

Internal?



Judith Straub

Employer Branding beginnt mit interner Kommunikation. Wie werden Mitarbeiter Botschafter für das Unternehmen?



FUCHS!

Vielleicht ist es sinnvoll, die Beantwortung mit der allgemeinen Definition eines

Botschafters zu beginnen. Ein Botschafter vertritt die Interessen seines Landes gegenüber einem Gastland. Dazu muss er genau diese Interessen kennen. Außerdem die Gesetze, Kultur und Werte des Landes, das er vertritt, und des Landes, in dem er residiert. Auch bei Mitarbeitern ist es wichtig, dass sie eine klare Vorstellung davon haben, was ihr Unternehmen macht und wie es das macht. Es gibt jedoch einen gravierenden Unterschied zwischen dem klassischen Botschafter und dem Markenbotschafter im Unternehmen: Der Diplomat hat auf die Politik seines Heimatlands kaum einen Einfluss. Er muss die Dinge so nehmen, wie sie sich entwickeln. Mitarbeiter im Unternehmen können die Kultur jedoch mitgestalten und aktiv auf sie einwirken. Und das ist der zentrale Punkt: **Die besten Vermittler der Unternehmenskultur sind jene Mitarbeiter, die von ihr überzeugt sind und die für sie einstehen.** Deshalb ist es wichtig, Mitarbeitern im Unternehmen die Kultur nicht nur nahezubringen, sondern ihnen auch immer wieder Möglichkeiten zu geben, sich einzubringen. Anders als der Botschafter müssen sie nicht firm in der Regelkunde und Gesetzeslage sein. Es reicht, wenn Mitarbeiter eine Vorstellung von der Kultur und den Werten des Unternehmens haben und diese leben. Und im Idealfall dann auch vorleben.