

BEST PRACTICE

Ziel: Unternehmenskultur greifbar machen



„Um Orientierung für Bewerber zu bieten, ist es heute unabdingbar, ein authentisches Employer Branding einer Arbeitgebermarke aufzubauen.“

Mag. Tarek El-Dabbagh, Leiter Personalmanagement
whatchado Partner seit 24.03.2013

Wer wir sind

Das Tätigkeitsfeld des oberösterreichischen Familienunternehmens Silhouette International Schmied AG mit Sitz in Linz umfasst Design, Produktion und Vertrieb von Brillenfassungen der beiden Eigenmarken Silhouette und neubau eyewear sowie der Lizenzmarke adidas Sport eyewear. Die schönsten Brillen zu kreieren und höchste Qualität, als Selbstverständlichkeit zu sehen, sind unsere obersten Prämissen. Vor diesem Hintergrund orientiert sich auch das Personalmanagement an innovativen Ideen und Ansätzen.

Unsere Herausforderungen

Im Zuge des 50-jährigen Jubiläums von Silhouette International wurde eine interne und externe Employer Branding Aktion gesucht. Die Unternehmenskultur anhand von Mitarbeiter*innen und ihren Geschichten aus unterschiedlichsten Abteilungen und Standorten kennenzulernen und greifbar zu machen, war unser Grundgedanke dabei. Nicht nur Bewerber*innen, sondern auch unsere Mitarbeiter*innen sollten die Vielfältigkeit des Unternehmens authentisch erleben.

Mitarbeiter*innen als Unternehmensbotschafter*innen

Das Ergebnis von „50 years of excellence“ sind 50 Videos, in denen nationale und internationale Mitarbeiter*innen verschiedenster Abteilungen ihre Lebensgeschichten vorstellen – authentisch, so wie sie sind – unabhängig von Alter, Geschlecht oder Herkunft – bunt und vielfältig wie das Unternehmen. Seitdem haben sich Traffic und Zugriffsraten massiv erhöht. Bewerber*innen sprechen uns immer wieder in den Interviews aktiv auf unsere Videos an. Die Botschaften werden verstanden und schaffen bereits vor dem Kennenlernen eine Identifikation mit unserer Unternehmenskultur.

