

Employer Branding jenseits der Stange

Mit Authentizität und Offenheit könne man viel bewegen, meint Stefanie Winkler-Schloffer vom Campaigning Bureau.

... Von Petra Stückler

Das Thema Employer Branding ist in aller Munde. Auch das Campaigning Bureau arbeitet intensiv in diesem derzeit geradezu boomenden Bereich.

In der Marken- und Mobilisierungsagentur hat man einen sehr eigenständigen Blick auf die Materie, den Stefanie Winkler-Schloffer, neben Philipp Maderthaner und Lukas Holter einer der führenden Köpfe und Geschäftsführerin des Campaigning Bureaus, im Gespräch mit **medianet** genau erläutert. „Wir denken beim Employer Branding nicht in Kampagnen von der Stange, sondern wir denken in einem sehr breiten Ansatz“, erklärt sie.

Selbst gelebt und umgesetzt

Das Wissen darüber, wie Organisationen und Unternehmen ticken, und auch das Know-how über Führung sei ein wichtiger Faktor, den man für erfolgreiches Employer Branding einsetze – nicht umsonst sei man selbst im Jahr 2021 als bester Arbeitgeber Österreichs in der eigenen Kategorie (bis 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter) ausgezeichnet worden.

So sei die Unternehmenskultur geprägt von Offenheit und Authentizität, was bei diesem Thema unabdingbar sei, wie Winkler-Schloffer erklärt.

In Summe fließe das aufgezählte Erfahrungsrepertoire und Wissen in die Employer Branding- und Recruiting-Konzepte, die für die Kunden und Kundinnen gestaltet würden. Heraus-

