

2. onpulson, 22.02.2025

Link: <https://www.onpulson.de/82015/die-bedeutung-von-on-und-offboarding-fuer-das-employer-branding/>

STARKE ARBEITGEBERMARKE

Die Bedeutung von On- und Offboarding für das Employer Branding



Von [Nora Körner](#)

Am 22. Januar 2025

Eine Arbeitgebermarke wird nicht nur durch Benefits und Karrierechancen definiert. Auch der direkte Umgang mit neuen und scheidenden Mitarbeitenden spricht Bände. Der erste Eindruck beim Eintritt neuer Mitarbeitender und der letzte Eindruck beim Ausscheiden spiegeln die Unternehmenskultur wider und beeinflussen die Wahrnehmung der Arbeitgebermarke. Warum On- und Offboarding entscheidend für Ihr Employer Branding sind, erfahren Sie hier.

Bei Employer Branding denken viele direkt erstmal an schicke Karriereportale oder großzügige Benefits. Dahinter steht aber mehr: Es ist die Gesamtheit dessen, wie ein Unternehmen von Mitarbeitenden – aktuellen, zukünftigen und ehemaligen – wahrgenommen wird beziehungsweise werden soll. Beim Aufbau einer [Arbeitgebermarke](#) sollte man daher immer den direkten Umgang mit den Beschäftigten bedenken – auch oder gerade beim Onboarding und beim Offboarding. Wie sollen Mitarbeitende den Betrieb kennenlernen und mit welchen Gefühlen sollten sie bestenfalls auf das [Team](#), ihre Arbeit und das Unternehmen zurückblicken?

Fakt ist: Ein gelungener Start mit und ein respektvoller Abschied von Beschäftigten sind eine direkte Reflexion der Unternehmenswerte und -kultur. Unstrukturierte Abläufe oder liebloser Umgang können eine Arbeitgebermarke daher nachhaltig schädigen – während professionelle, durchdachte und wertschätzende Prozesse ein positives Image fördern. Wer in beiden Phasen mit Authentizität, Respekt und Struktur glänzt, schafft eine Arbeitgebermarke, die nicht nur nach innen wirkt, sondern auch potenzielle Talente überzeugt.

Onboarding: Der erste Eindruck zählt

Beim Onboarding, das heißt dem systematischen Prozess, neue Mitarbeitende in ein Unternehmen einzuführen, zeigt sich, ob die Versprechen aus dem Bewerbungsprozess auch im Alltag Bestand haben. Onboarding ist dabei weit mehr als nur das Übergeben eines Arbeitsplatzes oder das Einrichten eines Accounts – es ist der erste Schritt, um Beschäftigte langfristig zu binden und eine Chance für den Arbeitgeber, sein Employer Branding zu stärken.

Ein klar strukturierter Onboarding-Prozess zeigt, dass das Unternehmen organisiert und vorbereitet ist. Mitarbeitende können diesen Eindruck an andere weitergeben; die Reputation des Unternehmens als Arbeitgeber wird gestärkt. Zudem fördern ein herzliches Willkommen und ein aufrichtiges Interesse an der Eingewöhnung – etwa durch Einstiegsgeschenke, Touren durch die Räumlichkeiten, ein Kennenlernen des Teams, interne Events oder Buddy-Programme – die Identifikation mit dem Unternehmen, den Teamgeist und damit Loyalität und Engagement.

Offboarding: Der letzte Eindruck bleibt

Auch das Offboarding will gut strukturiert, professionell und respektvoll sein. Denn: Wer sich gut verabschiedet fühlt, wird eher positiv über den ehemaligen Arbeitgeber sprechen – sowohl im privaten Umfeld als auch auf öffentlichen Plattformen, wie etwa LinkedIn oder Kununu. Ein gelungener Abschied ist somit nicht nur eine Frage der Höflichkeit, sondern eine Investition in die langfristige Reputation der Arbeitgebermarke. Offboarding reicht dabei vom ersten Hinweis auf die Beendigung des Arbeitsverhältnisses über ein Exit-Gespräch und Abschiedsrituale wie eine Abschiedsfeier bis zur endgültigen Trennung und darüber hinaus. Ein respektvoller und organisierter Abschied stärkt das Bild des Unternehmens – intern wie extern. Zudem bleiben ehemalige Mitarbeitende, die mit einem positiven Gefühl gegangen sind, häufig Teil des Netzwerks und können wertvolle Referenzen oder sogar Kunden werden.

Fazit

Ein gelungenes On- und Offboarding spielt eine zentrale Rolle für das Employer Branding eines Unternehmens. Der erste Eindruck beim Eintritt neuer Mitarbeitender und der letzte Eindruck beim Ausscheiden spiegeln die [Unternehmenskultur](#) wider und beeinflussen die Wahrnehmung der Arbeitgebermarke maßgeblich. Authentizität, Respekt und klare Prozesse spielen hierbei eine wichtige Rolle, um eine Arbeitgebermarke zu schaffen, die sowohl nach innen als auch nach außen überzeugt.

Bildnachweis: istockphoto.com/ipopba

[teilen](#) [tweeten](#) [teilen](#) [teilen](#) [versenden](#) [drucken](#)

[Newsletter abonnieren](#)

Über den Autor



Nora Körner Nach dem Magisterstudium der Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Geschichte arbeitete Nora Körner zunächst als Marketingmitarbeiterin, kurze Zeit später als Projektleiterin in einer Kommunikationsagentur. 2009 wechselte sie auf die Unternehmensseite und wirkte als Quartiersmanagerin im Dresdner Barockviertel. Seit 2018 ist Nora Körner, mittlerweile in der Position der Senior PR-Consultant sowie Mitglied des Management-Teams, bei der Kommunikationsagentur ABG Marketing tätig. abg-marketing.de

[ZUM AUTORENPROFIL](#)