



Es gibt Unternehmen, die
haben keine Probleme
Mitarbeiter zu finden.

Deine Mitarbeiter als Storyteller





Erfolgsrezept für gelungenes Employer Branding

Was bedeutet Employer
Branding?

Employer Branding: Image bei Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden



Was sind die größten
Fehler beim Aufbau einer
Employer Branding
Strategie?

HR und Marketing formen den Employer Brand

Wie kann ich einen
Employer Brand
entwickeln - der die
Unternehmenskultur
widerspiegelt?

Durch die Einbindung des
gesamten Teams



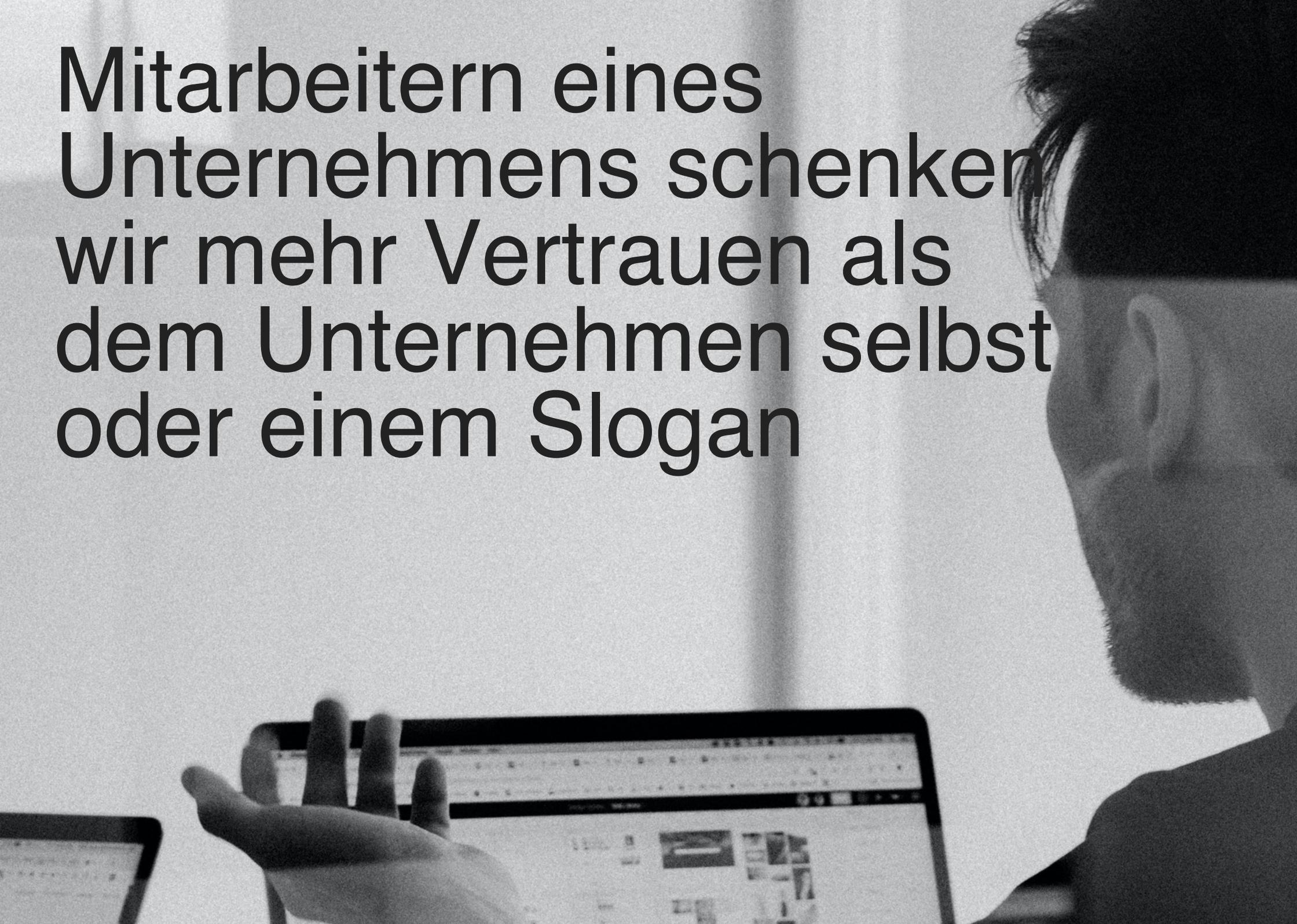
05

Positionierungsansätze

01

Positionierungsansatz
Mitarbeiterfokus

Mitarbeitern eines
Unternehmens schenken
wir mehr Vertrauen als
dem Unternehmen selbst
oder einem Slogan



Beispiel: Die Kampagne

"Become a Zappos Insider" gibt Einblicke in das Leben bei Zappos und soll potenzielle Mitarbeiter ansprechen, die nach einer ähnlichen Arbeitsumgebung suchen.



02

Positionierungsansatz
Internationalität

Internationale
Unternehmen ziehen
potenzielle Mitarbeiter
stärker an



Beispiel: Ericsson: Change the world with us. Ericsson setzt auf globale Präsenz, was seinen Mitarbeitern die Möglichkeit gibt, mit talentierten Fachleuten aus verschiedenen Regionen der Welt zusammenzuarbeiten.



ERICSSON

03

Positionierungsansatz
Innovation

**Unternehmen mit
innovativen Ideen
genießen höheres
Ansehen**



Beispiel: Sales Force - Transform your everyday.

Jeder Mitarbeiter spielt eine wichtige Rolle, um die Zukunft des Unternehmens voranzutreiben.



04

Positionierungsansatz
Diversität

Unternehmen mit sozialer
Verantwortung ziehen
talentiertere Mitarbeiter
verstärkt an



Beispiel: Die "Build for everyone" Kampagne von Google zielt darauf ab, das Unternehmen als Arbeitgeber zu positionieren, der sich für Vielfalt, Inklusion und Chancengleichheit einsetzt.



05

Positionierungsansatz
Kontrast

Wir bevorzugen
unkonventionelle
Unternehmen und lieben
Kontraste



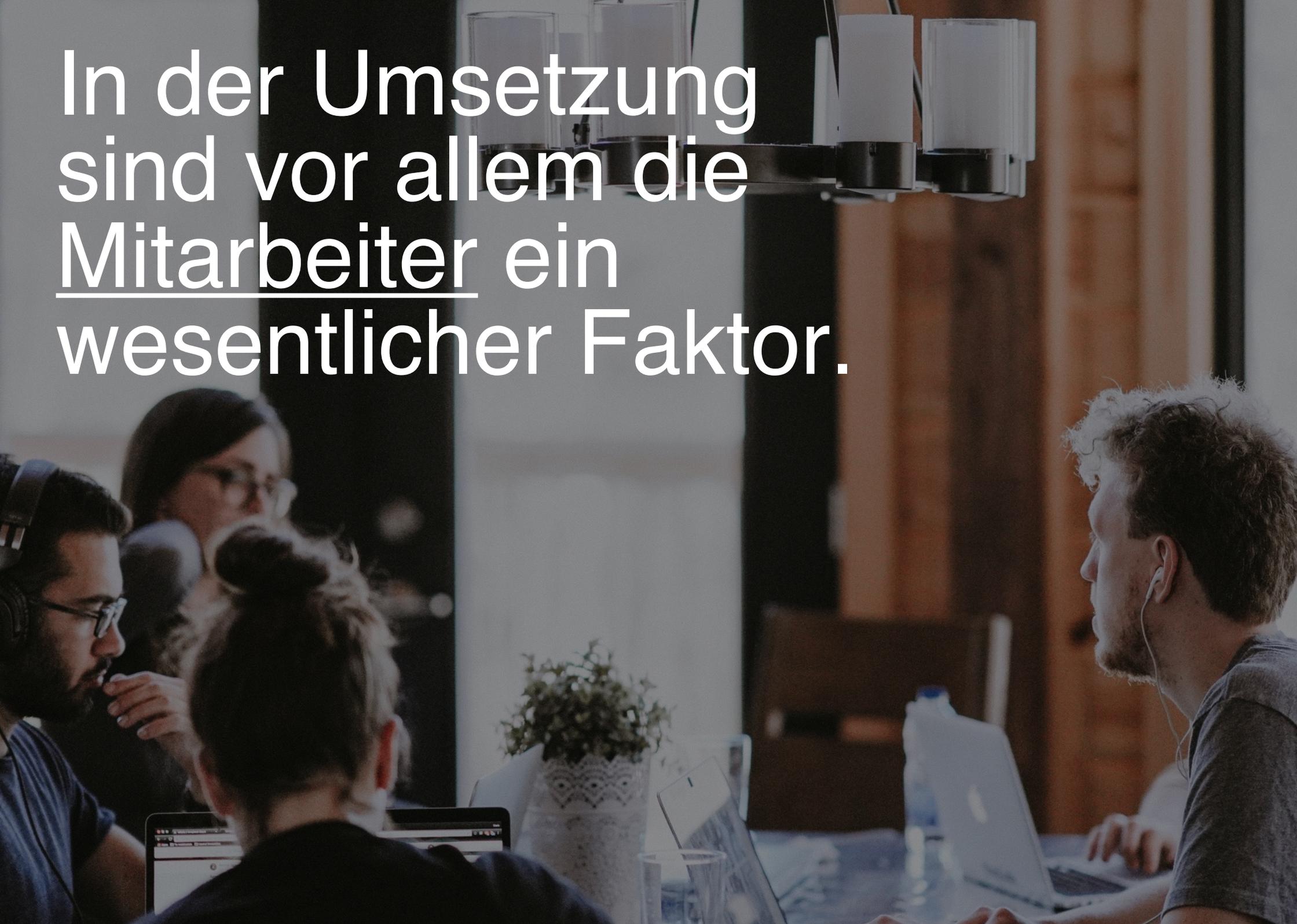
Beispiel: Die Apple-Kampagne
"Join Us Be You" ist eine Aufforderung an
Menschen, ihre Einzigartigkeit zu feiern
und sich selbst auszudrücken.



Positionierungsansätze

- Mitarbeiterfokus
- Internationalität
- Innovation
- Diversität
- Kontrast

In der Umsetzung
sind vor allem die
Mitarbeiter ein
wesentlicher Faktor.



Denn die erzählen die
Geschichten.

Story- telling

dunkelblaufastschwarz

Kurze
Agenturvorstellung:

dunkelblaufastschwarz

=



Silvia



Ela



Julia



Reini



Peter

Silvia

Ela

Julia

Reini

Peter

=



Was haben wir da gerade gemacht?

- Nicht erzählt, welche Kunden wir haben
- Nicht erzählt, wie viele Awards wir gewonnen haben
- Nicht erzählt, was wir alles für Leistungen anbieten
- Nicht erzählt, was wir besser als andere können

Sondern:

01. Uns nicht als Marke,
sondern die **Menschen**
vorgestellt, die bei uns
arbeiten. Denn die sind
die Marke.

Sondern:

02. Die **Geschichten** von und über die Menschen erzählt, die bei uns arbeiten. Denn das wiederum erzählt eine Menge über uns.

Weil: Geschichten von und über Menschen, die bei einer Marke arbeiten, sind:

- glaubwürdiger
- unterhaltsamer
- echter
- ehrlicher
- menschlicher
- bildhafter
- differenzierender

Das heißt nicht: Mitarbeiter die Geschichte der Firma erzählen lassen. Sondern ihre *eigene*.
Sonst wird es schnell:

- **unglaubwürdiger**
- **langweiliger**
- **unechter**
- **unehrlicher**
- **unmenschlicher**
- **schablonenhafter**
- **undifferenzierter**

Diese eigenen Geschichten
müssen
nicht besonders sein.

Sondern dass sie persönlich
sind,
macht sie besonders.

A painting of a garden path with a wooden fence and a large bush. The path is covered in fallen leaves and flowers, and the fence is made of vertical posts and horizontal rails. The background is filled with dense green foliage.

Mitarbeiter und deren
Geschichten als Träger
für die eigene HR-
Kommunikation zu nutzen,
das ist die Kunst.

1. Setzt auf Geschichten
2. Die schönsten findet ihr in bei euren Mitarbeiter:innen
3. Hebt sie durch Zuhören
4. Lasst eure Mitarbeiter:innen sie erzählen
5. Schafft den Raum dafür
6. Legt ihnen nichts in den Mund, sondern lasst ihnen freien Lauf
7. Vertraut auf die Kraft von persönlichen Geschichten

Vielen Dank!

A person in a costume with a large, ornate hat and red hair, with blue roses attached to the hat. The background is a blurred crowd of people.

brands-aufleger.com

dbfs.at



Sabine
Aufleger

office@brands-aufleger.com
[linkedin.com/in/sabine-aufleger](https://www.linkedin.com/in/sabine-aufleger)



Peter
Mitterhauser

p.mitterhauser@dbfs.at
[linkedin.com/in/peter-mitterhauser/](https://www.linkedin.com/in/peter-mitterhauser/)