

# Authentisch und humorvoll

PREIS. Erstmals hat Batten & Company Firmen für ihre Arbeitgebermarke mit dem „Best Employer Brand Award“ ausgezeichnet. Auf Platz 1 landete Henkel.

Von **Janina Sasse** und **Thomas Reinhardt**

In Zeiten von Fachkräftemangel und demografischem Wandel gewinnt die strategisch fundierte Positionierung eines Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber immer mehr an Bedeutung. Um Unternehmen auszuzeichnen, welche bereits ein exzellentes Employer Brand Management betreiben, hat die Managementberatung Batten & Company den „Best Employer Brand Award“ ins Leben gerufen.

Der Auszeichnung liegt ein fundiertes Messverfahren zugrunde, das Batten & Company mit der Employer-Brand-Managementexpertin Professor Susanne Böhlich von der Internationalen Hochschule Bad Honnef/Bonn entwickelt hat. Die Auswahl der besten Arbeitgebermarken erfolgt in einem dreistufigen Verfahren. Hierbei besteht die Analysephase aus einer Befragung von Personalentscheidern der teilnehmenden Unternehmen sowie aus einer umfassenden, standardisierten Kommunikationsanalyse. Die Ergebnisse bilden die Basis für das Votum einer multidisziplinären Fachjury, welche von den Nominierten die Top 3 sowie den „Hidden Champion“ identifiziert.

Als „Best Employer Brand 2011“ wurde der Konsumgüterhersteller Henkel ausge-

zeichnet. Auf dem zweiten Platz folgte die Siemens AG. Platz drei belegte die Douglas Holding. Den Sonderpreis in der Kategorie „Hidden Champion“ erhielt der Anbieter für Antriebstechnik SEW-Eurodrive.

## Henkel überzeugt die Award-Jury mit großer Professionalität und Humor

Das Siegerunternehmen Henkel überzeugt vor allem dadurch, dass es be-

wusst die eigenen Mitarbeiter in den Mittelpunkt seiner im Februar dieses Jahres gestarteten globalen Employer-Branding-Kampagne stellt. Zehn „echte Henkelaner“ verschiedener Nationen und Altersgruppen erzählen ihre persönliche Karrieregeschichte und zeigen glaubhaft, was sie antreibt, bei Henkel zu arbeiten. Der Global Player macht seine Angestellten damit gezielt zu Markenbotschaftern in eigener Sache – getreu dem Motto: Wer kann besser vermitteln, dass Henkel ein spannendes Unternehmen ist, als die eigenen Mitarbeiter?

Die Slogans – wie „Thank God It's Monday“ – sind mutig und zugleich humorvoll und bleiben gerade dadurch in Erinnerung. Sie transportieren die Leidenschaft der Mitarbeiter für ihre Arbeit und deren Freude an neuen Herausforderungen. Damit gelingt der Employer-Branding-Kampagne eine geschickte Verknüpfung mit dem neuen Claim „Henkel – Excellence is our Passion“ des übergeordneten Corporate-Brand-Auftritts, welcher zeitgleich weltweit eingeführt wurde. „Maßgeblicher Erfolgsfaktor war für uns, dass wir bei der Strategieentwicklung von Beginn an das Top-Management, das Business sowie natürlich die Unternehmenskommunikation intensiv mit eingebunden

**YES!  
IT'S 6 A.M.!**  
Robert, Board Office, Cosmetics & Toiletries

**Spannende Praktika  
für leidenschaftliche Frühaufsteher (m/w)**

Schwarzkopf | Persil | LOCTITE

Henkel steht für weltweite Spitzenpositionen mit erfolgreichen Marken und innovativen Technologien. Es erwartet Sie ein Umfeld, in dem Zukunft gestaltet wird und in dem Mitarbeiter über sich hinauswachsen. Bei Henkel zu arbeiten, ist weitaus mehr als nur ein Job. Es ist Leidenschaft, Kraft und der Wille, immer wieder gemeinsam Spitzenleistungen zu erzielen.

Jedes Jahr nutzen über 500 Studierende bei uns in Düsseldorf und Hamburg die Chance, dies persönlich zu erfahren und bereits als Praktikant viel zu bewegen. Mit Kollegen aus über 50 Nationen allein im Headquarter erleben Sie täglich, was es ausmacht, bei Henkel zu arbeiten. Durch die spannende Mischung aus Tages- und Projektgeschäft sammeln Sie wertvolle Berufserfahrung. Und für viele ist dies auch der fröhliche Beginn ihrer Karriere als Henkelaner. Neugierig geworden? Das wollen wir hoffen! Denn die 5 Positionen hier sind nur eine kleine Auswahl von den vielfältigen Möglichkeiten bei Henkel:

- Corporate Human Resources (148Ide)
- Nationales Marketing – Kosmetik (1015Ide)
- Finance / Controlling / Accounting (540Ide)
- International Supply Chain Management (745Ide)
- Marketing for Consumer and Craftsmen Adhesives (787Ide)

**Henkel** Excellence is our Passion

Sie denken und handeln wie wir? Dann nehmen Sie die Herausforderung an und bewerben Sie sich direkt online unter der angegebenen Referenz-Nummer. **Exzellente Karriereperspektiven: [henkel.de/karriere](http://henkel.de/karriere)**

Mit diesem Anzeigenmotiv wirbt Henkel humorvoll um Fachkräfte.

haben“, so Jens Plinke, der das Employer Branding von Henkel verantwortet.

## Gut vernetzte Kampagne

Bei der Umsetzung der Employer-Brand-Strategie legte Henkel Wert auf höchste Qualität und Professionalität – von der Imageanalyse mittels Neuromarketing bis hin zur Zusammenarbeit mit namhaften Fotografen und Regisseuren. Des Weiteren erfolgte die Umsetzung der Kampagne über die gesamte Bandbreite der Personalkommunikation: Auf Henkels Karrierewebseiten, Imageanzeigen, Bannern und Plakaten, in Stellenanzeigen sowie im Hochschulmarketing und bei Karrieremessen finden sich die Bildmotive und Videos wieder. Die verschiedenen Tools sind systematisch zu einem integrierten Kommunikationsmix verknüpft. Bislang einzigartig im Markt ist die Verlinkung der Online-Recruiting-Anzeigen direkt auf das Video des Testimonials.

Neben der Positionierung nach außen nutzt Henkel die Kampagne auch gezielt für die interne Kommunikation – von der Berichterstattung im Intranet über die Vorstellung der Kampagne auf der weltweiten Führungskräfteversammlung bis hin zum Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm. „Damit zeigt Henkel beispielhaft, dass exzellentes Employer-Brand-Management nicht nur auf die Gewinnung von neuen Talenten abzielt, sondern auch bestehende Mitarbeiter adressieren und an das Unternehmen binden sollte“, bekräftigt Adel Gelbert, Managing-Partner bei Batten & Company.

## Ein „Hidden Champion“ zeigt Flagge

Ebenso wie Henkel überzeugt auch der „Hidden Champion“ SEW-Eurodrive

SEW-EURODRIVE—Driving the world

**SEW EURODRIVE**

Ihre Freunde wissen nicht, wo Bruchsal liegt?  
Sagen Sie einfach:  
an der Spitze der Antriebstechnologie.

Menschen mit Weitblick und Schaffenskraft gesucht. Was halten Sie von einem Eintrag bei einem der führenden Spezialisten für Antriebstechnologie? Wir suchen Köpfer, Macher, Denker und Lenker. Menschen, die mit Kompetenz und Tatkraft Spitzenleistungen erbringen wollen, um Gutes noch besser zu machen. Menschen, die die Möglichkeiten eines weltweit erfolgreichen Unternehmens ebenso schätzen wie seine familiären Wurzeln. Menschen, die täglich Mut und Einsatz zeigen für neue Ideen für Getriebe, Motoren und Antriebssysteme, die in Zukunft Maßstäbe setzen werden. Menschen, die Visionen haben und wissen, wie man sie verantwortungsvoll verwirklicht. Menschen, die das Ganze sehen. Menschen wie Sie? Herzlich willkommen bei SEW-EURODRIVE.

www.karriere.sew-eurodrive.de

Diese Anzeige ist Teil der Employer-Brand-Strategie von SEW-Eurodrive.

durch eine klare und authentische Arbeitgeberpositionierung. Die hohe Glaubwürdigkeit in der Darstellung ist darauf zurückzuführen, dass das Unternehmen seine Positionierung von innen heraus entwickelte und dabei die eigenen Mitarbeiter stark in den Prozess einbezog. Um glaubhaft zu vermitteln, was SEW-Eurodrive als Arbeitgeber auszeichnet, nutzt der Anbieter von Antriebstechnik außerdem rund 30 Porträts von Mitarbeitern verschiedener Abteilungen in der Kommunikation.

Ein weiterer Schlüssel zum Erfolg liegt bei SEW-Eurodrive in der engen Vernetzung von HR, Marketing und Kommunikation. So verantwortete ein interdisziplinäres Projektteam die Konzeption und Umsetzung der Employer-Brand-Management-Strategie.

Bemerkenswert in der Ansprache sind die zielgruppenspezifischen Bildmotive und Botschaften, die konsequent über alle Kanäle kommuniziert werden. Der klare Zielgruppenfokus wird auch auf der eigenen Karrierewebseite als zentraler Kommunikationskanal deutlich. „Für den Erfolg im Employer Brand Management ist die differenzierte Ansprache der unterschiedlichen Interessengruppen von essenzieller Bedeutung. SEW-Eurodrive versteht es, die individuellen Bedürfnisse ihrer Zielgruppen gezielt zu adressieren und gleichzeitig die Konsistenz entlang der Arbeitgebermarke zu wahren“, hebt Managing-Partner Adel Gelbert vor.

## Bisher mangelt es vielfach noch am Controlling

Teilnehmerübergreifend konnte die Managementberatung Batten & Company in dieser Studie drei grundlegende Erkenntnisse gewinnen: Employer Brand Management ist für Unternehmen von großer und sogar steigender Bedeutung. Die Umsetzung weist jedoch noch verschiedene Verbesserungspotenziale auf und es fehlt den Unternehmen aktuell an passenden Kontrollinstrumenten für ihre Maßnahmen. Viele Arbeitgebermarken haben folglich bis zum nächsten „Best Employer Brand Award“ noch einige Arbeit vor sich.

**Janina Sasse**

Senior Consultant bei Batten & Company

**Thomas Reinhardt**

Consultant bei Batten & Company