

EMPLOYER VALUE LOOP®

Die emotionale Kraft von Marken systematisch nutzbar machen, um HR-Organisationen entlang der Talent-Journey zu transformieren.

Index

1. Einleitung	3
2. Makrofaktoren, die den Arbeitsmarkt verändern	4
3. Ein Wandel ohne Alternative: Was Unternehmen jetzt tun sollten	5-8
4. Gemeinsam mit zwei starken Partnern aktiv Veränderung gestalten	9-10
5. Der Employer Value Loop: Mit einem kreativen und systematischen Prozess zum Talent Powerhouse	11-14
6. Nur zwei Schritte und los geht's	15-17
7. Referenzen	18
8. Über uns	19
9. Kontakt	20

Der Wettbewerb um die Best Talents ist heute eine der größten Herausforderungen.

Der Druck auf Unternehmen bei der Talentgewinnung und -bindung hat sich in den letzten Jahren deutlich verstärkt. Dafür gibt es unterschiedliche Treiber: Der allgemeine Fachkräftemangel, der sich in Trends wie der „Great Resignation“ und dem „Great Reshuffle“ zeigt, hat weltweit enorme Auswirkungen auf Unternehmen. Auch andere Rahmenbedingungen verändern sich: Flexibles

Arbeiten, zum Beispiel, macht den Standort eines Unternehmens irrelevant. Zunehmende Digitalisierung, Automatisierung und Personalisierung führen dazu, dass Unternehmen nun branchenübergreifend um spezifische Skillsets und um einen gemeinsamen globalen Fachkräfte-Talent-Pool kämpfen. Dies ist nicht nur eine enorme Herausforderung, sondern kann auch eine große Chance sein!



Die wichtigsten Einflussfaktoren im Überblick

Veränderte Erwartungshaltung

Nicht nur die globale Pandemie hat zu einem Umdenken geführt. Rolle und Stellenwert von Arbeit sowie das persönliche Wohlbefinden werden neu bewertet.



Alternative Einkommensoptionen

Digitale Plattformen und der digitale Handel haben zu einem Anstieg von Nebentätigkeiten und Einkommensquellen als Alternativen zu tradierten Beschäftigungsmöglichkeiten geführt.



Fortschreitende Digitalisierung

Die voranschreitende digitale Transformation der Arbeitswelt in den vergangenen Jahren hat die Anforderungen an Arbeitgeber:innen wie Arbeitnehmer:innen in Bezug auf Qualifikationen und Arbeitsweisen verändert.



Zunehmender Fachkräftemangel

Der Arbeitsmarkt ist längst ein „Käufer:innenmarkt“. Gut ausgebildete Fachkräfte können sich aussuchen, für wen sie arbeiten wollen. Ihre Anforderungen sind hoch, ihre Bedürfnisse vielfältig und sehr individuell.



Unternehmen müssen sich radikal verändern, um konkurrenzfähig zu bleiben

Das Etablieren einer starken Employer Brand

Eine ausgeprägte Employer Brand zieht Mitarbeiter:innen an und bindet sie auch stärker. Um diese Kraft zu entfalten, muss sie aber entlang der gesamten Journey erlebbar werden.



Der Tätigkeit Sinn geben

Vor allem gut ausgebildete Fachkräfte suchen neben attraktiver Vergütung und Entwicklungschancen auch nach einem übergeordneten Sinn in ihrer Tätigkeit.



Eine unternehmenseigene Kultur kreieren

Die Unternehmenskultur macht den Unterschied: Führungsethos, Teamarbeit, Mental Health, Wertschätzung und das Miteinander sind entscheidend und sorgen für bessere operative Ergebnisse.



Bedürfnisorientierte Ausrichtung und Entwicklung

Die Employer Brand konsequent an Mitarbeiter:innen und Talents und ihren Bedürfnissen ausrichten — nicht umgekehrt. Denn Attraktion und Loyalität bedürfen individueller Lösungen.



Weitere Handlungsfelder für die Arbeitgeber:innen der Zukunft

Inklusion und Diversität als Businessfaktor nutzbar machen

Diverse Unternehmen erobern neue Märkte mit 70 % höherer Wahrscheinlichkeit. Diverse Teams sind zu 87 % besser in der Entscheidungsfindung.



Die Zukunft aktiv gestalten

Künstliche Intelligenz, Blockchain-Technologie oder Überalterung: Eine Vielzahl von Veränderungen, die die HR-Organisation vor Chancen und Herausforderungen stellen. Nur wer die Zukunft im Blick behält, hat eine.



Das gesamte Personalwesen strukturell adaptieren

Kaum eine HR-Organisation eines Unternehmens ist infrastrukturell auf die Veränderungen vorbereitet; weder im Bezug auf Ablauforganisation, noch Tools oder Personalausrichtung und -stärke. Aber ihre Handlungsfähigkeit ist entscheidend, um am Markt zu bestehen.



**Leichter gesagt als getan.
Es gibt diverse Herausforderungen.**



1

Wie kann die Marke in all ihren Dimensionen (Corporate-, Customer- und Employer-Brand) mit der übergeordneten Geschäftsstrategie in Einklang gebracht werden?

2

Wie identifiziert man die expliziten und impliziten Bedürfnisse der Arbeitnehmer:innen und übersetzt sie in ein überzeugendes Markenversprechen für Arbeitgeber:innen?

3

Wie lässt sich die Employer Value Proposition über die gesamte Talent-Journey hinweg integrieren, erlebbar machen und überprüfen?

4

Wie lassen sich die Erwartungen und Interessen der einzelnen Arbeitnehmer:innen mit den Anforderungen des Unternehmens abgleichen, um eine optimale Karriereentwicklung zu ermöglichen?

5

Wie lässt sich eine Kultur etablieren und fördern, die das Miteinander und den Führungsstil des Unternehmens prägt und für verschiedene Organisationssysteme und Arbeitsweisen funktioniert?

6

Wie kann man eine adäquate HR-Infrastruktur aufbauen und die richtigen Mitarbeiter:innen, Prozesse und Instrumente integrieren, um die Employer Brand nachhaltig zu führen?

7

Wie können Digitalisierung und Automatisierung genutzt werden, um die Flexibilität und Personalisierung am Arbeitsplatz zu erhöhen?

8

Wie kann man sich auf aktuelle und zukünftige Qualifikationslücken vorbereiten, Planungen entsprechend anpassen und die Employer Brand im Laufe der Zeit optimieren?

Zwei starke Partner, um sich den Herausforderungen zu stellen



Die zukünftigen Herausforderungen brauchen die kraftvolle Kombination von kreativem und flexiblen Denken und ganzheitlicher, systematischer Prozesse, um Veränderungen nachhaltig zu initiieren und zu implementieren.

Dabei ist die Marke Leitstern und Ankerpunkt. Sie gibt die Richtung vor und hat die emotionale Kraft, alle Maßnahmen auszurichten und das gesamte HR-Wesen zu transformieren. Denn sie endet nicht bei ein paar oberflächlichen Kommunikationsbot-

schaften, sondern erst dann, wenn sie entlang der gesamten Talent- und Employer-Journey erlebbar wird.

Die renommierte Personalberatung Kienbaum und die führende Markenberatung MetaDesign haben dafür einen Ansatz entwickelt, der das Potential der Employer Brand kreativ und systematisch zur Wirkung bringt und die gesamte HR-Organisation in all ihren Wirkungsfeldern und Aufgaben stärkt und unterstützt.



Gemeinsam entwickeln wir Organisationen nachhaltig zum Talent Powerhouse

Wir kombinieren die Beratungsangebote beider Häuser zu einer ganzheitlich integrierten Lösung, indem wir das Beste aus Personal- und Managementberatung mit systematischer Markenbildung zu einer Expertise verbinden. Von Strategie über Brand Experience Design und Kommunikation bis hin zur Implementierung.

EMPLOYER VALUE LOOP®

Mehrwert für alle Aspekte ihres Personal- und Talent-Managements



Kienbaum
 MetaDesign

Ganzheitlich

Strategische Ausrichtung der HR-Organisation: von Employer Branding, über effiziente und überzeugende Recruiting-Prozesse, Personalentwicklung, Führungsleitlinien und Trainings bis hin zu Bindungs- und Beteiligungsprogrammen.

Entwicklungsfähig

Führt zu einer sich konstant weiterentwickelnden Employer Value Journey, ausgehend vom jeweiligen Entwicklungsstand und den Needs des Unternehmens.

Modular

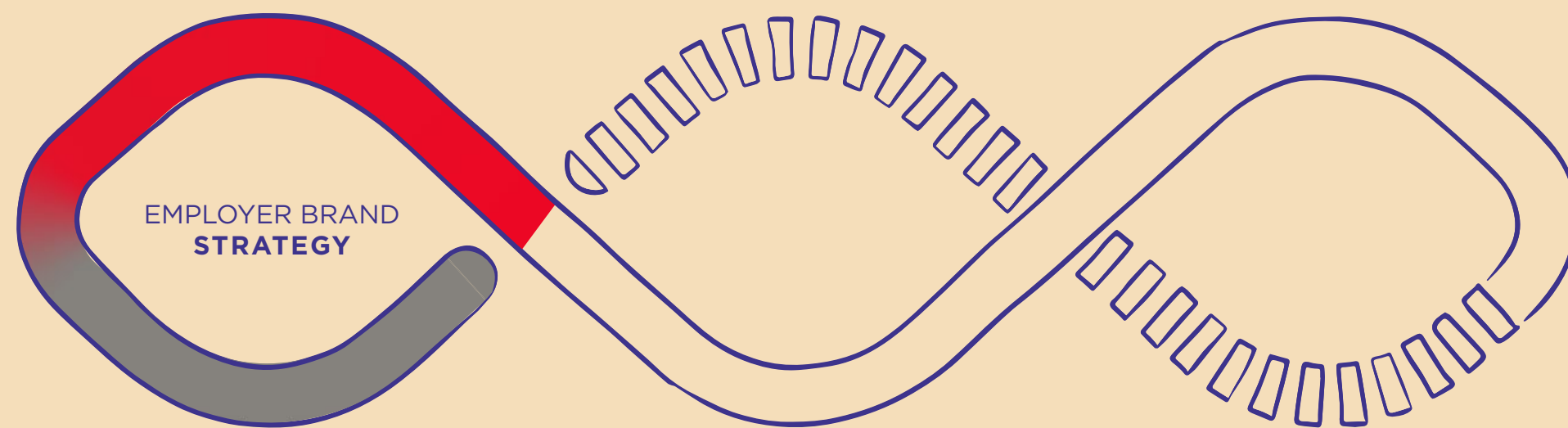
Ermöglicht Priorisierung ebenso wie Quick-Wins während der Entwicklung von langfristigen, nachhaltigen Strategien.

Synergetisch

Verzahnte Integration von operativem und Management-Knowhow mit Marken- und Kreativkompetenzen von der Definition bis zur Umsetzung.

Employer Brand Strategy

Mögliche Leistungen



Wir analysieren den Status quo der Marke, den aktuellen Markt und die Bedürfnisse sowohl der Arbeitnehmer:innen als auch des Unternehmens. Daraus leiten wir Anforderungen ab, um gemeinsam mit den Auftraggeber:innen die (zukünftige) Employer Brand systematisch zu entwickeln. Von der Definition der Employer Value Proposition (EVP) bis hin zur Entwicklung eines Content Frameworks sorgen wir für die optimale Ausgestaltung der Employer Brand.

Marken- und Marktanalyse

Entwicklung eines klaren Verständnisses der Ausgangssituation der Marke, der Bedürfnisse der Zielgruppe und des Marktkontexts

Stakeholder Insights

Sammeln und Evaluieren von Erkenntnissen interner Expert:innen, Kompetenzträger:innen und Entscheider:innen

Identifikation von Needs

Verstehen der Denkweise, Erfahrungen, Bedürfnisse und Kommunikationsgewohnheiten von bestehenden Mitarbeiter:innen und zukünftigen Talenten

Zukünftige Rollenprofile

Identifizierung der wichtigsten Rollen und Profilanforderungen einschließlich Fähigkeiten, Qualifikationen und Erfahrung

Persona-Entwicklung

Analyse der Kandidatenbedürfnisse einschließlich harter und weicher Faktoren zur Erstellung von Zielpersonas

Bedürfnisclusterung

Systematische Clusterung der Unternehmens- und Kandidatenbedürfnisse

Employer Brand Experience

Mögliche Leistungen



Die Employer-Branding-Strategie bildet die Basis eines umfassenden Markenerlebnises, das die gesamte Talent-Journey erst erlebbar macht. Vom Design über die Kommunikationsmaßnahmen bis hin zur richtigen Kanalstrategie wird die Employer Brand in diesem Prozessschritt zu einem kohärenten Erlebnis an jedem Berührungspunkt, das von der Organisation im Arbeitsalltag auch gemanaged werden kann.

EVP-Entwicklung

Definition und Formulierung dessen, wofür die Arbeitgebermarke steht. Für alle Märkte und Unternehmensbereiche

Adaption des EVP

Aufschlüsselung dieses Narrativs für jedes Rollenprofil bzw. jeden Jobtyp

Employer Brand Design

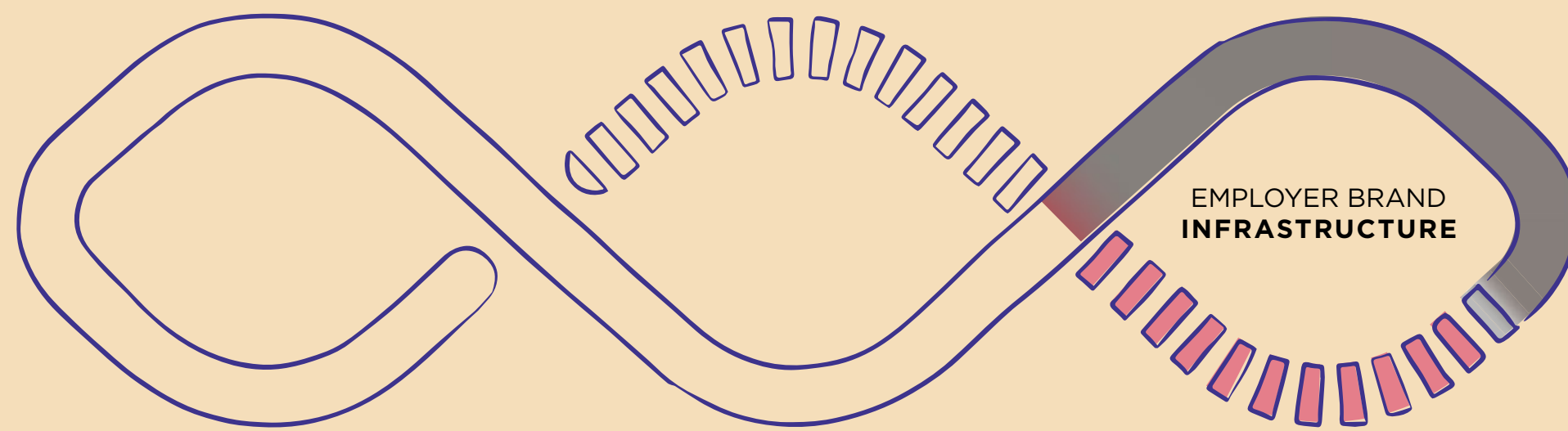
Erstellung aller notwendigen Employer-Brand-Assets auf der Grundlage des EVP

Aktivierung Strategie

Definieren des Kommunikationsfunnel, der relevanten Medienkanäle und des Content-Frames für jeden Markt/jeden Anwendungsfall

Employer Brand Infrastructure

Mögliche Leistungen



Eine richtige organisatorische und technische Infrastruktur sorgt für eine möglichst anwendungsfreundliche und alltagstaugliche Employer Brand. Systematische Markenimplementierung sowie datengetriebene HR-Infrastructure- und Evaluationsmethoden ermöglichen step-by-step Anpassungen aller Parameter.

Themenccluster

Entwicklung und Formulierung erforderlicher Maßnahmen für die erfolgreiche Einführung oder Anpassung der Employer Brand.

Governance-Aufbau

Definieren von Governance-Strukturen für die globale Strategie, durch die Festlegung von Rollen, Verantwortlichkeiten, Regeln und Richtlinien.

Umsetzungsfahrplan

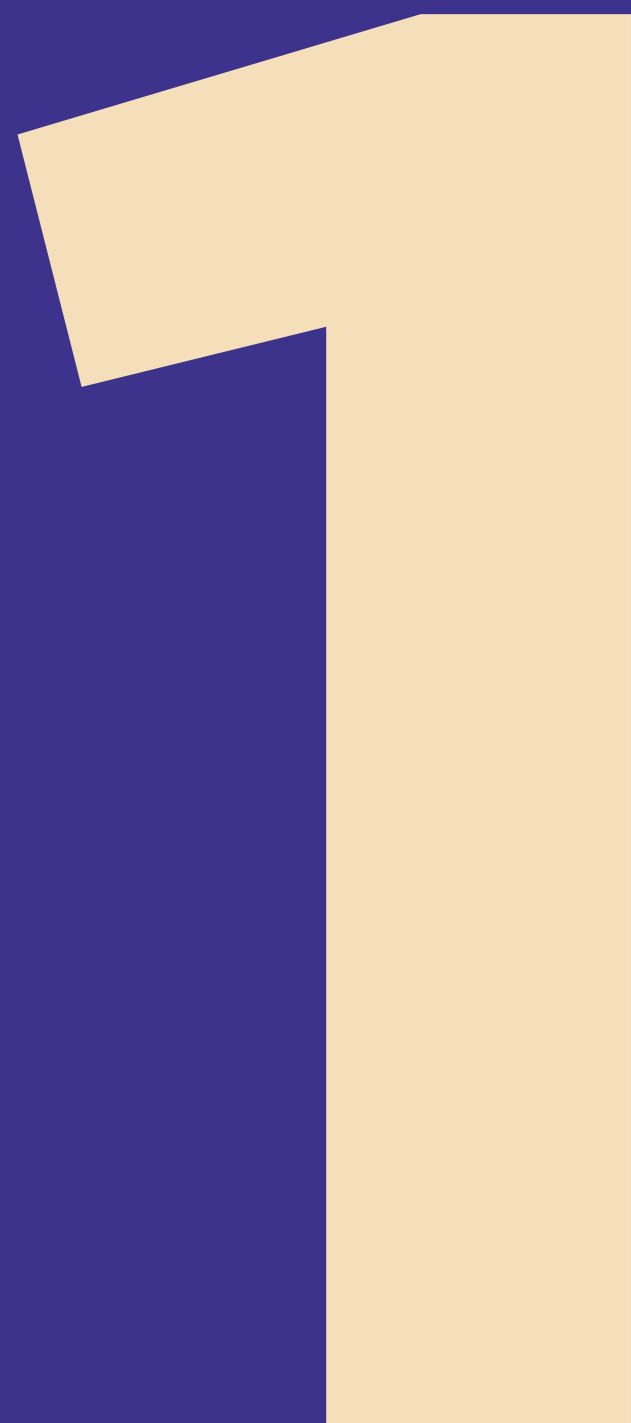
Erstellen eines detaillierten Fahrplans für die initiale Umsetzung der EVP mit definierten Maßnahmen innerhalb eines festgelegten Zeitrahmens.

**1. Ein modulares, flexibles
und bedürfnisorientiertes
Angebot**

**2. Ein integriertes
Kompetenzteam aus
interdisziplinären
Expert:innen**



Employer Brand Maturity Model



Eine umfassende Analyse ihrer Ausgangssituation ermöglicht es uns, den Reifegrad Ihrer Organisation zu bestimmen und ein Lösungsangebot zu erarbeiten, dass ihre Employer Brand gezielt und messbar weiterentwickelt.

Operative Rahmenbedingungen

Systeme, Prozesse, Voraussetzungen, Maßnahmen



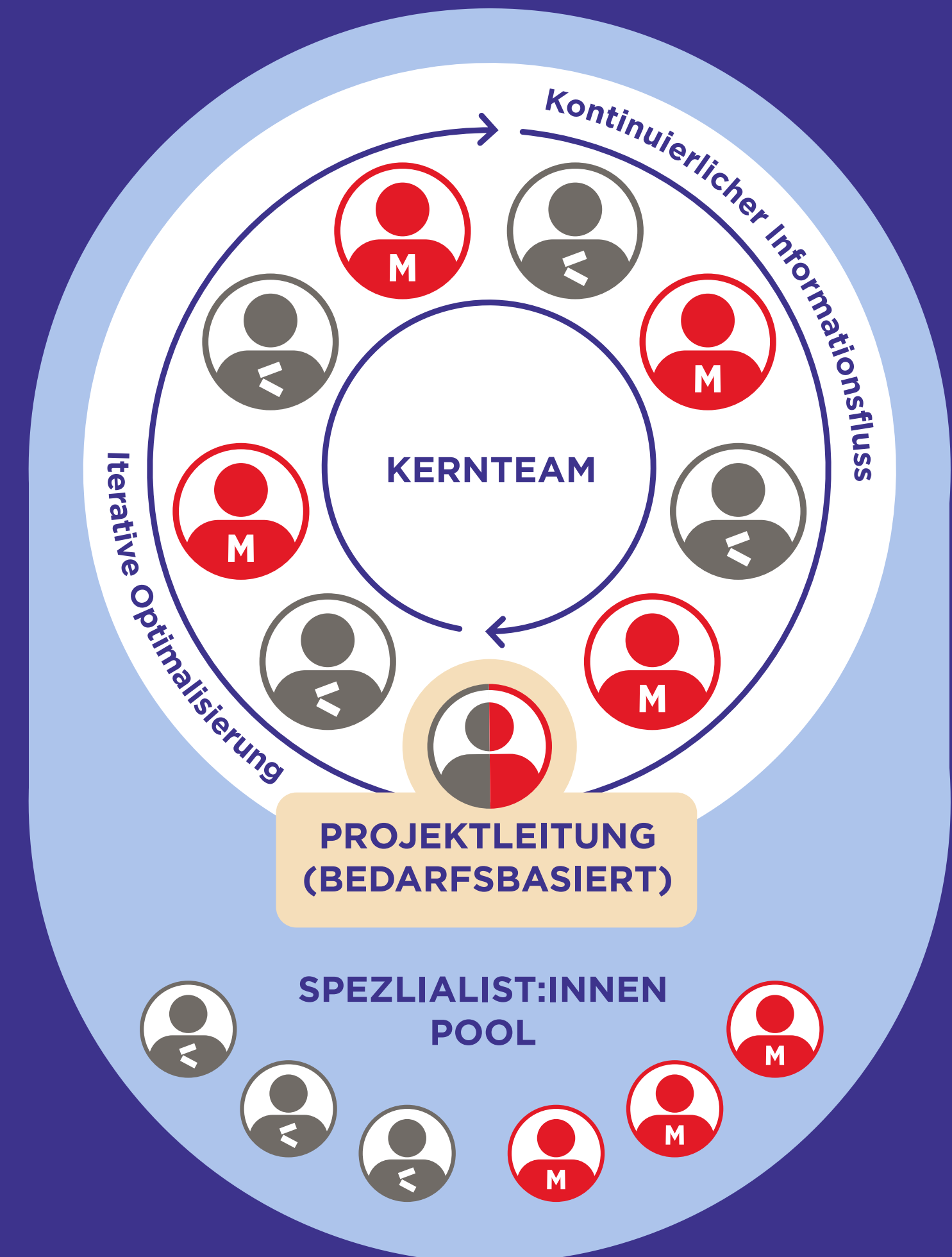
Rolle der Employer Brand:

Wie wird sie wahrgenommen und für das Personal- und Talentmanagement eingesetzt?

Flexibles und integriertes Team Set-Up



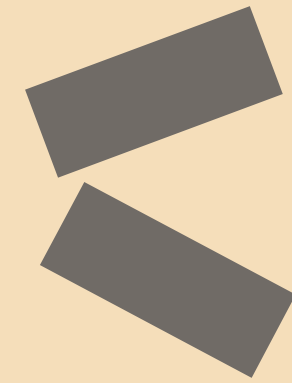
Jedes Projekt wird von einem interdisziplinären Kompetenzkernteam geleitet. Der vollständige Überblick über das gesamte Projekt ermöglicht einen kontinuierlichen Informationsfluss. Die einzelnen Module werden von entsprechenden Kompetenzträger:innen geleitet und, je nach Bedarf, durch einen externen Spezialist:innenpool unterstützt.



Unsere Erfahrung ist unsere Stärke

<p>Next level retail employer brand. The big shift.</p>	<p>Putting Helmholtz on the map and winning the best talent in science.</p>	<p>Clearing up prejudices to win the world's leading digital experts.</p>	<p>Creating a strong brand narrative and campaign for students and trainees.</p>
<p>Development of attractive, global employer brand strategy</p>	<p>Global employer brand and target group-specific approach</p>	<p>Development of a targeted employer brand strategy</p>	<p>Employer Branding and HR Marketing</p>

Kienbaum



Purpose

„Leading by #WePowerment“

Auszeichnungen

2022 ist Kienbaum zum neunten Mal in Folge als eines der besten Beratungsunternehmen ausgezeichnet worden.

Facts

+600

Experten Weltweit

+70.000

Beratungsprojekte

+75

Jahre Erfahrung

26

Standorte auf vier verschiedenen Kontinenten

MetaDesign

Purpose

We use the power of creativity to transform businesses for the better.

Auszeichnungen

Über 300 Auszeichnungen im Bereich Branding, Design und Kommunikation.

Facts

+300

Experten weltweit

20

DAX-40-Kunden

+40

Jahre Erfahrung

#1

Umsatzstärkste Markenberatung Deutschlands

Kontakt:



M Lisa Krick

Head of Strategy

lisa.krick@metadesign.com

+49 30 59 00 54-569



K Julian Simée

Senior Manager HR Transformation

julian.simee@kienbaum.de

+49 69 96 36 44-54