



Stuttgart - Böblingen - Esslingen-Nürtingen - Göppingen - Ludwigsburg - Rems-Murr

# Magazin > **Wirtschaft**

Ein Service der IHK für Unternehmen in der Region Stuttgart



## Projekt Grüne Stadt

Seite 8

So machen Sie sich  
zur Arbeitgebermarke

Seite 18

Das müssen Sie über  
Ferienjobs wissen

Seite 22

# Machen Sie sich als Arbeitgeber zur Marke

## Tipps zum Employer Branding



Qualifizierte Bewerber haben heute eine große Auswahl an attraktiven Jobs.

Nehmen wir die viel zitierte Aussage von Steve Jobs ernst, dass Innovationskraft den „Leader“ vom „Follower“ unterscheidet, gelangen wir schnell zum Kern des Employer Branding: Es sind die eigenen Mitarbeiter, nicht Technologien und Maschinen, die letztendlich den Unterschied im Wettbewerb ausmachen und den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens sichern – gerade heute, wo sich unsere Arbeitswelt durch die Digitalisierung rasant weiter entwickelt.

Zudem ändert sich aufgrund des demografischen Wandels der Arbeitgebermarkt in einen Arbeitnehmermarkt. Es wird für Unternehmen, die nicht zu den Top-Marken an begehrten Standorten zählen und keine attraktive Unternehmenskultur haben, spürbar schwieriger, die richtigen Mitarbeiter für sich zu begeistern. Schon jetzt – so eine Studie von Ernst & Young – kann mehr als jeder zweite Mittelständler Aufträge nicht annehmen, da die geeigneten Mitarbeiter fehlen.

Arbeitgebermarketing wird also immer wichtiger. Doch gibt es keine Blaupause für den attraktiven Arbeitgeber, da diese Attraktivität stets aus den eigenen Stärken, Werten und dem gebildet wird, was das Unternehmen im Wettbewerb aus Bewerber-sicht unterscheidet. Ein fertiges Konzept abzuarbeiten oder andere zu kopieren, ist deshalb der falsche Weg.

### Entwickeln Sie ein authentisches, attraktives Profil und schärfen Sie es

Glaubwürdigkeit und Authentizität entstehen nur, wenn Employer Branding nicht auf Einzelaspekte verkürzt wird. Der ganzheitliche, integrierte Ansatz ist erfolgsentscheidend, und dazu muss die Unternehmens-Marke aus der Arbeitgeber-Marke abgeleitet werden. Das Bild des Arbeitgebers wird nicht nur vom Internetauftritt oder Publikationen, sondern von den Führungskräften und Mitarbeitern geprägt.

Das betrifft auch das Verhalten gegenüber Kunden und die Kommunikation im Bekanntenkreis, in sozialen Netzwerken oder auf Arbeitgeber-Bewertungsportalen.

Definieren und kommunizieren Sie, was Sie als Arbeitgeber attraktiv macht, sonst fehlt das differenzierende Profil, die nötige Bekanntheit und der Identifikationsanker für Bewerber und Wunsch Kandidaten. Analysieren Sie den Status quo sorgfältig und prüfen Sie, wo Sie Ihr Profil inhaltlich und in der internen und externen Kommunikation noch schärfen müssen. Stellen Sie dafür einen Plan auf.

Berücksichtigen Sie bei der Planung die künftige Entwicklung der Arbeitswelt. Beziehen Sie alle Mitarbeiter ein, denn die Arbeitgebermarke muss an allen relevanten Kontaktpunkten erlebbar, glaubwürdig und in der Unternehmenskultur verankert sein. Zielgerichtete Workshops helfen dabei, den Wandel aktiv und vorbildhaft zu gestalten („Führung 4.0“), und ermöglichen den Mitarbeitern, zu verstehen und dies in ihrem Tätigkeitsbereich umzusetzen. Kontinuierlich sollte kontrolliert werden, ob das Konzept auch umgesetzt und gelebt wird.

Schaffen Sie die Rahmenbedingungen für eine moderne Führungskultur und eine „gesunde Arbeitswelt“, in der die Mitarbeiter ihre Potenziale entfalten dürfen, können und wollen. Denn Menschen denken und verhalten sich anders, je nach Arbeitsumfeld, Arbeitsplatzgestaltung und Führungskultur. Nicht umsonst kündigen viele Arbeitnehmer immer noch wegen des direkten Vorgesetzten.

Eine produktive Unternehmenskultur hat das Silodenken überwunden: Wissen ist nicht Macht, sondern wird geteilt. Sie fördert Experimentierfreude und vernetztes Denken, damit innovative Kräfte freigesetzt werden. Und sie verzahnt Effizienz mit effektivem Arbeiten und schöpferischer Intuition. Sie fördert Mitarbeiter und fordert sie gleichzeitig und sorgt dafür, dass virtuelles Arbeiten nicht zu Anonymisierung und Leistungsminderung führt.

Ein bekannter attraktiver Arbeitgeber zu sein, wirkt sich langfristig positiv auf den Unternehmenserfolg aus – gerade im Zeitalter der Digitalisierung und einer Arbeitswelt, die sich drastisch verändert. ◀



**Christine Riedmann-Streit**  
MarkenFactory GmbH  
[www.markenfactory.com](http://www.markenfactory.com)



**Tipp**

### Service-Tipp

Alles über das richtige Arbeitgebermarketing finden Sie unter [www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de), Nr. 137084

