

Zielgruppe: Betriebsräte

# RKW-Leitfaden Employer Branding



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



## KURZBESCHREIBUNG

Der Leitfaden „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ bietet Betriebsräten kompakte Informationen und konkrete Vorschläge zur Stärkung der Arbeitgeberattraktivität ihres Betriebes 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.

Betriebsräte erfahren im Leitfaden, was genau eine Arbeitgebermarke ist, wie sie wirkt und wie Betriebe von der Arbeitgeberpositionierung und Markenbildung profitieren. Es werden vier Schritte zur erfolgreichen Arbeitgebermarke vorgestellt:

1. **Analyse:** Erwartungen der (potenziellen) Beschäftigten klären und Arbeitgeberimage erarbeiten (z. B. durch Mitarbeiterbefragungen unter Einbindung des Betriebsrates oder Workshops).
2. **Arbeitgeberpositionierung:** DNA des Betriebes als Arbeitgeber bestimmen, Alleinstellungsmerkmal und Nutzenversprechen herausarbeiten und Arbeitgeberbotschaft formulieren (z.B.

mithilfe von Erkenntnissen und Feedback des Betriebsrates).

3. **Verankerung:** Arbeitgebermarke im Unternehmen verankern – mit Unterstützung des Betriebsrates (z. B. durch die Vorbildfunktion der Führungskräfte, Dialog mit der Belegschaft, Ziel-sichere Gestaltung von Arbeitsprozessen und -organisation).
4. **Außendarstellung:** Arbeitgebermarke nach außen kommunizieren und Betrieb als attraktiven Arbeitgeber darstellen (gezieltes Personalmarketing z. B. durch die Gestaltung von Bewerbungsverfahren und Onboarding)

Betriebsräten hilft der Leitfaden herauszufinden, welche Fragen sie stellen sollten, was Betriebe im Einzelnen tun können, welche Instrumente geeignet sind und welche Rolle ihnen selbst zukommt. Zudem werden kurze Beispiele sowie Praxistipps dargestellt. Weiterhin enthält der Leitfaden Hinweise zum Controlling sowie zu typischen Stolpersteinen.

## Welchen Mehrwert hat der Leitfaden für Betriebsräte?

Der RKW-Leitfaden zum Employer Branding bietet Betriebsräten eine übersichtliche Darstellung des gesamten Prozesses hin zu einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke, wobei teilweise explizit die Rolle des Betriebsrates mitgedacht wird. Be-



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

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Zielgruppe: Betriebsräte

# RKW-Leitfaden Employer Branding

WIN: A

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

etriebsräten hilft der Leitfaden zu erkennen, an welchen Stellen sie sich einbringen können und sollten.

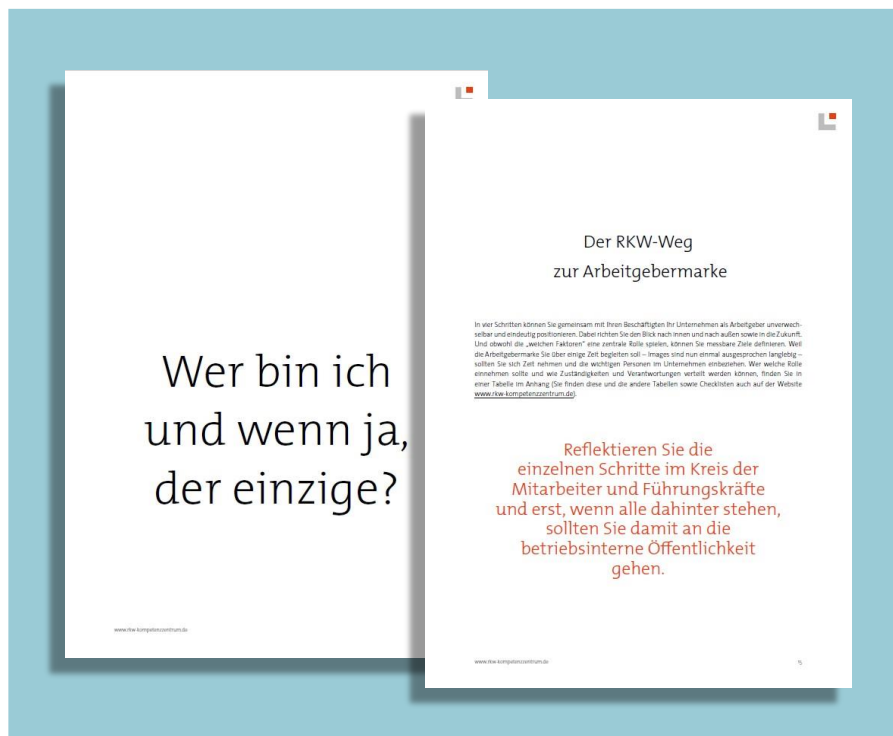
Dabei setzt der Leitfaden an den Grundlagen an. Er verdeutlicht, dass eine glaubwürdige Arbeitgebermarke von innen heraus entwickelt werden muss und zeigt, wie dies gelingen kann. Denn die Glaubwürdigkeit der Arbeitgebermarke hängt davon ab, ob sie auch tatsächlich im Betrieb gelebt wird. In diesem Prozess kann der Betriebsrat einen wertvollen Beitrag leisten, um die Führungs- und Unternehmenskultur im Betrieb zu stärken, die Arbeitgeberattraktivität zu erhöhen und so bspw. die Fluktuation von Beschäftigten zu verringern.

## Wie können Betriebsräte den Leitfaden nutzen?

Der Leitfaden kann von Betriebsräten als fundierte Informationsquelle zum Employer Branding genutzt werden. Auf knapp 40 Seiten erhalten sie einen Überblick über alle Schritte zur Stärkung der Arbeitgeberattraktivität.

Gleichzeitig bekommen sie eine Idee davon, welche Rolle und Aufgaben Betriebsräte in jedem Schritt des langfristig angelegten Prozesses übernehmen können. Verwiesen wird auf das Beteiligungsrecht bei der Beschäftigtenbefragung sowie in Gesprächen mit Beschäftigten.

Außerdem sieht der Leitfaden die Einrichtung eines sogenannten Soundingboards vor (dabei handelt es sich um eine spezielle Feedback-Methode) vor. Zum Gremium des Soundingboards sollten insbeson-



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

dere der Betriebsrat, Ausbildungsleiter, interne Multiplikatoren und gut vernetzten Beschäftigte zählen. Kurz und knapp erfahren Betriebsräte in tabellarischer Form, welche Aufgaben dieses Soundingboard hat (z.B. Mitarbeiterinformation, Feedbackgabe, Ideenbeisteuerung und Unterstützung bei der Verankerung).



### 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.