



Authentizität bewahren

Zufriedene Mitarbeiter. Wichtig ist eine authentische Kommunikation der Vorteile und Werte des Unternehmens. Leere Worthülsen und falsche Versprechungen sind langfristig fatal. Und: Zufriedene Mitarbeiter sind die Basis für jedes Unternehmen, das langfristig erfolgreich sein will. Einerseits ist es leichter, Top-Leute zu finden, andererseits färbt das Image als Arbeitgeber immer auch auf die Marke ab. Wie Mitarbeiter zufrieden bleiben? Wer die Antwort auf diese Frage gefunden hat, hat auch den Schlüssel zum Erfolg in der Tasche.



Katrin Gatterbauer, Leitung Personalentwicklung, Bipa

Eine Frage des Vertrauens

Versprechen halten. Starke Marken basieren auf dem Vertrauen der Kunden, das sich nur über viele Jahre hindurch aufbauen kann. Bekanntheit lässt sich mit viel Geld von heute auf morgen erreichen. Vertrauen jedoch ist nicht kaufbar, nur langsam aufbaubar und ungemein sensibel. Das gleiche gilt für potenzielle Mitarbeiter – wenn etwa künftige Arbeitgeber viel versprechen und am ersten Tag den Arbeitsplatz nicht dementsprechend vorbereiten oder Weiterbildungs- oder Karriereversprechen nicht einhalten.



Thomas Foscht, Vorstand des Instituts für Marketing an der Karl-Franzens-Uni Graz

Mitarbeiter als Botschafter

Unterstützung von „innen“. Eine Marke kann sich am Markt nur durchsetzen, wenn sie innerhalb des Unternehmens starke Unterstützung erfährt. Das Image des Unternehmens wird maßgeblich von den Führungskräften und Mitarbeitern gestaltet – sie sind die wichtigsten Markenbotschafter. Ihre Einstellungen gegenüber dem Unternehmen bestimmen die Inhalte und Tonalität der Botschaften nach außen – und die Bereitschaft, gemeinsame Regeln zu akzeptieren und anzuwenden.



Mike Fuisz, Managing Director & Partner Kreation, Designagentur moodley brand identity

Blick hinter die Kulissen. Welche Bühne sich für die Karriere bietet, ist meist schwer zu durchschauen
CORBIS