

Zielgruppe: Betriebsräte

Infoblatt Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)



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



KURZBESCHREIBUNG

Der Infotext „Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgebermarkenbildung (Employer Branding)“ führt schrittweise und systematisch durch den Prozess der Arbeitgebermarkenbildung und gibt Betriebsräten zahlreiche geeignete und konkrete Maßnahmen zur Markenbildung. Hierbei steht auch die Partizipation der Beschäftigten im Fokus.



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 für Betriebsräte zunächst, was unter einer Arbeitgebermarke (Employer Branding) verstanden wird. Das Ziel einer Arbeitgebermarke ist, Strukturen zu schaffen, die das Wohlbefinden der Beschäftigten im Betrieb stärken, um sie langfristig an den Betrieb zu binden und gleichzeitig ein positives Arbeitgeberimage nach außen zu generieren, um potenzielle neue Beschäftigte anzusprechen.

Der Infotext benennt eine Reihe von Vorteilen, die durch die Etablierung einer Arbeitgebermarke erreicht werden können, wie z. B. ein verbessertes Betriebsklima und eine höhere Identifikation der Beschäftigten mit dem Unternehmen.

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 zu pflegen.

1. **Analyse:** Im ersten Schritt geht es darum, die Stärken und die Schwächen des eigenen Betriebs auszuloten. In dieser Phase können auch der Betriebsrat, Beschäftigte sowie Kundinnen und Kunden miteinbezogen werden (z. B. in Form einer Beschäftigten- oder Kundenbefragung). Der Infotext gibt konkrete Leitfragen an die Hand, die in dieser Phase herangezogen werden können, wie beispielsweise die Frage nach der Wahrnehmung und Einschätzung des Betriebsklimas. 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 Betrieb analysiert wurde, kann die Arbeitgebermarke festgelegt werden. Hierzu werden u.a. Alleinstellungsmerkmale und zentrale Kernwerte herausgestellt, die sich z. B. in einem Leitbild wiederfinden können. Durch Leitfragen wird die Konzeption der Arbeitgebermarke unterstützt. Bei der Entwicklung einer Arbeitgebermarke können auch Betriebsräte eine wichtige Rolle einnehmen und sich aktiv beteiligen.
3. **Umsetzung:** Für die Umsetzungsphase gibt der Infotext Impulse für die Kommunikation der Arbeitgebermarke sowohl nach innen als auch nach außen. An dieser Stelle werden konkrete Hinweise genannt, worauf bei beiden Kommunikationsstrategien zu achten ist. Diese beziehen sich beispielsweise auf die

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium für Bildung und Forschung



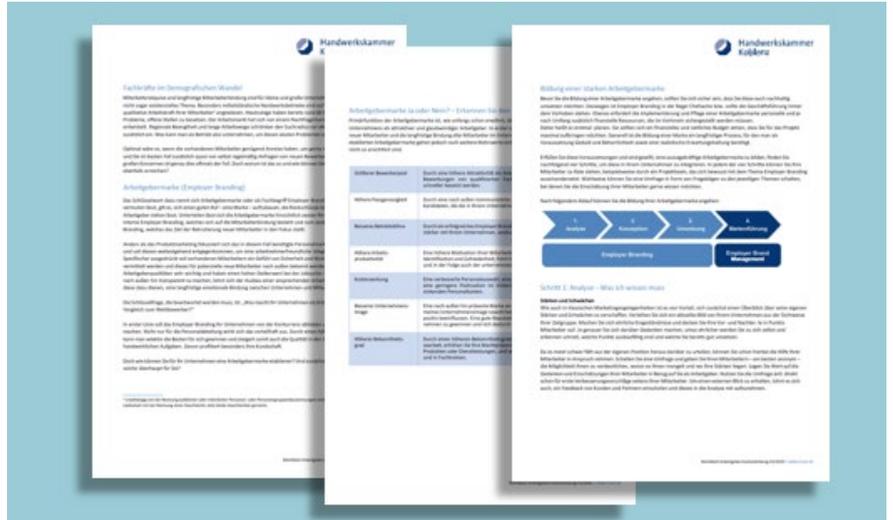
Zielgruppe: Betriebsräte

Infoblatt Fachkräfte im Handwerk – Arbeitgeber Markenbildung (Employer Branding)



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

zeitliche Abfolge der beiden 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), auch dabei können Betriebsräte unterstützen



- 4. Markenführung:** Der Infotext weist darauf hin, dass die Aufrechterhaltung einer Arbeitgebermarke ein kontinuierlicher Prozess ist, der insbesondere von der Betriebsführung ausgeht. Der Infotext gibt hier fünf Führungsprinzipien an die Hand, mit denen die Sicherung der Arbeitgebermarke gelingen kann. Als hilfreiche Führungsprinzipien begreift der Leitfaden Aspekte wie eine transparente und wertschätzende Kommunikation zwischen Führungskraft und Beschäftigten sowie den Einbezug und die Beteiligung der Beschäftigten an der Gestaltung der Arbeitgebermarke.

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

Kommt es im Zuge der Arbeitgeber Markenbildung zu Maßnahmen die u.a. die Arbeitsplätze, den Arbeitsab-

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

lauf, die Arbeitszeiten, das Arbeitsentgelt oder die Arbeitsumgebung betreffen muss der Betriebsrat im Zuge seiner Mitbestimmungsrechte einbezogen werden (§§ 87, 91 Betriebsverfassungsgesetz).

Darüber hinaus werden praxisorientierte Beispiele und Leitfragen zur Markenbildung gegeben, die Betriebsräten helfen, konkrete Maßnahmen zu ergreifen und mit der Geschäftsführung konstruktiv zusammenzuarbeiten.

Wie können Betriebsräte 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. Betriebsräte können diesen Infotext kostenlos herunterladen und nutzen, um einen Überblick über den gesamten

Prozess der Arbeitgebermarkenbildung und geeignete Maßnahmen zu erhalten und sich auf dieser Basis aktiv in diesen Prozess einbringen.

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.