

**Wolf Reiner Kriegler**  
 Gründer und Geschäftsführer  
 »Deutsche Employer Branding Akademie«



**Wolf Reiner Kriegler** ist Experte für Corporate und Employer Branding. Er baute zwei Agenturen und eine genuine Strategieberatung für Marken auf. 2006 gründete er mit der Personalexpertin Christina Grubendorfer, die Deutsche Employer Branding Akademie. Die DEBA ist auf die Employer Branding Strategieentwicklung spezialisiert.

[www.employerbranding.org](http://www.employerbranding.org)

Wie geht es richtig? Was hat sich bewährt?

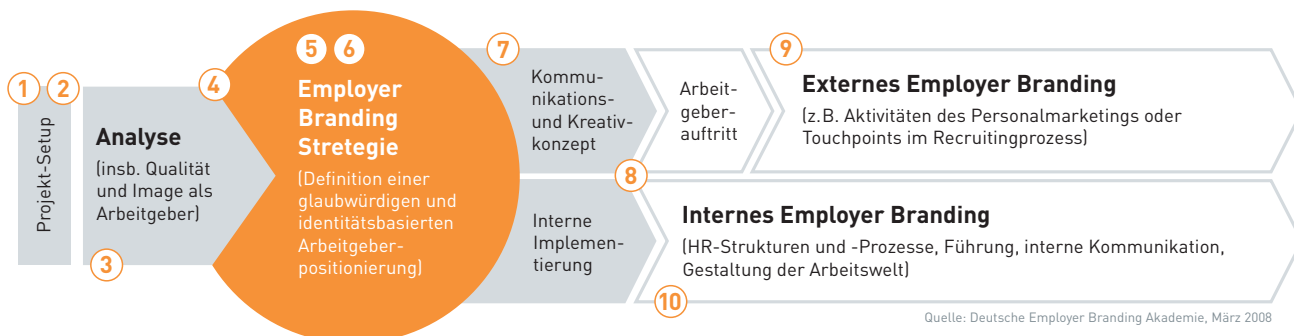
## EMPLOYER BRANDING IN DER PRAXIS – DIE 10 SCHRITTE

In Deutschland werden allenfalls 20% der Potenziale einer Arbeitgebermarke genutzt. Unternehmen, die identitätsbasiertes Employer Branding betreiben, kommen in den Genuß vielfältiger positiver Effekte, bis hin zu überdurchschnittlicher Leistung der Mitarbeiter oder einem Plus an Kundenzufriedenheit. Wer Employer Branding richtig macht, der verbessert auch die eigene Arbeitgeberqualität und steigert so kontinuierlich seine Wettbewerbsfähigkeit als Arbeitgeber.

Wie sieht er aus, der Employer Branding Prozess? Welches Vorgehen hat sich bewährt? Hier die zehn Schritte auf dem Weg zur Arbeitgebermarke:

- 1. »Cockpit-Check«**  
Leiten Sie Ihre Employer Branding Ziele aus der Unternehmens- und Personalstrategie ab. Berücksichtigen Sie die Arbeitgebermarke, sie ist Ihre strategische Leitplanke.
- 2. »Runder Tisch«**  
Sorgen Sie von Anfang an für die anhaltende Aufmerksamkeit des Top-Managements. Vernetzen Sie HR und Marketing. Das bringt Budgetsynergien und stärkt die Marke insgesamt.
- 3. Erkunden Sie das Umfeld**  
Untersuchen Sie Markt und Wettbewerb, studieren Sie Benchmarks und betrachten Sie Ihre externen und internen Zielgruppen.
- 4. Gehen Sie »Trüffel«**  
Prüfen Sie die Positionierungstauglichkeit verschiedener Aspekte Ihrer Arbeitgeberqualität in Abgleich mit Zielen und Werten. Wo liegen Chancen und Risiken? Entwickeln Sie einen strategischen Ansatz und testen Sie ihn intern auf seine Glaubwürdigkeit.

- 5. Gehen Sie in sich**  
Entwickeln Sie Identität und Werte der Arbeitgebermarke. Stimmt das »offizielle Selbstbild« auch wirklich mit der gelebten Realität überein?
- 6. Treiben Sie sich auf die Spitze**  
Entwickeln Sie ein profilscharfes und prägnantes Employer Brand Positioning. Die Unique Employment Proposition (UEP) bringt auf den Punkt, was Sie als Arbeitgeber besonders macht und unterscheidet. Der »cultural fit« definiert, wer kulturell und persönlich zu Ihnen passt.
- 7. Geben Sie sich ein Gesicht**  
Entwickeln Sie ein Kreativkonzept. Planen und priorisieren Sie die operativen Maßnahmen. Erst jetzt kommen Agenturen zum Zuge. Suchen Sie sich die Richtige. Passen Sie den Arbeitgeberauftritt an.
- 8. Messen Sie Ihren Erfolg**  
Definieren Sie Erfolgsfaktoren und starten Sie die Evaluation.
- 9. Externes Employer Branding**  
Starten Sie die Kommunikation und machen Sie die Arbeitgebermarke in allen »Touchpoints« des Recruitingprozesses konsistent erlebbar.
- 10. Internes Employer Branding**  
Passen Sie HR-Strukturen und -Prozesse, Führung, interne Kommunikation sowie die Gestaltung der Arbeitswelt an die Arbeitgebermarke an. So sorgen Sie nicht nur für ein konsistentes Erleben der Arbeitgebermarke in Ihrem Unternehmen, Sie verbessern auch kontinuierlich Ihre Arbeitgeberattraktivität.



Quelle: Deutsche Employer Branding Akademie, März 2008