

Authentische Botschafter der Unternehmenskultur

DIE ROLLE DER FÜHRUNGSKRÄFTE IM EMPLOYER BRANDING

Wer ist für das Employer Branding im Unternehmen verantwortlich? Die HR-Abteilung ist selbstverständlich in den Prozess involviert. Doch auch Führungskräfte spielen eine zentrale Rolle und sind entscheidend für den Erfolg jeder Employer-Branding-Strategie. Wie man diese dazu bringt, als authentische Botschafter der Unternehmenskultur zu agieren, und welche Hindernisse es zu überwinden gilt, erfährst du in diesem Beitrag.

Von Weiji Stocker

Warum Führungskräfte im Employer Branding unverzichtbar sind

Die Wahrnehmung eines Unternehmens als Arbeitgeber wird stark durch die Führungskräfte geprägt. Sie stehen in direktem Kontakt mit ihren Teams und sind oft das «Gesicht» des Unternehmens nach aussen. Ihre Handlungen, Entscheidungen und ihre Kommunikation beeinflussen das Arbeitgeberimage wesentlich. Wenn Führungskräfte aktiv am Employer Branding teilnehmen, tragen sie zu einer authentischen und glaubwürdigen Marke bei, die nicht nur neue Talente anzieht, sondern auch bestehende Mitarbeitende motiviert und bindet.

Wie Führungskräfte als Botschafter der Arbeitgebermarke agieren können

Führungskräfte verkörpern die Werte und Kultur des Unternehmens durch ihr tägliches Verhalten. In ihren Interaktionen, sei es intern mit Mitarbeitenden oder extern auf Events und in Netzwerken, repräsentieren sie die Grundsätze und die Mission des Unternehmens. Durch ihr Vorbild schaffen sie eine authentische Arbeitgebermarke, die von allen wahrgenommen wird. Sie können dies durch:

- **Gezielte Kommunikation:** Im Dialog mit potenziellen Kandidaten*innen, durch Team-Meetings oder beim Kundenkontakt.
- **Aktive Teilnahme an Branchenveranstaltungen:** Repräsentation auf Konferenzen und Messen, wo sie als Vorbilder auftreten und die Attraktivität des Unternehmens verdeutlichen.

- **Social-Media-Präsenz:** Aufbau einer persönlichen Marke, die mit der Unternehmensmarke harmoniert, durch regelmässige, glaubwürdige und einladende Beiträge, welche die Unternehmenskultur widerspiegeln.

Die Macht von Social Media fürs Employer Branding

Führungskräfte können Social Media strategisch nutzen, um Einblicke ins Unternehmen zu ermöglichen, die über das hinausgehen, was klassische Rekrutierungskanäle bieten. Sie können:

- **Teamgeschichten teilen:** Etwa erfolgreiche Projekte oder persönliche Erfolgsgeschichten von Teammitgliedern.
- **Einblicke in den Arbeitsalltag geben:** Kurze Posts oder Videos, die zeigen, was das Unternehmen besonders macht, wie es Herausforderungen angeht, oder wie es seine Werte lebt.

Den ROI von Employer Branding greifbar machen

Ein starkes Employer Branding hat einen messbaren Einfluss auf die Unternehmensperformance. Zahlen belegen, dass es die Kosten für Neueinstellungen um bis zu 50% senken und die Mitarbeiterbindung um 28% steigern kann.¹ Unternehmen mit einer positiven Arbeitgebermarke müssen nicht so stark um Talente kämpfen und können sich höhere Gehaltsforderungen sparen, da sie als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen werden. In einem Markt, in dem Talente rar sind, ist dies ein entscheidender Vorteil.

Strategien zur Einbindung von Führungskräften ins Employer Branding

Um Führungskräfte erfolgreich ins Employer Branding zu integrieren, ist es wichtig, ihnen nicht nur die Bedeutung aufzuzeigen, sondern auch Wege zu bieten, wie sie sich einbringen können:

1. **Klar definierte Rollen und Verantwortlichkeiten:** Führungskräfte müssen wissen, welche Erwartungen an sie gestellt werden und welche konkreten Beiträge sie leisten können, um das Employer Branding zu stärken.
2. **Gezielte Trainings und Workshops:** Biete Schulungen an, die Führungskräften die Bedeutung von Employer Branding vermitteln und ihnen zeigen, wie sie Social Media effektiv nutzen können, um authentische Einblicke zu geben und die Arbeitgebermarke zu stärken.
3. **Schaffung von Zeitfenstern und Ressourcen:** Arbeitgeber sollten sicherstellen, dass Führungskräfte die notwendige Zeit und Unterstützung er-

Veranstaltungstipp

Power-Workshop HR-Marketing in der Praxis

So realisieren Sie eine erfolgreiche Candidate Journey

Praxis-Workshop, 1 Tag
Seminarleitung:
Valeria Karbovski und Roman Leuthold
Zentrum für Weiterbildung der Uni Zürich

Nächster Termin:
Donnerstag, 28. November 2024

Mehr Informationen und Anmeldung
unter: www.praxisseminare.ch



Oft gibt es Unsicherheiten im Umgang mit Social Media. Indem Führungskräfte in diesem Bereich geschult werden, können sie sich im Employer Branding besser einbringen und die Zusammenarbeit stärken.

halten, um sich auf das Employer Branding zu konzentrieren, ohne dass ihre operativen Aufgaben leiden.

Herausforderungen bei der Einbindung von Führungskräften – und wie man sie meistert

Bei der Einbindung von Führungskräften ins Employer Branding ist man u.a. mit folgenden Hindernissen konfrontiert:

- **Zeitmangel und Prioritätenkonflikte:** Führungskräfte haben oft volle Terminkalender. Hier ist es wichtig, die

Employer-Branding-Aktivitäten in den bestehenden Arbeitsalltag zu integrieren und durch klare Priorisierung und Delegation zu unterstützen.

- **Unklarheit über den eigenen Beitrag:** Manche Führungskräfte sind sich unsicher, wie sie konkret zum Employer Branding beitragen können. Workshops und Best-Practice-Trainings können hier Klarheit schaffen und den Nutzen deutlich machen.
- **Unsicherheit im Umgang mit sozialen Medien:** Viele Führungskräfte haben wenig (oder keine) Erfahrung darin,

wie sie Social Media nutzen können, ohne unprofessionell zu wirken. Durch gezielte Schulungen und die Bereitstellung von Vorlagen und Beispielen können diese Unsicherheiten abgebaut werden.

Employer Branding als gemeinschaftliche Aufgabe

Employer Branding ist keine isolierte Aufgabe der HR-Abteilung. Es ist ein unternehmensweites Anliegen, bei dem jede Führungskraft als Markenbotschafter agiert. Wenn Führungskräfte ihre Verantwortung im Employer Branding wahrnehmen, profitieren alle Beteiligten: Das Unternehmen gewinnt an Attraktivität, Führungskräfte verbessern ihr eigenes Ansehen, und die Mitarbeitenden fühlen sich stärker mit dem Unternehmen verbunden.

Quelle

1 Gartner, Harvard Business Review, LinkedIn.



Weiji Stocker, Founder und Managing Director von innov8, transformiert die Talentgewinnung von Unternehmen mit einem ganzheitlichen Ansatz. Sie unterstützt Unternehmen bei der Suche nach qualifizierten Talenten und schult HR-Profis in Rekrutierungsthemen.

Checkliste: Ist dein Unternehmen bereit für starkes Employer Branding?

Um zu überprüfen, wie gut die Führungskräfte deines Unternehmens ins Employer Branding integriert sind, hilft folgende Checkliste:

- Haben Führungskräfte eine klare Vorstellung von den Employer-Branding-Zielen?
- Werden sie in die Entwicklung und Kommunikation der Employer-Branding-Strategie einbezogen?
- Nehmen sie aktiv am Rekrutierungsprozess teil?
- Werden regelmässige Schulungen angeboten, die ihre Rolle im Employer Branding stärken?
- Nutzen sie Social Media aktiv und authentisch zur Unterstützung der Arbeitgebermarke?
- Geben sie regelmässiges Feedback an HR, um den Employer-Branding-Prozess kontinuierlich zu verbessern?
- Fördern sie eine Kultur, die die Employer-Branding-Ziele unterstützt, z.B. durch die Anerkennung von Mitarbeitenden, die sich als Markenbotschafter engagieren?