

Wie Sie mit Employer Branding zum attraktiven, sogar unwiderstehlichen Arbeitgeber werden

Laut einer aktuellen Studie der IHK München und Oberbayern **fehlen aktuell bayernweit ca. 260.000 Fachkräfte**. Diese Lücke bremst die Wirtschaft deutlich. Den bayerischen Unternehmen entgeht jährlich eine Bruttowertschöpfung von rund 22,9 Milliarden Euro - Tendenz steigend. Wer gerade als **kleines und mittelständisches Unternehmen (KMU)** daher wettbewerbsfähig bleiben will, verspürt akuten Handlungsbedarf bei der Personalsuche. Aber: Wie kann mein Unternehmen so attraktiv sein, dass sich potenzielle Mitarbeiter*innen interessieren? Wie finde ich selbst an

ländlichen Standorten die richtigen Bewerber*innen? Wie kann ich als kleines Unternehmen im Vergleich zu Konzernen im Kampf um Personal entscheidend punkten? Der Motor, um all diese Hürden zu überwinden, ist beim Unternehmen selber zu finden und lautet **Employer Branding (EB)**.

>> **Warum EB keine Zauberei, sondern Fleiß, Mühe, Arbeit bedeutet und wie jedes kleine und mittlere Unternehmen für Bewerber*innen unwiderstehlich werden kann, lesen Sie in den folgenden 5 Praxistipps.**

1. Employer Branding - Was ist das denn eigentlich?

Der Begriff umschreibt sämtliche Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift, um als Arbeitgeber attraktiv wahrgenommen zu werden. Darin stecken **zwei Aspekte: 1. attraktiv und 2. wahrgenommen werden**. Ideal ist, beides klug und vor allem dauerhaft zu verbinden. Als Arbeitgeber attraktiv zu sein, reicht alleine nicht, wenn davon niemand erfährt. Und wahrgenommen werden möchte ein Unternehmen besser in positivem Licht als mit negativen Schlagzeilen oder gar Skandalen. Konkret formuliert bedeutet Employer Branding folgendes:

- die **gesamte sprachliche, visuelle und inhaltliche Kommunikation** (nach innen und außen)
- **alle Werte, die ein Unternehmen verkörpert, lebt und darstellt** sowie
- **Qualität, Ausmaß und Relevanz seiner Wirtschaftskraft im Markt.**

Fazit: **EB ist die Seele eines Unternehmens**, für die es sich als Mitarbeiter morgens aufzustehen lohnt. Und es ist das **Außenbarometer für Bewerber*innen**, ob und wie attraktiv diese das Unternehmen als Arbeitgeber wahrnehmen.

2. First things first - Fangen Sie an der Basis an!

Haben Sie sich bislang nicht mit Employer Branding befasst, warten Sie nicht, sondern starten durch! Investieren Sie genügend Zeit, um zunächst den IST-Zustand zu eruieren. Gut für die Stimmung ist es, wenn Sie die **Mitarbeiter*innen von Anfang an mit ins Boot holen**. Gehen Sie **mit offenem Visier** auf Kunden, Mitarbeiter und Partner zu, um in Gesprächen herauszufinden, wie Ihre Arbeitgeber-DNA gestrickt ist. Sprechen Sie mit **Mitarbeitern und Partnern aller Ebenen**. Das Ziel ist, die **Employer Value Proposition (EVP)** Ihres Unternehmens zu erarbeiten: Alle die Faktoren, die Ihr Unternehmen als Arbeitgeber unverwechselbar & attraktiv machen. Folgende Fragen helfen Ihnen dabei:

- Wie sieht man Ihr Unternehmen von innen, wie von außen?
- Welches Image transportiert Ihr Unternehmen und wodurch?
- Warum arbeiten die Menschen gerne bei Ihnen?
- Welches Unternehmensklima herrscht?
- Warum sollten neue Mitarbeiter bei Ihnen arbeiten wollen?
- Was ist das Reizvolle, Exklusive & Einzigartige an Ihnen als Arbeitgeber?
- Was macht Ihr Unternehmen als Arbeitgeber besonders gut (und was nicht)?
- Für welche Unternehmenskultur steht Ihr Unternehmen?
- Welche Werte sind mit Ihrem Unternehmen verbunden?
- Wie und mit welchen Medien kommunizieren Sie Ihre Werte nach innen und außen?

Begegnen Sie **Anregungen und Kritik mit Offenheit** und nehmen Sie mögliche Schwächen als Motivation, diese mit geeigneten Maßnahmen zu überwinden. Bleiben Sie **ehrllich und menschlich**; sorgen Sie für einen transparenten Prozess, den die Belegschaft nachvollziehen kann. Nutzen Sie **4 Wochen intensiv für diese Bestandsaufnahme**.

Wie Sie mit Employer Branding zum attraktiven, sogar unwiderstehlichen Arbeitgeber werden

3. Wie aus IST und SOLL lebendige Werte werden

Mit den Ergebnissen der geführten Gespräche formulieren Sie Ihre **EVP, also Ihre Kernbotschaft als Arbeitgeber mit einer zentralen Aussage**. Begründen Sie diese mit **5 konkret und positiv formulierten Stichpunkten**, mit denen sich Ihr Unternehmen von anderen unterscheidet und die für Ihr bestehendes Personal unverzichtbar sind! **Wählen Sie Worte, die zum Unternehmen passen, die Emotionen wecken und die ALLE verstehen**. Binden Sie dazu Ihre Belegschaft ein, das schafft Vertrauen und Identifikation. Bedenken Sie: Ihre Mitarbeiter*innen sind Ihre ersten Multiplikatoren und der ideale Ausgangspunkt einer **Candidate Journey**!

4. Jetzt kann Ihr Recruiting glänzen!

Nun heißt es - **ran an die Zielgruppe!** Dazu ist es unabdingbar zu wissen, welche Stellen Sie kurz-, mittel- und langfristig besetzen müssen. **Wo tummeln sich die Bewerber*innen**, die Sie gerne für Ihr Unternehmen ad-hoc gewinnen wollen? Und wie gestalten Sie die **Ansprache** - insbesondere in Zeiten der DSGVO? Wie möchte Ihre Zielgruppe überhaupt angesprochen werden? Und **auf welchen Kanälen, in welchen Netzwerken?**

Damit die Ansprache der Bewerber*innen erfolgreich ist, sollte sie kompetent und professionell sein. Lassen Sie darüber hinaus Ihre Recruiter*innen „mit einer Stimme“ sprechen. Es kann durchaus sinnvoll sein, eine **externe Person als Recruiter** zu wählen, die quasi als Botschafter*in Ihr Unternehmen bei Talenten präsentiert, ihr Interesse weckt und sie begeistert. Mit Active Sourcing werden auch die sogenannten passiven, d.h. nicht sichtbaren Bewerber*innen auf den entscheidenden Plattformen und in Netzwerken angesprochen. Eine Möglichkeit ist dabei der **Tailored Recruiting® Ansatz**, mit dem geeignete Personen aktiv identifiziert und diese entsprechend Ihrer Employer Branding Strategie gezielt angesprochen werden. Der Aufbau einer vertrauensvollen, wertschätzenden und serviceorientierten Gesprächsebene mit der Zielgruppe garantiert **hohe Feedback-Raten**.

5. Gefragt sind Köpfe und Content

Basierend auf der EVP entwickeln Sie Ihre **Employer Branding Strategie**. Diese kann Events, Personalmarketingmaßnahmen, Hochschulaktivitäten sowie ein ansprechendes Onboarding und die Website beinhalten. Zeitgleich gilt es auf allen Medien dieselbe Klaviatur zu spielen - **je einheitlicher Ihr Auftritt als Arbeitgeber nach innen und außen ist, umso glaubhafter wird er**. Bestücken Sie Ihre Website z. B. mit Videos Ihrer Mitarbeiter*innen, seien Sie mutig und kreativ. Lenken Sie die Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe mittel- und langfristig auf Ihr Unternehmen, indem Sie alternative Formen der Ansprache wählen, fernab jeder „Bewerbungssituation“. Solche **Content Marketing Events** wie Kamingespräche o. ä. ermöglichen einen fachlichen Dialog auf Augenhöhe und dienen dem **Austausch sowie Networking** mit interessierten Gesprächspartnern. Hierbei steht die langfristige Beziehung im Vordergrund, nicht das kurzfristige Recruiting. Nur so werden Sie dauerhaft von Ihrer Zielgruppe attraktiv und überzeugend am Markt wahrgenommen.

Mit konsequentem **Employer Branding** zum unwiderstehlichen Arbeitgeber: **Passive Kandidat*innen erreichen, einstellen und Wachstum sichern!**



Tailored Recruiting GmbH
Rotwandweg 11, D-85667 Oberpfaffenhofen/München
Fon +49 (0)8093 905 945
Cell +49 (0)170 80 98 252
www.tailoredrecruiting.com



- >15 Jahre Erfahrung im Recruiting branchenübergreifender Projekte
- hohe Response Raten durch individualisierte, passgenaue Ansprache
- Auszeichnung 2017: unter den besten 25% aller Recruiter auf LinkedIn
- Coaching-Erfahrung & individuelle Karriereberatung

Ich Sorge persönlich für Ihre erfolgreiche Stellenbesetzung!
info@tailoredrecruiting.com