

## Sind Sie ein attraktiver Arbeitgeber?

**Der Erfolg eines Unternehmens hängt nicht zuletzt davon ab, wie attraktiv es für gut ausgebildete Bewerber ist. Tipps, wie Sie das Image Ihres Unternehmens langfristig stärken.**



Arbeitgeberattraktivität fasst alle Faktoren zusammen, die Arbeitnehmer bewegen, sich bei einem Unternehmen zu bewerben. Diese Faktoren werden gezielt und passend für das Unternehmen und seine Mitarbeiter bestimmt und in Form einer Arbeitgebermarke nach innen und außen einheitlich kommuniziert.

### **Mitarbeiter binden**

Das Spektrum reicht von finanziellen Anreizen und Vergünstigungen über eine herausfordernde Tätigkeit, familienfreundliche Arbeitszeitmodelle, spannende Karrieremöglichkeiten bis hin zu einer von Vertrauen und Verantwortungsbewusstsein geprägten Führungs- und Unternehmenskultur: Attraktive Arbeitgeber finden leichter passende Bewerber und erzielen hohe Verbundenheit ihrer Mitarbeiter.

Hohe Arbeitgeberattraktivität wirkt direkt auf Unternehmensergebnis und Wertschaffung. Denn Arbeitgeberattraktivität senkt nicht nur Rekrutierungskosten und die Rate der ungewollten Fluktuation. Die Verbundenheit der Mitarbeiter zeigt sich zudem in gesteigerter Leistungsbereitschaft und erhöht so die Performanz des Unternehmens nachhaltig.

### **Was Arbeitgeber attraktiv macht**

Langfristig verschärft die demografische Entwicklung hin zu einer alternden Gesellschaft den Kampf der Unternehmen um gut ausgebildete Fach- und Führungskräfte. Wer im "War for Talents" mithalten will, muss als Arbeitgeber attraktiv sein.

Studien über Arbeitgeberattraktivität zeigen auf, dass Arbeitgeber andere Faktoren für bedeutsam halten als Arbeitnehmer. Die Relevanz der Vergütungshöhe wird überschätzt. Für

Arbeitnehmer stehen immer mehr immaterielle Werte ganz oben auf der Wunschliste, z.B. eine herausfordernde Tätigkeit oder Lob und Anerkennung für ihre Arbeit.

Dieser Schlüssel zum Erfolg lässt sich auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten realisieren. Die Kosten für eine entsprechende Sensibilisierung der Führungskräfte und für ein wertschätzendes Verhalten den Mitarbeitern gegenüber halten sich in überschaubarem Rahmen.

### **Den Zug für die Mannschaft herrichten**

Wer seine Arbeitgeberattraktivität steigern möchte, tut gut daran, sich auf die eigenen, unverwechselbaren und nicht zu imitierenden erfolgreichen Kerneigenschaften als Arbeitgeber zu konzentrieren. Auf dem Arbeitsmarkt zählt, genauso wie auf Absatzmärkten, der USP (Unique Selling Proposition, sprich: Alleinstellungsmerkmal). Eine geeignete Basis für die Analyse der internen Perspektive ist eine Mitarbeiterbefragung.

Für die Analyse der Außensicht auf das Unternehmen als Arbeitgeber können exemplarische Meinungen z.B. von Stakeholdern erhoben, Medienberichte analysiert und Vergleiche zu anderen Arbeitgebern nach Branche oder Region erstellt werden. Daraufhin erfolgt die Auswahl und Umsetzung passender Maßnahmen und deren Erfolgskontrolle anhand geeigneter Kennzahlen.

### **Passgenaue Wege gehen**

Umzusetzende Maßnahmen betreffen oftmals das Arbeitsumfeld, die Arbeitsmittel, die Vergütung inklusive Sozial- und Nebenleistungen und die individuelle Karriereplanung. Aber auch die Kommunikation von Zielen, Strategien, Leitbildern, Leitwerten oder der Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit stellen sich häufig als bedeutsame Faktoren der Arbeitgeberattraktivität heraus.

In der Regel kommt es vor allem darauf an, an vorhandene erfolgreiche Traditionen oder bestehende positiv wahrgenommene Teile der Unternehmenskultur anzuknüpfen und diese kontinuierlich weiter auszubauen.

### **Der Lokführer trägt die Hauptverantwortung**

Durch welche Maßnahmen die Arbeitgeberattraktivität auch gesteigert werden soll, gelingen wird das Vorhaben nur dann, wenn die Unternehmensleitung die angestrebten Werte und Inhalte selbst umsetzt und vorlebt. Dies bedarf der Entschlossenheit, alle erforderlichen Schritte zu einer besseren Arbeitgeberattraktivität zu gehen.

Dazu gehört auch, die unternehmensindividuellen Inhalte der Arbeitgeberattraktivität durch Schaffung einer Arbeitgebermarke einheitlich nach innen und außen überall dort zu kommunizieren, wo sich das Unternehmen als Arbeitgeber präsentiert: Etwa in zielgruppenspezifischen Medien, bei Stellenanzeigen auf Onlinebörsen und in der Präsenz auf Social Networks.



**Gunther Wolf**, Diplom-Ökonom und Diplom-Psychologe, ist Experte für Performance Management. Er ist seit 1984 als zertifizierter Management- und Strategieberater national und international tätig. Aufgrund seiner wegweisenden Innovationen ist Gunther Wolf gefragter Redner und Key Note Speaker. Er führte u.a. die ersten Outdoor Trainings für Führungskräfte in Deutschland durch, gilt als Erfinder der Kundenkarte und entwickelte das Modell der Zielloptimierung. Der vielfache Buchautor wurde 2013 für sein

Buch "Mitarbeiterbindung – Strategie und Umsetzung im Unternehmen" mit dem Deutschen Managementbuchpreis ausgezeichnet. Kontakt: [info@wolfgunther.de](mailto:info@wolfgunther.de)