

PRESSEMELDUNG

Mitarbeiter als Markenbotschafter: Internal & Employer Branding-Kongress in Wien

Wien, 13.1.1009: Österreichs erste Agentur für Internal Branding veranstaltet am 20. und 21. April in Wien die IDENTITAT09, einen Praxiskongress für alle, die Mitarbeiter zu wirkungsvollen Markenbotschaftern entwickeln wollen.

Markenwerte und Leitbilder fristen in vielen Organisationen ein kümmerliches Dasein. Sie stehen nur auf dem Papier, leben jedoch nicht in den Köpfen und Herzen der Mitarbeiter. Vielfach endet ein umfangreicher Markenrelaunch mit dem Verteilen von Hochglanzbroschüren und dem Zeigen von Imagefilmen. Warum das nicht funktioniert? „Wo keine Verbindung zur eigenen Arbeitsrealität entsteht, dort verändern Menschen ihr Verhalten nicht“, erklärt Ralf Tometschek, Partner von IDENTITÄTER.

Idee und Programm

Internal Branding übersetzt abstrakte Markenwerte in konkretes Mitarbeiter- und Führungskräfteverhalten. „Das Bedürfnis der Unternehmen ihre Unternehmenskultur an der Marke auszurichten wächst. Was bei uns in Österreich noch relativ selten anzutreffen ist, sind längerfristige Umsetzungskonzepte und Best Practice-Beispiele. Genau dazu wollen wir mit der IDENTITAT09 einen Beitrag leisten,“ erklärt IDENTITÄTER-Kollegin Karin Krobath.

Neben vier Grundsatzreferaten bietet der Kongress zwölf ausgesuchte Best Practice-Beispiele, die in Kleingruppen vorgestellt und diskutiert werden. Vortragende sind u.a. Internal Branding-Experte und Fachbuchautor Holger J. Schmidt, Unternehmenskultur-spezialistin Sonja A. Sackmann und brand eins Redakteur Wolf Lotter.

Die Praxisbeispiele kommen von großen Marken und kleinen Paradeunternehmen: Shell, Henkel, EADS Raumfahrt, Basler Versicherung, dm drogerie markt, Atlas Copco Gruppe, Nycomed Austria, Prisma Kreditversicherung, Hotel Hochschober und viele mehr zeigen wie sie ihre Internal und Employer Branding Projekte auf- und umgesetzt haben.

„Internal Branding geht am besten interdisziplinär. Wenn Corporate Communications, Marketing, Human Resource und Strategie Hand in Hand arbeiten, sind die Projekte nachhaltiger und damit erfolgreicher“, erläutert Krobath. Die Kongress-Referenten und auch die Kongress-Teilnehmer kommen aus all diesen Bereichen.

Die vorgestellten Instrumente sind teilweise neu und am Markt noch relativ unbekannt (z.B. Lego Serious Play, Learning Maps). Andere wiederum (z.B. Storytelling und Outdoor Aktivitäten) werden bereits häufig eingesetzt – jedoch oft nur zur Verbesserung der Unternehmenskultur ohne Marken-Fokus.

„Die Teilnehmer bekommen beim Kongress keine traditionellen Tagungsunterlagen, sondern einen Werkzeugkoffer, der sich im Laufe des Kongresses mit den Tools, Anregungen und konkreten Umsetzungsideen der Vortragenden füllen wird“, sagt Tometschek. „Zurück im Arbeitsalltag sollen die Inhalte des Werkzeugkoffers den Teilnehmern Anker sein, um selbst neue Ideen für ihre Projekte zu entwickeln.“

Perspektivenwechsel

Wenn man Führungskräfte fragt, wie viele Brand-Manager ihr Unternehmen hat, dann hört man oft: einen, zwei oder drei – je nachdem, wie groß die jeweilige Abteilung ist. Begreift man Mitarbeiter als die kleinste Marketing-Einheit, so haben Betriebe plötzlich 50, 700 oder 20.000 je nach Mitarbeiteranzahl. Mit dieser Perspektive wird schnell deutlich, dass interne Markenführung genauso sorgfältig und umfangreich geplant werden muss wie alle externen Aktivitäten.

In Österreich ist Internal Branding eine noch junge Disziplin. Zugehörigkeit und Identität werden in unserer globalen Welt immer kostbarer. Gleichzeitig sind Arbeitnehmer kritisch und wechselbereit, wenn es der eigenen Karriere dient. Wer Mitarbeiter zu Markenbotschaftern entwickelt und für eine lebendige Unternehmenskultur sorgt, tut das nicht umsonst. Studien zeigen eindrucksvoll welchen positiven Effekt Internal Branding auf die wirtschaftliche Performance von Unternehmen, das Mitarbeiter-Engagement und die Bindung an den eigenen Betrieb hat.

Daten und Fakten

Der Kongress findet am 20. und 21. April 2009 im Austria Trend Hotel Kahlenberg statt. Details finden Sie unter www.identitaeter.at/kongress

Preis für zwei Tage inkl. Abendevent: EUR 1.390,-
Frühbucherbonus und Spezialtarife für Nonprofit-Organisationen siehe Web.

Pressekarten bitte bei karin.krobath@identitaeter.at bestellen.

IDENTITÄTER auf einen Blick

Die Agentur IDENTITÄTER wurde 2004 gegründet und ist auf Internal Branding spezialisiert. Sie hat Standorte in Wien, Salzburg und Feldkirch. Sie verbindet das Know- und Do-how aus Kommunikation und Organisationsentwicklung für erlebbare Markenkraft. Zu ihren Referenzen zählen die IDENTITÄTER u.a. Austrian Airlines, Bank Austria, Erste Bank, Kapsch, PRISMA Kreditversicherung, OeKB-Versicherung, OMV, Microsoft, mobilkom austria, Wirtschaftskammer Österreich.

Rückfragen an:

Dr. Karin Krobath, Partnerin IDENTITÄTER (Wien)
Tel: +43 699 1077 6611, karin.krobath@identitaeter.at

Ralf Tometschek, MAS, Partner IDENTITÄTER (Salzburg)
Tel: +43 699 1022 3334, ralf.tometschek@identitaeter.at

Johannes Angerer, Partner IDENTITÄTER (Feldkirch)
Tel: +43 664 137 8001, j.angerer@identitaeter.at