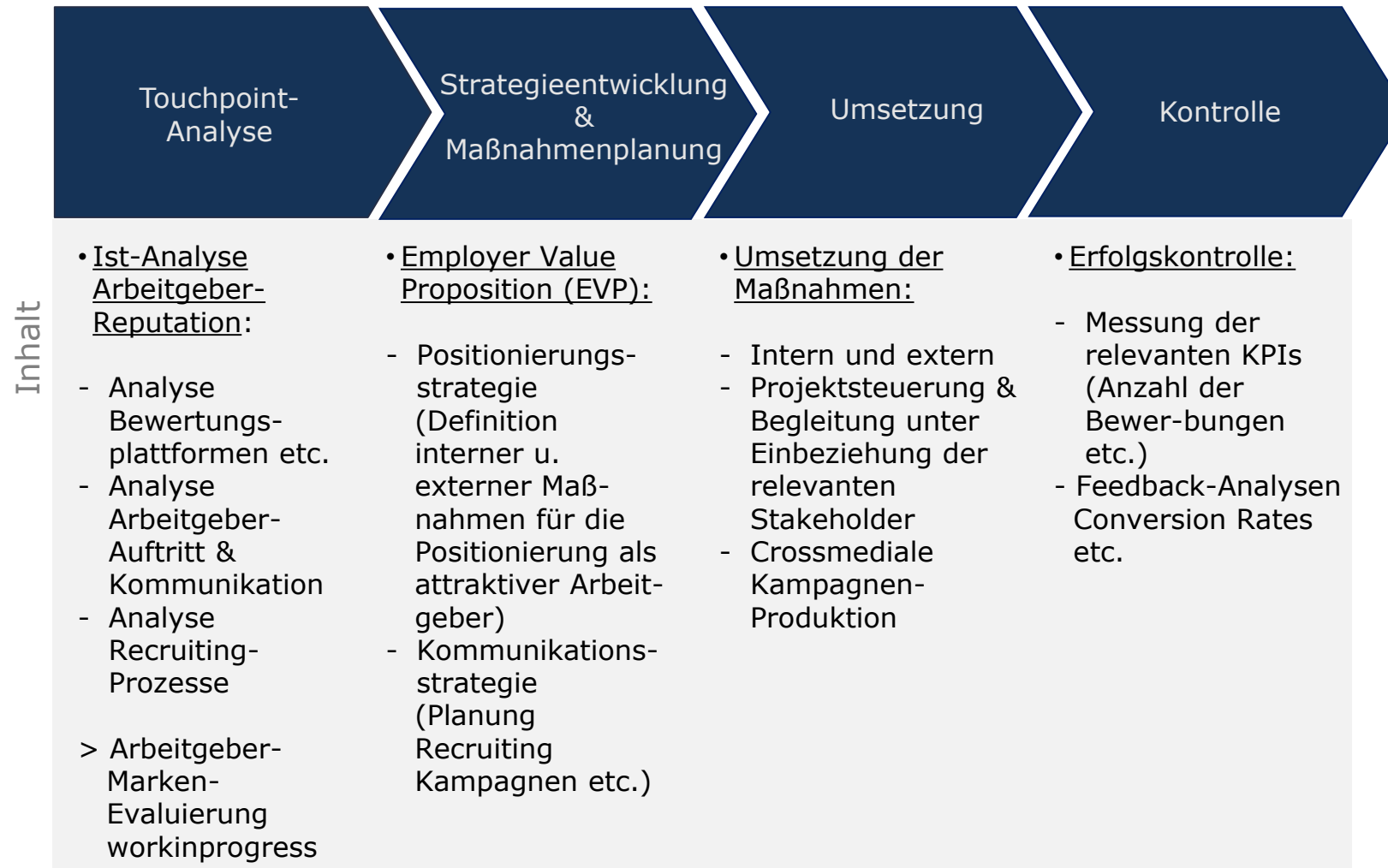
Man kann nicht nicht kommunizieren.

(Paul Watzlawick)

1. Evaluierung: SOLL/IST Arbeitgeberpositionierung

1. Strukturiertes SOLL-IST-Auditing der Arbeitgeberpositionierung
2. Identifizieren der Faktoren, die für die effiziente Optimierung der zu verbessernden Bereiche erforderlich sind
3. Ausarbeiten eines maßgeschneiderten Maßnahmenkatalogs zur Verbesserung der erfolgskritischen Faktoren

Der Strategische Employer Branding Ansatz



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Mag. Claudia Schwingenschlögl
Sprecherin der Experts Group Human Resource
Management Wien
<https://www.hrmexperts-wien.blog>

Fa. SCHWINGENSCHLÖGL CONSULTING e.U.
Auckenthalergasse 1A / Top 1
A - 1210 Wien

www.schwingenschloegl-consulting.com
Strategisches Employer Branding in Kooperation
mit Mag. Markus Leiter
www.workinprogress.at