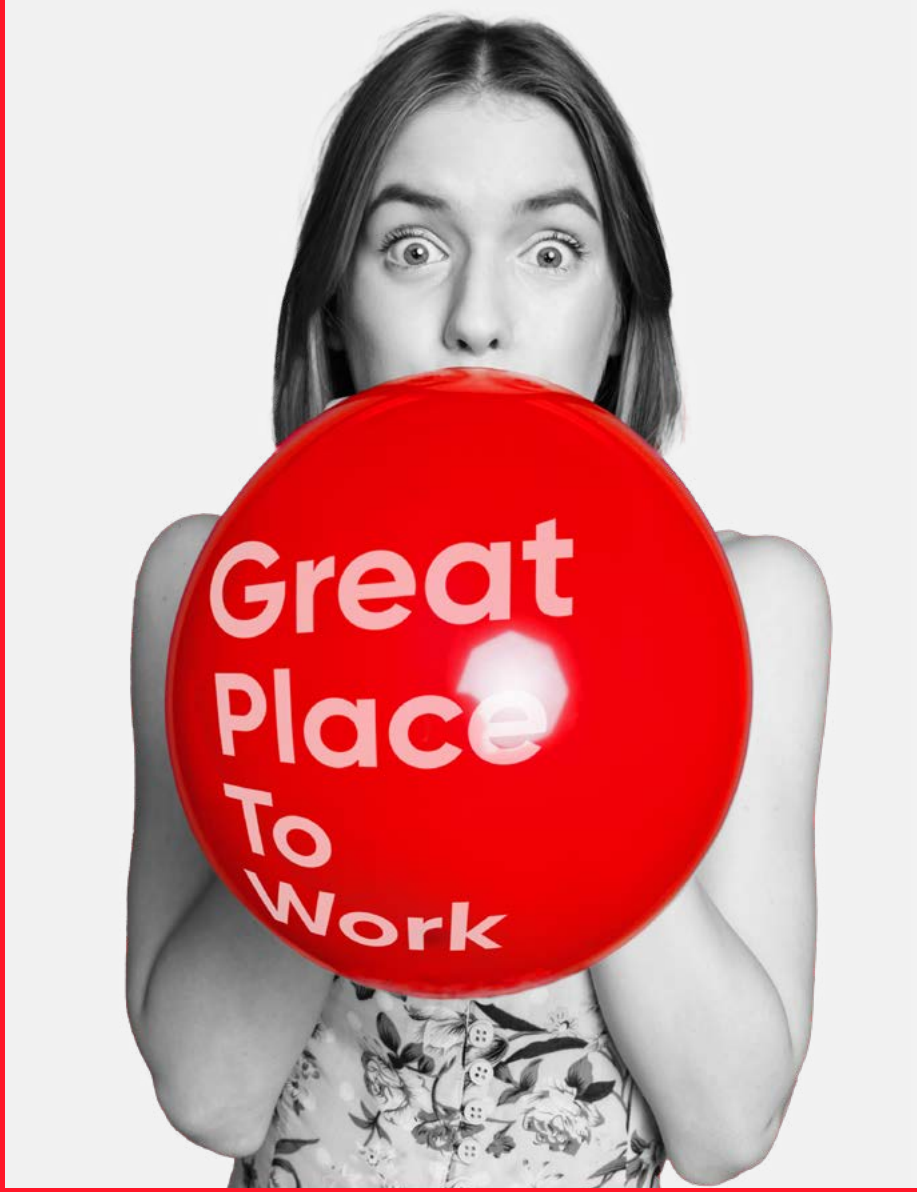


Employer Branding mit Great Place To Work®

So zeigen Sie der Welt, dass Sie ein attraktiver Arbeitgeber sind

Inhalt

Was ist Employer Branding? 4

Warum es sich lohnt, in eine gute Arbeitsplatzkultur zu investieren 6

Die Great Place to Work® Siegel 7

Interne Kommunikation 8

Externe Kommunikation 12

Social Media 18

Kontakt 22

You are GREAT?

Sie haben kürzlich die Great Place To Work® Zertifizierung erhalten oder wurden in einem unserer Arbeitgeberwettbewerbe ausgezeichnet?

Herzlichen Glückwunsch!

Jetzt ist es höchste Zeit, der Welt mitzuteilen, dass Sie eine Unternehmenskultur entwickelt haben, **die es wert ist, gefeiert zu werden!**

Ein Great Place to Work® Siegel bescheinigt Ihnen eine mitarbeiterorientierte und vertrauensvolle Arbeitsplatzkultur und unterstützt Sie dabei, die Attraktivität Ihres Unternehmens sichtbar zu machen. Für die Kommunikation – sowohl zur Gewinnung neuer Talente als auch zur Bindung Ihrer Mitarbeitenden – sind Ihrer Kreativität grundsätzlich keine Grenzen gesetzt. Ein **integrierter Kommunikationsplan** hilft jedoch dabei, die einzigartigen Arbeitgebermerkmale öffentlichkeitswirksam zu kommunizieren. Dabei spielt auch **Storytelling** eine wichtige Rolle. Geben Sie Einblicke in das Unternehmen, porträtieren Sie Mitarbeitende, lassen Sie andere an Ihren Aktivitäten teilhaben. Das macht Sie als Arbeitgeber greifbar, authentisch und sympathisch. Am besten setzen sich HR, Marketing und PR/Öffentlichkeitsarbeit direkt nach Verkündung der Gewinner an einen Tisch, denn: stringente Kommunikation ist die Basis!

Sollten Sie nach Inspirationen oder Best Practices suchen, werden Sie hier fündig: In diesem Employer Branding Guide haben wir gelungene Beispiele für die Platzierung des Siegerlogos und die Positionierung als ausgezeichneter Arbeitgeber zusammengestellt.

Wenn Sie Fragen zum Thema Kommunikation haben, wenden Sie sich gerne an:
marketing@greatplacetowork.de

Was ist Employer Branding?

„Employer Branding ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber“ (Deutsche Employer Branding Akademie 2006).

Der Begriff wurde 1996 von Tim Ambler und Simon Barrow in einem Fachartikel im Journal of Brand Management mit dem schlichten Titel „The employer brand“ geprägt. Der Artikel war das Ergebnis einer Studie zur Personalpolitik, die beide in 27 britischen Unternehmen durchführten, um die Bedeutung von Arbeitgebermarkenführung zu untersuchen.

Employer Branding ist also eine Marketing- und Kommunikationsstrategie, um neue **Mitarbeitende zu gewinnen und die bestehenden ans Unternehmen zu binden.** Employer Branding **entwickelt und pflegt die Arbeitgebermarke und steigert ihre Attraktivität**.

Wichtig ist, dass sie Teil der Unternehmensstrategie ist und die Kultur eines Unternehmens realistisch spiegelt. Authentizität ist das Stichwort. Nach innen gilt es die Kultur mitarbeiterorientiert zu entwickeln, die Werte und die Mission zu verankern und so den Mitarbeitenden eine klare Identität zu bieten; und nach außen die Kultur glaubhaft zu kommunizieren, um ein einheitliches Erscheinungsbild als attraktiver Arbeitgeber zu liefern. Ein fundiertes und ganzheitliches, auf einer glaubwürdigen Kultur fußendes Employer Branding, kann mithin in Zeiten des Fachkräftemangels und des „War of Talents“ ein **entscheidender Wettbewerbsvorteil** sein, um den Erfolg eines Unternehmens langfristig zu sichern.

„Eine Marke besteht aus Erwartungen, Erinnerungen, Geschichten und Beziehungen, die zusammengenommen dafür sorgen, dass ein Kunde bestimmte Produkte oder Dienstleistungen anderen bevorzugt.“

Seth Godin

Marketing- und Leadership-Experte.
Bestseller-Autor, Unternehmer, Blogger und Speaker.

Warum es sich lohnt, in eine gute Arbeitsplatzkultur zu investieren

Jedes Jahr werden besonders exzellente Arbeitgeber für ihre Leistung international, national, regional und branchenspezifisch von Great Place to Work® als „Beste Arbeitgeber" ausgezeichnet. Aber was zeichnet diese Unternehmen aus? Zunächst einmal der Mut, ihre Qualität und Attraktivität als Arbeitgeber überprüfen zu lassen. Sie haben ihre Mitarbeitenden auf eine systematische und wissenschaftlich fundierte Art und Weise befragt, wie sie die Arbeitsplatzkultur erleben - anonym und repräsentativ. Und die Bereitschaft, aus diesen Erkenntnissen Rückschlüsse zu ziehen, Strategien zu entwickeln und schließlich Maßnahmen zu ergreifen, um die bestehende Unternehmenskultur zu optimieren und eine glaubhafte Arbeitgebermarke von innen heraus zu formen. Der Weg hin zu einer exzellenten Unternehmens- und somit auch Arbeitsplatzkultur fordert heraus, impliziert Veränderung in Strukturen und Prozessen, bedingt ein klares Commitment zu Werten und Leitbildern, die gleichsam von allen gelebt werden müssen und erlebt werden können. Aber er lohnt sich. Von Great Place to Work® ausgezeichnete Unternehmen beweisen, dass sie zufriedene Mitarbeitende und eine konsistente Arbeitsplatzkultur haben: Wo Great Place to Work® draufsteht, wird eine mitarbeiterorientierte Kultur gelebt und von diesen auch bestätigt. Folglich wächst die Bereitschaft, sich einzubringen, zu engagieren und somit das Unternehmen nachhaltig zu stärken.

Unsere glaubwürdigen Auszeichnungen und umfassenden, integrierten Kommunikationstools helfen dabei, die einzigartigen Arbeitgebermerkmale öffentlichkeitswirksam zu präsentieren. So erlangen Unternehmen vor allem auch eine besondere Sichtbarkeit auf dem Bewerbermarkt und gestalten damit ein erfolgreiches Employer Branding.

Dipl. Psychologe Andreas Schubert
Geschäftsführer | Great Place to Work® Deutschland

Die Great Place to Work® Siegel

Fördern Sie den Stolz Ihrer Mitarbeitenden, erhöhen Sie ihr Engagement & steigern Sie Ihre Mitarbeiterbindung

Bitte nutzen Sie in jeglicher Kommunikation ausschließlich das von uns zur Verfügung gestellte Great Place to Work®-Siegel.
Beachten Sie dabei unsere **Richtlinien zur Siegelverwendung**, die Sie im Zuge der Zertifizierung bzw. Auszeichnung von uns erhalten haben.

1 Interne Kommunikation

Lassen Sie keine Gelegenheit aus, Ihre Mitarbeitenden daran zu erinnern, dass sie bei einem Great Place to Work arbeiten.

Let's Celebrate!

Planen Sie interne Veranstaltungen, um Ihren Erfolg direkt mit Ihren Mitarbeitenden zu teilen und zu feiern.

Interne Newsletter

Binden Sie Ihre Great Place to Work®-Auszeichnung in interne Rundschreiben ein – sowohl online als auch offline.

Intranet und interne Plattformen

Veröffentlichen Sie Artikel, Bilder und Erfolgsgeschichten auf all Ihren internen Plattformen.

Bildschirme

Nutzen Sie Ihre Bildschirme vor Ort, um Ihre Auszeichnung zu präsentieren – Gerade in Eingangsbereichen ein echter Hingucker!

Merchandise

In unserem Online-Shop finden Sie verschiedene Merchandising-Produkte, mit denen Sie auf vielfältiae Weise Ihre Auszeichnung zeigen können! Zum Beisp Award-Trophäen, Sitzwürfel oder Roll-Ups.

SHOP

AUSGEZEICHNET

Sie werden nicht fündig? Natürlich können Sie das Wettbewerbs- oder Zertifizierungslogo auch für selbst produziertes Merchandising verwenden wie z. B. Hoodies, Trinkflaschen und vieles mehr!

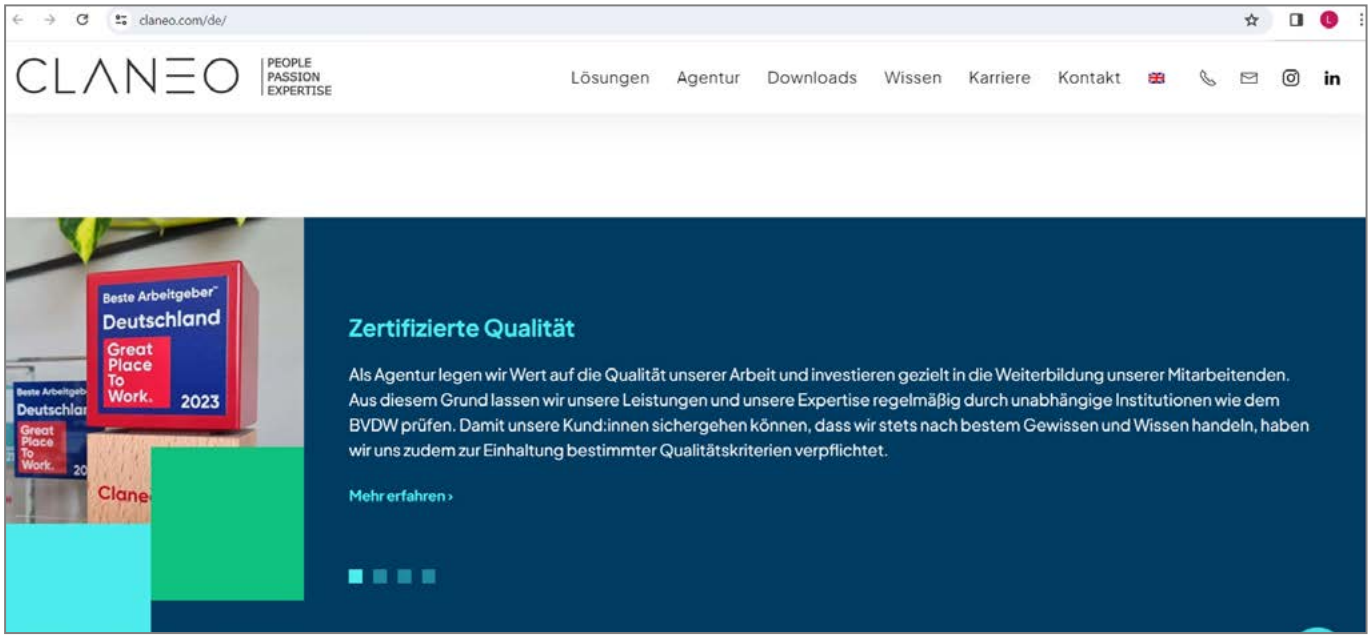
Nur was nach innen wirkt
kann nach außen glänzen

2 Externe Kommunikation

Orientieren Sie sich an folgender Frage: Woran erkennen Außenstehende, dass Ihr Unternehmen ein Great Place to Work ist?

Website

Der erste Eindruck zählt: Platzieren Sie die Auszeichnung auf Ihrer Website, denn diese ist das Fundament Ihrer Online-Kommunikation. Besucher*innen sollten hier auf den ersten Blick erfahren, wofür Ihr Unternehmen steht und was Ihr Unternehmen auszeichnet. Platzieren Sie Ihr Auszeichnungslogo daher prominent auf Ihrer Website! Insbesondere auf der Karriereseite und in den Stellenausschreibungen darf es nicht fehlen.



Pressemitteilungen

Erstellen Sie eine Pressemitteilung und senden Sie sie an lokale und branchenspezifische Medien, damit ein breites Publikum von Ihrer Arbeitgeberqualität erfährt. Publizieren Sie selbstbewusst das Ergebnis Ihrer Great Place to Work® Befragung und verleihen Sie Ihrem Erfolg mit Zitaten und Statements Nachdruck. Nutzen Sie dafür auch unsere Pressehilfe. Diese erhalten Sie über unser Kundenportal, für den der/ die Projektverantwortliche den Zugang hat.

Blog-Artikel

Veröffentlichen Sie Blog-Beiträge, die die Gründe für die Auszeichnung und Mitarbeitendengeschichten hervorheben.

Print

Beziehen Sie alle Ihre Kommunikationsmittel im Print-Bereich ein: Nutzen Sie zum Beispiel die Gestaltungsmöglichkeiten eines Advertorials, um sich in den Medien nach Ihren Vorstellungen zu präsentieren. Auch auf Visitenkarten, Ihrem Briefpapier oder in Ihrer Unternehmensbroschüre ein Eyecatcher.

Powerpoint-Präsentation

Kommen Powerpoint-Charts in Ihren Vorstellungsgesprächen zum Einsatz? Nutzen Sie auch hier die Gelegenheit, Ihre Auszeichnung einzubinden.

E-Mail-Signatur

Binden Sie das Auszeichnungslogo in Ihre E-Mail-Signatur ein und schicken Sie die Nachricht in die Welt.

Hintergrundbild für Video Calls

Erstellen Sie doch ein extra Hintergrundbild mit dem Siegel!
Gerade bei Bewerbungsgesprächen ist das ein toller Hingucker.

Stellenanzeigen

Verwenden Sie Ihr Siegel in Stellenanzeigen und zeigen Sie damit potenziellen Bewerbenden, dass Sie für Ihre sehr gute Arbeitsplatzkultur zertifiziert wurden. Das signalisiert Interessenten, dass Ihnen die Zufriedenheit von Mitarbeitenden und Commitment zur Weiterentwicklung wichtig sind.

Messe-Auftritt

Zeigen Sie Flagge und ergänzen Sie Ihren Messeauftritt z. B. um Roll-ups, Bowflags, Give-Aways und Broschüren.

Plakat-Werbung

Wie wäre es mit einer Plakatanzeige?
So zeigen Sie regional Präsenz.

Fahrzeugwerbung

Ob Firmenflotte, Bus oder S-Bahn: Ihre Auszeichnung eignet sich auch hervorragend als Verkehrsmittelwerbung!

Video

Geben Sie mit einem (YouTube-)Video Einblicke ins Unternehmen und zeigen Sie, warum Sie ein Great Place to Work® sind.

3 Social Media

Teilen Sie die Auszeichnung auf Ihren Unternehmensprofilen und nutzen Sie Hashtags, um die Reichweite zu erhöhen. Erinnern Sie Ihre Follower*innen immer wieder daran, dass Sie ein ausgezeichneter Arbeitgeber sind.

Unsere Haupt-Hashtags für unsere Prämierungen sind:

Deutschlands Beste Arbeitgeber 2024:

#DBA2024

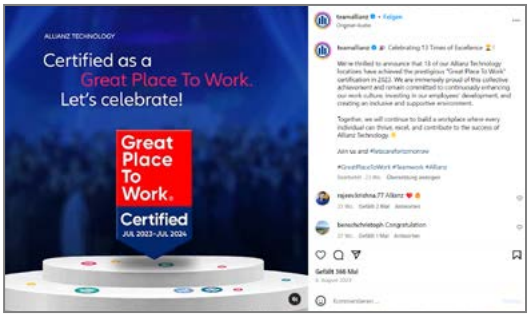
#Great2024

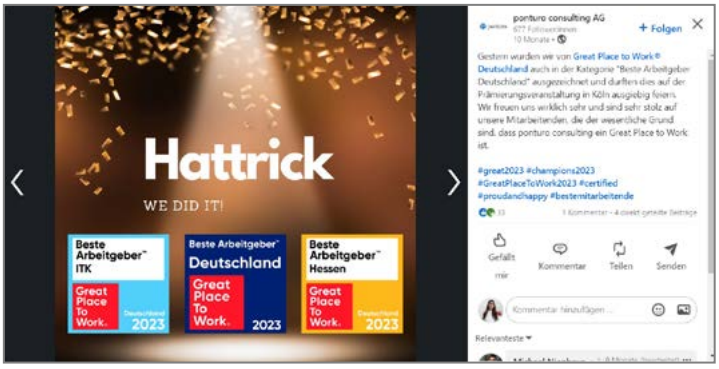
Champions 2024:

#Champions2024

#Great2024

Wenn Sie diese verwenden, finden wir Ihre Beiträge und reagieren gerne darauf. So können wir Sie dabei unterstützen, online eine hohe Reichweite zu bekommen! Wir zeigen Ihnen eine kleine Auswahl an Beispielen, wie Unternehmen ihre Siegel mit Stolz auf Instagram und LinkedIn in ihren Beiträgen zeigen:





Die folgenden Hashtags empfehlen wir, im Kontext der Sieger-Kommunikation zu verwenden:

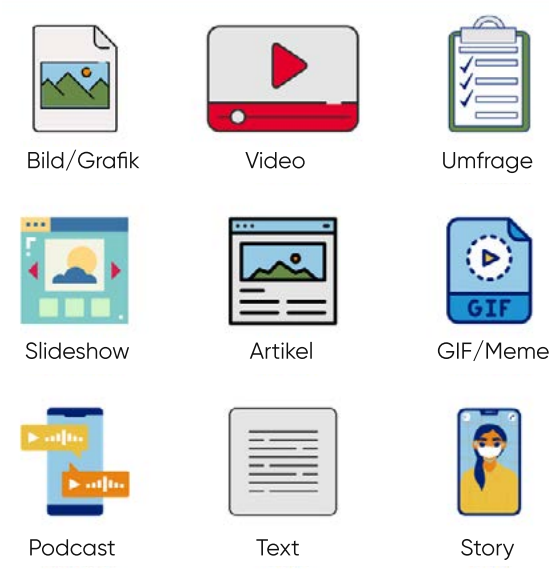
#Greatplacetowork

#Arbeitgeberauszeichnung

#Wearegreat

Nutzen Sie außerdem zur Abwechslung unterschiedliche Beitragsarten:

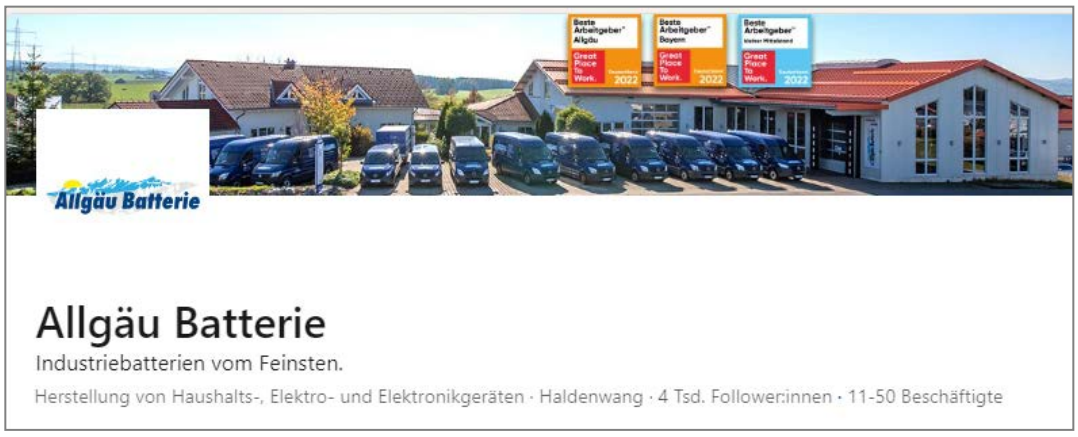
Hierbei gibt es zahlreiche verschiedene Möglichkeiten des Storytellings. Es bietet sich jedoch an, die Mitarbeitenden persönlich mit einzubeziehen, um ihre positive Einstellung zu ihrem Arbeitgeber direkt darstellen zu können.
Dies kann als Text, als Slideshow oder als Grafik gut verpackt werden. Kurzvideos sind jedoch ein besonders erfolgreiches Content-Format und können bereits mit wenig Aufwand und ohne professionelles Equipment erstellt werden. So können z.B. Mitarbeitende, Auszubildende oder Führungskräfte zu verschiedenen Fragen interviewt werden wie:



- Was macht XYZ für dich zu einem Great Place to Work?“
- „Beschreibe deinen Arbeitgeber in 3 Worten.“
- „Wir sind ein Great Place to Work, weil …“
- Etc.

Generell gilt es, die Besonderheiten der eigenen Unternehmenskultur, zentrale Werte, spannende Events sowie das eigene Team, welches zur Zertifizierung bzw. zur Auszeichnung beigetragen hat, authentisch in den Fokus zustellen. Zeigen Sie, dass Sie ein Great Place to Work® sind und warum.

Wir empfehlen Ihnen auch, das Wettbewerbs- oder Zertifizierungslogo als Bannerbild auf Ihren Social Media-Kanälen zu verwenden (z. B. bei LinkedIn).



Werden Sie Teil des Great Place to Work®-Netzwerkes

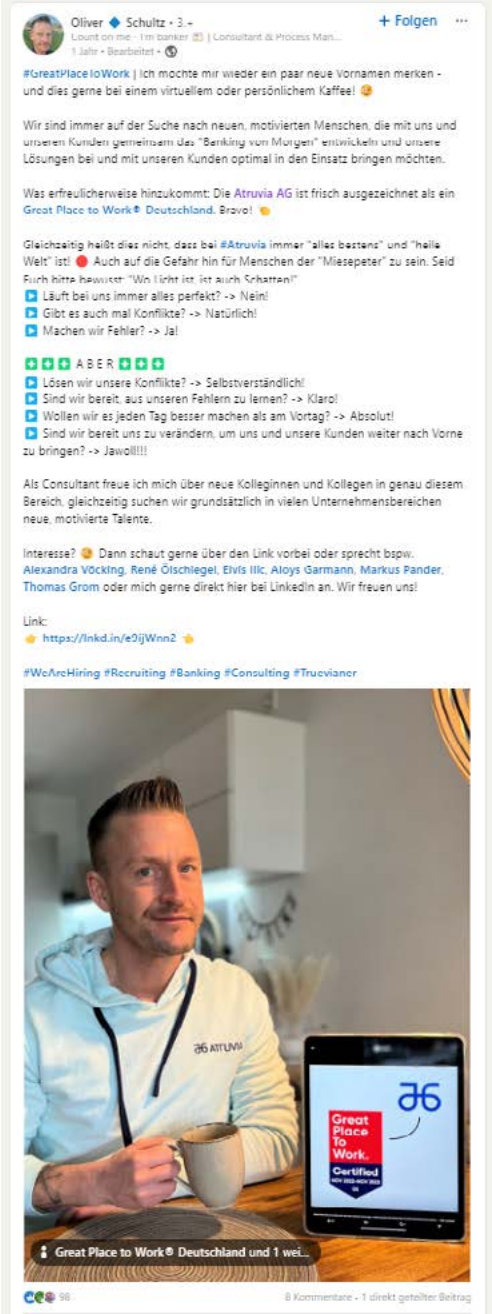
Wenn Sie unseren Unternehmensaccount bei LinkedIn oder Instagram markieren, werden wir auf Ihren Beitrag aufmerksam und reagieren gerne darauf.

Instagram

gptw_deutschland

LinkedIn

Great Place to Work® Deutschland



Corporate Influencer

Ihre Mitarbeitenden sind Ihr bestes Employer Branding: Sie können einen großen Teil dazu beitragen, dass Ihre Beiträge und Ihr Unternehmen Sichtbarkeit und Reichweite bekommen, indem sie reagieren, kommentieren, teilen und sogar selbst Beiträge über Ihr Unternehmen schreiben.

Tipp: Persönlicher Reminder

Stellen Sie sich am besten einen Serientermin ein, um regelmäßig auf Ihren Social Media Kanälen darüber zu berichten, welchen Unterschied es macht, dass Sie ein Great Place to Work sind. Bleiben Sie das ganze Jahr aktiv!

Nach der Teilnahme ist vor der Teilnahme

Employer Branding ist nichts, was sich abhaken lässt. Das Erleben der Mitarbeitenden und (potenziellen) Bewerbenden findet jeden Tag statt, darum planen Sie am besten langfristig. Durch einen jährlichen Befragungsrhythmus holen sie regelmäßig das Feedback ihrer Mitarbeitenden ein und haben im Idealfall durchgehend ein aktuelles, glaubwürdiges Arbeitgeberzertifikat.

Great Place to Work® unterstützt Unternehmen im gesamten Prozess zur Entwicklung und Sichtbarmachung einer exzellenten Arbeitsplatzkultur sowie einer authentischen Employer Brand. Das Erleben der Mitarbeitenden bildet hierfür die Basis. Denn es gilt:

„Was innen nicht glänzt, kann außen nicht funkeln."

Weitere Inspiration gewünscht?

Abonnieren Sie gerne unseren **Newsletter** und folgen Sie uns auf Social Media
LinkedIn
Instagram
YouTube

Stolz auf die eigene Idee?

Senden Sie uns gerne ein Foto oder Screenshot, wie Sie das Siegerlogo verwenden!
Wir freuen uns über E-Mails an marketing@greatplacetowork.de!

Great Place to Work®
Deutschland GmbH
Hardefuststraße 7
50677 Köln
T +49 221 93 33 50
info@greatplacetowork.de

greatplacetowork.de