

TOP-THEMA

So bekommen Sie die Besten

Wie Sie sich als
Wunscharbeitgeber für
Talente attraktiv positionieren.

Sich mit Employer Branding für Talente attraktiv positionieren

Für Unternehmen wird es immer schwieriger, offene Stellen mit geeigneten Persönlichkeiten zu besetzen. Mehr denn je müssen sie sich im Kampf um die besten Talente engagieren, um ihre Wunschkandidaten anzuwerben. Entscheidend dabei ist, sich im Arbeitsmarkt von seinen Mitbewerbern positiv abzuheben. Viele Firmen setzen hier auf Employer Branding, d.h. auf die strategische Entwicklung einer Arbeitgebermarke. Doch was steckt dahinter? Welche Vorteile bietet Employer Branding für Sie? Und was müssen Sie bei der Planung und Umsetzung beachten?

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit unserer Texte haben wir entweder die männliche oder die weibliche Form von Bezeichnungen gewählt. Dies impliziert keinesfalls eine Benachteiligung des jeweils anderen Geschlechts. Frauen und Männer mögen sich von den Inhalten der CAREERS LOUNGE gleichermaßen angesprochen fühlen. Wenn wir also von Kandidaten, Unternehmern, Führungskräften und Mitarbeitern sprechen, meinen wir selbstverständlich und gleichermaßen auch Kandidatinnen, Unternehmerinnen, weibliche Führungskräfte und Mitarbeiterinnen. Wir danken für Ihr Verständnis.

Attraktivität gewinnt

BMW, Audi, Bayer und BASF zählen unter potentiellen Bewerbern nach wie vor zu den beliebtesten deutschen Unternehmen. Dies ergab die aktuelle Umfrage des Magazins „Wirtschaftswoche“ unter 34.000 Studenten. Doch wie schaffen es Firmen dauerhaft, sich als attraktive Arbeitgeber zu positionieren? Employer Branding heißt das Zauberwort, mit dem sich viele Betriebe um die besten Kandidaten bewerben. Obwohl die Idee, mithilfe des Markenmanagements auf die Verknappung qualifizierter Fachkräfte zu reagieren, bereits Mitte der 1990er Jahre entstand, ist sie heute angesagter denn je.

Was bedeutet Employer Branding?

Die verbreitetste Begriffsdefinition stammt von dem Berliner Beratungs- und Forschungsunternehmen Deutsche Employer Branding Akademie (DEBA). Sie beschreibt Employer Branding als „identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber“. Den Kern des Konzepts bildet die Kreation einer Arbeitgebermarke (Employer Brand), die an der Unternehmensmarke (Corporate Brand) ausgerichtet ist. Ihr Ziel ist es, die Wahrnehmung der jeweiligen Wunschkandidaten auf dem Arbeitsmarkt positiv zu beeinflussen, Interesse und eine Kontaktaufnahme anzuregen und so nachhaltig die Mitarbeitergewinnung zu optimieren.

Effizientere Rekrutierung

Die Vorteile einer fundierten Employer Branding – Strategie reichen jedoch weit darüber hinaus. Denn wer es schafft, die passendsten Bewerber anzuziehen und dadurch die Qualität der eingehenden Bewerbungen zu verbessern, hat weniger Aufwand bei der Personalbeschaffung. Gleichzeitig wirkt sich Employer Branding positiv auf bereits vorhandene Mitarbeiter aus: Eine gelungene Arbeitgebermarkenstrategie stärkt die Identifikation und bindet qualifizierte Fachkräfte an das Unternehmen. Die Folge: Die Mitarbeiter selbst werden zu Markenbotschaftern ihres Betriebs, und die Fluktuationskosten sinken.

Verbesserung der Unternehmenskultur

Dies führt wiederum zu einem positiveren Arbeitsklima, weniger krankheitsbedingten Ausfällen und einem stärkeren Zusammenhalt. Da Motivation, Leistungsbereitschaft und Loyalität steigen, sorgt Employer Branding zudem für bessere Arbeitsergebnisse und damit letzten Endes sogar für mehr Geschäftserfolg und einen höheren Unternehmenswert.

Stärken und Schwächen analysieren

Wie baut ein Unternehmen nun konstruktiv und effizient seine Employer Brand auf? Erforderlich ist in jedem Fall ein ganzheitlicher Ansatz, bei dem Geschäftsleitung, Personalverantwortliche sowie Kommunikations- und Marketingexperten zusammenarbeiten.

Wie bei jeder Strategieentwicklung steht auch hier an erster Stelle eine detaillierte Analyse: Wo liegen unsere Stärken und Schwächen als Arbeitgeber? Was können wir unseren Bewerbern konkret bieten? Welche Erwartungen haben unsere Wunschkandidaten? Und wie positionieren sich die Wettbewerber auf dem Arbeitsmarkt? Unverzichtbarer Ausgangspunkt ist also sowohl die kritische Reflexion über das eigene Unternehmen als auch die genaue Betrachtung der Zielgruppen, des Marktes und des Wettbewerbs.



Auf einen Blick

Für viele Unternehmen wird der Mangel an Führungskräften immer mehr zum Wachstumshemmnis. Employer Branding gilt als nachhaltiges Mittel, dieser Entwicklung gegenzusteuern und sich als attraktive Arbeitgebermarke zu präsentieren. Das Ziel ist sowohl ein profilstarker Imageaufbau als auch die faktische Erhöhung der Qualität als Arbeitgeber. Je glaubwürdiger und authentischer ein Unternehmen wirkt, umso größer sind die Erfolgsaussichten. Neben einer optimierten Mitarbeitergewinnung und einer effizienteren Rekrutierung verspricht Employer Branding eine stärkere Mitarbeiterbindung, eine positivere Unternehmenskultur, bessere Arbeitsergebnisse und damit letztendlich eine Steigerung des Unternehmenswertes.



Employer Brand entwickeln

Auf dieser Grundlage gilt es, die Eckdaten der Arbeitgebermarke – als Spezifikation der Unternehmensmarke – festzulegen: Was sind unsere zentralen Kernwerte? Welche Besonderheiten weist unser Unternehmen auf? Welches Leistungsversprechen geben wir? Wichtig ist dabei, die besondere Arbeitgeberqualität systematisch zu entwickeln, sich aber gleichzeitig bewusst zu machen, wo noch Verbesserungspotenzial ist. Oberstes Gebot ist immer die Glaubwürdigkeit. Image und Qualität, Selbstbild und gelebte Realität müssen in jedem Fall übereinstimmen, damit die Strategie Erfolg hat. Dies bedeutet, dass neben dem Aufbau eines profilstarken Images auch die tatsächliche Qualität als Arbeitgeber weiterentwickelt werden muss.

Maßnahmenpaket planen

Ist die Employer Branding – Strategie festgelegt, geht es an die Planung der Kampagne. Hier werden sämtliche Recruiting-Maßnahmen an der ausgearbeiteten Arbeitgebermarke ausgerichtet: inhaltlich, sprachlich und optisch. Das reicht von der Entwicklung eines Slogans und der Kernbotschaften über die Gestaltung einer Karrierewebsite bis hin zur Stellenanzeige und Medienarbeit.

Interne Umsetzung

Bei der Umsetzung der einzelnen Maßnahmen liegt die Herausforderung darin, ein einheitliches Image sowohl an potentielle Kandidaten als auch an Kunden und andere Stakeholder zu transportieren. Entscheidend

ist daher, die Employer Branding – Strategie sowohl intern zu implementieren als auch überzeugend nach außen zu kommunizieren.

Innerhalb des Unternehmens dient Employer Branding somit als Wegweiser für die organisationale Weiterentwicklung und ist maßgeblich für die Authentizität der Firma. Managementpraxis und Führungsstil sind ebenso an der Strategie auszurichten wie die interne Kommunikation (z. B. Mitarbeiterzeitung, Intranet, Betriebsversammlung), das HR-Portfolio und die Gestaltung der Arbeitswelt.

Externe Handlungsfelder

Ziel des externen Employer Brandings ist es, die Marke im Rekrutierungsmarkt aufzubauen und Kontakt zu den jeweiligen Wunschkandidaten herzustellen. In diesen Bereich fällt die gesamte Arbeitsmarktkommunikation wie Hochschulmarketing und Personalwerbung. Auch Empfehlungs- oder Alumniprogramme sowie Aktivitäten in Social Networks sind ein wichtiger Teil der externen Handlungsfelder.

Employer Branding in der CAREERS LOUNGE

Im „War for Talents“ ist es für Unternehmen wesentlich, eine fundierte Employer Branding – Strategie zu etablieren, um vakante Positionen mit ausgesuchten Talenten besetzen zu können. Denn wer es schafft, die passendsten Bewerber anzuziehen und dadurch die Qualität der eingehenden Bewerbungen zu verbessern, hat weniger Aufwand bei der Personalbeschaffung.

In der CAREERS LOUNGE präsentieren sich ausgewählte Unternehmen in exklusiven Interviews und außergewöhnlichen Unternehmensprofilen. Sie heben sich heraus als erstklassiger Wunscharbeitgeber für hochqualifizierte High Potentials – Fach-, Vertriebs- und Führungskräfte – aus unterschiedlichen Branchen. Wunscharbeitgeber erhalten präferierten Zugang zu Top-Talenten im Rahmen des Personal Scoutings.

Gleichzeitig wirkt sich Employer Branding positiv auf bereits vorhandene Mitarbeiter aus: Eine gelungene Arbeitgebermarkenstrategie stärkt die Identifikation und bindet qualifizierte Fachkräfte an das Unternehmen. Die Folge: Die Mitarbeiter selbst werden zu Markenbotschaftern ihres Betriebs, und die Fluktuationskosten sinken.

Gezielte Ansprache von High Potentials

Da sich mittlerweile immer mehr Bewerber im Internet über potenzielle Arbeitgeber informieren, nimmt gerade das Networking einen wachsenden Stellenwert ein. Wichtig ist hier, sich auf strategisch wichtige Plattformen zu konzentrieren und sich nicht in zu vielen Netzwerken zu verzetteln. So bietet beispielsweise die CAREERS LOUNGE Unternehmen äußerst effektive Möglichkeiten, ihre Arbeitgebermarke in exklusivem Umfeld zu präsentieren.

Premium-Umfeld

Die CAREERS LOUNGE eröffnet Unternehmen deshalb neue Wege einer herausragenden Positionierung. Mit

außergewöhnlichen und effizienten Maßnahmen stärken Sie hier effektiv Ihr Employer Branding. Ausgewählte Unternehmen präsentieren sich in einem hochwertigen Premium-Umfeld in exklusiven Interviews und außergewöhnlichen Unternehmensprofilen als erstklassige Wunscharbeitgeber für erfolgreiche Persönlichkeiten, die sich beruflich verändern wollen.

Durch die gezielte Ansprache von High Potentials können Unternehmen Streuverluste beim externen Employer Branding minimieren. Redaktionelle Beiträge, Interviews und Videos ermöglichen ihnen, einem ausgewählten Kreis ihre Stärken vorzustellen und die richtigen Personen zu erreichen, ohne in der breiten Masse unterzugehen – ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im „War for Talents“. Insbesondere

das Personal Scouting der CAREERS LOUNGE kann die bestehenden Prozesse im HR-Bereich wirkungsvoll ergänzen. Denn High Potentials, die sich in einer bestehenden Position befinden, sind in der Regel am Arbeitsmarkt nicht sichtbar. Viele Talente werden erst durch das Thema Personal Scouting dazu bewegt, sich über ihre berufliche Zukunft und eine berufliche Veränderung Gedanken zu machen. Diese Kandidaten bringt die CAREERS LOUNGE mit ihren Wunschunternehmen zusammen. Arbeitgeber können so mittel- und langfristiger planen und gewinnen Wettbewerbsvorteile. Da die CAREERS LOUNGE für ihr Angebot passende Unternehmen im Vorfeld nach finanziellen, wertorientierten und zukunftsorientierten Faktoren qualifiziert, ist eine hohe Exklusivität für die ausgewählten Wunscharbeitgeber sichergestellt.



Praxistipp Wunscharbeitgeber

Eine fundierte Employer Branding – Strategie stellt für Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar und kann für den Erfolg eines Unternehmens ausschlaggebend sein. Denn wer sich die besten Talente auf dem Arbeitsmarkt sichert und gleichzeitig seine bestehenden Mitarbeiter stärker an sich bindet, verbessert die Unternehmenskultur und steigert damit auch seinen Unternehmenswert. Doch wie entsteht eine erfolgreiche Arbeitgebermarke? Und was ist bei der Umsetzung der Strategie zu beachten?

Folgende Tipps helfen Ihnen, sich nachhaltig positiv im Wettbewerb abzuheben:

- Employer Branding ist eine ganzheitliche Aufgabe, welche die enge Zusammenarbeit von Management, Personalverantwortlichen sowie Kommunikations- und Marketingexperten erfordert.
- Analysieren Sie vorab die Stärken und Schwächen des Unternehmens, Ihre Zielgruppe sowie den Markt und Ihre Wettbewerber.
- Definieren Sie klar, wofür das Unternehmen als Arbeitgeber steht und welche Besonderheiten es aufweist. Machen Sie deutlich, wo Verbesserungspotenzial liegt und wie Sie faktisch Ihre Qualität für Bewerber erhöhen können.
- Achten Sie auf glaubwürdige Aussagen und ein klares, individuelles und authentisches Profil. Vermeiden Sie austauschbare Floskeln oder den Versuch, andere Unternehmen zu kopieren. Versprechen Sie Bewerbern nur, was Sie auch wirklich halten können.
- Geben Sie sich als Unternehmen mithilfe eines einheitlichen Kommunikations- und Kreativkonzepts ein einzigartiges Gesicht. Achten Sie darauf, dass alle Maßnahmen einheitlich in Stil, Tonalität und Design sind.
- Setzen Sie gemäß Ihrer Employer Branding – Strategie ausgewählte Maßnahmen sowohl intern als auch extern um. Konzentrieren Sie sich dabei auf strategisch wichtige Handlungsfelder, um effektiv Ihre Wunschkandidaten und High Potentials anzusprechen.
- Präsentieren Sie Ihr Unternehmen mit seiner Unternehmensphilosophie und seinen wesentlichen Werten in der CAREERS LOUNGE. Zeigen Sie, dass Sie ein bemerkenswerter Arbeitgeber sind. Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Ihr Profil anzuzeigen, Ihr Unternehmen und Ihre Geschäftstätigkeit in Videos darzustellen und in Interviews tieferegehende Informationen über ihre Key Success Factors zu geben.



Möchten Sie mehr erfahren?

Sprechen Sie mit uns über die Möglichkeiten als Wunscharbeitgeber in der CAREERS LOUNGE für Ihr Unternehmen.

Nehmen Sie hier Kontakt auf:
welcome@careerslounge.com



careers LOUNGE

c/o PERIT Consulting GmbH & Co. KG
Maximilianstraße 2, D-80539 München
Telefon: +49 (0) 89 2 05 00 8570
Telefax: +49 (0) 89 2 05 00 8150
E-Mail: welcome@careerslounge.com

Die CAREERS LOUNGE ist das Wissensforum für den beruflichen und persönlichen Lebenserfolg. Für alle spannenden und inspirierenden Persönlichkeiten, die neue Wege gehen wollen – im Leben und im Business. Top-aktuell und mit hochwertigen Fachartikeln, E-Booklets, Interviews, Veranstaltungstipps und Videos verschafft die CAREERS LOUNGE ihren Besuchern den entscheidenden Wissensvorsprung. Qualifizierten Top-Unternehmen bietet die CAREERS LOUNGE die Möglichkeit, ihr Personalmarketing als Wunscharbeitgeber effektiv zu erweitern. Sie erhalten Zugang zu den High Potentials aus dem „Personal Scouting“ und gehen damit neue Wege. Mit dem individuellen „Personal Scouting“ eröffnet die CAREERS LOUNGE ambitionierten Persönlichkeiten wertvolle Perspektiven bei der Suche nach dem zukünftigen Traumjob. Bei diesem innovativen Konzept sucht der Personal Scout für hochqualifizierte Talente aktiv den idealen Wunscharbeitgeber.

Besuchen Sie uns auf careerslounge.com und erhalten Sie Zugang in eine neue spannende Welt.