

Wie KMU als Arbeitgeber wettbewerbsfähiger werden

Initiative „KMU als attraktiver Arbeitgeber“ gegründet KMU können kostenlose Starthilfe bestellen

Praxisnah: Die Initiative „Attraktiver Arbeitgeber KMU“ unterstützt kleine und mittlere Betriebe in Deutschland, Österreich und der Schweiz darin, sich als Arbeitgeber attraktiver und wettbewerbsfähiger aufzustellen.

Lange galt in Deutschland die Devise, dass nur Unternehmen mit bekannten Namen und Produkten als attraktive Arbeitgeber bekannt werden können. Häufig hieß es, Instrumente wie das in den Personalabteilungen vielgepriesene Employer Branding stünden nur den „Großen“ zur Verfügung. Dass das nicht stimmt, zeigt die Initiative „KMU als attraktiver Arbeitgeber“. Sie möchte kleine und mittlere Betrieben in den Regionen Vorteile im Wettbewerb um Fach- und Führungskräfte verschaffen, Starthilfe zur Verbesserung ihrer Arbeitgeberqualität geben und Wege zeigen, wie auch KMU eine wettbewerbsfähige Arbeitgebermarke werden können.

Die Initiatoren haben in Zusammenarbeit mit etwa vierzig Betrieben erstmals in Deutschland Lösungen und Modelle entwickelt, die KMU als Arbeitgeber wettbewerbsfähiger machen. Den Auftakt bildet eine kostenlose Starthilfe, die KMU-Betriebe an die Themen Arbeitgeberattraktivität und Employer Branding heranführt und ihnen eine eigene Standortbestimmung ermöglicht und Praxistipps für den weiteren Weg gibt.

40 kleine und mittlere Unternehmen an Entwicklung beteiligt

Die Starthilfe wurde im Berliner Forschungslabor der Deutschen Employer Branding Akademie entwickelt – gemeinsam mit etwa 40 KMU-Betrieben, dem Bundesverband Mittelständische Wirtschaft (BVMW), der Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA), der KnewLedge-Initiative des österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend und Prof. Dr. Thomas Behrends von der Universität Flensburg. Die Starthilfe ist exklusiv bei der Deutschen Employer Branding Akademie zu beziehen. Interessierte Unternehmen wenden sich bitte an Christine Voelk (voelk@employerbranding.org).

Initiatoren



Universität Flensburg
vertreten durch
Prof. Behrends

KMU-Betriebe schöpfen Potenzial für Arbeitgeberattraktivität nicht aus

Über drei Millionen kleine und mittlere Unternehmen (KMU) gibt es in Deutschland. Sie stellen über 70 Prozent der Arbeitsplätze und mehr als 80 Prozent aller Ausbildungsplätze. Aber nur selten nutzen KMU ihr Potenzial, um sich als Arbeitgeber optimal zu positionieren.

Dabei wird gerade das immer wichtiger. So hängen nach Ansicht von BVMW-Präsident Mario Ohoven von der künftigen Versorgung mit qualifizierten Mitarbeitern Know-how, Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der mittelständischen Unternehmen ab. Bislang haben sich aber vorwiegend Großunternehmen auf diese strategische Herausforderung eingestellt und betreiben sogenanntes Employer Branding, um sich als „Employer of Choice“ zu positionieren.

„Das ist aber kein Privileg der Konzerne“, konstatiert DEBA-Geschäftsführer Wolf Reiner Kriegl. „Mit dieser Initiative wollen wir auch das Thema Employer Branding für kleine und mittlere Arbeitgeber endlich gangbar, leistbar und nutzbar machen“. Ein weiteres Ergebnis der Initiative ist daher eine Employer Branding Lösung, die auf die Bedürfnisse und Ressourcen sowie die besonderen Herausforderungen und Stärken von KMU zugeschnitten ist.

Die Starthilfe: Orientierung und Handlungssicherheit bei den ersten Schritten

Die Starthilfe „Attraktiver Arbeitgeber“ bietet KMU den passenden Einstieg ins Thema und einen Leitfaden zur Selbstanalyse. Sie enthält einen Katalog von Leitfragen, mit denen KMU-Arbeitgeber selbstständig ihren Handlungsbedarf ableiten können. Die Starthilfe ist zu beziehen bei der Deutschen Employer Branding Akademie, Frau Christine Voelk (voelk@employerbranding.org).

Wie können KMU ihre Stärken als Arbeitgeber besser ausspielen?

Prof. Dr. Behrends von der Universität Flensburg hat die Initiative wissenschaftlich begleitet. Er erhofft sich, dass sie das Selbstbewusstsein der Klein- und Mittelbetriebe fördert: „Es wird Zeit, dass die KMU ihre Stärken als Arbeitgeber besser ausspielen, etwa die kurzen Entscheidungswege, eine große Aufgaben-Bandbreite für den Einzelnen oder die größere Nähe zur Unternehmensleitung.“ Ein auf die spezifischen Bedürfnisse von KMU ausgerichtetes Employer Branding bringt die unternehmensindividuellen Stärken zur Geltung.

So können auch KMU eine attraktive Arbeitgebermarke werden, die die Identifikation der Mitarbeiter stärkt, Bewerber besser orientiert und sich vom Wettbewerb am Arbeitsmarkt abhebt. Für die kleinen und mittleren Arbeitgeber in Deutschland liegt darin eine substantielle Chance.

Von Praktikern für Praktiker: Bedarfsgenau gestaffelte KMU-Lösungen

Über die Starthilfe hinaus bietet die „KMU-Initiative Attraktiver Arbeitgeber“ ein Portfolio aus Basisstrategien, Verfahren und Tools, an deren Entwicklung etwa 40 kleine und mittlere Unternehmen beteiligt waren. Abhängig von der jeweiligen Ausgangs- und Bedarfslage sind unterschiedliche Detailtiefen im Employer Branding Prozess erforderlich.

Weitere Informationen sowie Vermittlung von Interviewpartnern zum Thema

Christine Voelk

voelk@employerbranding.org Telefon: 030 - 22 33 50 - 80

Deutsche Employer Branding Akademie GmbH

Friedrichstraße 200, 10117 Berlin www.employerbranding.org

Die Initiatoren

Ins Leben gerufen wurde die Initiative „Attraktiver Arbeitgeber KMU“ von der Deutschen Employer Branding Akademie (DEBA) zusammen mit dem Bundesverband Mittelständische Wirtschaft (BVMW), der Initiative Neue Qualität der Arbeit (INQA), die Universität Flensburg – vertreten durch Prof. Thomas Behrends, Experte für Small Business Management – sowie Knowledge – Initiative zur Förderung und Entwicklung des lebensbegleitenden Lernens des österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend.

Ziele der Initiative „Attraktiver Arbeitgeber KMU“

- KMU als Arbeitgeber mehr Geltung verschaffen – auch überregional
- Optimierung der Außenwirkung – auch ohne bekannte Marke
- Stärken als KMU-Arbeitgeber optimal zur Wirkung bringen
- Wunschkandidaten schneller und günstiger gewinnen und produktiv binden
- Das Selbstverständnis im Unternehmen klären und festigen
- Eine nachhaltig wirksame Positionierung als Arbeitgeber entwickeln
- Personalarbeit, Führungs- und Unternehmenskultur zielführend weiterentwickeln
- Synergien mit Marketing und Management zu schaffen, Budgeteffizienz zu erhöhen

Auswahl beteiligter Unternehmen

