

Von Arbeitgeberattraktivität bis Employer Branding

Was macht ein Unternehmen zu einem
glaubwürdigen und attraktiven Arbeitgeber?

Wie Sie mit genial einfachen Methoden
Mitarbeiter gewinnen und binden.



Ihr Referent.

Gunther Wolf

Jahrgang 1964

Diplom-Ökonom
Diplom-Psychologe

Zertifizierter Unternehmensberater
Zertifizierter Strategieberater

Vielfacher Autor von Fachbüchern zu
Management- und Führungsthemen

Deutscher Managementbuchpreis

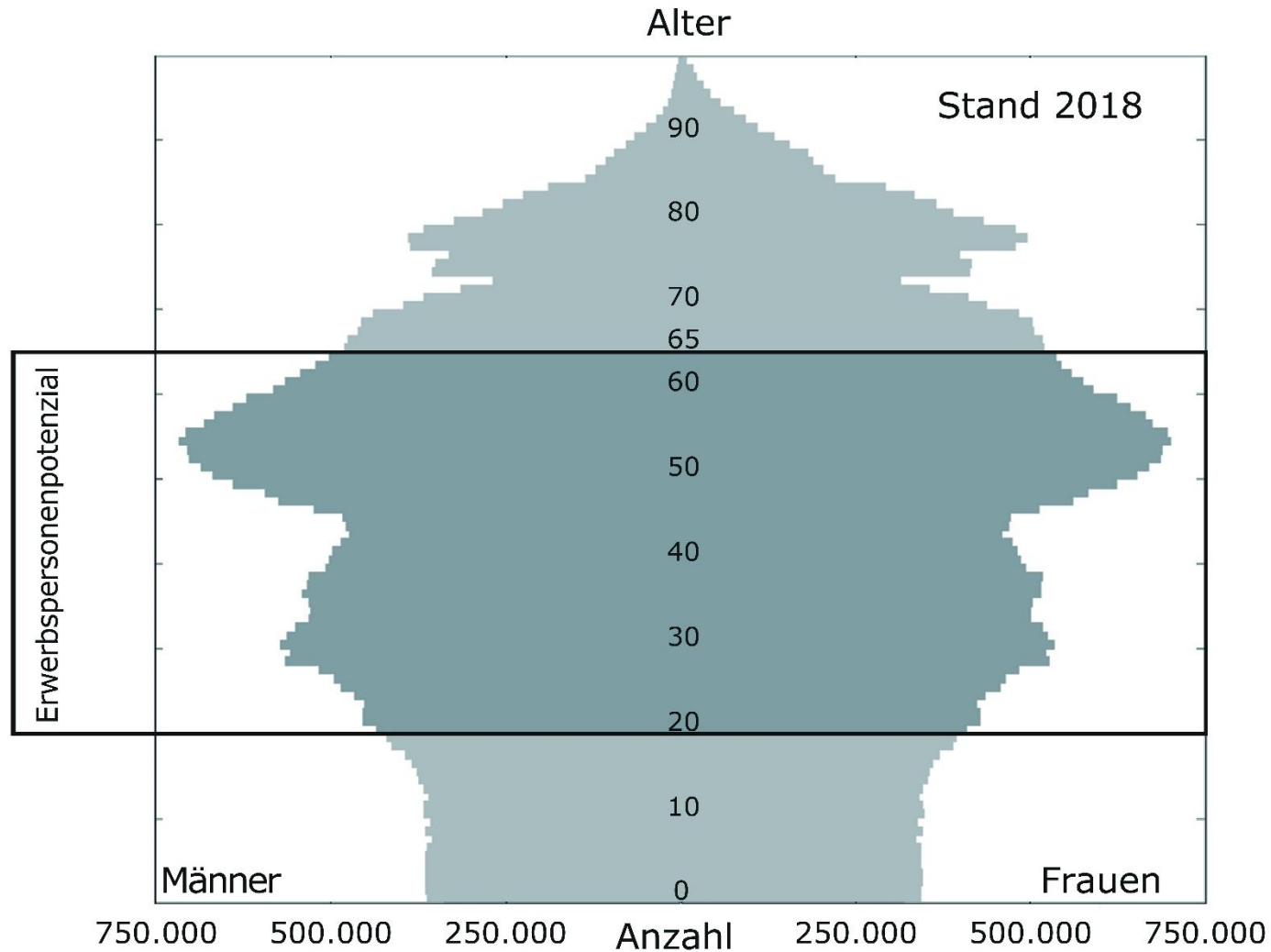


Wieso?

1. Binden
2. Gewinnen



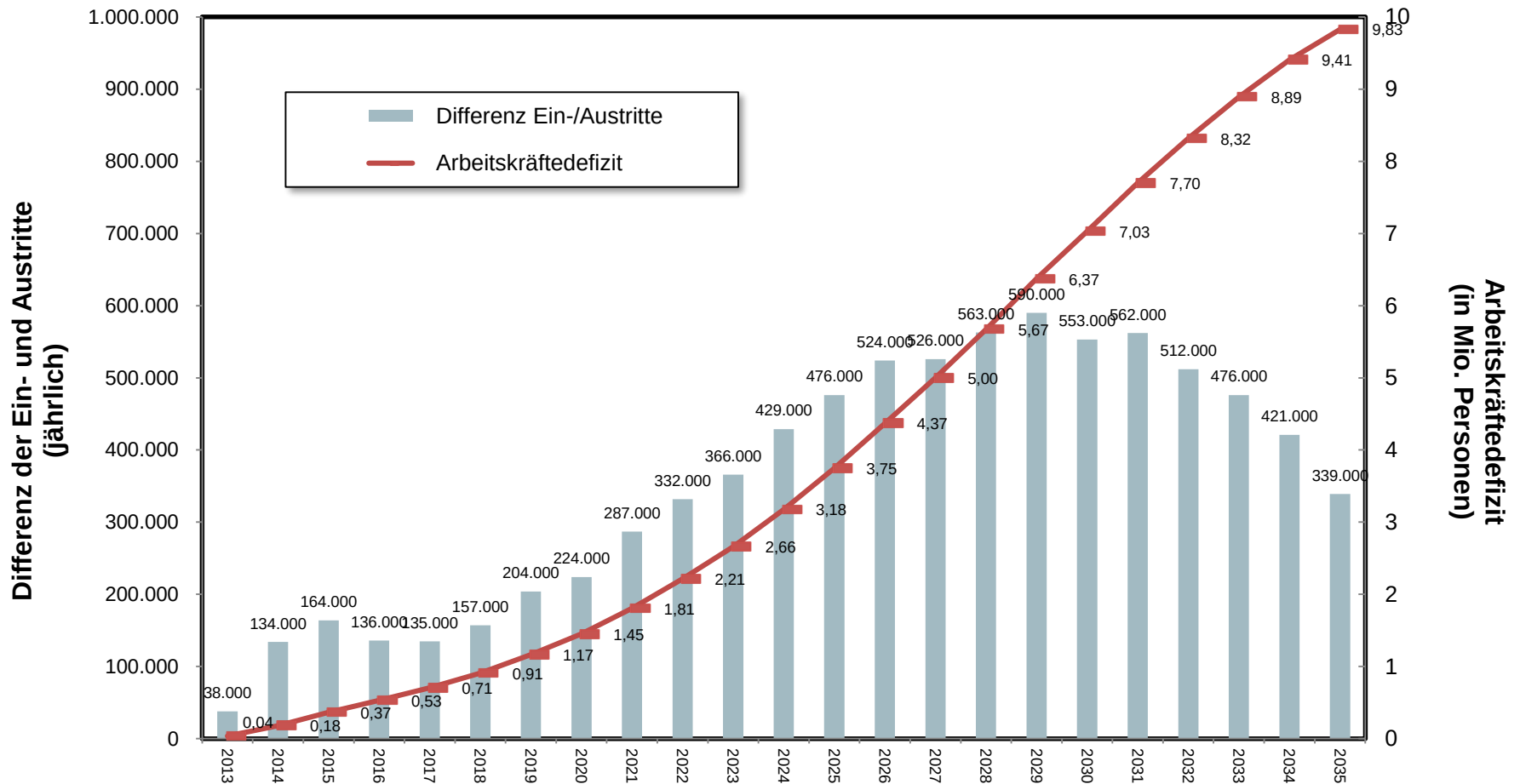
Arbeitskräftemangel: Unvermeidbar.



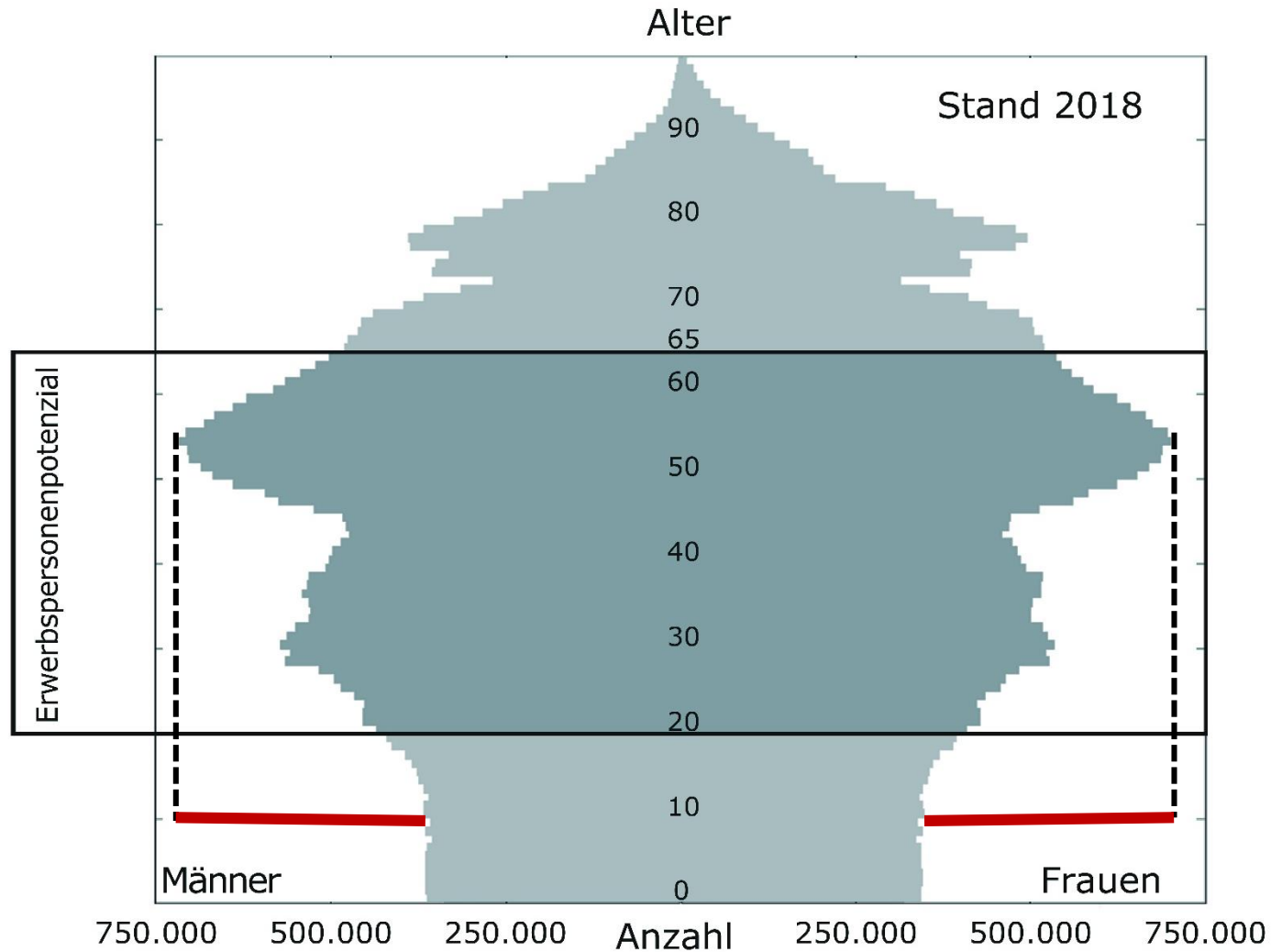
Arbeitskräftemangel: Unvermeidbar.



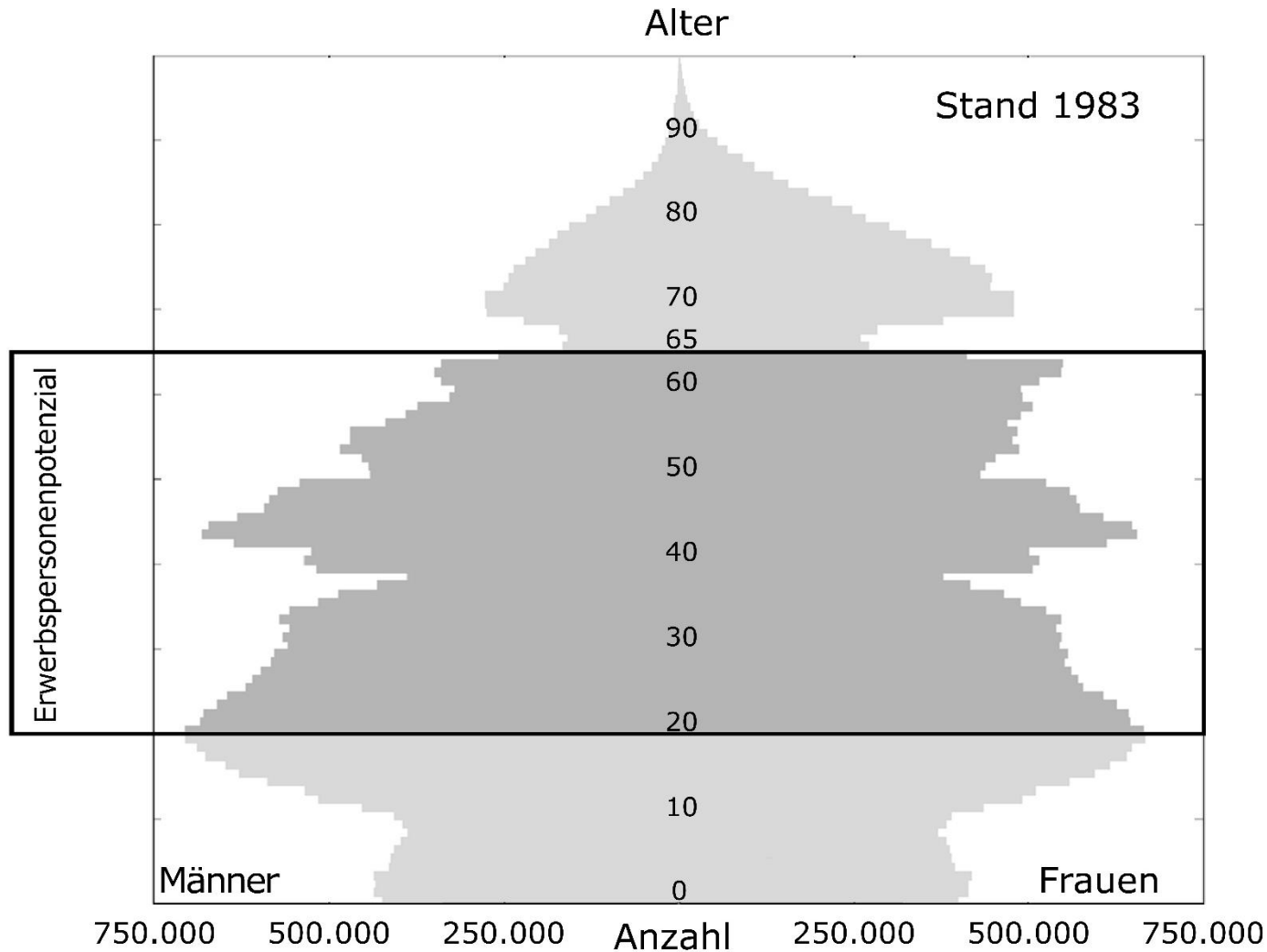
Vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt.



Arbeitskräftemangel: Unvermeidbar.



Generation Y, Z etc. vs. Generation X.

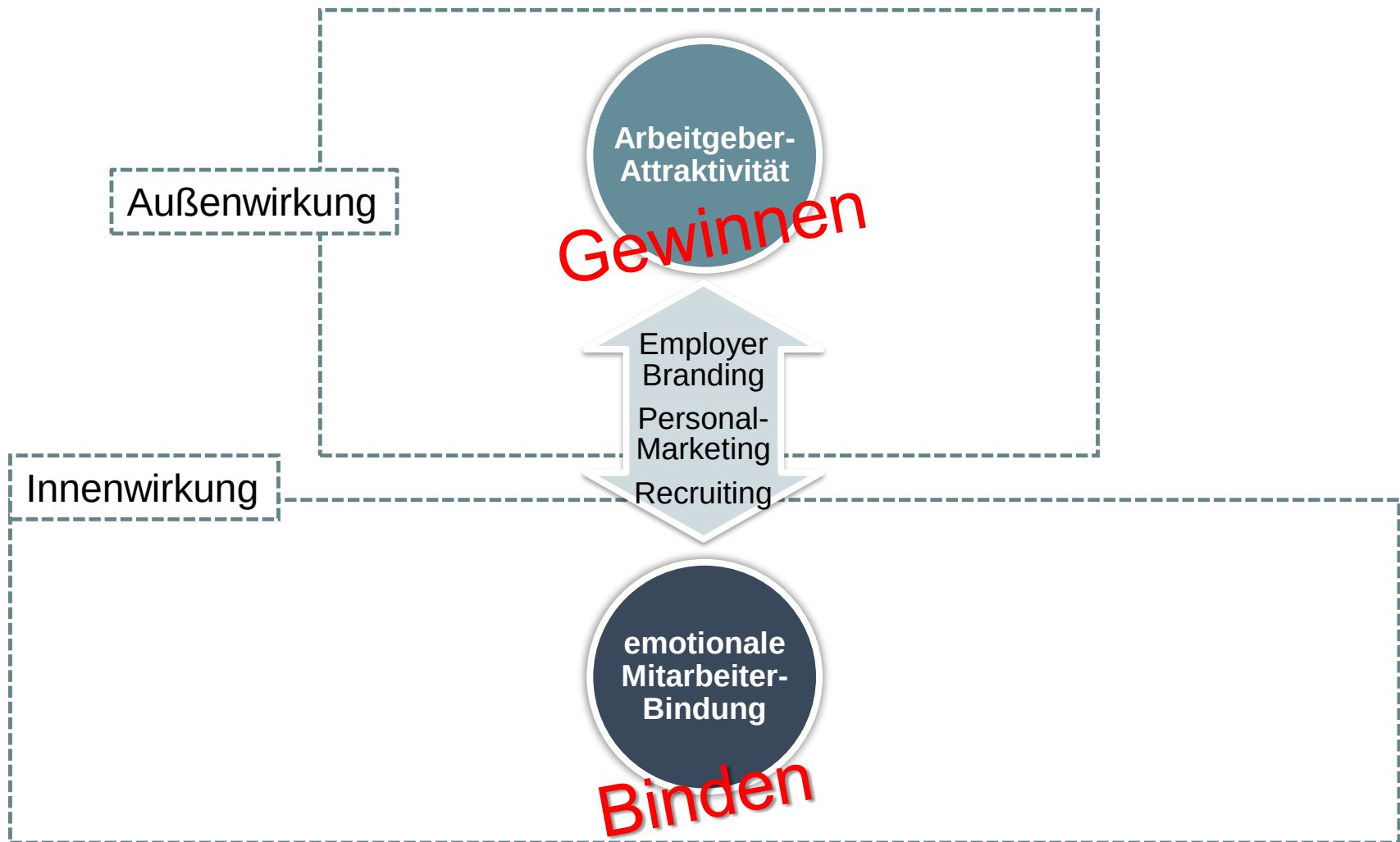


1a

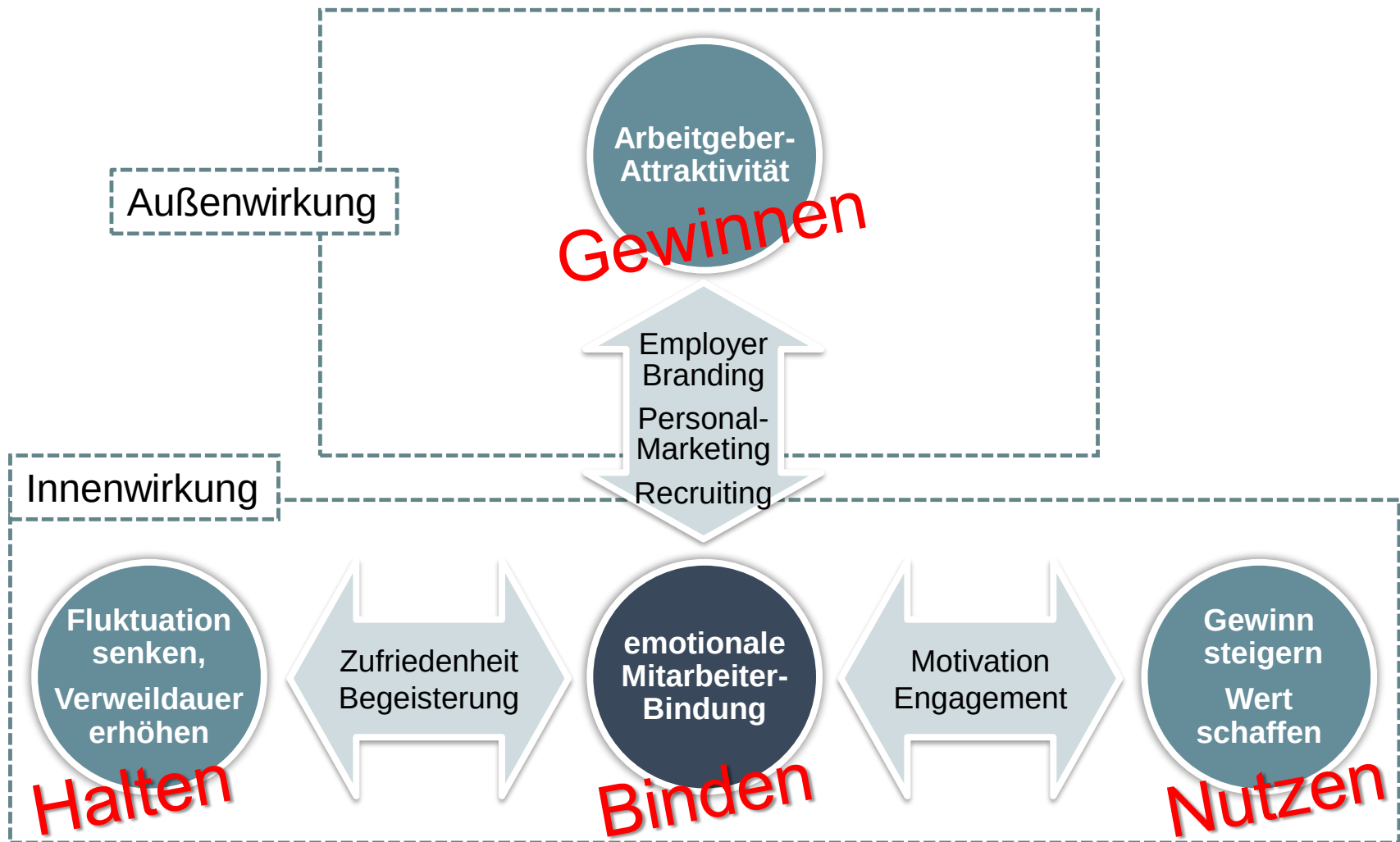
Erst binden.



Mitarbeiterbindung zentral.



Mitarbeiterbindung zentral.

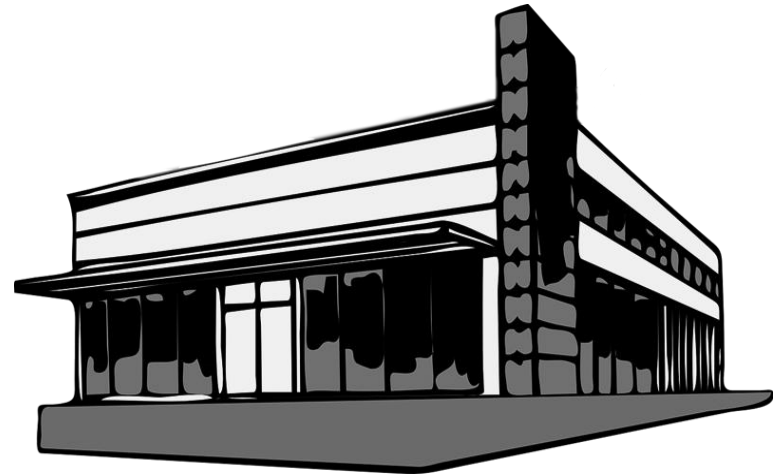


Bindung ist etwas Gegenseitiges.

Mitarbeiterbindung bezeichnet einerseits den gezielten Einsatz geeigneter Maßnahmen durch das Unternehmen mit dem Ziel, diese Mitarbeiter langfristig zu binden.

Mitarbeiterbindung beschreibt andersherum die Verbundenheit des Arbeitnehmers zu

- seinem Unternehmen,
- seinen Aufgaben,
- seinen Kollegen und
- seinem Vorgesetzten.



Drei Zwischen-Fazits.

1. MACHT-VERSCHIEBUNG

Der Wandel vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt hat begonnen.
Er wird Unternehmen vom Markt fegen, die das nicht erkennen (wollen).

2. WETTBEWERBS-VERÄNDERUNG

Arbeitgeberattraktivität als Fähigkeit eines Unternehmens, gutes Personal zu gewinnen, zu binden und zu motivieren, schafft Wettbewerbsvorteile.

3. MITARBEITER-FÜHRUNG

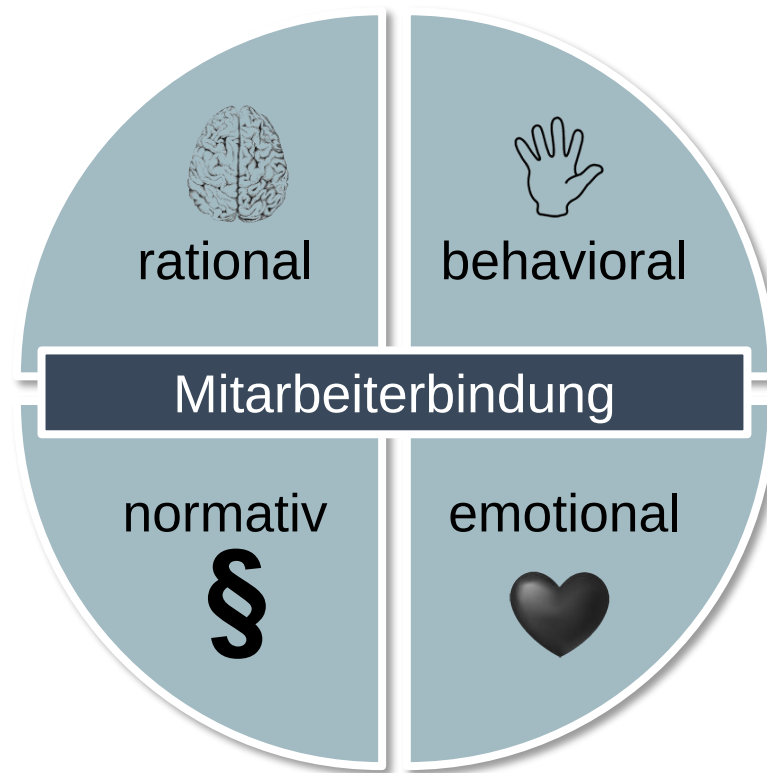
Ob es darum geht, Mitarbeiter zu gewinnen, zu halten oder zu motivieren:
Wir Führungskräfte haben den Schlüssel dazu in den Hand.

1b

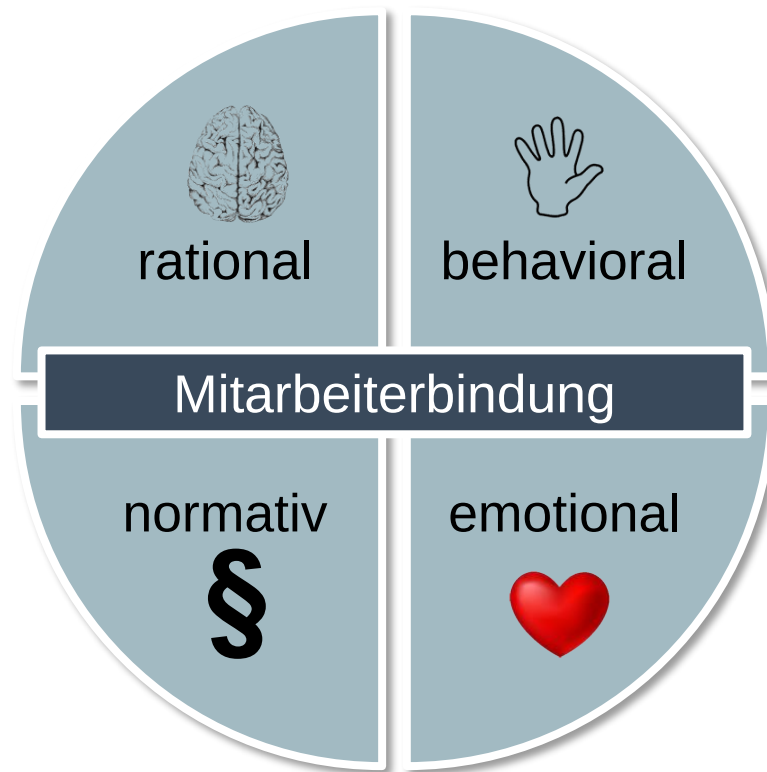
Wie binden?



Mitarbeiterbindungs-Ebenen.



Mitarbeiterbindungs-Ebenen.



SELIMAB: Differenzieren.

Selektive Individualisierte Mitarbeiterbindung (SELIMAB)

Effizienter und wirtschaftlicher Einsatz von Mitarbeiterbindungsmaßnahmen und Aktivitäten der Führungskraft.

Denkbare Kriterien:

1. Potential
2. Performance
3. Strategische Relevanz
4. Verfügbarkeit der Kompetenzträger am Arbeitsmarkt
5. ...

SELIMAB: Selektiv und individualisiert.

Bei wem?

Was erreichen?

Wie?

A	hohe Bindungsintensität	Begeisterung
B	mittlere Bindungsintensität	Zufriedenheit
C	geringe Bindungsintensität	-

Emotionale Maßnahmen: Zufriedenheit, Begeisterung.

Zufriedenheit

Heute (noch) primär: Ursachen für Un-Zufriedenheit beseitigen

- Die Mitarbeiter direkt danach fragen
- Kollektive Ziel- und Wertekonflikte beseitigen
- Bestehende Defizite aufdecken und beseitigen

Begeisterung

Primär: Gründe für Begeisterung geben

- Den einzelnen Mitarbeiter sehr genau kennen
- Übereinstimmung mit individuellen Werten erkennbar werden lassen
- Individuelle („geheime“) Ziele und Wünsche erfüllen

Mantra: Z E D.

ZIELGRUPPENSPEZIFISCH

Für jede Mitarbeiter-Zielgruppe die zu dieser Zielgruppe genau passenden Maßnahmen einsetzen.

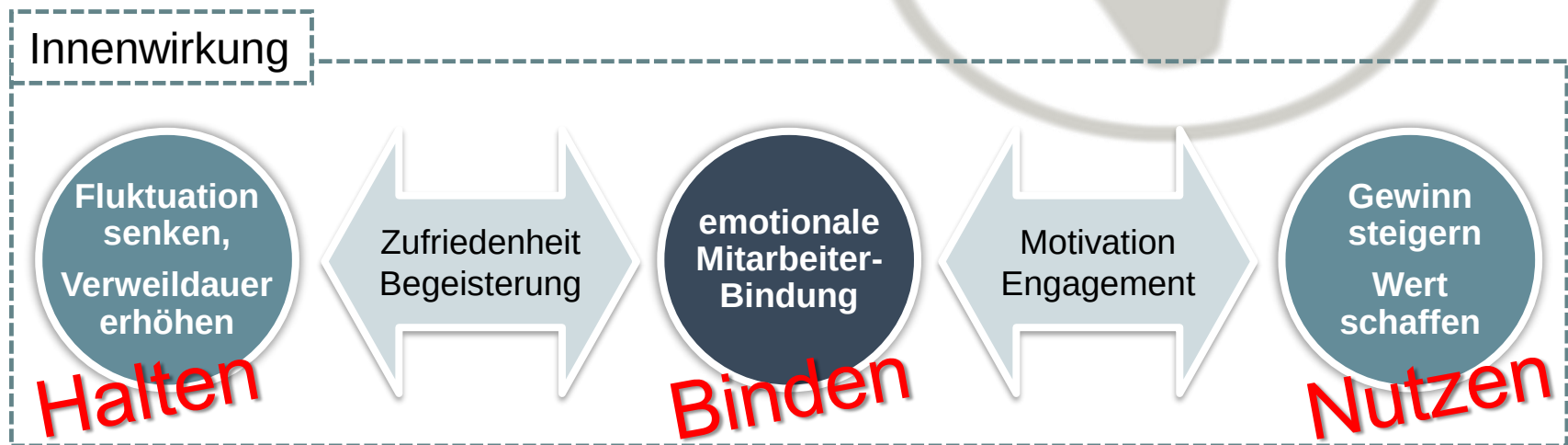
EMOTIONALISIEREND

Emotionale Mitarbeiterbindung ist ein Garant für hohe individuelle Leistungsbereitschaft und in Summe für den Unternehmens-Erfolg

DIFFERENZIEREND

Wer beim Mitarbeiter-Einstellen nach definierten Kriterien selektiert, sollte es beim Mitarbeiter-Binden nicht sein lassen.

Mitarbeiterbindung zentral.

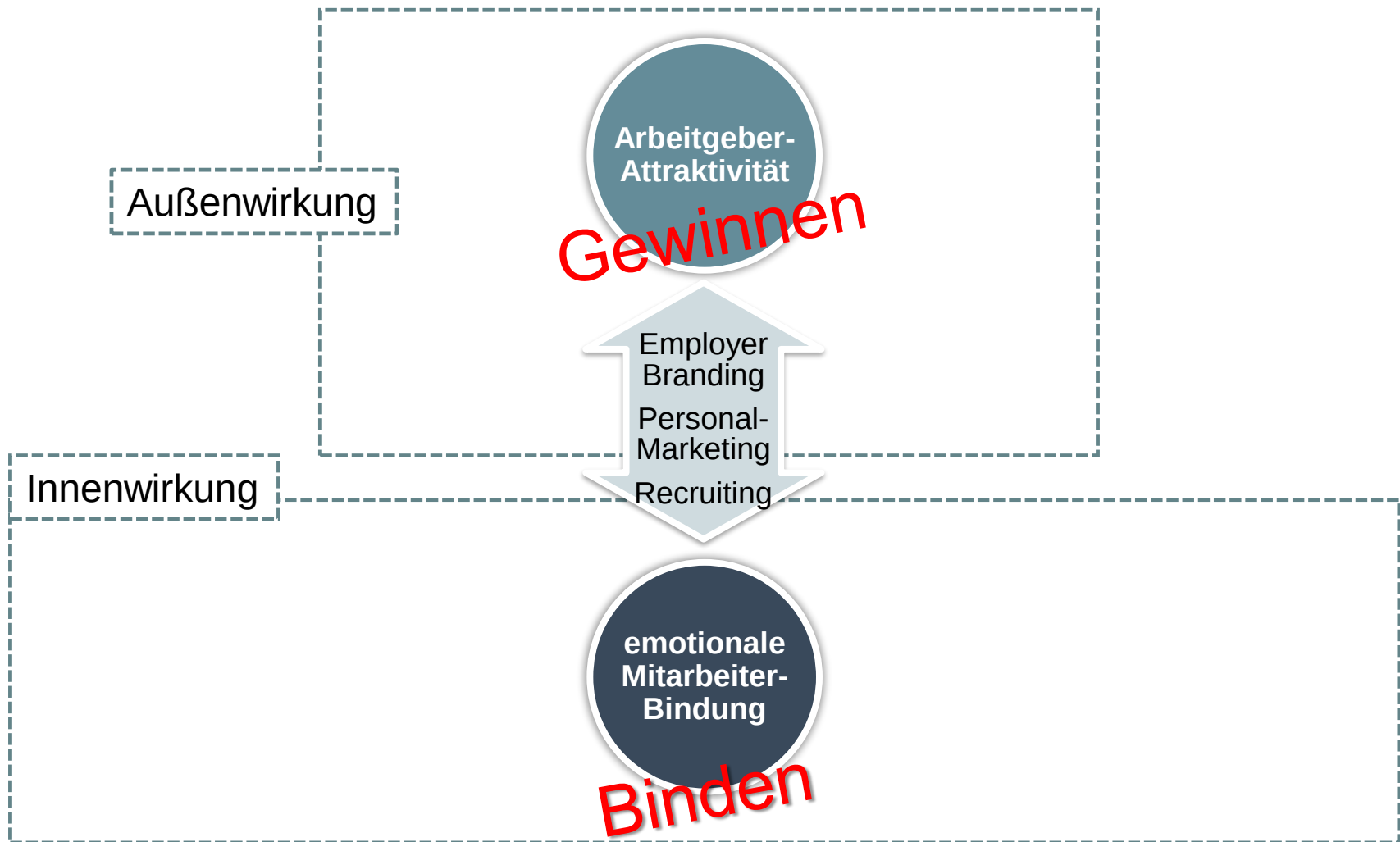


2a

Dann gewinnen.



Mitarbeiterbindung zentral.



Arbeitgeberimage: Irgendwie entstanden.

Medien

Stereotypen, Vorurteile

Gehörtes

Erfahrungen als Kunde

Arbeitgeberbewertungen

...



Employer Brand: Arbeitgeberimage aktiv steuern.

*Eine **Employer Brand** vereinigt differenzierende, auf emotionaler Ebene wirksame und langlebige Arbeitgeberereignisse, die die Zielgruppen mit der Organisation in Verbindung bringen sollen.*

Geeignete Arbeitgeberereignisse:
Arbeitsbezogene, unternehmenskulturelle Aspekte wie Werte, Ziele und andere überdauernde Eigenschaften.

Employer Branding bezeichnet den Prozess von Bildung, Aufbau und Positionierung einer Arbeitgebermarke.



Personal gewinnen: Tue Gutes und rede darüber.

Personalmarketing bezeichnet die an Bedürfnissen und Erwartungen potenzieller Mitarbeiter orientierten operativen Maßnahmen, um den Personalbedarf einer Organisation zu decken. Zentral ist der Person-Organisation-Fit.

Recruiting bezeichnet die Aktivitäten zur optimalen Besetzung vakanter Stellen in einer Organisation. Zentral ist der Person-Job-Fit.



If you are looking for a banana, don't ask for a fruit.

2b

Wie gewinnen?



WOLF.®

Emotion.



ERLEBEN SIE IHR BLAUES WUNDER
MEHR LEISTUNG, MEHR SPORT, MEHR SPAß

Zielgruppenspezifisch.



Differenzierend.



Reality Check.

Unser Mandant ist ein global aufgestelltes, britisches Unternehmen. Er ist in der Automobilbranche bekannt für hochwertige Produkte im Sportwagensektor.

Autokäufer (w/m)

Wir erwarten von Ihnen:

- Überdurchschnittliche Ausgabebereitschaft
- Pünktliche Zahlung der Raten
- Wenig Gepäck (kleiner Kofferraum)
- Regelmäßige Werkstattbesuche
- Pflegliche Behandlung
- Gültiger Führerschein (obligatorisch)

Wir bieten:

- Sportliches Kraftfahrzeug mit Ottomotor
- Vier Räder: An jeder Ecke eins
- Zwei Türen zum Ein- und Aussteigen
- Scheinwerfer für Fahrten bei Dunkelheit



Mantra: Z E D.

ZIELGRUPPENSPEZIFISCH

Lieber eine Zielgruppe ganz genau und attraktiv ansprechen
– als alle nur halb.

EMOTIONALISIEREND

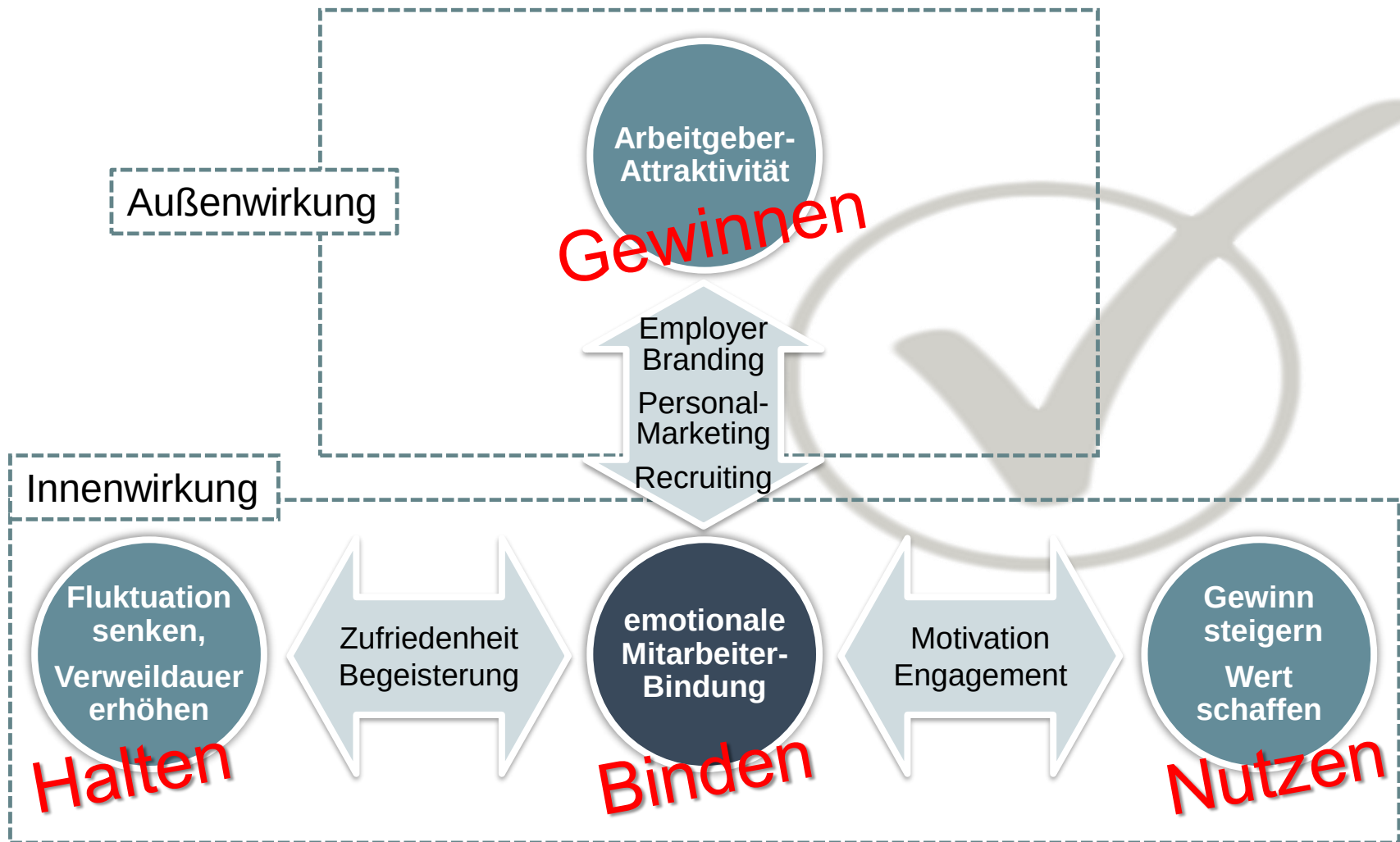
Das Bauchgefühl entscheidet, ob Menschen sich bei uns bewerben
– oder nicht.

DIFFERENZIEREND

Für Bewerber ist wichtig, worin wir uns von den
Arbeitsmarkt-Wettbewerbern unterscheiden.

Wer alles sein will, ist am Ende nichts.

Mitarbeiterbindung zentral.



Kostenlos und nützlich.

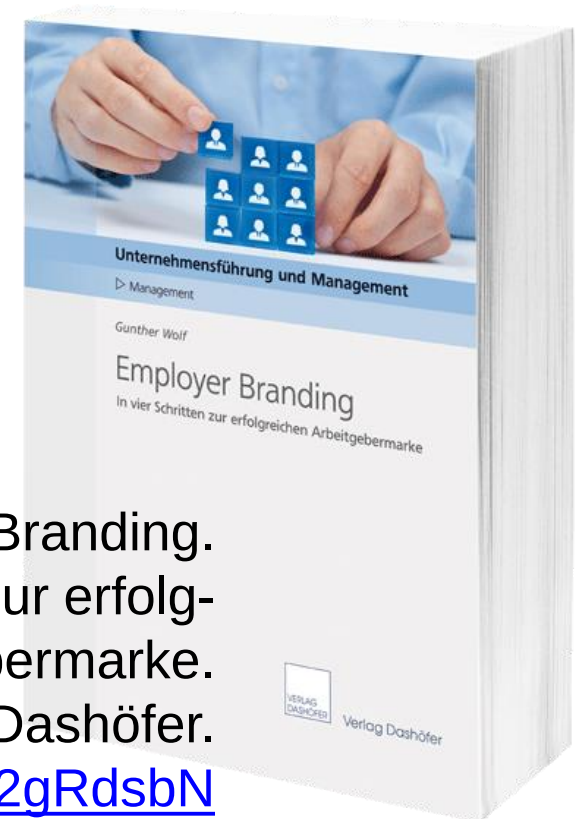
1. Checklisten und Arbeitshilfen zu Mitarbeiterbindung, Mitarbeiterbefragungen, Arbeitgeberattraktivität, Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting:
<http://bit.ly/Checklisten-und-Arbeitshilfen>
2. Tools wie Mitarbeiterbindungs-Analyse, Fluktuationskosten-Analyse, Personalportfolio: <http://bit.ly/Mitarbeiterbindung-Ressourcen>
3. Literatur, Studien und Praxisbeispiele:
<http://bit.ly/Mitarbeiterbindung-Fachartikel> und <http://bit.ly/Employer-Branding-Studien>
4. Ideen-Pool: <http://bit.ly/Personalmarketing-Massnahmen>
5. Kennziffern: <http://bit.ly/Employer-Branding-Kenngrößen>

Praxiswissen für HR und Führungskräfte.



Mitarbeiterbindung.
Strategie und
Umsetzung im
Unternehmen. Freiburg:
Haufe.

<http://amzn.to/2jbeYGm>



Employer Branding.
In vier Schritten zur erfolg-
reichen Arbeitgebermarke.
Hamburg: Dashöfer.

<http://amzn.to/2gRdsbN>



Vielen Dank

für Ihre Fragen, Ideen, Gedanken, Impulse,
Widersprüche und Anregungen.

Schneller Kontakt zu Gunther Wolf: gw@wolfgunther.de oder 0202 / 277 5000