

Mit dem „Employer Brand Building“ gegen den Fachkräftemangel Die besten Mitarbeiter ins Haus holen

Düsseldorf, 14. April 2011. Der Mangel an Fachkräften ist eines der drängendsten Probleme im Mittelstand. Wer als Unternehmen im Wettbewerb um qualifiziertes Personal mithalten will, profitiert von einer starken Arbeitgebermarke. Das neue „Employer Brand Building“ des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM) hilft bei der Entwicklung.

„Viele Mittelständler meinen, gegen die Strahlkraft der Konzerne nicht anzukommen“, sagt Philip Müller, Geschäftsführer des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM). „Doch das stimmt nicht – auch kleine und mittlere Unternehmen können als attraktive Arbeitgeber im Markt auftreten.“ Entscheidend sei, dass sie ihre individuellen Vorteile ansprechend kommunizieren. Das vom IfKiM entwickelte „Employer Brand Building“ hilft dabei: In wenigen Schritten können darüber die Inhalte und die Verpackung der Arbeitgebermarke definiert und auf die gewünschten Mitarbeiter abgestimmt werden.

Ein attraktiver Arbeitgeber – vom Keller bis zum Dach

Das neue Instrument ist wie ein Haus aufgebaut:

- Über dem **Dach** kreisen die qualifizierten Fach- und Führungskräfte, die das Unternehmen auf sich aufmerksam machen und für sich gewinnen möchte.
- Dafür geht es erst einmal in den **Keller**: Dort lagern die Geschichte und zentralen Werte des Unternehmens. Sie bilden das Fundament der Arbeitgebermarke.
- Im **Erdgeschoss** wird festgelegt, welche funktionalen Vorteile (etwa eine gute Work-Life-Balance) und emotionalen Vorteile (z. B. gelebte Unternehmenswerte) das Unternehmen seinen Wunschkandidaten auf dieser Basis bieten kann.
- im **Obergeschoss** dreht sich dann alles um die Verpackung dieser Vorteile: Über welche Medien lassen sich Kandidaten erreichen; mit welcher Bildsprache und Tonalität lassen sich Bewerber begeistern?

„Das Employer Brand Building stellt sicher, dass alle relevanten Aspekte berücksichtigt werden und dass alles aus einem Guss ist. So erhält man eine konkurrenzfähige Arbeitgebermarke, die im Personalmarketing wertvolle Dienste leistet“, sagt IfKiM-Geschäftsführer Philip Müller. Die Berater von IfKiM-Consulting unterstützen Unternehmen bei Bedarf bei der Umsetzung.



Bildmaterial



Ansprechpartner

Thomas Lüdeke

Tel.: +49 211 24834-779

Fax: +49 211 24794-199

E-Mail: thomas.luedeke@ifkim.de

Über das Institut für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM)

Das Institut für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM) hat sich die Professionalisierung der Kommunikation im Mittelstand auf die Fahne geschrieben. Es stellt kleinen und mittelständischen Unternehmen kommunikatives Know-how zur Verfügung und hilft ihnen dabei, dieses Wissen in die Praxis umzusetzen. Großunternehmen berät das IfKiM zum erfolgreichen Umgang mit ihren mittelständischen Zielgruppen. Die drei Geschäftsbereiche des Instituts – Forschung & Veranstaltung, Verlag und Consulting – arbeiten dabei Hand in Hand.