

Zielgruppe: Beratende von KMU

# RKW-Leitfaden Employer Branding



**THEMEN:** ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT • KOMMUNIKATION • ORGANISATIONSENTWICKLUNG • UNTERNEHMENSKULTUR  
**ART DER HILFE:** LEITFADEN



## KURZBESCHREIBUNG

Der Leitfaden „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ bietet Beratenden kompakte Informationen und konkrete Hilfsmittel für die Beratung zur Stärkung der Arbeitgeberattraktivität ihrer Kundenbetriebe mithilfe einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke.

## Was ist der Leitfaden zum Employer Branding?

Der RKW-Leitfaden „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ ist eine fundierte Informationsquelle und Schritt-für-Schritt-Anleitung für den systematischen Aufbau einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke.

Beratende erfahren im Leitfaden, was genau eine Arbeitgebermarke ist, wie sie wirkt und wie ihre Kundenbetriebe von der Arbeitgeberpositionierung und Markenbildung profitieren. Beratende erfahren, welche vier Schritte ihre Kundenbetriebe auf dem Weg zur erfolgreichen Arbeitgebermarke gehen sollten.

1. **Analyse:** Erwartungen der (potenziellen) Beschäftigten im Kundenbetrieb klären und Arbeitgeberimage erarbeiten (z. B. durch Workshops oder Wettbewerberanalysen).
2. **Arbeitgeberpositionierung:** DNA des Kundenbetriebes als



*Titelblatt des Leitfadens „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ © RKW-Kompetenzzentrum*

Arbeitgeber bestimmen bzw. das Alleinstellungsmerkmal und Nutzenversprechen herausarbeiten und eine Arbeitgeberbotschaft formulieren (z. B. mithilfe einer SWOT-Analyse).

3. **Verankerung:** Arbeitgebermarke im Kundenbetrieb verankern (z. B. durch Dialog mit der Belegschaft, Zielorientierte Gestaltung von Arbeitsprozessen und -organisation).
4. **Außendarstellung:** Arbeitgebermarke nach außen kommunizieren und den Kundenbetrieb als attraktiven Arbeitgeber darstellen (gezieltes Personalmarketing z. B. durch die Gestaltung von Bewerbungsverfahren und Onboarding).

Beratende erfahren im Leitfaden, welche Fragen sie ihren Kundenbetrieben zu jedem dieser Schritte stellen können, was Betriebe im Einzelnen tun können und welche Instrumente geeignet sind. Zudem werden kurze Beispiele zur Veranschaulichung sowie Praxistipps dargestellt. Weiterhin enthält der Leitfaden Hinweise zum Controlling sowie zu typischen Stolpersteinen.

## Welchen Mehrwert hat der Leitfaden für Beratende?

Der RKW-Leitfaden zum Employer Branding bietet Beratenden eine übersichtliche Darstellung des gesamten Prozesses hin zu einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke. Beratende werden dabei unterstützt ihr

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Zielgruppe: Beratende von KMU

# RKW-Leitfaden Employer Branding

WIN: A

**THEMEN:** ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT • KOMMUNIKATION • ORGANISATIONSENTWICKLUNG • UNTERNEHMENSKULTUR  
**ART DER HILFE:** LEITFADEN

Beratungsangebot zum Thema Arbeitsgebearke zielorientiert, systematisch und mithilfe geeigneter Instrumente zu gestalten.

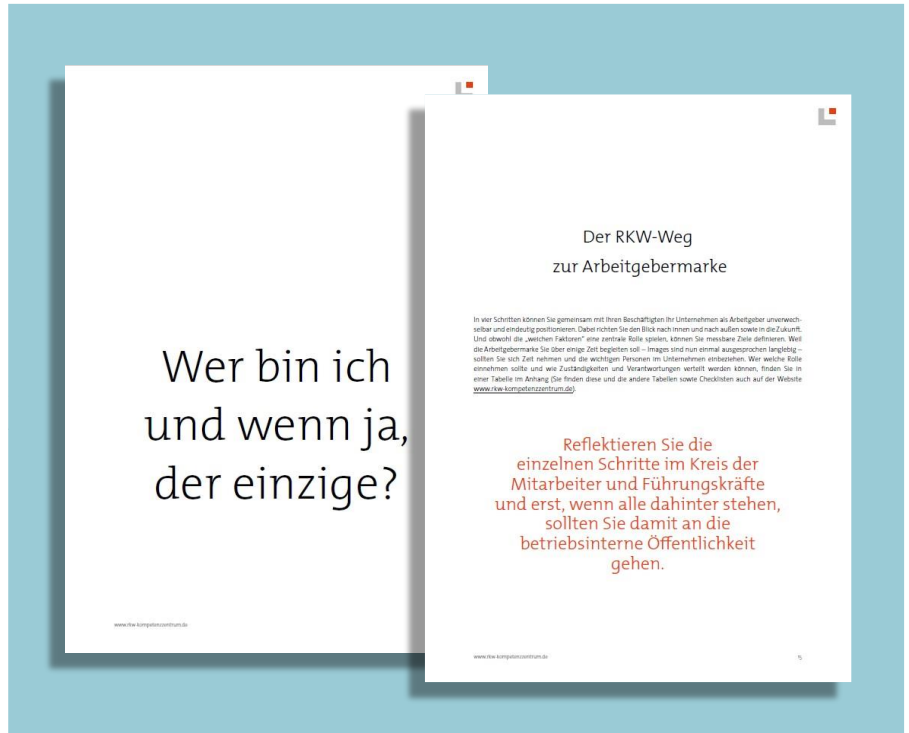
Hilfreich ist der Leitfaden insbesondere auch für Beratende, die zur Fachkräfteproblematik und Mitarbeiterbindung wie -gewinnung in kleinen und mittleren Kundenbetrieben beraten. Denn eine glaubwürdige Arbeitgebermarke zahlt auf die Arbeitgeberattraktivität ein und geht mit einer Stärkung der Führungs- und Unternehmenskultur einher. Der Leitfaden verdeutlicht, was notwendig ist, damit dies gelingt.

## Wie können Beratende den Leitfaden nutzen?

Der Leitfaden kann von Beratern als fundierte Informationsquelle zum Employer Branding genutzt werden. Auf knapp 40 Seiten erhalten sie einen Überblick über alle Schritte sowie geeignete Instrumente zum Aufbau einer Arbeitgebermarke.

Die stringente Darstellung des gesamten Prozesses unterstützt Berater dabei ihr Beratungsangebot systematisch zu planen. Zudem gibt der Leitfaden Beratern Argumente an die Hand, um ihre Kundenbetriebe von der Notwendigkeit eines langfristig angelegten, systematischen Prozesses zu überzeugen.

Der Leitfaden bietet zudem eine Übersicht aller Beteiligten sowie ihrer Rollen und Aufgaben. In den Prozess der Markenbildung einbezogen werden sollten neben der Geschäftsführung und den Führungskräften auch vorhandene weitere Verantwortliche bspw. für Personal und Ausbildung sowie der Betriebsrat.



**Einblicke in den Leitfaden „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ © RKW-Kompetenzzentrum**

Um alle diese Personen und Sichtweisen effektiv einzubinden, können Berater als externe Instanz koordinierend und schlichtend wirken.



### ZUGANG

Der Leitfaden steht als **PDF** zum Download bereit.



## Wer hat den Leitfaden erarbeitet?

Der Leitfaden „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ wurde 2017 vom RKW-Kompetenzzentrum herausgegeben.

Das RKW Kompetenzzentrum unterstützt kleine und mittlere Unternehmen bei den Themen Fachkräftesicherung, Innovation und Gründung. Es ist eine gemeinnützige Forschungs- und Entwicklungseinrichtung des RKW Rationalisierungs- und Innovationszentrums der Deutschen Wirtschaft e. V. und wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert.