

Wie sagen wir es unserer Zielgruppe

Attraktiver Arbeitgeber – Wirtschaftsförderung in Barleben

Passende Mitarbeiter zu finden und die Beschäftigten zu halten und zwar langfristig, wird zunehmend eine Herausforderung für jedes Unternehmen. Der Arbeitnehmer sucht sich seinen Arbeitgeber aus. Das ist die Veränderung, die neue Situation auf die insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) reagieren sollten und zwar rechtzeitig.

Neben dem demografischen Wandel und dem allgemeinen Fachkräftemangel kommen für KMU zusätzlich Wahrnehmungsnachteile durch einen nicht ausreichenden Bekanntheitsgrad hinzu.

Bekanntheit und Image, der Aufbau einer Arbeitgebermarke, hilft Unternehmen dabei als Arbeitgeber von potenziellen Bewerbern stärker wahrgenommen zu werden. Das verbessert nicht nur das Image, sondern auch die Arbeitgeberqualität. Ein nicht zu unterschätzender Aspekt im Wettbewerb.

KMUs haben im Vergleich zu großen Unternehmen und Konzernen für Mitarbeiter viel Attraktives zu bieten, nicht jedem Unternehmer ist das bewusst. Kurze Entscheidungswege, flache Hierarchien und damit Nähe zur Unternehmensleitung, Vielfältigkeit der Aufgaben, hohe Flexibilität,

ausgeprägtes Wertesystem und einiges mehr gehören dazu, jedoch muss es kommuniziert werden.



Sven Fricke,
Leiter Unternehmerbüro Barleben

Kommunale Wirtschaftsförderer sind gut beraten, wenn sie sich mehr und mehr in Unternehmensfelder hinein-denken und die Förderung nicht nur im Sinne der klassischen endogenen und exogenen Instrumente betreiben.

„Wenn die richtigen Leute wissen, dass es uns gibt, was wir machen und was uns auszeichnet, dann hat unsere Unternehmenswerbung ihr Ziel erreicht.“ Das ist treffend und einleuchtend, aber besonders für kleinere Betriebe und Unternehmen eine schwierige Aufgabe. Angesichts anstehender täglicher Aufgaben, un-

vorhergesehener Ereignisse im Alltagsbetrieb sowie fehlender Kapazitäten, findet eine systematische Planung häufig wenig Beachtung. Hier braucht es Unterstützung. „Die Gestaltung von Unternehmen obliegt den Unternehmen. Wir wollen uns nicht anmaßen dahingehend Aufgaben zu übernehmen. Was wir aber tun können, ist Potenzial zur Verfügung zu stellen und Dienstleistungen zu organisieren“, so Sven Fricke, Leiter des Unternehmerbüros Barleben.

„Die Chancen und Möglichkeiten der Wahrnehmung unserer ansässigen Unternehmen müssen verbessert werden. Da können unsere Webportale nützliche Medien sein. Gemeinsam mit einem professionellen Unternehmen haben wir dafür ein Web-Tool entwickelt. Darüber hinaus bieten wir Beratung und Konzeption für die Herausarbeitung und inhaltliche Umsetzung der richtigen Botschaften und Positionierung an“.

Das setzt echtes Interesse voraus, dazu noch Mühe, Zeit und Geld – das Engagement zahlt sich aber mittel- und langfristig aus und wird zu einem echten Standortvorteil.

www.wirtschaftsstandort-barleben.de



Der Arbeitsmarkt im Wandel