

# Auf das Image kommt es an

Employer Branding wird immer wichtiger, um das richtige Personal zu finden.

••• Von Michael Fiala

WIEN. Herbert Kling, Geschäftsführer von meinungsraum.at, im medianet-Interview über Employer Branding und warum Unternehmen mehr bieten müssen als ein hohes Gehalt.

**medianet:** Für viele Unternehmen wird es immer schwieriger, gute Mitarbeiter zu finden. Hat meinungsraum.at die richtigen Antworten darauf gefunden?

**Herbert Kling:** Wir haben viele Antworten darauf gefunden. Besonders mit dem neuen Tool EmPro, mit dem wir Emotionen, die Marken bei potenziellen Mitarbeitern auslösen, messen können, haben wir das Thema Mitarbeiterbefragungen revolutioniert. Die im vergangenen Jahr durchgeführten Grundlagenstudien zeigen, dass sich die Gesellschaft derzeit in einem großen Wandel befindet.

**medianet:** Können die Unternehmen nicht aus einem großen Pool von derzeit über 300.000 Arbeitslosen schöpfen?

**Kling:** Das sind nur Zahlen und die muss man mit Vorsicht genießen. Nicht jeder Jobsuchende passt zu jedem Unternehmen. Besonders junge und gut ausgebildeter Nachwuchs ist rar. Die Gründe dafür liegen nicht zuletzt in einer Umkehrung der Bevölkerungspyramide. Zudem liegt vor uns eine der größten Pensionierungswellen. Darüber hinaus tickt die junge Generation bei der Arbeitssuche völlig anders. Dominierten früher die Unternehmen den Markt, so sind es heute zunehmend die Jobsuchenden. Der ‚War for talents‘ spitzt sich zu. Unternehmen brauchen neue kreative Ansätze – das Schlagwort heißt hier Employer Branding.



© Meinungsraum/Oliver Gast

**Herausforderung Employer Branding** meinungsraum.at-Chef Herbert Kling: „Nicht jeder Jobsuchende passt zu jedem Unternehmen.“

**medianet:** Die nachfolgende Generation tickt völlig anders?

**Kling:** Der Arbeitsmarkt hat sich verändert. Immer mehr Bewerber sind Teil der Generation Z und haben andere Vorstellungen von ihrem Arbeitsleben. Die Jobsuche hat sich zu einer sehr persönlichen und emotionalen Angelegenheit entwickelt, deswegen kommt man mit Hard Facts wie etwa Gehalt, die in

diversen Jobportalen gehortet werden, nicht mehr sehr weit. Unsere Studien belegen, dass es immer öfter darum geht, welches Image ein Unternehmen dem Bewerber vermitteln kann. Die Soft Skills spielen eine immer entscheidendere Rolle.

**medianet:** Also müssen die Bewerber bei der Jobsuche auf ei-

ner psychologischen Ebene angesprochen werden?

**Kling:** Genau, der Kampf um Bewerber kann nur mit einem positiven Markenimage gewonnen werden, und durch erfolgreiches Employer Branding wird es leichter, neue Mitarbeiter anzuwerben. Dazu müssen Firmen wissen, welche emotionalen Motive ihre Zielgruppe bei der Jobsuche antreiben. Genau das können wir bei meinungsraum.at mit EmPro herausfinden. Daraus können wir sogar ableiten, wie und auf welchen Kanälen ein spezielles Unternehmen möglichst effizient potenzielle Mitarbeiter ansprechen kann.

**medianet:** Was ist der Schlüssel für ein erfolgreiches Recruiting?

**Kling:** Die härteste Währung in diesem Bereich ist das Markenimage. Je besser positiver die Marke wahrgenommen wird, desto weniger Probleme habe ich im Recruiting und bei der Mitarbeiterbindung. Wir verbringen einen Großteil unserer Zeit am Arbeitsplatz und wollen dabei Spaß haben, uns weiterentwickeln und vor allem wollen wir etwas Sinnerfülltes tun. Nur Regale zu schlichten oder im Akkord in einer Großküche Essen zu produzieren, sind keine attraktive Perspektive.

**medianet:** Welche Services bietet meinungsraum.at beim Thema Employer Branding an?

**Kling:** Wir haben ein eigenes Kompetenzteam für diesen Bereich, das deutlich mehr bietet als nur Daten und Fakten rund um das Thema Employer Branding. Mit viel Expertise können wir aus den in den Studien gewonnen Informationen klare Lösungsansätze für Unternehmen zum Thema Employer Branding entwickeln.