

Erfolgreiches Employer Branding

Was Mittelständler bei der Markenbildung beachten müssen

Im „War for talents“ stehen mittelständische Unternehmen in direkter Konkurrenz zu Großkonzernen. Der strategische Aufbau einer Marke als attraktiver Arbeitgeber („Employer Branding“) senkt nicht nur den finanziellen Aufwand für die Personalbeschaffung, sondern trägt auch dazu bei, die Qualität der Bewerbungen zu erhöhen und die richtigen Bewerber für das Unternehmen zu finden – ein ideales Instrument für mittelständische Unternehmen, denen nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung stehen, um sich gegen die zugkräftigen Marken der Konzerne durchzusetzen.

1. Schritt: Analysieren Sie Ihre Stärken und Schwächen als Arbeitgeber.

Flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege, flexible Arbeitszeiten und persönliche Atmosphäre: Mittelständische Unternehmen haben viel zu bieten. Nutzen Sie diese Argumente zur Mitarbeitergewinnung. Betonen Sie systematisch die Stärken und Besonderheiten Ihres Unternehmens, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

2. Schritt: Kommunizieren Sie Ihre Arbeitgebermarke.

Nun besteht die Herausforderung darin, die Arbeitgebermarke kontinuierlich und einheitlich überall dort zu kommunizieren, wo Ihre Zielgruppe erreichbar ist. Folgende Instrumente haben sich auch bei eingeschränktem Budget bewährt:

Ihre Karriereseite

- Nutzen Sie die Karriereseite nicht nur, um offene Stellen auszuschreiben. Wecken Sie das Interesse Ihrer Zielgruppe, indem Sie über mögliche Karrierewege, den Arbeitsort und das Unternehmen informieren.
- Werten Sie die Karriereseite durch Videos und Fotostrecken auf, um den Bewerbern einen realistischen Einblick in die Unternehmenskultur zu ermöglichen.
- Zeigen Sie den Bewerbern, was Sie zu bieten haben. Gibt es in Ihrem Unternehmen Angebote zur Kinderbetreuung, flexible Arbeitszeitmodelle, eine betriebseigene Kantine? Diese Informationen gehören unbedingt auf Ihre Karriereseite.

Online-Jobbörsen

- Employer Branding fängt bei der Stellenausschreibung an: Geben Sie Bewerbern die Möglichkeit, bereits durch das Lesen der Anzeige einen guten Eindruck von Ihrem Unternehmen zu bekommen. Je länger die Verweildauer auf der Anzeige, umso höher ist auch die Motivation zur Bewerbung.
- Fokussierung lohnt sich: Nutzen Sie neben den Massenportalen auch Angebote, die direkt auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens zugeschnitten sind. Bewerber, die gezielt nach Karrierechancen im Mittelstand suchen, finden Sie in Spezialjobbörsen. Wenn Sie vorrangig Bewerber aus bestimmten Berufsgruppen suchen, sind berufs- und branchenspezifische Angebote wie ingenieurkarriere.de geeignet.

- Nehmen Sie zusätzliche Präsentationsmöglichkeiten wahr: Ein Großteil der Fach- und Führungskräfte nutzt die Angebote von Online-Jobbörsen nicht nur zur Stellensuche, sondern besucht die Jobportale regelmäßig, um sich über Karrierechancen und interessante Arbeitgeber zu informieren. Individuell gestaltete Firmenprofile garantieren einen langfristigen Werbeeffekt.

Recruiting-Events

Für Recruiting-Events gelten dieselben Regeln wie für Produktmessen: Zeigen Sie dort Präsenz, wo auch Ihre Zielgruppe zu finden ist. So gibt es Recruiting-

veranstaltungen speziell für kleine und mittlere Unternehmen, wie den Karrieretag Familienunternehmen oder den Hidden Champions Day. Auch Messereveranstaltungen für bestimmte Fachrichtungen sind für mittelständische Unternehmen interessant. Kooperationen mit regionalen (Fach-)Hochschulen sind ebenfalls eine gute Möglichkeit, um junge Talente zu erreichen.

Social Media

Viele Unternehmen unterschätzen den Zeitaufwand, der mit der professionellen Nutzung von Social Media entsteht. Beschränken Sie sich lieber auf wenige Social-Media-Kanäle und pflegen Sie diese besonders sorgfältig. Eine gut gestaltete Facebook-Seite oder ein informativer Twitter-Kanal ist ausreichend, um Unternehmensneuigkeiten zu verbreiten und auf neue Stellenangebote auf der Karriereseite hinzuweisen. Sollten Sie noch Kapazitäten haben, lohnt es sich, das Engagement auf Business-Netzwerke wie LinkedIn auszuweiten – hier gibt es unendlich viele Möglichkeiten, kreatives Personalmarketing zu betreiben.

Joy Mann

Leiterin Online-Redaktion Yourfirm
www.yourfirm.de

Anzeige

**Pro Liter Super, E10, Diesel
 ca. 10 % sparen mit Fuelsaver Spritsparstift
 Risikoloser Test durch 90 Tage Geld-zurück-Garantie**

Info und Bestellung:

WWW.PREISKNALLER.TV

(obere Leiste „Specials“)