

## LASSEN SIE ANDERE WISSEN, WIE GUT SIE SIND! „EMPLOYER BRANDING“ AUCH IM MITTELSTAND KEIN PROBLEM

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Kampf um die besten Arbeitnehmer hat längst begonnen. Angekommen ist dies auch im Mittelstand. Internetauftritt, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit als Marketinginstrumente werden auch bei mittelständischen Unternehmen immer selbstverständlicher zur Schaffung eines positiven Bekanntheitsgrades als interessanter und zukunftsorientierter Arbeitgeber genutzt. Allerdings reichen diese oftmals als nebeneinanderstehende Einzelaktionen durchgeführten Maßnahmen nicht aus, um sich langfristig am Markt von anderen Unternehmen abzuheben. Wichtig ist bei allen Maßnahmen und Aktionen jedoch vor allem eines: Sie müssen inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmt sein, nur dann sind sie nachhaltig wirksam und langfristig erfolgreich. Dies bedeutet in der Praxis, die Unternehmen wissen und definieren, welches Image sie auf Seiten der potentiellen Mitarbeiter aufbauen wollen. Wollen sie als besonders innovativ gelten oder wollen sie beispielsweise als familienfreundliches Unternehmen wahrgenommen werden? Wenn die Zielsetzung feststeht, muss das Unternehmen entsprechende konkrete Maßnahmen umsetzen und natürlich regelmäßig darüber berichten. Maßnahmen, die die familienfreundliche Ausrichtung unterstützen, sind z. B. Zuschüsse zu Kinderbetreuungskosten oder ein Familiennachmittag in der Woche oder flexible Wochenarbeitszeiten, die sich den Kinderbetreuungszeiten der Mitarbeiterkinder anpassen, gelebte Frauenförderung etc..

Über all' diese Aktivitäten lassen sich regelmäßig Pressetexte und Meldungen verfassen, die ins Internet gestellt, an Presseportale und/oder relevante Medien verschickt werden. Ein vergleichsweise geringer Aufwand

mit einer beachtlichen Wirkung. Voraussetzung: Die Meldungen müssen auch wirklich kontinuierlich erstellt und verschickt werden. Viele Mittelständler sind ausgesprochen familienfreundlich und räumen Mitarbeitern mit Kindern besondere Konditionen ein – machen diese Tatsache aber für das eigene Unternehmen zu wenig nutzbar. Dabei gilt hier genau wie für andere Bereiche: "Tue Gutes und sprich darüber". Gerade durch ihre in der Regel guten Verbindungen in der Region haben mittelständische Unternehmen häufig einen Vorteil, den sie gezielt nutzen sollten. Hilfreich kann in einem ersten Schritt die Expertise eines Marketingprofis sein, der dabei unterstützt, die oft überdurchschnittlich guten Arbeitsplatzbedingungen des Unternehmens zu erkennen, in Worte zu fassen und erfolgreich zu vermarkten.

Employer Branding muss nicht teuer sein, um wirkungsvoll sein zu können.

Sind Sie an weiterführenden Informationen interessiert? Wir freuen uns über Ihre **ANFRAGE PER E-MAIL** oder telefonisch unter 0611-34 11 78 50.

### MFB

Manage Future Business

Hildastraße 14  
65189 Wiesbaden  
Telefon +49 611 34 11 78 50  
Telefax +49 611 34 11 78 59  
[kontakt@mfbresultants.com](mailto:kontakt@mfbresultants.com)  
[www.mfbresultants.com](http://www.mfbresultants.com)