

Branchenevent Holzbau Plus

Fachinput: Employer-Branding

17. November 2022



Employer Branding

- Aufbau und Pflege einer Arbeitgebermarke
- Hervorhebung von Qualitäten des Unternehmens
- Schaffung eines unverwechselbaren Images des Unternehmens als Arbeitgeber



Employer Branding

Situation in kleinen Unternehmen

**«Wir sind ein kleines Unternehmen, wir können nicht die Löhne der Grossen bezahlen und
Karrieremöglichkeiten können wir auch nur begrenzt anbieten»**



Employer Branding

Vorgehen

Schritt 1: Sammlung (echter) Arbeitgeberstärken	Schritt 2: Prüfung Zielgruppen- präferenz	Schritt 3: Ausschluss der Stärken von Wettbewerber (im <u>Arbeitsmarkt</u>)	Schritt 4: Formulierung Arbeitgeber- versprechen
--	---	---	--

➔ **Start bei der Suche von Arbeitgeberstärken, nicht bei Marketing-Aktivitäten!**

Employer Branding

Vorgehen

Schritt 1:
Stärken

Schritt 2:
Präferenzen

Schritt 3:
Wettbewerber

→ Arbeitgeberstärken, welche aus der Sicht der **Zielgruppe** interessant sind und nicht gleichzeitig von der **Konkurrenz** angeboten werden.

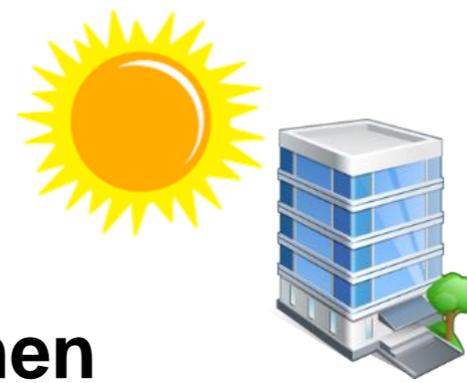
Arbeitgeberstärken

Was macht ein Unternehmen attraktiv?

Rang	Attraktivitätsmerkmal
1.	Team/Arbeitsatmosphäre/Klima
2.	Arbeitsaufgabe
3.	Work-Life-Balance
4.	Weiterbildung
5.	Karriere/Aufstieg
6.	Arbeitsplatzsicherheit
7.	Entgelt inkl. Sozialleistungen
8.	Identifikation mit dem Unternehmen, den Produkten, den Dienstleistungen
9.	Arbeitszeitmodelle
10.	Unternehmenskultur
11.	Internationalität/Auslandseinsatz
12.	Erfolg und finanzielle Situation des Unternehmens
13.	Standort
14.	Arbeitsbedingungen
15.	Management (inkl. direkte Vorgesetzte und Human Resources Management)
16.	Corporate Social Responsibility
17.	Innovation/Fortschritt
18.	Image/Reputation/Bekanntheit
19.	(Objektive) Merkmale des Unternehmens

Anmerkungen: Die Analyse umfasst 37 Studien mit insgesamt mehr als 63.000 Befragten.

Rietz, C. & Lohaus, D. (2013); Lohaus, D & Rietz, C. (2015)



Arbeitgeberstärken kleiner Unternehmen

	Beispiele
Organisation	<p>Flache Hierarchien Kurze Entscheidungswege Wenig Formalisierung Gute Koordination Unkomplizierte Kooperation Hohe Flexibilität</p>
Aufgaben	<p>Breite Aufgabenpalette Mehr Gestaltungsfreiraum Vielseitigere Aufgaben Aufgaben, die von A bis Z durchgeführt werden können (Ganzheitlichkeit) Hoher Verantwortungsgrad Nähe zu Produkt Nähe zum Betriebsgeschehen Nähe zu Kunden / Kundinnen</p>

	Beispiele
Sinnhaftigkeit der Arbeit im Unternehmen	<p>Einbindung in Unternehmensentscheide Partizipationsmöglichkeiten Hohe Wertschätzung der Beiträge der Mitarbeitenden Nähe zum Ergebnis der Arbeit Sichtbarkeit der eigenen Beiträge an den Unternehmenserfolg</p>
Soziale Aspekte	<p>Enge, informelle Kontakte zur Unternehmensleitung Familiäres Klima Wechselseitige Rücksichtnahme (Unternehmensleitung Mitarbeitende) Eingespieltes Zusammenarbeiten</p>
Weitere Vorteile	<p>Nähe des Wohnorts zum Arbeitsplatz Gute Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben</p>

Pekruhl, Vogel & Strohm (2018); in Anlehnung an Adrion (2013), Immerschitt und Stumpf (2014), Pfohl, 2013c

Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Die eigenen Mitarbeitenden!

- Niemand kann genauer und ehrlicher Auskunft geben
- Niemand kann Passung besser abschätzen
- Berufsnetzwerke
- Lokale Netzwerke
- Vertrauen (eigene Mitarbeitende empfehlen keine Low-Performer)



Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Eigene Homepage

- Alle Interessenten / Interessentinnen schauen vorbei
- Chance und Risiko gleichzeitig (Visitenkarte / erster Eindruck)
- Homepage ist nicht nur für Bewerbende sondern auch für Kunden/Kundinnen wichtig
- Kleiner Mehraufwand nach den bisherigen Schritten – Unternehmensstärken ohnehin erfasst (vgl. vorherige Folien)
- Konkrete Darstellung einer Vielzahl von Stärken möglich (Portraits, Storytelling etc.)
- Smartphone-Ansicht wichtig



Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Lokale- und Branchennetzwerke (integriertes Vorgehen)

- (Berufs-) Schulen (Einladungen, Besuche etc.)
 - Handelskammern; Beispiel: Rent a Boss:
http://www.so-talentiert.ch/de/rent-a-boss_content---7--1060.html
 - Fach-, Berufs-, Gewerbeverbände
 - Kunden Kundinnen
 - Ehemalige und Personen im Ruhestand
 - Gemeinde
 - Eventveranstalter (lokale Feste und Feiern)
- } *«Alumni- und Kunden-Zmorge»*
(ggf. noch mit externen Recruitern)

Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Image und Portraitvideos

- Wirkungsvoll wenn gut, authentisch und passend zum Kanal umgesetzt
- Kombination von Imagefilmen (Produkte) und Portraitfilmen
- Achtung Aufwand und Kosten
- Achtung Konzeption und Planung

Beispiel:

www.whatchado.com/de/stories

(über 440 Videos CH)

7 Fragen:



1. 3 Ratschläge an dein 14-jähriges Ich
2. Was steht auf deiner Visitenkarte?
3. Was ist das Coolste an deinem Job?
4. Welche Einschränkungen bringt der Job mit sich?
5. Worum geht's in deinem Job?
6. Wie schaut dein Werdegang aus?
7. Ginge es auch ohne deinen Werdegang?

Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Guerilla Recruiting – mit wenig Mitteln grosse Aufmerksamkeit erzeugen

- Neuartig, lustig, absurd, mutig, provokativ, irritierend, einzigartig
- Auffallend, Weckung von Interesse – mit dem Ziel, dass darüber gesprochen wird → Selbstläufer; «going viral» (Medienwirksamkeit)
- Niedriges Budget notwendig
- Passiv Suchende

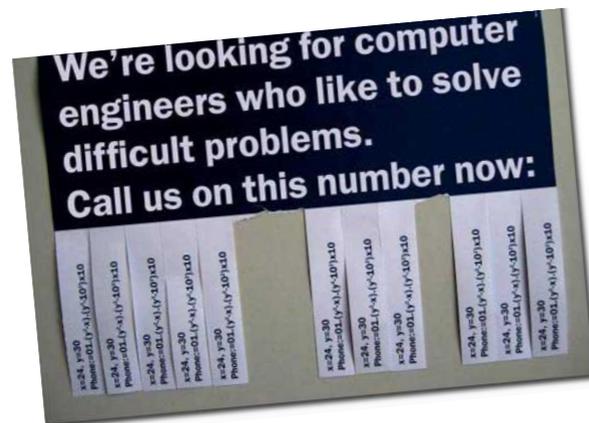
- Achtung: Image(schäden); negative Reaktion (auch von Zielgruppe)

Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Guerilla Recruiting – mit wenig Mitteln grosse Aufmerksamkeit erzeugen



«VBZ Chef bewirbt sich bei VerkaufsberaterIn»
<https://www.youtube.com/watch?v=Ge03PnzxvY>



<https://www.youtube.com/watch?v=qwmXRAGDHeo>

Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Neue Medien

- Passung zu Zielgruppe hinterfragen → will Zielgruppe auf dem entsprechenden Kanal Informationen zu potenziellen Arbeitgebern sehen?
- Ist Kommunikation in die Breite zielführend?
- Passung der Botschaften zum Kanal ist essentiell!
- «Sprache des Kanals» sprechen!
- Art der Kommunikation: Vielmehr Storytelling als persuasive Kommunikation
 - Geschichte ins Zentrum rücken, Unternehmensstärken beiläufig darlegen (Interesse & Glaubwürdigkeit)



Kommunikation: Kanäle mit Potenzial für kleine Unternehmen

Lokalzeitung / Anzeiger

- Passiv Suchende
- Regional verankerte
- Arbeitgeberimage – regional möglich





Diskussion

- Welche **Stärken** haben Holzbau-Unternehmen generell gegenüber anderen Arbeitgebern?
- Welche **Kanäle** bieten Chancen für Eure Unternehmen?
- Welches sind Eure **positiven Erfahrungen** bei der Suche nach Personal?

Kontakt

Christoph Vogel

Fachhochschule Nordwestschweiz
FHNW
Institut für Personalmanagement
und Organisation

E-Mail: christoph.vogel@fhnw.ch

Tel.: +41 62 957 28 09

Mehr zum Thema:

Weiterbildung (1/2 Jahr): CAS Integriertes
Personalmanagement in kleinen Unternehmen:

www.fhnw.ch/personalmanagement-in-kleinunternehmen-cas

Ratgeber: Pekruhl, Vogel &
Strohm (2018)

Rekrutierungsleitfaden für KMU:

https://www.somentalentiert.ch/de/praxisleitfaden-rekrutierung_content---7--1065.html

