



Sandra Valdor, Inhaberin VALDOR Design & Markenschmiede



Alexandra Dohmgans, Geschäftsführerin RED Executive Search GmbH

Interview HIN ZUR ARBEITGEBERMARKE!

RM: Wie hat sich der Bewerbermarkt angesichts des Fachkräftemangels geändert?

Alexandra Dohmgans: Immer mehr Wechselwilligen und potenziellen Kandidaten ist es explizit wichtig, für „eine Marke“ zu arbeiten – und das nicht nur im Konsumgüterbereich, wo hinter den Unternehmensmarken auch starke Produktmarken stehen, sondern auch in Industrie und Dienstleistung.

Sandra Valdor: Der Wiedererkennungsgrad einer starken Marke macht die Identifikation mit dem Unternehmen leichter, erzeugt Vertrauen, assoziiert Erfolg und macht das Unternehmen „selbsterklärend“.

RM: Was bedeutet das konkret in der Praxis?

Alexandra Dohmgans: Das Interesse von Bewerbern und die Gesprächsbereitschaft interessanter Kandidaten steigen deutlich, wenn die Marke bekannt und positiv konnotiert ist. Eine sichtbare, starke Marke ist nicht nur für die Gewinnung von Führungskräften, Geschäftsführern oder Unternehmensnachfolgern, sondern auch in der Suche nach Fachkräften ein relevanter Faktor.

RM: Sind manche Branchen besonders betroffen?

Sandra Valdor: Speziell im technischen Bereich stehen viele erfolgreiche mittelständische, aber „unbekanntere“ Unternehmen im Wettbewerb mit Konzernen und deren sorgfältig geführten Arbeitgebermarken.

Alexandra Dohmgans: Im technischen Bereich ist die Situation von der gehobenen Führungskraft bis zum Facharbeiter deutlich

angespannter als im kaufmännischen: Durch die veränderte weltpolitische Situation, angespannte Lieferketten und den Wunsch nach neuen, klimafreundlicheren Technologien besteht die Notwendigkeit, Produktions- und Entwicklungskapazitäten national aufzubauen, was den Wettbewerb um die besten Köpfe zusätzlich verstärkt.

RM: Aber wie wird man eine attraktive Arbeitgebermarke?

Sandra Valdor: Im ersten Schritt erarbeitet man die EVP, die Employer Value Proposition. Die EVP ist im Prinzip das HR-Pendant zum USP im klassischen Marketing. Die EVP gibt ein Wertversprechen ab, mit dem man sich von anderen Arbeitgebern abhebt.

Alexandra Dohmgans: Und sie gibt die Antwort auf die Frage, weshalb sich sehr gute Kandidaten und Potenzialträger ausgerechnet für Ihr Unternehmen entscheiden sollten.

RM: Wofür nutzen Sie die Employer Value Proposition?

Sandra Valdor: Die EVP bildet die Basis für alle nachfolgenden Maßnahmen, die dem Aufbau der Arbeitgebermarke dienen. Das reicht von der eigenen Webseite und Stellenanzeigen über die Darstellung auf Karriereportalen, Bewertungsportalen und in Social Media bis hin zu Auftritten auf Job-Messen und natürlich Recruiting-Kampagnen.

RM: Noch ein paar letzte Tipps?

Alexandra Dohmgans: Der „Hidden Champion“ war und ist eine Auszeichnung, hilft aber

bei der Mitarbeitergewinnung nicht. Daher: Präsentieren Sie sich!

Sandra Valdor: Zufriedene Mitarbeiter sind die besten Markenbotschafter für eine Firma. 🇩🇪

Kontakt



RED Executive Search GmbH

besetzt branchenübergreifend Führungskräfte mit Fokus auf familien- und inhabergeführte Unternehmen

Telefon: 0211 542103-63
dohmgans@red-search.de
www.red-search.de



VALDOR Design & Markenschmiede

Die inhabergeführte Kreativagentur entwickelt seit 15 Jahren B2B- und B2C-Kommunikationsmaßnahmen für mittelständische Unternehmen.

Telefon: 02154 937720-0
kontakt@valdor-design.de
www.valdor-design.de/arbeitgebermarke