



Beispiele für erfolgreiches Employer Branding im Mittelstand.

# Werbung für die Zielgruppe Mitarbeiter

Employer Branding ist nicht nur für Großunternehmen ein Thema. Auch wer als Mittelständler qualifiziertes Personal und Auszubildende sucht, muss sich als attraktiver Arbeitgeber vermarkten. Die Herangehensweise und die Mittel sind dabei die gleichen wie bei der Werbung für das eigene Produkt.

Immer mehr klein- und mittelständische Unternehmer stehen vor dem Problem, keine passenden Mitarbeiter für freie Stellen zu finden. Selbst bei Auszubildenden und Berufseinsteigern tobt zunehmend ein Kampf um die besten Absolventen. Plötzlich befinden sich Mittelständler im Wettbewerb mit großen Unternehmen, die auf den ersten Blick oft attraktivere Karriere- und Verdienstmöglichkeiten bieten. Besonders schwierig ist es zudem für Unternehmen, die außerhalb von Großstädten in ländlichen Gebieten beheimatet sind.

Doch auch kleinere Unternehmen können sich professionell als Arbeitgebermarke vermarkten. Voraussetzung dafür ist, sich richtig zu positionieren und die Mitarbeiter als Zielgruppe zu verstehen. Wie auch sonst im Marketing gilt es dabei genau zu definieren, was das Besondere an Ihrem Unternehmen als Arbeitgeber ist.

Doch vorher sollten Sie sich selbstkritisch folgende Fragen beantworten:

- Sind Sie in Ihrer Region bzw. Branche als Arbeitgeber bekannt?

- Wissen potenzielle Bewerber, was Sie machen?
- Welches Image haben Sie beim „Nachwuchs“, d.h. bei Schülern und Studenten?
- Sind Sie die erste Wahl bei Bewerbungen?
- Ist Ihr Angebot als Arbeitgeber attraktiv?
- Gelten Sie als Arbeitgeber mit interessanten Aufgaben?
- Sehen Spezialisten einen Arbeitsplatz bei Ihnen als Karrieresprung?
- Sind Ihre Mitarbeiter stolz darauf, bei Ihnen zu arbeiten?



## Arbeitgeber als Marke: Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Mitarbeitern?

Um das herauszufinden, ist folgender mehrstufiger Prozess sinnvoll:

- Wettbewerbsanalyse: Wie werben andere Firmen um Mitarbeiter? Schauen Sie dabei nicht nur auf Unternehmen aus der eigenen Branche und Region. Denn Ihre Bewerber sind oft auf keinen bestimmten Wirtschaftszweig festgelegt und räumlich flexibel. Daher scannen sie oft auch den gesamten Arbeitsmarkt.
- Befragen Sie bestehende und potenzielle Mitarbeiter nach ihren Ansprüchen und Wünschen.
- Entwickeln Sie daraus Ihren „Mehrwert“ als Arbeitgeber. Doch Vorsicht vor falschen Versprechungen: Mitarbeiter tauschen sich heute direkt über soziale Netzwerke und Bewertungsportale aus wie KUNUNU.com
- Definieren Sie die Zielgruppe: Wer passt in Ihr Unternehmen? Welche Qualifikation und Eigenschaften sind geeignet? Wo erreichen Sie diese Bewerber?
- Entwickeln Sie eine Kommunikationsstrategie. Planen Sie, in welchen Print- und

Online-Medien Sie für sich als Arbeitgeber werben wollen. Denken Sie dabei auch an Branchenmedien. Ergänzen Sie zusätzlich Ihre eigene Webseite um die Rubrik „Karriere“, nutzen Sie soziale Medien wie facebook mit einer eigenen Seite zum Thema, z. B. „Karriere bei ...“

- Überlegen Sie den Einsatz von Mitarbeitern als Testimonials, z. B. mit Fotos, Namen und Stellenbezeichnung auf Ihren Karriereseiten. Diese können auf sympathische und authentische Art Ihre Bewerber direkt ansprechen.
- Kommunizieren Sie Ihre Stärken und Werte als Arbeitgeber auch intern. Nutzen Sie Ihre bestehenden Mitarbeiter als Multiplikatoren.
- Achten Sie immer darauf, dass Ihr Personalmarketing auch zum sonstigen Unternehmensauftritt passt.

## Gehalt ist nicht alles: Was Sie als Arbeitgeber zusätzlich attraktiv macht

Als Unternehmer im Mittelstand zahlen Sie vielleicht nicht die hohen Gehälter eines internationalen Großkonzerns. Doch Sie können mit anderen Faktoren punkten wie familiäres Betriebsklima, schnelle Entscheidungen, funktionierende Teamarbeit, vielfältige Aufgabengebiete, gute Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Standortnachteile können ausgeglichen werden u. a. durch Pendlerzuschüsse, Finanzierung von Bahntickets und Firmenfahrzeugen, subventionierte Wohnungen vor Ort, Ausstattung von Home-Office-Arbeitsplätzen.



*Claudia Mattheis*

Geschäftsführerin  
mattheis werbeagentur GmbH  
[www.mattheis-berlin.de](http://www.mattheis-berlin.de)