“The Spirit of IKEA” in Employer Branding Videos

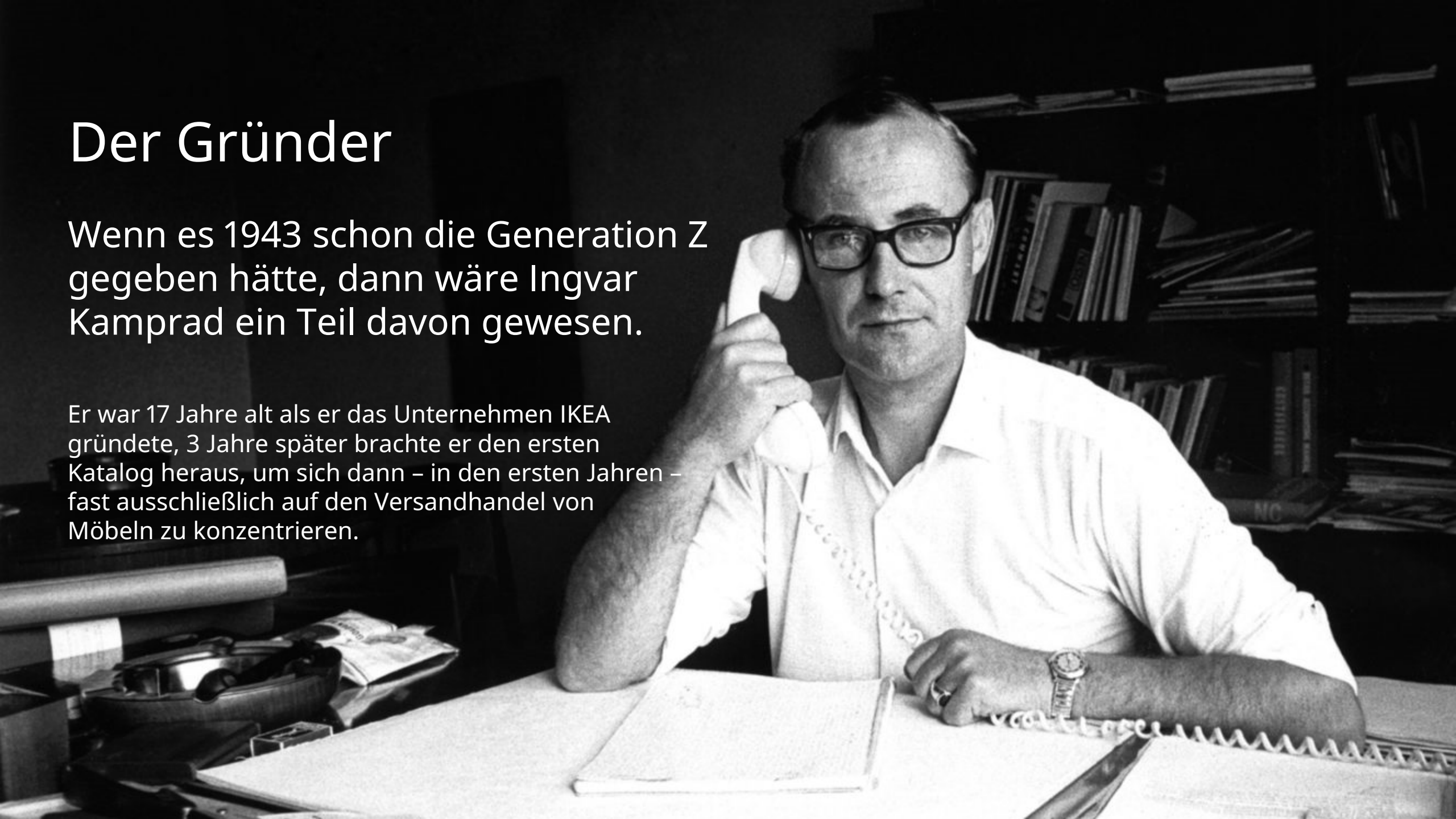
Am Beispiel des IKEA Austria Inklusionsvideos

IKEA Austria |Mai 2022 |Anette Fexa

Der Gründer

Wenn es 1943 schon die Generation Z gegeben hätte, dann wäre Ingvar Kamprad ein Teil davon gewesen.

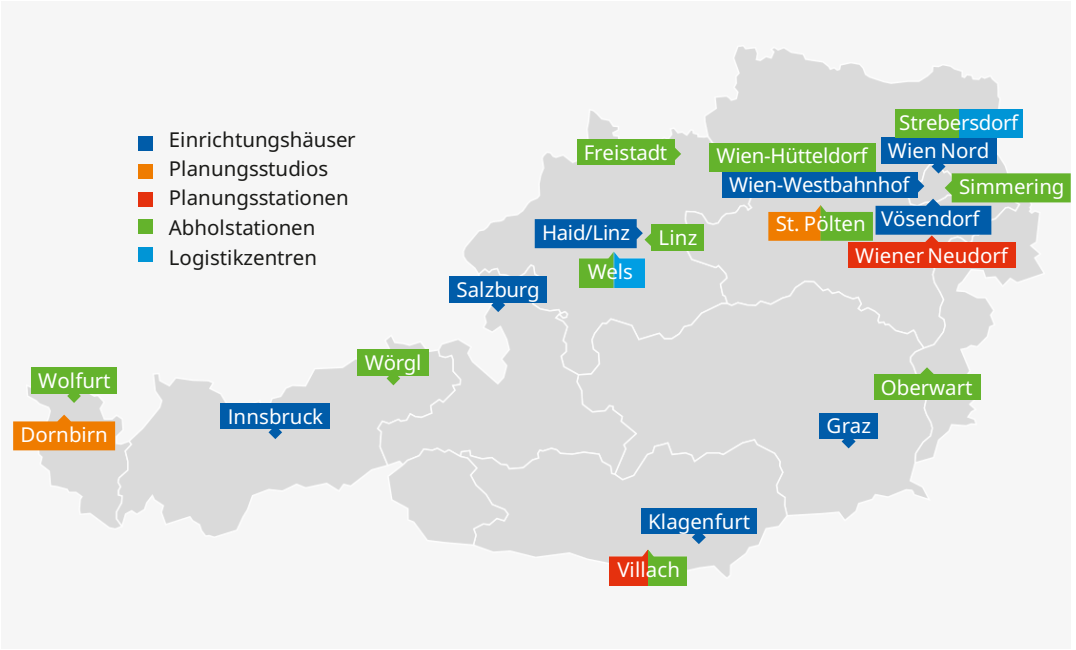
Er war 17 Jahre alt als er das Unternehmen IKEA gründete, 3 Jahre später brachte er den ersten Katalog heraus, um sich dann – in den ersten Jahren – fast ausschließlich auf den Versandhandel von Möbeln zu konzentrieren.



IKEA in Österreich

Wir sind seit über 40 Jahren in Österreich vertreten. Aktuell haben wir: acht Einrichtungshäuser, zwei Planungsstudios, zwei Planungsstationen, elf Abholstationen, zwei Logistikzentren, ein Customer Support Centre und verschiedene Services wie "Click & Collect", "Click & Collect ganz in deiner Nähe".

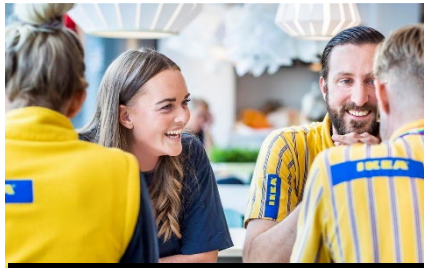
Alpaslan Deliloglu, CEO & CSO
IKEA Austria seit 2019



8

Einrichtungs-häuser

2 Planungsstudios, 2 Planungsstationen, 2 Logistikzentren, 11 Abholstationen, 1 Customer Support Centre und verschiedene Services.



~3.600

IKEA Mitarbeiter:innen

Bei IKEA Österreich arbeiten rund 3.600 Mitarbeiter:innen, die Inspiration non-stop bieten.

Hej!

Mein Name ist **Anette**.

Vom Kundenservice zum Employer Branding – meine IKEA Story in 3 Sätzen:

1. Beworben haben ich mich bei IKEA als „Gute-Laune-Teiler“. Ein Job im Kundenservice war perfekt, um diesen neuen Arbeitsplatz kennenzulernen.
2. Später, als Internal Communication Manager, war mein Germanistik und Publizistikstudium und meine Leidenschaft für Kommunikation eine gute Basis.
3. Jetzt sind es Employer Branding, Talent Sourcing und Social Media, die mir Spaß machen.

Anette Fexa, Employer Branding Leader IKEA Austria seit 2019

The Spirit of IKEA

Wir haben viele Stories von Mitarbeiter:innen mit Persönlichkeit, von Managern, bei denen sich Abteilungswechsel, internationale Erfahrungen und neue Jobs die Hand geben sowie Themen, die unsere Employer Brand bestimmen.

Aber wie finde ich die richtige Story? Wie entwickle ich ein gutes Skript? Muss ein Briefing sein? (Spoiler: Ja, es muss sein.) Wie wird das Video dann gesehen und wo?

Meine Erfahrungen mit **Employer Branding Videos bei IKEA** teile ich mit allen, die wissen wollen, wie sie den Spirit einfangen.

Über Karrierewege

Über Persönlichkeiten

Über Vielfalt und Inklusion

Gloria, Goods Flow Managerin

Ahmed, BNOM Manager

Nicole, Area Managerin

Lena, Sales Team Leaderin

Simone, IKEA Food Managerin

Jan, Expansion Manager

Felix, In-store Logistics Manager

Michael, Customer Relations Manager

Arbeiten bei IKEA ist mehr als ein Job.

Wenn es dein Ziel ist, neue Talente anzuziehen, sind **Stories** von Mitarbeiter:innen ein guter Weg, um die eigene Kernbotschaft zu untermauern. Denn interessante Beispiele von Mitarbeiter:innen sind ein hervorragendes Mittel, um andere einzuladen es ihnen gleich zu tun.

Und wenn dein Ziel darin besteht, ein breites Publikum mit der Möglichkeit der Interaktion und Weiterverbreitung zu erreichen, ist es eine gute Idee **Videos** zu drehen.

Wie finde ich die richtige Story?

Finde einen Schatz an Geschichten

Du suchst Mitarbeiter:innen, deren Story deine Kernbotschaft veranschaulichen. Personen, die sich wohl fühlen, vor einem Produktionsteam zu sprechen und sich vor der Kamera natürlich zu verhalten.

(Oder du suchst dir einen Filmemacher, bei dem sich die Leute wohlfühlen.)

Für den Referenzfilm reisen wir nach Tirol und lernen Christian, Amed, Sarah, Lara, Ingomar und Petra kennen. Die Story zeigt, wie sie Inklusion verwirklicht haben. Mitarbeiter:innen mit und ohne Behinderung erklären, was sie tun, warum ein Arbeitsplatz so wichtig ist und wie sie voneinander lernen. Gefilmt wird das Ganze bei IKEA, mit Bildern, die Teamarbeit und Arbeitsabläufe zeigen.

Ein gutes Skript entwickeln

Gemeinsam mit dem lokalen HR-Team und dem Filmemacher haben wir die Geschichte zu einem Drehbuch geformt. Zu diesem Zeitpunkt hatten wir nicht erwartet, dass die gesprochenen Worte der Mitarbeiter:innen (wie wir es sonst machen) das Rückgrat des Films bilden würden.

Aber wir wurden eines besseren belehrt.

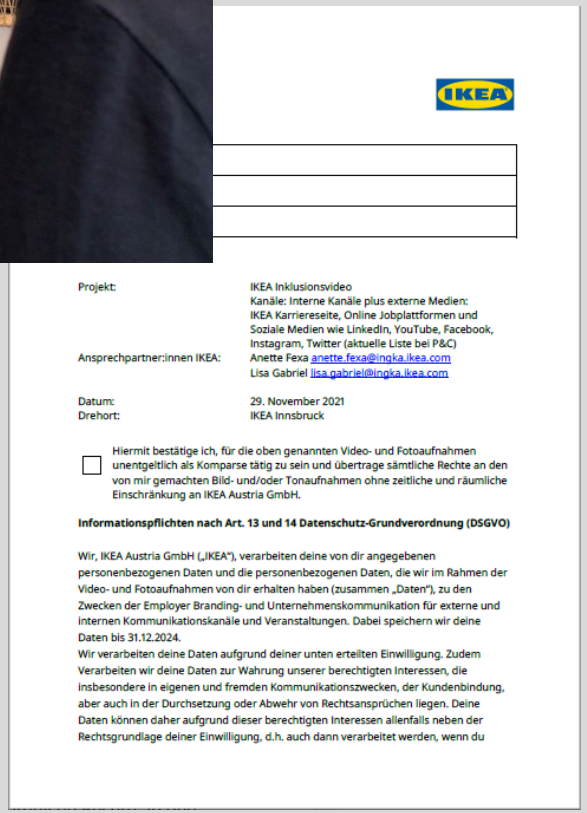
Orte und Handlungen einer Szene spiegeln die Aussagen der Mitarbeiter:innen wider. Zum Beispiel, wenn Petra in einer Szene über Zusammengehörigkeit spricht und die beiden Mitarbeiter:innen im Hintergrund miteinander Gebärdensprache sprechen.

Ein gutes Gefühl und ein Vertrag

Vorbereitung ist der Schlüssel, um eine entspannte Atmosphäre für die "Schauspieler:innen" zu schaffen, wenn die Kamera läuft.

Nicht zu vergessen, es soll den Mitarbeiter:innen Spaß machen. Wenn etwas schief geht, ist es nicht live.

Und ein weiterer wichtiger Punkt ist ein **Komparsenvertrag**, um datenschutzkonform zu sein.



IKEA

Projekt:	IKEA Inklusionsvideo Kanäle: Interne Kanäle plus externe Medien: IKEA Karriereseite, Online Jobplattformen und Soziale Medien wie LinkedIn, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter (aktuelle Liste bei P&C)
Ansprechpartner:innen IKEA:	Anette Fexa anette.fexa@ingka.ikea.com Lisa Gabriel lisa.gabriel@ingka.ikea.com
Datum:	29. November 2021
Drehort:	IKEA Innsbruck

☐ Hiermit bestätige ich, für die oben genannten Video- und Fotoaufnahmen unentgeltlich als Komparse tätig zu sein und übertrage sämtliche Rechte an den von mir gemachten Bild- und/oder Tonaufnahmen ohne zeitliche und räumliche Einschränkung an IKEA Austria GmbH.

Informationspflichten nach Art. 13 und 14 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

Wir, IKEA Austria GmbH („IKEA"), verarbeiten deine von dir angegebenen personenbezogenen Daten und die personenbezogenen Daten, die wir im Rahmen der Video- und Fotoaufnahmen von dir erhalten haben (zusammen „Daten"), zu den Zwecken der Employer Branding- und Unternehmenskommunikation für externe und internen Kommunikationskanäle und Veranstaltungen. Dabei speichern wir deine Daten bis 31.12.2024.
Wir verarbeiten deine Daten aufgrund deiner unten erteilten Einwilligung. Zudem Verarbeiten wir deine Daten zur Wahrung unserer berechtigten Interessen, die insbesondere in eigenen und fremden Kommunikationszwecken, der Kundenbindung, aber auch in der Durchsetzung oder Abwehr von Rechtsansprüchen liegen. Deine Daten können daher aufgrund dieser berechtigten Interessen allenfalls neben der Rechtsgrundlage deiner Einwilligung, d.h. auch dann verarbeitet werden, wenn du

Das Briefing

In einem Briefing steckt eine Menge drin. Dieses spezifische Briefing stellt sicher, dass von Anfang an alles klar ist: Arbeitsumfang, Budgetvorschlag, Zeitpunkt, Zeitplan, Formate usw.

Und es ist eine Menge an Abstimmung – auf jeden Fall bei IKEA.

Warum und Ergebnisse

- Die gesetzlichen Anforderungen erfüllen und IKEA Ziele erreichen (rund 3 % der Belegschaft sollen Menschen mit Behinderungen sein)
- Stärkung der Wahrnehmung als vielfältiger und inklusiver Arbeitgeber
- Mehr Bewerbungen von Menschen mit Behinderungen

- Rechtliche und soziale Verantwortung
- Verantwortungsvoller Arbeitgeber
- Das Mindset ändern

Was und Beweise

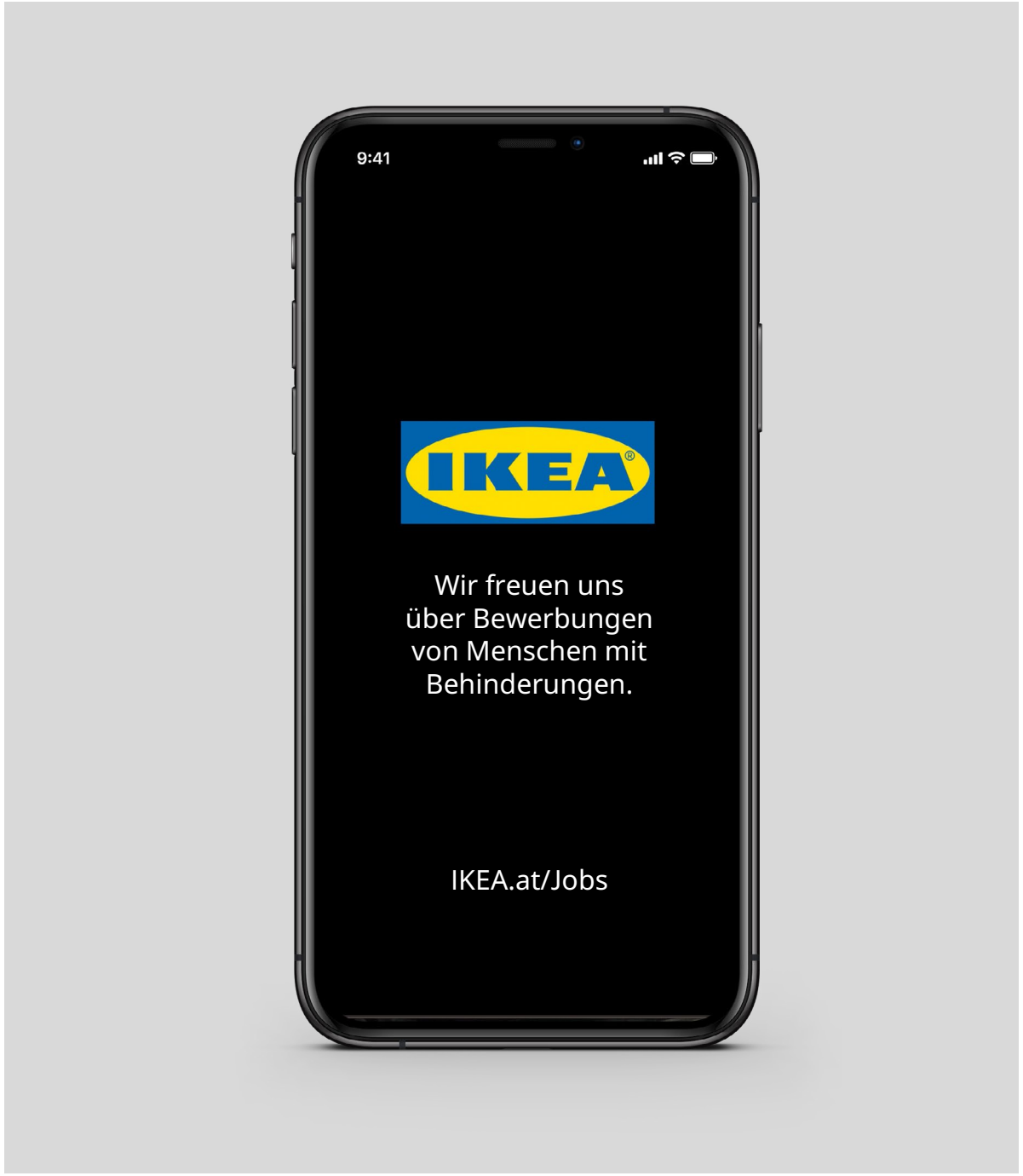
- Kernaussage: Du willst einen Job? Wir geben dir mehr als das.
- Belege, Fakten und Daten, Erfolge und Auszeichnungen
- Zielgruppen:
  - bestehende und neue Mitarbeiter:innen
  - andere IKEA Units
  - NGOs

Wie und Identität

- Kreative Idee
- Interne Abstimmung
- Länge, Formate, Untertitel, Übersetzung, Grafiken, Farbe, Schrift, Musik, Titel & Logo

Zum Schluss, ein Call to Action

Was soll die Zielgruppe tun, nachdem sie dein Employer Branding Video gesehen hat? Wenn es sich um eine Stellenanzeige handelt, kannst du direkt zur Stelle verlinken. Du kannst auch einladen, sich auf deiner Karriereseite über offene Stellen zu informieren. Oder vielleicht möchtest du dein Publikum darauf hinweisen, wo es mehr Infos über Vielfalt und Inklusion in deinem Unternehmen gibt. Der Call to Action kann unterschiedlich sein, nur egal wie, nutze die Gelegenheit.



Verbreitung

Bei IKEA stimmen wir alle Employer Branding Initiativen mit People & Culture, Communications und Marketing ab – entsprechend der Zielgruppen und Kommunikationskanäle.

Ich stelle so sicher, dass mein Aktivierungsplan zeitlich und thematisch mit unserem Editions- und Social Media Plan abgestimmt und an geplante Media Investments angepasst ist.

Wie wird das Video dann gesehen und wo?

Von		**Zu**
intern	>	extern
Teaser		Launch
CEO		NGOs

https://www.youtube.com/watch?v=q_6EXR7UfYY
Interviewer: Du Christian, was macht dir Spaß?

Tack så mycket

Anette Fexa

Talent Sourcing & EVP Leader
IKEA Austria