

Arbeitgeberattraktivität: Strategie-orientiert zum Wunscharbeitgeber

September 08, 2021



Der Wettbewerb um die besten Köpfe wird mit immer härteren Bandagen geführt. Wie steigern Sie die Arbeitgeberattraktivität Ihres Unternehmens schnell und dennoch nachhaltig?

Herr Gunther Wolf, Diplom-Ökonom und Diplom-Psychologe, gibt uns interessante Tipps, um die Arbeitgeberattraktivität strategisch zu erhöhen.

Weit über 1 Mio. Stellen in Deutschland sind unbesetzt, Tendenz rapide steigend. Der Arbeitsmarkt ist leergefegt. Denn alle Unternehmen, die ihre Wettbewerbsposition jetzt halten oder sogar ausbauen wollen, suchen händeringend kompetentes, engagiertes und motiviertes Personal. Am Arbeitsmarkt herrscht ein knallharter Verdrängungswettbewerb: Wer als Arbeitgeber nicht ausreichend attraktiv ist, verliert.

Wer bremst, verliert

Zu wenig Personal: Das bedeutet nicht nur weniger Umsatz und geringere Erträge. Sondern auch, dass Aufträge nicht angenommen werden können und Kunden zu Wettbewerbern abwandern müssen. Manch einer nimmt die Aufträge dennoch an und geht das Risiko von Qualitätsmängeln oder nicht termingerechter Lieferung ein. Aber dann wandern die Kunden ebenfalls ab. Fazit: Wer am Arbeitsmarkt der Looser ist und sich nicht jederzeit das Personal in der benötigten Qualität und Quantität beschaffen kann, wird kurz danach auch am Absatzmarkt zum Verlierer.

In Zusammenhang mit dem Recruiting rückt Mitarbeiterbindung immer mehr den Fokus, wenn es um die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität geht. Das macht Sinn: Wer eine Badewanne volllaufen lassen möchte, dreht ja auch nicht den Hahn auf, ohne den Stöpsel in den Abfluss gesteckt zu haben.

Zuerst den Stöpsel rein

Das Recruiting von neuen Mitarbeitern fällt zudem auf der Basis einer starken Mitarbeiterbindung wesentlich leichter: Alles, was wir Gutes und Bindungswirksames

für unsere Belegschaft tun, verschafft uns authentische Argumente, mit denen wir dann auch neue Kräfte anziehen können. Es gilt lediglich: Tue erst Gutes und rede dann darüber.

Unternehmensleitungen, die diese Schrittfolge einhalten, setzen eine höchst profitable Wirkungskette in Gang. Ein Domino-Effekt, der gleichzeitig den Return on Investment aller Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität sichert: (1) Hohe Mitarbeiterbindung zieht eine Reduzierung der Fluktuation und der damit einhergehenden Kosten nach sich. (2) Bei einem hohen Grad an Mitarbeiterbindung steigen Motivation und Performance der Belegschaft.

Dominoeffekt nutzen

(3) Jede zur Stärkung der Mitarbeiterbindung umgesetzte Maßnahme verschafft uns wertvolle, wirkungsträchtige und authentische Argumente beim Recruiting und folglich hohe Arbeitgeberattraktivität. (4) Diese wiederum stärkt die Mitarbeiterbindung: Welcher Mitarbeitende identifiziert sich nicht umso lieber mit seinem Arbeitgeber, wenn dieser als besonders attraktiv gilt? (6) Last, aber sicher not least, wirkt sich all dies enorm positiv auf das Jahresergebnis aus.

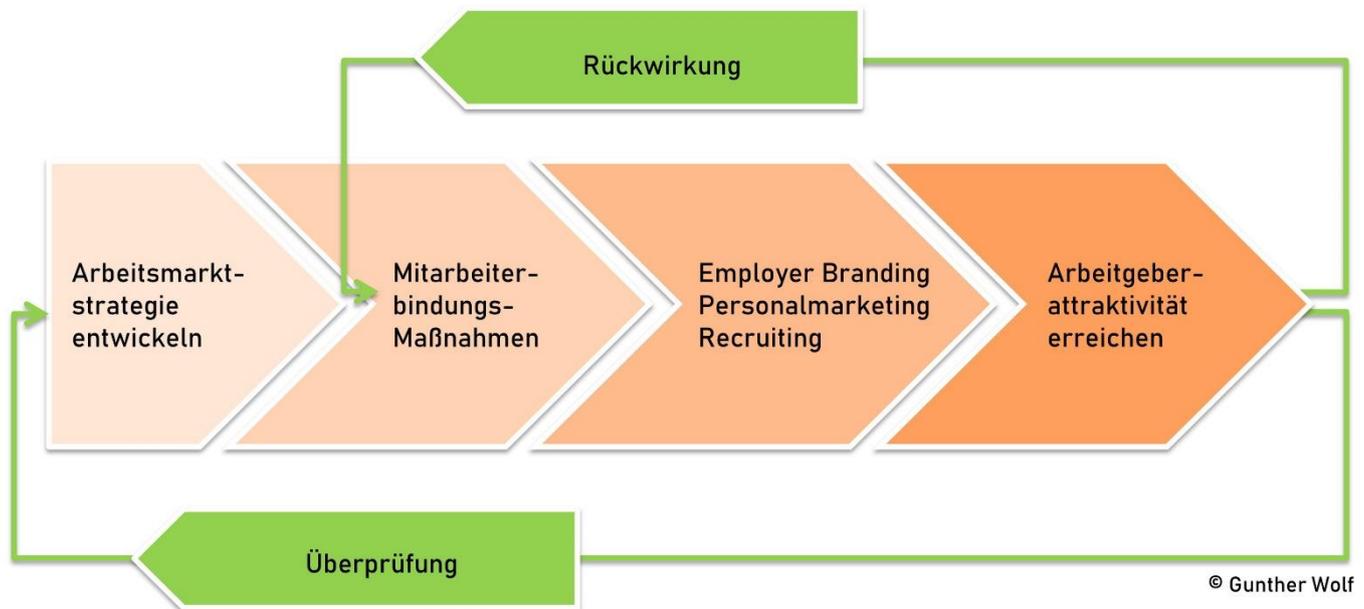
Welche Maßnahmen machen Sinn, wenn man diese profitable Wirkungskette ins Rollen bringen will? Impulse bietet uns die aktuelle ["So arbeitet Deutschland" Studie von SThree](#). Was bewegt gute Leute dazu, sich bei uns zu bewerben? Und was hält unsere guten Leute an Bord? Frisches Obst und Wasserspender? Nein, die gehören längst zum Standard.

Was tun?

Eine Frage, die Sie sich selbst und unternehmensindividuell beantworten müssen. Viele Arbeitgeber kopieren einfach die Vorgehensweisen ihrer Arbeitsmarktwettbewerber und legen sich einen bunten Strauß an Mitarbeiterbindungsmaßnahmen zu. Falsch. Solch ein Sammelsurium vermittelt weder Ihren Mitarbeitenden noch potenziellen Bewerberinnen und Bewerbern ein attraktives Bild.

Tipp: Praxis-Beispiele und ein Tool zur Entwicklung von sinnvollen Mitarbeiterbindungsmaßnahmen finden Sie in dem Beitrag ["Die besten Mitarbeiterbindungsmaßnahmen erkennen und umsetzen"](#).

Gehen Sie die Steigerung von Mitarbeiterbindung und Arbeitgeberattraktivität lieber strategisch, strukturiert und systematisch an. Entwickeln Sie zunächst eine klare Arbeitsmarktstrategie und schaffen Sie ein Zielbild im Sinne eines anzustrebenden, unternehmensindividuellen Arbeitgeberimages.



Strategieorientierte Stärkung von Mitarbeiterbindung und Arbeitgeberattraktivität

Mit dem Zielimage legen Sie fest, wie Ihr Unternehmen wahrgenommen werden soll. Und zwar wie, sowohl seitens der derzeitigen Mitarbeitenden als auch von potenziellen Kandidatinnen und Kandidaten: Traditionsbewusst? Innovativ? Bodenständig? Hip? Leistungsorientiert?

Strategie und Ziel-Image first

Wer seinen Standort im ländlichen Bereich vorwiegend mit berufserfahrenen Mitarbeitenden im Familiengründungsalter besetzen möchte, wird vielleicht das Image des familienfreundlichen Arbeitgebers als Zielbild bestimmen. Falls Sie hingegen ein Startup in einer Metropole betreiben und frischgebackene Hochschulabsolventen suchen, könnte Ihre strategische Zielimage-Entscheidung ganz anders ausfallen.

Erst, wenn Strategie und Image unternehmensindividuell definiert sind, richten Sie im zweiten Schritt konsequent alle ihre Mitarbeiterbindungsmaßnahmen auf dieses Zielbild aus. Im dritten Schritt reden Sie darüber: in der Employer Brand Kommunikation, im Personalmarketing und im Recruiting.



Über den Autor

Gunther Wolf, Diplom-Ökonom und Diplom-Psychologe, ist Experte für Performance Management, erfolgsorientierte Unternehmensführung und organische Wachstumsstrategien. Er ist seit 1984 als Führungskräfte-trainer sowie zertifizierter Management- und Strategieberater national und international tätig. Kontakt: io@iogw.de