

Zielgruppe: Führungskräfte in KMU

# RKW-Leitfaden Employer Branding



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



## KURZBESCHREIBUNG

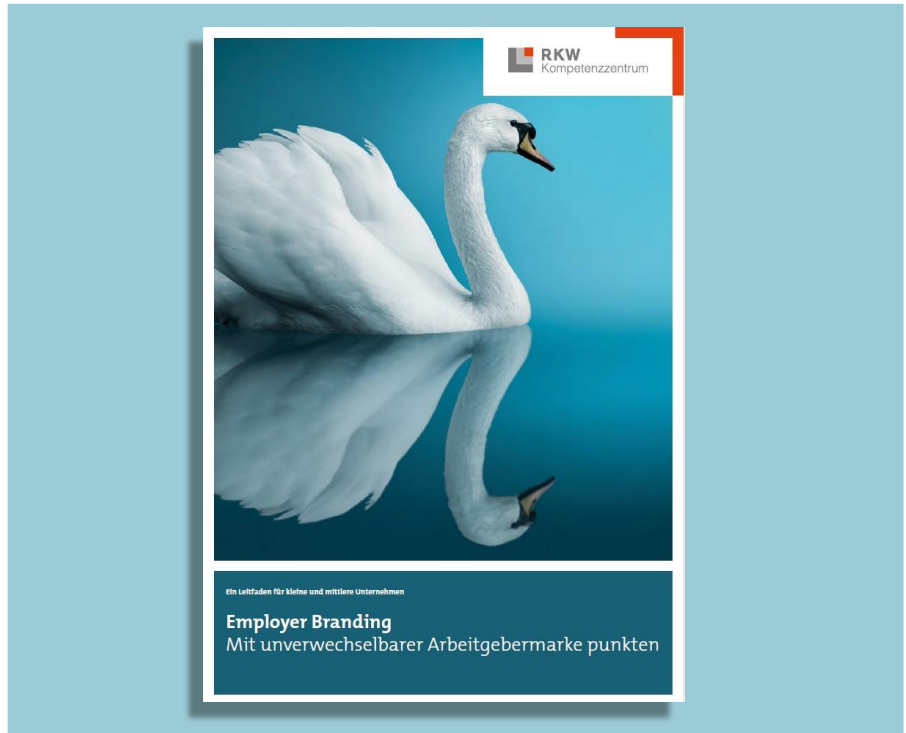
Der Leitfaden für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) „Employer Branding – Mit unverwechselbarer Arbeitgebermarke punkten“ unterstützt Führungskräfte dabei die Arbeitgeberattraktivität des eigenen Betriebes zu stärken und glaubwürdig zu kommunizieren.

## 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.

Zunächst erfahren Führungskräfte, was genau eine Arbeitgebermarke ist, wie sie wirkt und wie insbesondere kleine Betriebe von der Arbeitgeberpositionierung und Markenbildung profitieren. Anschließend wird der „RKW-Weg“ zur Arbeitgebermarke erläutert, und zwar in vier Schritten:

1. **Analyse:** Erwartungen der (potenziellen) Beschäftigten klären und Arbeitgeberimage erarbeiten (z. B. durch Mitarbeiterbefragungen, Workshops oder Wettbewerberanalysen).
2. **Arbeitgeberpositionierung:** DNA als Arbeitgeber bestimmen bzw. das Alleinstellungsmerkmal und Nutzenversprechen des Betriebes herausarbeiten und eine



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

Arbeitgeberbotschaft formulieren (z. B. mithilfe einer SWOT-Analyse zu den Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken).

3. **Verankerung:** Arbeitgebermarke im Unternehmen verankern (z. B. durch die Vorbildfunktion der Führungskräfte, Dialog mit der Belegschaft, Zielorientierte 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 Stellenangeboten, Bewerbungsverfahren und Onboarding)

Führungskräfte erfahren im Leitfaden, welche Fragen sie sich zu jedem dieser Schritte stellen sollten, was sie im Einzelnen tun und welche Instrumente sie einsetzen können. 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 Führungskräfte?

Der RKW-Leitfaden zum Employer Branding bietet Führungskräften eine übersichtliche Darstellung des gesamten Prozesses hin zu einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke und stellt anschaulich konkrete Schritte und Hilfsmittel vor, an denen

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung



Zielgruppe: Führungskräfte in KMU

# RKW-Leitfaden Employer Branding

WIN: A

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

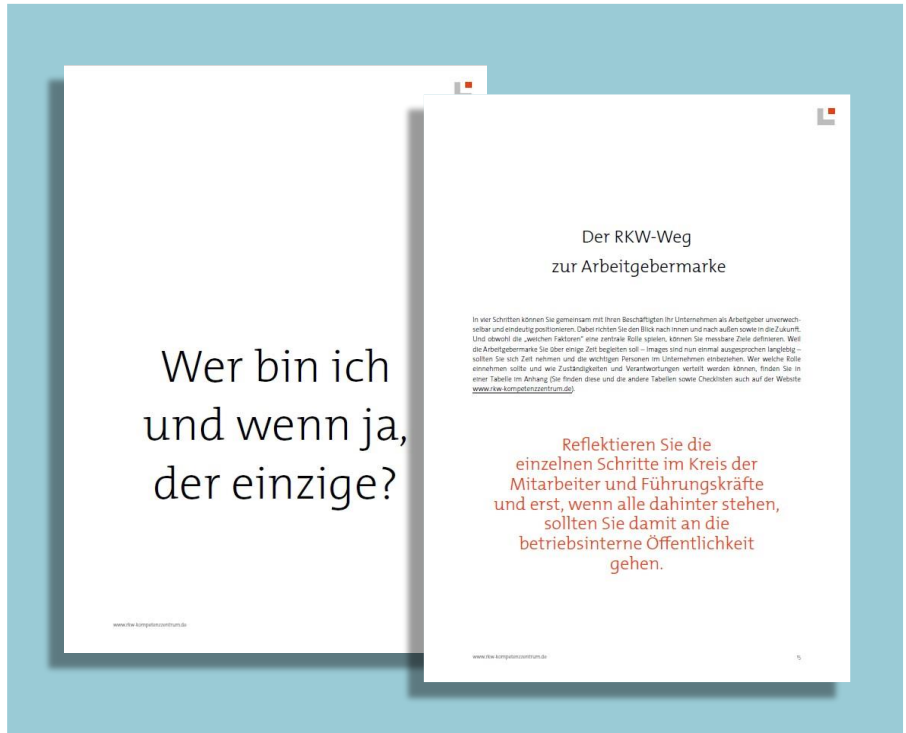
sich Führungskräfte orientieren können. Der Leitfaden verdeutlicht Führungskräften, wie eine glaubwürdige Arbeitgebermarke von innen heraus entwickelt werden muss und wie dies gelingen kann. Denn die Glaubwürdigkeit der Arbeitgebermarke hängt davon ab, ob sie auch tatsächlich im Betrieb gelebt wird.

Führungskräfte erfahren, wie der Aufbau einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke mit einer Stärkung der Führungs- und Unternehmenskultur einhergeht. Die Arbeitgeberattraktivität steigt und Betriebe profitieren bspw. von einer höheren Identifikation der Beschäftigten mit dem Betrieb, einer gesteigerten Loyalität und Produktivität sowie von einer verbesserten Reputation. Dies erleichtert die Personalbindung und -gewinnung.

## Wie können Führungskräfte den Leitfaden nutzen?

Der Leitfaden kann von Führungskräften als fundierte Informationsquelle zum Employer Branding genutzt werden. Er eignet sich als Einstieg in die Thematik. Auf knapp 40 Seiten erhalten Führungskräfte einen guten Überblick über alle Schritte zur Entwicklung und Gestaltung einer glaubwürdigen Arbeitgebermarke.

Wollen Führungskräfte diesen Weg tatsächlich systematisch gehen, so sollten sie genug Zeit einplanen und sich bewusst sein, dass dies ein langfristiges Projekt ist, wobei die Außenkommunikation letztlich den kleinsten Schritt darstellt.



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

Für eine erfolgreiche Markenbildung sollten Führungskräfte ein Projektteam bilden und von Anfang an, wenn vorhanden, andere Verantwortliche bspw. für Personal und Ausbildung sowie den Betriebsrat einbinden. Der Leitfaden bietet Führungskräften diesbezüglich eine Tabelle mit allen denkbaren Beteiligten, deren Rollen und Aufgaben.

## 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.



### ZUGANG

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

