



## Viel Geld für nichts?

**Unternehmen investieren viel Zeit und Geld in Employer-Branding-Kampagnen. Dies, um im Kampf um die Talente – wie im Produkt- und Dienstleistungs-Wettbewerb – Vorteile zu erarbeiten. Aber mal ehrlich: Was nützt die beste Kampagne, wenn wir nicht leben, was wir predigen?**

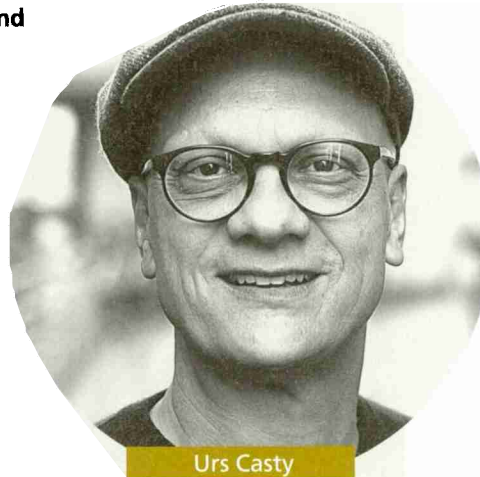
Jede Firma hat eine Kultur. Und hier stellt sich die zentrale Frage: Wie ist diese Kultur, der Culture Code Ihrer Firma? Kommunizieren Sie den Sollzustand anstelle der Wirklichkeit?

Sind Sie nicht authentisch, erreichen Sie damit genau das Gegenteil von dem, was Sie möchten. Sie erreichen Kandidaten, die nicht wirklich zu Ihnen passen. Wir glauben, wir können unsere Kultur über statische Webseiten, clever getextete Statements und strahlende Testimonials – meist durch Führungskräfte – nach aussen tragen und so Fachkräfte gewinnen, die hoch motiviert und mit genau derselben Einstellung in unser Unternehmen kommen. Wenn genau diese Mitarbeitenden das Unternehmen aber nach kurzer Zeit wieder verlassen (oft sind es junge Fachkräfte), sind wir erstaunt oder sagen gar: «Junge Fachkräfte? Typische Karriere- und Jobhopper!».

Ich stelle eine Gegenbehauptung auf: Auch junge und sogar hochtalentierte Fachkräfte bleiben in der Firma – wenn sie das «Wozu» kennen. Wenn sie sich als Teil einer Gemeinschaft und eines Zwecks sehen. Als Stütze meiner Theorie empfehle ich jeder Führungskraft und jeder Person im HR das Buch «The Culture Code» von Daniel Coyle.

Klar ist: Employer Branding (Arbeitgeber-Marketing) und die gelebte Kultur mit den entsprechenden Rahmenbedingungen des Arbeitgebers weichen oft voneinander ab. Je kleiner die Abweichung, desto erfolgreicher gewinnen und behalten Sie (junge) Mitarbeitende. Denn eines ist sicher: Für potenzielle Bewerber und Ihre Mitarbeitenden zählt ausschliesslich die tatsächliche, gelebte Kultur. In einem Wettbewerbsmarkt, wo die Mitarbeitenden Mangelware sind, entscheiden sich Talente zwar für ein Jobprofil, viel mehr aber noch für oder gegen ein Unternehmen.

Es gibt Firmen und Chefs, die wollen einfach nur die Besten einstellen. Aber welches sind die besten Mitarbeitenden? Am Ende zählt der Output über eine längere Zeit. Es lohnt sich, viel



Urs Casty

Datum: 01.07.2019

# HR Today

deutsche Ausgabe

HR Today  
8032 Zürich  
044/ 269 50 10  
www.hrtoday.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 4'017  
Erscheinungsweise: 10x jährlich



Seite: 54  
Fläche: 24'745 mm<sup>2</sup>

Auftrag: 1097055  
Themen-Nr.: 375.056

Referenz: 73985520  
Ausschnitt Seite: 2/2

zu investieren, denn nur wenn Mitarbeitende wirklich zu Ihrem Unternehmen passen, werden aus Mitarbeitenden auch Mitunternehmer.

Urs Casty ist CEO und Gründer von professional.ch – der Plattform für junge Fachkräfte. 2008 gründete er das Online-Lehrstellen-Netzwerk yousty.ch und ist Inhaber der Yousty AG. Bereits seit 1994 widmet er sich dem Thema junge Fachkräfte.

Lesen Sie weitere Blogbeiträge: [blog.hrtoday.ch](https://blog.hrtoday.ch)