

# Extra

## Employer Branding von Innen Soignez votre marque employeur !

„Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass Sie Ihr Unternehmen Ihren Bekannten als attraktiven Arbeitsplatz empfehlen?“ Mag. Robert Korp, Geschäftsführer von Dale Carnegie in Österreich, berichtet über die strategische Herausforderung vom Employer Branding.

« Quelle est la probabilité que vous recommandiez votre entreprise comme attractive auprès de vos proches ? » Robert Korp, dirigeant de Dale Carnegie Autriche, s'exprime sur le rôle stratégique que joue la marque employeur.



Mag. Robert Korp

**L**aut einschlägigen Studien wie z.B. Hewitt oder MSW (in Kooperation mit Dale Carnegie) beantworten im weltweiten Durchschnitt keine 20% der Mitarbeiter eines Unternehmens diese Frage uneingeschränkt positiv. Das mag da und dort ohne Auswirkungen bleiben, in einem zunehmenden „War for Talents“ bedeutet dies jedoch rasch einen eklatanten Wettbewerbsnachteil. Gefragte Unternehmen bei den Mitarbeitern sind meist auch an einer Spitzenposition im Markt zu finden.

Welche Faktoren spielen hier eine Rolle?

1. Employer Branding beginnt von innen heraus. Es beginnt bei einer gelebten Unternehmenskultur, wenn die Grundsätze aus den Hochglanzbroschüren in den Herzen und im Verhalten der Mitarbeiter angekommen sind.
2. Der unmittelbaren Führungskraft kommt eine entscheidende Rolle zu. Vertrauen will erworben sein, durch Wertschätzung und Verlässlichkeit.

3. Emotionale Faktoren wiegen schwerer als materielle. Menschen in Unternehmen wollen sich verbunden fühlen, einen wertvollen Beitrag leisten, viele wollen auch eine gewisse Autonomie bei Entscheidungen bzw. einen gewissen Gestaltungsspielraum haben.

4. Ehrliches Interesse für die andere Person macht den Unterschied. Schon Dale Carnegie wusste um die große Macht dieses Grundsatzes, sofern es sich eben wirklich um „ehrliches“ Interesse handelt. Eine Führungskraft muss keine beste Freundin oder bester Freund sein, aber sie muss den ganzen Menschen an einer bestimmten Position sehen und nicht nur die „Ressource“.

Employer Branding Initiativen sind dann wirkungsvoll, wenn der Kern des Unternehmens, nämlich die Menschen darin, den Markenkern und dessen Werte verkörpern. Die Entwicklung der gewünschten Unternehmenskultur darf nicht auf geduldige Flipcharts als Ergebnis von Workshops beschränkt werden, sie muss vielmehr zum Leben gebracht werden. Hier setzt Dale Carnegie mit seinen international bewährten Methoden an. Wir tragen dazu bei, das Engagement von Menschen in Unternehmen zu heben. Wir helfen dabei, dass diese Menschen ihr inneres Feuer und die Begeisterung für das, was sie tun neu entfachen und damit die Position des Unternehmens am Markt stärken.“

Résumé :

**E**n moyenne, à peine 20% des salariés d'une entreprise, la recommanderaient à leurs proches. Cela pourrait rester sans conséquences mais dans une véritable guerre des talents

comme aujourd'hui, c'est un point négatif qui pèse lourd sur la compétitivité d'une société. Beaucoup d'entreprises auxquelles appartiennent les salariés sondés occupent une place de leaders sur le marché. Il faut donc s'interroger sur les raisons de ce phénomène. Il existe plusieurs raisons.

Tout d'abord, la marque employeur commence de l'intérieur. Une fois que les grands principes ont influencé le cœur et le comportement des salariés à coups de brochures sur papier glacé, il s'agit de vivre ces valeurs. Et cela commence par les managers. L'estime et la fiabilité sont les prérequis impératifs à la confiance. Par ailleurs, les facteurs émotionnels jouent plus que les facteurs matériels : les employés veulent se sentir fédérés, reconnus, être autonomes, avoir un champ d'action suffisant... Enfin, l'intérêt sincère pour une personne fait toute la différence. Il ne s'agit pas là d'amitié mais un bon manager doit savoir envisager la personne dans son intégralité, et non seulement comme une ressource.

Les initiatives de marque employeur ne trouvent donc leur sens que si l'humain est placé au cœur de l'entreprise. Dale Carnegie a pris conscience très tôt de ce défi crucial et a développé des méthodes efficaces éprouvées internationalement. L'équipe de consultants aide les employés à raviver leur enthousiasme pour leur travail et pour leur entreprise, et ainsi à renforcer son positionnement sur le marché.

**Kontakt | Contact :**

**Mag. Robert Korp**

**T: +43 1 9850523-14**

**r.korp@dale-carnegie.at**

**www.dale-carnegie.at**