

## IHK. Die Fachkräftesicherung



Die IHKs unterstützen ihre Mitgliedsunternehmen bei der Fachkräftesicherung. Alle Informationen und Leistungen dazu finden Sie unter:

[www.fachkraeftesicherung.ihk.de](http://www.fachkraeftesicherung.ihk.de)



Die IHKs in Baden-Württemberg sind Mitglied der Fachkräfteallianz Baden-Württemberg.



## IHK-Service vor Ort

IHK Bodensee-Oberschwaben  
[www.weingarten.ihk.de](http://www.weingarten.ihk.de)

IHK Heilbronn-Franken  
[www.heilbronn.ihk.de](http://www.heilbronn.ihk.de)

IHK Hochrhein-Bodensee  
[www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de)

IHK Karlsruhe  
[www.karlsruhe.ihk.de](http://www.karlsruhe.ihk.de)

IHK Nordschwarzwald  
[www.nordschwarzwald.ihk.de](http://www.nordschwarzwald.ihk.de)

IHK Ostwürttemberg  
[www.ostwuerttemberg.ihk.de](http://www.ostwuerttemberg.ihk.de)

IHK Region Stuttgart  
[www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de)

IHK Reutlingen  
[www.reutlingen.ihk.de](http://www.reutlingen.ihk.de)

IHK Rhein-Neckar  
[www.rhein-neckar.ihk.de](http://www.rhein-neckar.ihk.de)

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg  
[www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de](http://www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de)

IHK Südlicher Oberrhein  
[www.suedlicher-oberrhein.ihk.de](http://www.suedlicher-oberrhein.ihk.de)

IHK Ulm  
[www.ulm.ihk.de](http://www.ulm.ihk.de)

Titelbild: Fotolia



# Fachkräfte finden mit Arbeitgebermarketing

[www.fachkraeftesicherung.ihk.de](http://www.fachkraeftesicherung.ihk.de)

Bei der Suche nach guten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern können Unternehmen viel von ihrem Know-how nutzen, das sie in einem anderen Bereich bereits selbstverständlich einsetzen – ihrer Werbung. Denn genau wie auf den Produktmärkten sollten sich Unternehmen auch auf dem Arbeitgebermarkt positionieren. Das bedeutet: Wer als Arbeitgeber attraktiv sein will, muss potenziellen Bewerbern deutlich machen, was für ihn spricht.

Stärken können zum Beispiel sein: die Positionierung im Markt, starke Produkte, Karriereperspektiven und Weiterbildungsmöglichkeiten, besondere Leistungszusagen an die Mitarbeiter, eine familienfreundliche Kultur, betriebliche Gesundheitsförderung oder die Werte des Unternehmens.

**Kleine und mittlere Unternehmen können oft mit spezifischen Eigenschaften punkten, etwa mit kurzen Entscheidungswegen, Offenheit der Geschäftsleitung für Belange der Mitarbeiter, ein familiäres Betriebsklima oder die Möglichkeit für engagierte neue Mitarbeiter, rasch Verantwortung zu übernehmen.**

Kommunizieren Sie Ihre Stärken in Ihren Stellenanzeigen, auf Ihrer Unternehmenswebsite, in attraktivem Informationsmaterial sowie über die Presse und Social Media. Knüpfen Sie direkte Kontakte zu Nachwuchskräften, etwa durch Kontakte zu (Hoch-)Schulen, Praktika, Berufsorientierungstagen, Betriebsführungen für Schüler, die Teilnahme an Berufsinformationsmessen oder eine von der IHK vermittelte Bildungspartnerschaft mit einer allgemeinbildenden Schule.

Wir haben für Sie im Folgenden die ersten Schritte zu erfolgreichem Arbeitgebermarketing zusammengestellt.

### 7-Punkte-Checkliste

- 1. Demografische Situation:** Analysieren Sie die Altersstruktur Ihrer Belegschaft bezogen auf einzelne Unternehmensbereiche. Welchen Personalbedarf sehen Sie in den kommenden Jahren? Helfen kann Ihnen dabei der IHK-Demografierechner ([www.demografierechner-bw.de](http://www.demografierechner-bw.de)). Leiten Sie daraus die Zielgruppen für Ihr Arbeitgebermarketing ab.
- 2. Ziele Ihres Arbeitgebermarketings:** Wollen Sie vor allem neue Fachkräfte finden, Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten, Personalbeschaffungskosten senken ...?
- 3. Ihre Stärken:** Stellen Sie Ihren Zielen gegenüber, was Sie als Arbeitgeber auszeichnet. Das finden Sie zum Beispiel in internen Workshops mit Vertretern verschiedener Fachbereiche heraus. Anhaltspunkte geben auch Bewerberportale im Internet.
- 4. Analysieren Sie Ihren Wettbewerb:** Was zeichnet Konkurrenzunternehmen als Arbeitgeber aus? Kommunizieren Sie, was Sie von Ihren Wettbewerbern unterscheidet.
- 5. Bindung an die Unternehmensmarke:** Verbinden Sie Ihre Arbeitgebermarke eng mit Ihrer Unternehmensmarke.
- 6. Kommunikationsstrategie:** Stellen Sie Ihr Konzept zunächst intern vor, gewinnen Sie Ihre Führungskräfte und Mitarbeiter als Markenbotschafter. Entwickeln Sie dann (mit einem Dienstleister zusammen) Ihre externe Kommunikationsstrategie und setzen Sie diese online und offline um. Beziehen Sie auch Ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ein. Übernehmen Sie Bausteine aus Ihrer Kommunikationsstrategie direkt in Ihre Personalbeschaffungsprozesse.
- 7. Evaluation:** Prüfen Sie die Wirkung Ihres Konzepts regelmäßig, das erste Mal nach rund einem halben Jahr.

Die Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg halten zum Thema Arbeitgebermarketing ein vielfältiges Angebot für Ihre Mitgliedsunternehmen bereit.

Die Leistungen der IHKs im Überblick:

- **Veranstaltungen,** Seminare und Workshops bündeln aktuelle Informationen und Praxistipps zu den Themen Arbeitgebermarketing und Social Media.

Aktuelle Veranstaltungen der IHKs in Baden-Württemberg unter [www.fachkraeftesicherung.ihk.de/veranstaltungen](http://www.fachkraeftesicherung.ihk.de/veranstaltungen)

- Auf den **Internetseiten** der zwölf IHKs finden Interessierte ein reichhaltiges Informationsangebot mit Veranstaltungen, praktischen Tipps, Kontaktadressen, Broschüren sowie Hintergrundinformationen.

Alle Websites auf einen Blick unter [www.fachkraeftesicherung.ihk.de/regionen](http://www.fachkraeftesicherung.ihk.de/regionen)

- **IHK-Mitgliedermagazine** informieren regelmäßig über neue Trends des Arbeitgebermarketings. Die Magazine erscheinen meist monatlich und haben zusammen eine Auflage von rund 300.000 Exemplaren.

Sie sind online abrufbar auf den Websites der IHKs.