

Arbeitsmarkt | 20.03.2014 | Lesezeit 1 Min.


Arbeitgeber mit Profil

Für viele Fachkräfte zählen neben dem Geld noch andere Kriterien bei der Wahl ihres künftigen Arbeitgebers – ein gutes Betriebsklima, eine gelebte Unternehmenskultur, Teamgeist, flache Hierarchien sowie kurze Entscheidungswege. Mit diesen nicht monetären Faktoren können gerade kleine und mittlere Unternehmen (KMU) punkten.

Arbeitgeber mit Profil

	Mitarbeiter		
	1 bis 49	50 bis 249	ab 250
So viel Prozent der Betriebe arbeiten an einem unverwechselbaren Profil als attraktiver Arbeitgeber	11	22	46
Noch nicht, ist aber geplant	6	11	18
Nein	72	59	32
Ist mir nicht bekannt	11	8	4

Befragung von 2.149 Personalverantwortlichen im Januar/Februar 2012
Quelle: IW-Personalpanel

 Institut der deutschen Wirtschaft Köln

© 2014 IW Medien · iwd 12

Diese Vorzüge sollten KMU gezielt hervorheben, um neben den Großunternehmen ebenfalls als attraktive Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Bislang aber haben sich die wenigsten mittelständischen Firmen ein unverwechselbares Profil als Arbeitgeber zugelegt (Grafik).

Der Aufbau und Erhalt eines positiven Arbeitgeberimages bedarf einer langfristig angelegten Personalarbeit. Dazu gehört eine Analyse der individuellen Stärken und Schwächen als Arbeitgeber, der eigenen Zielgruppen und der Wettbewerber. Auch müssen die Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet werden. Ist die eigene Belegschaft von dieser Positionierung überzeugt und wird das neue Arbeitgeberprofil im Unternehmen mit Leben gefüllt, hat man einen großen Schritt in Richtung positive Außenwirkung getan. Denn zufriedene Belegschaften sind die besten Botschafter des Unternehmens, um potenzielle neue Mitarbeiter - insbesondere aus dem regionalen Umfeld - anzusprechen.

Weitere Informationen unter www.kofa.de

Kernaussagen in Kürze:

- Für viele Fachkräfte zählen neben dem Geld noch andere Kriterien bei der Wahl ihres künftigen Arbeitgebers: Betriebsklima, Unternehmenskultur, Teamgeist und flache Hierarchien.
- Mit nicht monetären Faktoren können gerade kleine und mittlere Unternehmen (KMU) punkten.
- Der Aufbau und Erhalt eines positiven Arbeitgeberimages bedarf einer langfristig angelegten Personalarbeit.