



# EMPLOYER BRANDING

DIE ARBEITGEBER-  
MARKE STÄRKEN



## DIE RICHTIGEN MENSCHEN FINDEN

Sie wollen auf dem Bewerbermarkt nicht nur wahrgenommen werden, sondern positiv auffallen? Sie wollen sich nicht klassische Plattitüden eines Vorzeige-Arbeitgebers auf die Fahnen schreiben, sondern die Aspekte in den Vordergrund rücken, die Sie wirklich ausmachen? Und Sie wollen nicht einfach mehr Bewerbungen erhalten, sondern Kandidaten finden, die zu Ihnen passen? Dann ist die Entwicklung einer Employer-Branding-Strategie genau der richtige Ansatz für Sie.



## DEM ARBEITGEBER EIN GESICHT GEBEN

Employer Branding ist nicht (nur) die Baustelle der Marketing-  
abteilung. Und beim Employer Branding geht es nicht nur darum,  
Ihnen als Arbeitgeber einen neuen Anstrich zu geben. Es geht  
natürlich schon um ein Bild. Allerdings um ein ganz bestimmtes.  
Eine Arbeitgebermarke muss vor allem eines sein: authentisch. Und  
deswegen drücken wir denen das Malzeug in die Hand, die besagtes  
Bild zeichnen können, nämlich  
Ihren Mitarbeiterinnen und  
Mitarbeiter.

### Worum es geht

Bei Ihnen kann keiner zeich-  
nen? Das sagen am Anfang alle. Und es geht doch. Versprochen.  
Schließlich sind wir als Katalysatoren und Unterstützer da. Wir  
begleiten den Prozess analytisch, methodisch, moderierend, beratend  
und in der Umsetzung in Wort und Bild auch gern praktisch.



„Was macht uns aus?“



# REFLEKTIEREN, ANALYSIEREN, POSITIONIEREN

Employer Branding ist ein sorgfältiger Prozess. Im Rahmen von ca. drei Workshops erarbeiten wir mit einem repräsentativen Team Ihrer Belegschaft die Kernaspekte mit Blick auf Ihre Organisation: Wer sind Sie als Arbeitgeber und was macht Sie aus? Dieser Reflexionsprozess ist ein wichtiger Teil für die Entwicklung der Strategie.

Aber das ist nur die eine Seite. In diesem Prozess legen wir sehr viel Wert auf die Validität der Ergebnisse. Diese stellen wir über die analytisch fundierte Vorgehensweise sicher. Wir nutzen hierzu die aktuellsten Zahlen, Daten und Prognosen aus dem (Arbeits-) Markt, legen mit Blick auf die anvisierten Zielgruppen aktuelle Erkenntnisse der Sinus-Milieus zugrunde und nehmen natürlich auch Ihre Arbeitgeber-Wettbewerber ins Visier. Erst dann wird das Bild rund.

## Was wir tun

Mit Ihrem Team beleuchten wir im Anschluss, welche Maßnahmen und „Schaufenster“ (um nicht über Kommunikationskanäle zu sprechen) geeignet sind, um Bild und Botschaft zu platzieren.



## REALISIEREN, IDENTIFIZIEREN, MOBILISIEREN

Das Bild als solches ist übrigens nicht das einzige Ergebnis. Der Prozess bringt – so wie wir ihn aufsetzen – sehr viel mehr in Gang. Deutlich wird zum Beispiel, wo **Stärken** und Chancen der Organisation liegen, wo **weitere Potenziale** entfaltet werden können. Und noch etwas passiert in dieser Zeit: die **Identifikation** der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Ihnen als Arbeitgeber (g)reift. Ein gern gesehener Nebeneffekt des Verfahrens. Viele unserer Kunden sehen hierin den größten Mehrwert.

### Was Sie davon haben

Im Ergebnis gewinnen Sie so nicht nur ein **belastbares Arbeitgeber-Markenbild**, sondern auch einen **Fahrplan** für die Vorgehensweise und ein ganzes Team mobilisierter und identifizierter Markenbotschafter.



## EINE INTERDISZIPLINÄRE AUFGABE

Weil die Anforderungen an die Entwicklung einer professionellen Employer Branding-Strategie die Perspektiven unterschiedlicher Disziplinen verlangt, stehen wir Ihnen mit **interdisziplinärer Kompetenz** zur Seite.

Als **Berater und Entwickler** verstehen wir uns auf Felder, die bottom-up in der Organisation zu beackern sind. Mit unseren Schwerpunkten Kommunikation, Demografie und Change-Management beherrschen wir hier eine breite Palette um Kernthemen herauszuarbeiten und die Akteure mit ins Boot zu holen.

**Wir haben das Zeug dazu**

Für die Umsetzung kommen unsere Kolleginnen aus dem **Marketing** und der **Grafik** ins Spiel. Hier werden die erarbeiteten Kernaspekte und Botschaften einer umfassenden Prüfung unterworfen: Sind die Ergebnisse plausibel, belastbar und übersetzbar? Passen Zielgruppe und Botschaften mit den angedachten Kommunikationskanälen zusammen?

Dank unserer **langjährigen Expertise** in diesen Bereichen können Sie sicher sein, dass Vorgehensweise und Strategie Kopf und Fuß haben.

„Wir haben ein Ergebnis, von dem wir überzeugt sind.  
Wir waren sehr effektiv.“

„offene Arbeitsatmosphäre,  
stringentes Vorgehen“

„Ich war großer Kritiker gegenüber der Veranstaltung, aber ich muss sagen, dass es echt Spaß gemacht hat.“

„Es ist schön zu sehen, wie der Arbeitgeber gesehen wird“

„Ich bin überrascht, wie viele gute Ergebnisse in so kurzer Zeit erreicht wurden.“

„Sehr gute Veranstaltung:  
Gut angeleitet – aber wir haben es erarbeitet.“

## BEWERTUNGSBOGEN

Wenn Sie an die vergangene Veranstaltung denken:  
Was hat Sie an der Veranstaltung begeistert?

- Sehr kurzweilig / spannend /
- immer neue Gruppenkollaborationen
- und diese nicht immer „ausgesäht“
- Sondern frei zusammengebracht

Was hat Ihnen nicht so gut gefallen oder was ist noch zu verbessern?  
/.



**Zeigen Sie, wer Sie sind,  
und finden Sie, wer zu Ihnen passt.**

**Wir freuen uns auf den Kontakt.**



**KITAZO<sup>AG</sup>**

Besser sein. Besser ankommen.

Stefanie Weißels  
Hohenzollernstr. 19a | 30161 Hannover  
T 0511.28 81 28.82 | F 0511.28 81 28.28  
s.wessels@kitazo.de | [www.kitazo.de](http://www.kitazo.de)