

Zielgruppe: Beratende von KMU

# Infoblatt Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)



**THEMEN:** FACHKRÄFTEMANGEL • PERSONALGEWINNUNG • PERSONAL/DEMOGRAPHIE • UNTERNEHMENSKULTUR • STRATEGIE  
**ART DER HILFE:** FACTSHEETS/FACHINFORMATIONEN



## KURZBESCHREIBUNG

Der Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgebermarkenbildung (Employer Branding)“ führt Beratende von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) schrittweise und systematisch durch den Prozess der Arbeitgebermarkenbildung und gibt ihnen zahlreiche geeignete und konkrete Maßnahmen an die Hand, um sich gemeinsam mit dem Kundenbetrieb mit dem Thema zu befassen.



**Titelblatt Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“ © Handwerkskammer Koblenz**

## Was ist der Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgebermarkenbildung (Employer Branding)“?

Der Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgebermarkenbildung (Employer Branding)“ erläutert zunächst was unter einer Arbeitgebermarke (Employer Branding) verstanden wird. Das Ziel einer Arbeitgebermarke ist, das Wohlbefinden der Beschäftigten im Betrieb zu stärken und diese somit langfristig an den Betrieb zu binden und gleichzeitig ein positives Arbeitgeberimage nach außen zu generieren, um potenzielle neue Arbeitnehmende anzusprechen. Soweit kann das Employer Branding ein wirksames Werkzeug sein, um Fachkräfte zu gewinnen.

Der Infotext benennt eine Reihe von Vorteilen, die durch die Etablierung einer Arbeitgebermarke erreicht werden können, wie z. B. ein größerer Pool an Bewerbern.

Anschließend führt der Infotext schrittweise durch die nachhaltige Etablierung einer Arbeitgebermarke und betont dabei, wie wichtig es schon während der Planung ist, geeignete Ressourcen (sowohl personelle als auch finanzielle) zur Verfügung zu stellen, um diese Marke auch langfristig zu pflegen.

1. **Analyse:** Im ersten Schritt geht es darum, die Stärken und die Schwächen des Kundenbetriebs herauszuarbeiten. In dieser Phase können auch Mitarbeitende und Kunden miteinbezogen werden (z. B. in Form einer Mitarbeitenden- oder Kundenbefragung). Der Infotext gibt konkrete Leitfragen an die Hand, die in dieser Phase herangezogen werden können, wie beispielsweise das Betriebsklima. Ergänzt werden die Erkenntnisse aus der Stärken-Schwächen-Analyse durch eine Zielgruppen-

wie auch durch eine Wettbewerbsanalyse, wozu der Infotext ebenfalls Impulse gibt.

2. **Konzeption:** Nachdem der Kundenbetrieb analysiert wurde, kann die Arbeitgebermarke festgelegt werden. Hierzu werden z. B. Alleinstellungsmerkmale und zentrale Kernwerte herausgestellt, die sich z. B. in einem Leitbild wiederfinden können. Leitfragen unterstützen Beratende bei der Konzeption einer Arbeitgebermarke.

3. **Umsetzung:** Für die Umsetzungsphase gibt der Infotext Impulse sowohl für die interne als auch externe Kommunikation der Arbeitgebermarke. An dieser Stelle werden auch konkrete Hinweise genannt, worauf bei beiden Kommunikationsstrategien zu achten ist, wie beispielsweise die zeitliche Reihenfolge

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium für Bildung und Forschung



Zielgruppe: Beratende von KMU

# Infoblatt Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)



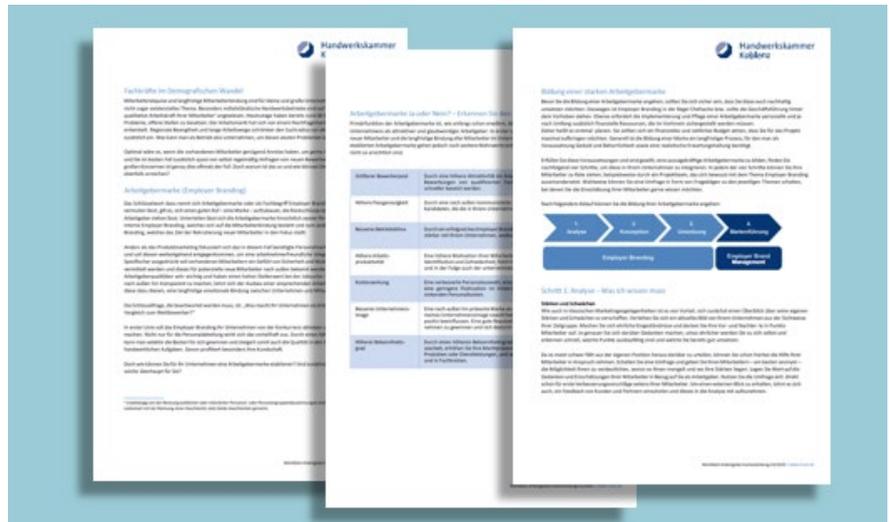
**THEMEN:** FACHKRÄFTEMANGEL • PERSONALGEWINNUNG • PERSONAL/DEMOGRAPHIE • UNTERNEHMENSKULTUR • STRATEGIE  
**ART DER HILFE:** FACTSHEETS/FACHINFORMATIONEN

der Kommunikationsstrategien. Im Detail ist bei der internen Kommunikation vor allem auf Authentizität zu achten, bei der externen Kommunikation beispielsweise auf ein einheitliches und wiedererkennbares Bild nach außen. Zudem werden im Infotext Kommunikationswege für die externe Kommunikation vorgeschlagen (z. B. Regionalzeitungen, Online-Stellenanzeigen, Social-Media-Kanäle).

4. **Markenführung:** Der Infotext weist darauf hin, dass die Aufrechterhaltung einer Arbeitgebermarke ein kontinuierlicher Prozess ist, der insbesondere von der Betriebsführung ausgeht und von Beratenden unterstützt werden kann. Der Infotext gibt hier auch konkret fünf Führungsprinzipien an die Hand, mit denen die Sicherung der Arbeitgebermarke gelingen kann, wie beispielsweise Mitarbeiterorientierung und regelmäßige Partizipation der Beschäftigten.

## Welchen Mehrwert hat der Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“ für Beratende?

Für Beratende bietet der Infotext eine hervorragende Möglichkeit, sich in kurzer Zeit umfassend mit dem Thema Arbeitgebermarke (Employer Branding) zu beschäftigen und die wichtigsten Zusammenhänge zu erkennen. Darüber hinaus gibt der Infotext Impulse für Maßnahmen, die im Rahmen der Beratung gemeinsam mit dem Kunden-



Auszug aus dem Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“ © Handwerkskammer Koblenz

betrieb angegangen werden können, um ihn bei der Etablierung einer Arbeitgebermarke zu unterstützen. Der Infotext bietet Leitfragen und Prinzipien zur Markenführung, die Beratende bei der Analyse und Entwicklung einer Arbeitgebermarke unterstützen und sicherstellen, dass diese mit den individuellen Zielen und Werten des Betriebs in Einklang steht.

## Wie können Beratende den Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“ nutzen?

Der 13-seitige Infotext bietet eine systematische und schrittweise Herangehensweise an die Etablierung einer Arbeitgebermarke und bildet dabei alle relevanten Faktoren ab. Beratende können sich an der Struktur orientieren und die vorgeschlagenen Maßnahmen wie Mitarbeiterbefragungen, Zielgruppen- und

Wettbewerbsanalysen mit dem Kundenbetrieb durchführen und anschließend bei der Gestaltung und der nachhaltigen Implementierung der Arbeitgebermarke unterstützen.

## Wer hat den Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“ erarbeitet?

Der Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“ wurde im Jahr 2025 von der Handwerkskammer Koblenz veröffentlicht.



### ZUGANG

Der **Infotext: „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)“** ist online und kostenfrei erhältlich.

