

# Employer Branding und Employer Value Proposition

## Einordnung

Employer Branding bezieht sich auf die Art und Weise, wie ein Unternehmen seine Arbeitgebermarke aufbaut, vermarktet und kommuniziert. Für Beherbergungsbetriebe ist es besonders wichtig, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, da ihr Erfolg von qualifizierten und engagierten Mitarbeitenden abhängig ist, die einen reibungslosen Betrieb und eine positive Kundenerfahrung gewährleisten.

## Vorteile

- Verbesserung des Images als Arbeitgeber und Steigerung der Attraktivität für aktive und potenzielle Mitarbeitende
- Möglichkeit, die Unternehmenskultur und die Vorteile für die Mitarbeitenden zu kommunizieren
- Stärkung des Zusammenhalts und der Motivation der aktuellen Mitarbeitenden

## Konkrete Umsetzungsvorschläge

- **Entwicklung einer Employer Value Proposition (EVP, sinngemäss: Arbeitgeberpositionierung):** Überlegen Sie sich, welche Vorteile Ihr Beherbergungsbetrieb für Mitarbeitende bietet und formulieren Sie diese als EVP. Fragen Sie die Mitarbeitenden, was Ihre Kultur ausmacht und weshalb sie in Ihrem Betrieb arbeiten.
- **Zeichnen Sie eine Talent Journey vom On- bis Offboarding:** Die Talent Journey beschreibt den Prozess, den Mitarbeitende vom Recruiting über das Onboarding bis hin zur Personal- und Teamentwicklung durchlaufen. Das gibt Ihnen eine gute Übersicht über Ihre Aktivitäten.
- **Verwendung von sozialen Medien:** Nutzen Sie soziale Medien, um Ihr Unternehmen und Ihre Marke als Arbeitgeber zu präsentieren. Veröffentlichen Sie Beiträge über Ihre Mitarbeitende, Projekte und den Arbeitsalltag in der Beherbergungsbranche und insbesondere in Ihrem Betrieb.
- **Mitarbeiterbefragungen:** Bitten Sie Ihre Mitarbeitende regelmässig um Feedback, um Ihre Arbeitgebermarke zu verbessern. Verwenden Sie das Feedback, um Ihre EVP und Ihre Arbeitgeberkommunikation zu verbessern.
- **Austrittsgespräche führen:** Hören Sie genau hin, um die richtigen Gründe zu erfahren, weshalb Mitarbeitende den Betrieb verlassen. Sind es immer wieder ähnliche Gründe, wissen Sie, wo Sie ansetzen müssen.
- **Teilnahme an Arbeitgeberbewertungen:** Nehmen Sie an Arbeitgeberbewertungen wie z.B. von Hotelcareer teil, um Ihre Arbeitgebermarke zu stärken und Ihre Konkurrenzfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt zu verbessern.

## Was Sie vermeiden sollten

- Etwas sein wollen, was man nicht ist: Damit sprechen Sie die falschen Personen an.
- Zu viel auf einmal wollen: Employer Branding kann nicht von einem auf den anderen Tag Probleme lösen. Gehen Sie Schritt für Schritt vor und setzen Sie sich Zwischenziele.

Zusammengefasst kann das Thema Employer Branding für die Beherbergungsbetriebe von grossem Nutzen sein, da es dabei hilft, das Image als Arbeitgeber zu verbessern, die Attraktivität für aktuelle und potenzielle Mitarbeitende zu erhöhen, die Unternehmenskultur und Vorteile für Mitarbeitende zu kommunizieren und zu stärken sowie den Zusammenhalt und die Motivation der aktuellen Mitarbeitenden zu fördern. Einige konkrete Umsetzungsvorschläge umfassen die Entwicklung einer Employer Value Proposition (EVP), die Verwendung von sozialen Medien, regelmässige Mitarbeiterbefragungen und die Teilnahme an Arbeitgeberbewertungen.

## Employer Value Proposition:

### Wieso eine EVP Sinn macht: Anpacken und umsetzen!

Eine Employer Value Proposition (EVP) beschreibt das Versprechen, das ein Unternehmen seinen Mitarbeitenden gibt, um sie zu gewinnen, zu binden und zu motivieren. Sie sollte folgende Elemente beinhalten:

- **Eine klare und ansprechende Botschaft:** Eine EVP sollte eine klare und ansprechende Botschaft enthalten, die die Vorteile und den Mehrwert beschreibt, die die Mitarbeitenden durch die Arbeit im Betrieb erhalten.
- Eine auf die **Zielgruppe abgestimmte Sprache:** Eine EVP sollte in einer Sprache verfasst werden, die die Zielgruppe des Betriebs anspricht.
- Eine **nachhaltige Unternehmenskultur:** Eine EVP sollte die Unternehmenskultur des Betriebs hervorheben und zeigen, dass dieser ein Arbeitsplatz ist, an dem die Mitarbeitenden geschätzt und gefördert werden.
- **Karrieremöglichkeiten:** Eine EVP sollte die Karrieremöglichkeiten im Hotel hervorheben und zeigen, dass der Betrieb Investitionen in die Weiterentwicklung seiner Mitarbeitenden tätigt.
- **Vergütung und Benefits:** Eine EVP sollte die Vergütung und Benefits, die der Betrieb seinen Mitarbeitenden bietet, hervorheben und zeigen, dass der Betrieb seine Mitarbeitenden angemessen entlohnt.
- **Work-Life-Balance:** Eine EVP sollte die Work-Life-Balance hervorheben, die der Betrieb seinen Mitarbeitenden bietet und zeigen, dass der Betrieb die Bedürfnisse seiner Mitarbeitenden respektiert.
- **Mitarbeiterorientierung:** Eine EVP sollte zeigen, dass der Betrieb seine Mitarbeitenden als wichtigste Ressource ansieht und sich um ihr Wohl kümmert.

### Vorgehen

1. **Ziel klären:** Was möchten Sie mit der EVP erreichen?
2. **Zielgruppen definieren:** Wer soll angesprochen werden?
3. Stärken, Unternehmenswerte und –kultur identifizieren und definieren
4. Feedbacks von aktiven und potenziellen Mitarbeitenden sammeln, beispielsweise mit Umfragen oder Interviews.
5. Mit den gesammelten Informationen eine klare, einfache und ansprechende Botschaft entwickeln, die die Vorteile und den Mehrwert beschreibt, den die Mitarbeitenden durch die Arbeit im Betrieb erhalten.
6. Diese Botschaft in die Personalstrategie und –kommunikation integrieren. Stellen Sie dabei sicher, dass sie in allen Kommunikationskanälen präsent ist, einschliesslich der Karrierewebsite, dem Social-Media-Auftritt und im Intranet.
7. Sicherstellen, dass die EVP bei allen HR-Touchpoints des Employee Lifecycles einbezogen wird.
8. Die Wirksamkeit der EVP regelmässig überwachen und anpassen, um sicherzustellen, dass diese auf die aktuellen Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppen abgestimmt ist.

**Wichtig:** Die Umsetzung von Employer Branding ist ein kontinuierlicher Prozess und muss regelmässig überprüft und angepasst werden, um sicherzustellen, dass die Massnahmen wirksam sind und den Bedürfnissen des Unternehmens entsprechen.

## Best-Practice-Beispiele aus der Branche

- **Hotel Hof Weissbad:** Stellt die Mitarbeitenden konsequent ins Zentrum.
- **Swissôtel:** Swissôtel legt grossen Wert auf eine positive Arbeitskultur und bietet seinen Mitarbeitenden umfassende Schulungen und Entwicklungsmöglichkeiten. Sie sind bekannt für ihre positive Arbeitsatmosphäre und ihre engagierten Mitarbeitenden.
- **The Dolder Grand:** The Dolder Grand setzt auf ein starkes Engagement für seine Mitarbeitenden und bietet ihnen umfassende Schulungen und Weiterbildungsmöglichkeiten. Sie sind bekannt für ihre offene Unternehmenskultur und ihre vielfältigen Karrieremöglichkeiten.