

BEWERBUNG

Suchen

Partnersuche Immobilien Autmarkt Jobs Reiseangebote

STARTSEITE POLITIK WIRTSCHAFT MEINUNG GESELLSCHAFT KULTUR WISSEN DIGITAL STUDIUM KARRIERE LEBENSART REISEN AUTO SPORT

Bewerbung | Beruf

Anmelden | Registrieren

PERSONALSUCHE

Der Arbeitgeber als Marke

Kleine und mittlere Unternehmen entdecken das sogenannte "Employer Branding" und werben mit ihrer Firmenkultur oder ihrer Region um die besten Köpfe des Landes.

© Joe Raedle/Getty Images



Bewerber-Messe: Kleine und mittlere Unternehmen haben es im Wettstreit um Talente schwer

"Waren Sie schon einmal am Bodensee?", fragt Werner Zipperle, Referent für Personalmarketing bei der ZF Friedrichshafen, den Bewerber. Der staunt, hatte er doch eine Frage zu seinen Bewerbungsunterlagen erwartet. Ja, als Schüler habe er mal einen Klassenausflug nach Konstanz gemacht. Der Personaler strahlt. "Die schöne Konzil-Stadt, von Meersburg geht eine Autofähre rüber, genauso wie von Friedrichshafen nach Romanshorn in der Schweiz, von da ist es nach St. Gallen nur ein Katzensprung", schwärmt der Personaler und klingt dabei wie ein Touristenführer.

ANZEIGE

Advertisement for 'MODERNER STAAT' conference on 'Personalmanagement im Public Sector' in Berlin, October 27-28, 2010.

Nicht ohne Hintergedanken, denn mit den Vorzügen des Unternehmensstandorts will Zipperle seine Attraktivität als Arbeitgeber erhöhen. Eine Strategie, die laut Wolf Reiner Kriegler, Geschäftsführer der Deutschen Employer Branding Akademie (DEBA), heute viele Großunternehmen anwenden.

So wird zum Beispiel Rudolf Staudigl nicht müde, den Unternehmensstandort Burghausen als "Diamant im Salztal" zu preisen. Derartige Strategien seien aber kein Privileg von Großkonzernen, rechnet der Vorstandsvorsitzende der Wacker Chemie nüchtern vor: "Mehr als drei Millionen kleine und mittlere Unternehmen gibt es in Deutschland, sie stellen zirka 70 Prozent der Arbeitsplätze und mehr als 80 Prozent aller Ausbildungsplätze – aber nur rund 20 Prozent nutzen ihr Potenzial, um sich als Arbeitgeber optimal zu positionieren."

VON Gerd Zimmermann

DATUM 16.9.2010 - 18:38 Uhr

QUELLE Handelsblatt

KOMMENTARE 2

EMPFEHLEN E-Mail verschicken | Facebook, Twitter, Buzz ...

ARTIKEL DRUCKEN Druckversion | PDF

SCHLAGWORTE Arbeitgeber | Arbeitnehmer | Unternehmen | Bewerbung

NEU IM RESSORT KARRIERE

- 1. QUIZ Wie gut können Sie im Job verhandeln?
2. PERSONALSUCHE Der Arbeitgeber als Marke
3. PFLGEBRANCHE Spagat zwischen Alten- und Aktenpflege
4. ARBEITSRECHT Kündigung wegen Betrugs ist unwirksam
5. WEITERBILDUNG Durch Casting zum Betriebsarzt

NEU AUF ZEIT ONLINE

- 1. PARLAMENTSWAHLEN Afghanistan vor dem nächsten Wahlbetrug
2. ROMA-ABSCHIEBUNGEN Brüssels Doppelmoral
3. ROMA IN DEUTSCHLAND Nicht in Lagern, aber in großer Armut
4. BUNDESLIGA-TICKER Freiburg gewinnt in Frankfurt
5. KARIKATURENSTREIT Explodierte Bombe galt offenbar "Jyllands-Posten"

ANZEIGE

Advertisement for 'Berufsbegleitend zum Master' at Donau-Universität KREMS, University for Continuing Education.

FOLGEN SIE ZEIT ONLINE-KARRIERE BEI TWITTER



QUIZ

FRAGE 1 / 11

WIE GUT KÖNNEN SIE IM JOB VERHANDELN?

Wann ist der beste Zeitpunkt für eine Gehaltsverhandlung?

- 1. Kurz vor Weihnachten, der Chef könnte dann aufgeschlossener sein und die Budgetverhandlungen sind bereits abgeschlossen.
2. In der ersten Jahreshälfte – der künftige Etat ist noch nicht vergeben und es gibt gute Chancen auf eine Erhöhung.
3. Im Januar, weil das neue Jahr erst begonnen hat.

Weiter

ANZEIGE

Advertisement for 'www.gesundheitsberater-berlin.de' featuring a woman's face and a DNA helix.

Vertical advertisement for Heim&Haus featuring a 30% discount and a 'Jetzt Angebot anfordern' button.

Damit sind aber bei weitem nicht nur regionale Highlights gemeint: Als viel wichtiger gelten unter Fachleuten die jeweiligen Identitätsmerkmale eines Unternehmens, etwa seine Werte, Persönlichkeit und Kultur. Diese bestimmen die Arbeitgeberpositionierung und damit das *Employer Branding*, die Arbeitgebermarke oder die arbeitgebertypischen Vorteile für neue und vorhandene Mitarbeiter. "Es gilt, den genetischen Code eines Unternehmens herauszuarbeiten", sagt Psychologe Felix Berghöfer, Lehrbeauftragter für Personalmanagement und Organisationsentwicklung an der Fachhochschule für Ökonomie und Management in Leipzig.



- MEHR ZUM THEMA**
- **QUIZ** Kennen Sie die beliebtesten Arbeitgeber?
- **PERSONALENTWICKLUNG** Karriere mit der Aldi-Akademie
- **SELBSTMARKETING** Brand Me!

Zunächst aber muss jeder Betrieb seine Arbeitgebert Vorteile finden und ans Licht bringen. Was da alles "Firmentypisches" zu Tage treten kann, macht DEBA-Unternehmensberaterin Christine Voelk am Beispiel des Nahrungsmittelkonzerns Mars klar: **Gearbeitet wird in Großraumbüros**, um die Kommunikation untereinander zu erleichtern. Der Chef ist gleich unter Gleichen, nichts auf oder an seinem

Schreibtisch erinnert an seine Position. "Neue Mitarbeiter erhalten einen Schreibtisch, einen Stuhl, ein Blatt Papier und einen Stift, ihren Arbeitsplatz im Gefüge müssen sie sich selbst erarbeiten", sagt Voelk. **Somit gebe es keine Leitlinien, keine Führung, keine Vorgaben**, nur eine einzige große Freiheit. "Immer mehr Menschen wünschen sich solch eine Kultur, finanzielle Vorstellungen haben da eine untergeordnete Bedeutung", hat die Expertin beobachtet. Ein weiterer Konzern, bei dem die Beschäftigten ebenfalls in beispielhafter Weise einen großen **Freiraum für kreative Selbstentfaltung**, unternehmerisches Denken und Eigenverantwortung nutzen können, sei Google. Beide Arbeitgebermarken stünden für viel Selbstständigkeit, gepaart mit sozialer Kompetenz, Teamfähigkeit und Durchsetzungsvermögen.

"Unternehmen mit einer Arbeitgebermarke werden von Mitarbeitern und potenziellen Bewerbern stärker wahrgenommen, das Arbeitgeberimage wird verbessert, wovon auch die Wettbewerbsfähigkeit profitiert", sagt DEBA-Chef Kriegler. Mitarbeiter, Führungskräfte und Bewerber erhalten eine klare Orientierung, was sich spürbar positiv auf die Mitarbeitergewinnung, -bindung und Leistungsbereitschaft auswirke. "Von außen nach innen werden mehr passende Kandidaten angezogen, intern wird das Bewusstsein für das Unternehmen und seine gelebte Kultur geschärft", bestätigt Julia Andersch, Leiterin Recruiting und Personalmarketing bei der Beratungsgesellschaft Capgemini.

Laut Wolfgang Brickwedde, Direktor im Personalbereich bei SAP, ist die DEBA einer der Haupttreiber des Themas *Employer Branding* in Deutschland. Das Unternehmen hat auch die Initiative "Attraktiver Arbeitgeber kleine und mittlere Unternehmen" gestartet, die kleine und mittlere Betriebe in Deutschland, Österreich und der Schweiz unterstützt, sich als Arbeitgeber attraktiver und wettbewerbsfähiger aufzustellen. An dem Projekt sind 40 Betriebe aus unterschiedlichen Branchen, sowie verschiedene Verbände, Lobbygruppen und das österreichische Bundesministerium für Wirtschaft beteiligt.

(Zuerst erschienen im Handelsblatt)

Lesen Sie [hier mehr aus dem Ressort Bewerbung](#).



ARBEITEN IM RUHESTAND
"Wer Karriere gemacht hat, fühlt sich im Alter einsam"
 Die Journalistin Marlies Hesse plädiert für eine neue Rolle der alten Frau in der Gesellschaft. Ein Interview über Emanzipation, Karriere und das Alter. [\[weiter...\]](#)



PERSONALFÜHRUNG
Private Fragen sind im Mitarbeitergespräch tabu
 Viele Arbeitnehmer fürchten es, dabei könnte das Mitarbeitergespräch eigentlich Spaß machen: Denn es soll vor allem motivieren. Was dabei zu beachten ist, zeigt das FAQ. [\[weiter...\]](#)

ARTIKEL ZUM THEMA BEWERBUNG IM RÜCKBLICK
 August | Juli | Juni | Mai

ANZEIGE

Outplacement
 Qualifizierte Outplacement-Beratung an 9 Standorten in Deutschland
www.muehlenhoff.com

ISG Personalberatung
 Suche und Auswahl, Inseratschaltung Personalberater, Personalmanagement
www.ISG.com

Google-Anzeige

LESER-KOMMENTARE

KOMMENTARSEITE 1 / 1

16.09.2010 um 20:48 Uhr
 Diskutierender

1. Na ja?
 Spätestens bei den typischen ekelhaften Fangfragen der Personaler im Vorstellungsgespräch (wie charakterlich verkommen muss man hierzu

eigentlich sein?), ist es vorbei mit der Arbeitgeber-Marke.

Dann zeigt sich hinter dem ganzen schönen Schein einmal mehr die Wahrheit über das betreffende Unternehmen.

Wie wäre es mit mehr Aufrichtigkeit statt immer neuer Marketing-Phrasen? Stellensuchende Menschen sollten nicht auf dieses Wortgeklingel hereinfliegen.

[KOMMENTAR ALS BEDENKLICH MELDEN](#)

17.09.2010 um 10:04 Uhr
Pueckler_FM

2. Hidden Champions

Employer Branding ist vor allem dort gut entwickelt, wo die Motivation der Mitarbeiter unmittelbare Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg hat, etwa im Direktvertrieb. Gleiches gilt für Unternehmen mit Standortnachteilen – weil sie z.B. abseits der Großstädte agieren. Und nach meiner Erfahrung sind es primär inhabergeführte Unternehmen, die Employer Branding "leben", auch wenn sie sich dessen mitunter gar nicht bewusst sind. Es ist Teil ihres Selbstverständnisses.

Fakt ist leider auch, dass viele Unternehmen Employer Branding nur halbherzig betreiben. Sie beschränken sich auf Akzente in der Unternehmenskultur.

Denn ernsthaftes Employer Branding geht sehr viel weiter. Ein gutes Beispiel ist Würth aus Künzelsau. Das familiengeführte Direktvertriebsunternehmen für Montagetechnik hat bereits in den 1950er-Jahren erkannt, dass die Motivation der Mitarbeiter entscheidende Wachstumsimpulse erzeugt. Daneben investierte es erhebliche Mittel zur Stärkung der wirtschaftlich unterentwickelten Heimatregion Hohenlohe (bspw. Adolf-Würth Airport Schwäbisch Hall) und steigerte deren Attraktivität durch kulturelle Leuchtturmprojekte. Heute engagiert sich Würth intensiv im Bildungsbereich.

Am diesem Beispiel kann man ablesen, dass erfolgreiches Employer Branding eine Langzeitaufgabe ist, die vollen Kräfteinsatz erfordert. Das macht sie letztendlich zu den viel zitierten „Hidden Champions“. In den Führungsetagen börsennotierter Konzerne ist dieses Bewusstsein eher unterentwickelt. Leider!

[KOMMENTAR ALS BEDENKLICH MELDEN](#)

KOMMENTARSEITE 1 / 1

BITTE MELDEN SIE SICH AN, UM ZU KOMMENTIEREN

[Anmelden](#) | [Registrieren](#)

BEWERBUNG



Der Arbeitgeber als Marke

Kleine und mittlere Unternehmen entdecken das sogenannte "Employer Branding" und werben mit ihrer Firmenkultur oder ihrer Region um die besten Köpfe des Landes. [weiter...](#)

WEITERBILDUNG Durch Casting zum Betriebsarzt

STUDIE Die Krise hat den Berufseinstieg erschwert

LEHRLINGE Der Azubi-Headhunter

BERUF



Spagat zwischen Alten- und Aktenpflege

Martina Köppen arbeitet seit 23 Jahren als Altenpflegerin. Ihrem Beruf geht sie mit Hingabe nach, auch wenn sich die Arbeitsbedingungen zunehmend verschlechtert haben. [weiter...](#)

ARBEITSRECHT Kündigung wegen Betrugs ist unwirksam

KÜNDIGUNG Wie man cholerische Mitarbeiter los wird

ARBEITEN IM RUHESTAND "Wer Karriere gemacht hat, fühlt sich im Alter einsam"

LIEBE UND KARRIERE



Nicht ohne meinen Partner

Es ist selten, dass beide Partner ihre Karriere im Gleichschritt voranbringen. Hochschulen und Unternehmen haben das Problem erkannt und sorgen sich auch um den Partner. [weiter...](#)

FLIRT IM BÜRO Darf der Chef Liebe am Arbeitsplatz verbieten?

LIEBE IM JOB Küssen verboten

ARBEITSWELT Karriere-Störfall Kind

DER KARRIERE-NEWSLETTER



GOOGLE-ANZEIGE: **Outplacement bundesweit** Aller Anfang ist leicht, wenn man ihn mit dem Ende vergleicht. www.muehlenhoff.com

SERVICE

- | | | | |
|------------------|-------------------------|----------------------|-------------------------|
| Jobsuche | Automarkt | Ratenkredit-Rechner | Abo-Services |
| Partnersuche | Shopping & Geschenke | Uni-Services | Arztsuche |
| Immobilien suche | Ferienhäuser | Strom-Tarifvergleich | Versicherungsvergleiche |
| Hörbücher | Bildung & Weiterbildung | Kulturangebote | DSL-Tarifvergleich |
| Statistiken | Spiele-Download | Ticket-Shop | Kataloge |

Ausland Geldanlage
 Börse

Familie
 Schule

Film & TV
Musik
Kunst

Umwelt
Geschichte

Datenschutz
Mobil
Games

Hochschule
Rankings
Studiengänge

Beruf

Essen & Trinken
Partnerschaft

SPORT

ANGEBOTE: [Abo](#) [Audio/E-Paper](#) [Shop](#) [ZEIT Reisen](#) [ZEIT für die Schule](#) [ZEIT Veranstaltungen](#) VERLAG: [Inserieren](#) [Mediadaten](#) [Presse](#) [Unternehmen](#) [Rechte & Lizenzen](#)

[Mobil](#) [Newsletter](#) [RSS](#) [Blogs](#) [Fotostrecken](#) [Leserartikel](#) [Video](#) [Print-Archiv](#) [Bildrechte](#) [Datenschutz](#) [AGB](#) [Impressum](#) [Hilfe / Kontakt](#)

Sie befinden sich hier: [Karriere](#) [Bewerbung](#) [September 2010](#) [Personalsuche: Der Arbeitgeber als Marke](#)