

HEY VERA ...

**... wie kommuniziere ich
das Employer-Branding-Projekt
in die Organisation?**

Der erste Eindruck zählt!

Ein Employer-Branding-Projekt ist etwas besonderes - nichts, was man jedes Jahr macht.

Deshalb braucht es eine Bühne, die von Beginn an zeigt: "das hier ist anders als sonst".

Das darf die Belegschaft auch bei der Kommunikation spüren.

Der Name ist Programm

Damit es wirklich **individuell und ansprechend** wird, nennt Euer Projekt nicht einfach "Employer-Branding-Projekt".

Allein der Projekttitel kann schon eine **inspirierende Wirkung** haben **und Euer Ziel emotional vermitteln**.

(Fallbeispiele gern auf Anfrage)

Begeisterung kreieren

Statt einer Rundmail, kreiert kommunikative Erlebnisse, die **Interesse & Motivation** fürs Thema schaffen.

Das kann ein Video sein, ein Artikel oder Wiki im Intranet, ein Beitrag auf dem nächsten Townhall oder beim Sommerfest: Hauptsache, es schafft **Erlebbarkeit** und löst **positive Emotionen & WIR-Gefühl** aus.

Dialog statt Einbahnstraße

Das Projekt selbst nutzt in der Regel viele partizipative Analysemethoden. Das darf sich auch kommunikativ widerspiegeln, z.B. durch

- FAQs mit **Kommentarfunktion**
- **Offene Sprechstunden**, in denen Rückfragen geklärt werden
- **Persönliche Ansprechpartner**
- **Vor-Ort-Sessions** in dezentralen Strukturen o. Produktion

Orientierung geben

Die Kommunikation sollte **Transparenz schaffen**,

- wer das Projekt verantwortet
- wer welcher Rolle übernimmt
- welche Chancen & Grenzen es hat
- welche Phasen es durchläuft & wann erste Ergebnisse da sind

und am Wichtigsten WARUM

- man es als Organisation macht
- es für jeden persönlich wichtig ist

Das Besondere hervorheben

Die Mitarbeitenden werden häufig mit einer Vielzahl an Projekten konfrontiert.

Damit es nicht zu Konfusion führt (z.B. zu anderen Themen wie Mitarbeiterbefragungen u.ä.), ist es wichtig, die **Besonderheit** zu **betonen** und auch den **Zeitpunkt bewusst & taktisch** zu **wählen**, damit es nicht im Noise-Level untergeht.

Kontinuierlich dranbleiben

Bis zum Ziel gilt es das erste Feuer weiter zu schüren z.B.

- **Bergetappen kommunizieren** (Fokus auf Prozessfortschritt statt Inhalt)
- auf **Feedback & Anmerkungen** reagieren: **wertschätzen** & im Austausch bleiben
- das **Ergebnis feiern & danke sagen** für die Beteiligung (z.B. bei Befragungen, Interviews o.ä.)
- **Perspektive geben**, wie es weitergeht