

**netzwerk
südbaden**

Genuss



Völlerei und Perfektion – wie die Region aufischt.

November 2019 | Preis: 5,50 Euro | E 2014 | www.netzwerk-suedbaden.de



Das regionale Wirtschaftsmagazin

SUSANNE SCHULZ

MITARBEITERBINDUNG DURCH EMPLOYER BRANDING

Digitalisierung, Fachkräftemangel, die angeblich so komplizierten Erwartungen der Millennials – das sind Stichworte, die viele Personaler in deutschen Unternehmen zum Seufzen bringen.



Susanne Schulz,
Expertin für Positionierung, Image und Marke

Wer heute gute Mitarbeiter gewinnen und halten will, kommt mit einer schlichten Zeitungsanzeige und Gratiskaffee kaum ans Ziel. Denn nicht nur die junge Generation wünscht sich einen Beruf, der neben dem fairen Gehalt auch Sinn und Identifikationsmöglichkeiten bereithält. Noch nie war es so einfach wie heute, sich über den künftigen oder aktuellen Arbeitgeber im Netz zu informieren. Die Unternehmenswebsite, die Sozialen Medien, aber auch Bewertungsportale wie kununu geben Interessierten einen fundierten ersten Eindruck.

Aber während der Wandel in der Unternehmenskultur und im Recruiting bei den großen Marken längst angekommen ist, tun sich kleine und mittlere Unternehmen oft schwer, im Employer Branding Fuß zu fassen. Dabei ist eine überzeugende Arbeitgebermarke eine nachhaltige und sinnvolle Investition.

Was bedeutet Employer Branding überhaupt?

Kurz gesagt: Man macht das Unternehmen als Arbeitgeber zur Marke. Dazu gehört eine saubere Positionierung als Arbeitgeber, ein klares, zum Unternehmensimage passendes Erscheinungsbild nach außen und eine lebendige, gelebte Firmenkultur nach innen. Damit das funktioniert, muss das Employer Branding auf einer starken Strategie basieren. Diese Strategie ist das Fundament für alle Maßnahmen, die Ihre Arbeitgebermarke stärken sollen. Das Ziel ist zum einen, talentierte neue Arbeitskräfte zu gewinnen. Zum anderen wollen wir aber auch dafür sorgen, dass bestehende Mitarbeiter neu motiviert werden und sich noch einmal bewusst mit dem Unternehmen identifizieren können.

Der Markenkern als Impulsgeber

Um Ihr Profil als Arbeitgeber zu schärfen, müssen Sie erst einmal herausfinden, was Sie als Arbeitgeber besonders macht. Klar ist die Belegschaft nett, und klar haben Sie eine tolle Kaffeemaschine im Pausenraum – aber das reicht nicht. Wo liegt die Einzigartigkeit des Unternehmens, was unterscheidet die Arbeit bei Ihnen von den Wettbewerbern? Als Grundlagenmaßnahme empfehle ich Ihnen, die eigenen Werte herauszuarbeiten und ehrlich gegenzuprüfen, ob sie von der Geschäftsleitung und den Mitarbeitern auch wirklich gelebt werden. Es bringt nichts, die schönste Unternehmenskultur auf dem Papier festzuhalten, wenn man im Arbeitsalltag davon nichts wiederfindet. Fragen Sie sich und Ihre Mitarbeiter also: Was zeichnet unser Unternehmen aus, was macht uns zum attraktiven Arbeitgeber, was bieten wir neuen Talenten, und was bieten wir den etablierten Arbeitskräften hier? Was wollen wir beibehalten, was wollen wir verändern? Die Ergebnisse dieser Grundlagenarbeit beschreiben Ihren Markenkern als Arbeitgeber. Und davon ausgehend können Sie über geeignete Maßnahmen nachdenken, die Ihr Branding nach innen und außen kommunizieren.

Was bringt eine Arbeitgebermarke?

Es geht nicht darum, eine einmalige Aktion zu starten, um ein paar neue Mitarbeiter zu finden. Die Chancen des Employer Brandings sind viel umfassender – sehen Sie es nicht als Projekt, sondern als langfristigen Prozess. Wenn die Arbeitgebermarke sorgfältig entwickelt und konsequent im Unternehmen gelebt wird, können Sie sich über zahlreiche positive Effekte freuen: Die Arbeitgeberidentifikation nimmt

zu, Ihre Mitarbeiter werden zu authentischen Firmenbotschaftern und empfehlen Sie gern als Arbeitgeber weiter. Die unternehmenskulturelle Evolution stärkt das Betriebsklima und den Teamgeist. Dadurch steigen wiederum die Leistungsbereitschaft und innere Motivation der Mitarbeiter. Ein oft beobachteter Nebeneffekt dieser internen Entwicklung ist neben der geringeren Fluktuation übrigens auch ein geringerer Krankenstand. Kurz gesagt: Erfolgreiches Employer Branding bindet Leistungsträger, erhöht die Produktivität und fördert die Bereitschaft zur Innovation.

Mitarbeiterbindung gegen den Fachkräftemangel

Während ein zeitgemäßes Karriereportal jedem Unternehmen hilft, geeignete Bewerber zur Kontaktaufnahme zu bewegen, gehört zu einer starken Arbeitgebermarke aber viel mehr als nur das Recruiting künftiger Mitarbeiter. Wie oben erwähnt, bietet das Employer Branding auch nach innen etliche Möglichkeiten, Talente an das Unternehmen zu binden. Weil der Fachkräftemangel viele Branchen betrifft, kommt der Mitarbeiterbindung eine immer wichtigere Rolle zu, um Wettbewerbsvorteile und langfristige Erfolgsaussichten zu sichern. Indem Sie Fachkompetenz im Unternehmen mit Hilfe Ihres Employer Brandings identifizieren und fördern, bereiten Sie den Boden für neues Wachstum von innen heraus.

Klar ist jedenfalls: Je wohler sich ein Mitarbeiter bei Ihnen fühlt, umso leistungsbereiter und innovationsfreudiger wird

er sein. Was Arbeitskräfte aber brauchen, um sich sinnerfüllt und wertgeschätzt zu fühlen, kann durchaus variieren. Für die einen ist es vielleicht das leistungsbezogene Gehalt und die Chance auf Fortbildungen, für andere sind emotionale und unternehmenskulturelle Faktoren wichtiger. Durch regelmäßige Mitarbeiterbefragungen erhalten Sie Stimmungsbilder aus dem Unternehmen und können entsprechend reagieren. Beziehen Sie auch die jeweilige Führungsebene ein: Direkte Vorgesetzte wissen oft sehr gut, wie ihre Mitarbeiter ticken und was sie brauchen.

Als geeignetes Instrument zur internen Evaluation hat sich in meiner Arbeit mit Unternehmen der Workshop erwiesen. Gemeinsam mit Mitarbeitern und Führungskräften kann eine kollaborative und demokratische Arbeit an der Arbeitgebermarke stattfinden. Alle Ebenen werden gehört und dürfen ihre Vorschläge und Beobachtungen einbringen. Das ist nicht nur für die Effizienz künftiger Maßnahmen wichtig, sondern gibt Ihren Arbeitskräften von Anfang an das gute Gefühl, gesehen und geschätzt zu werden.

Wenn Sie mehr darüber wissen wollen, wie Sie mit Employer Branding die Mitarbeiterbindung stärken können, schreiben Sie mir gern unter mail@markeschulz.de. Ich freue mich auf Ihre Nachrichten.




sparkasse-staufen-breisach.de

Wir haben für Sie in Heitersheim investiert.

Besuchen Sie unser Team in unserem modernen kundenfreundlichen BeratungsCenter in der Hauptstraße 4 in Heitersheim.

Wenn's um Geld geht

 **Sparkasse
Staufen-Breisach**