

MARKETING-LEITFADEN FÜR SYLTER ARBEITGEBER

Grundlagen und Möglichkeiten des Employer Brandings für Unternehmen ab einem Mitarbeiter. Für die Schaffung einer starken Arbeitgebermarke, die auffällt, sich abhebt und Bewerber anspricht.

#INSEL
LEBEN

LEBEN UND ARBEITEN AUF

SYLT 

EMPLOYER BRANDING FÜR SYLTER BETRIEBE

NEUE MITARBEITER FINDEN UND BINDEN



Um geeignete Bewerber auf ihre freien Stellen aufmerksam zu machen und sie von ihrem Betrieb zu überzeugen, müssen sich Sylter Unternehmen mehr denn je als attraktive Arbeitgeber präsentieren.

Denn wer etwas zu bieten hat (und weiß, das zu zeigen), hat auch größere Chancen, am Ende neue Mitarbeiter zu finden und langfristig an das Unternehmen zu binden. Doch dafür müssen sich die Sylter Betriebe von ihren konkurrierenden Unternehmen abheben – und hier kommt das sogenannte Employer Branding ins Spiel. Der Begriff beschreibt alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreifen kann, um die Marke des eigenen Unternehmens zu stärken und ein attraktiver Arbeitgeber zu sein.

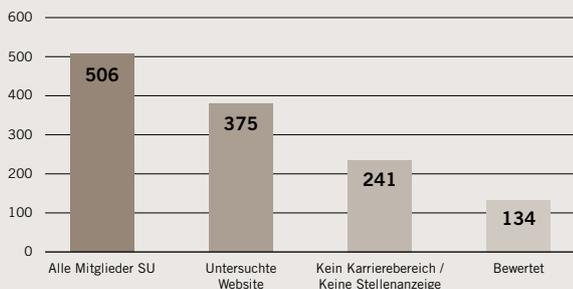
Maßnahmen mit Wirkung

Wie wichtig solche Maßnahmen sind, verdeutlichen die Zahlen: Im August 2022 waren rund 1.000 offene Stellen auf der Jobbörse der SMG unter www.sylt.de/jobs gelistet. Suchte ein Bewerber nun nach dem Schlagwort „Servicekraft“, erschienen

33 Einträge. Auf der einen Seite also 33 Sylter Restaurants, die eine Servicekraft suchen – und auf der anderen Seite ein Bewerber, der nur einen Arbeitsvertrag unterschreiben wird. Für welchen Betrieb er sich am Ende entscheidet, hängt von vielen Faktoren ab, die durch das Employer Branding beeinflusst werden können.

Dass es bei der Mitarbeitersuche auf der Insel aktuell noch Optimierungsbedarf gibt, zeigt der von Sylt Marketing durchgeführte Website-Check: Zwei Drittel der Mitglieder der Sylter-Unternehmer haben auf ihrer Homepage keinen Karrierebereich, also eine Unterseite der eigenen Website, die sich nur an potenzielle Bewerber richtet. Dabei erhöht eine aussagekräftige Karriereseite die Sichtbarkeit als Arbeitgeber deutlich und verbessert die Chancen, passende Bewerber zu finden.

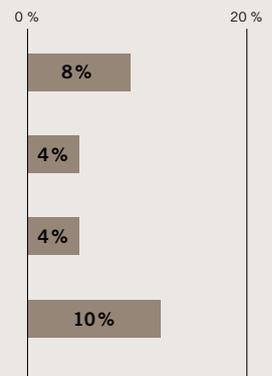
Website-Check „Karrierebereich“



375 Websites wurden untersucht, 134 wurden bewertet (35%)

Stellenanzeigen

Wird Wohnraum zur Verfügung gestellt oder bezuschusst?



Fahrtkostenzuschuss für Mitarbeitende vom Festland

Wird die Höhe der Urlaubstage genannt?

Wird in irgendeiner Form etwas zur Vergütung gesagt?

Prozent aller geprüften Unternehmen

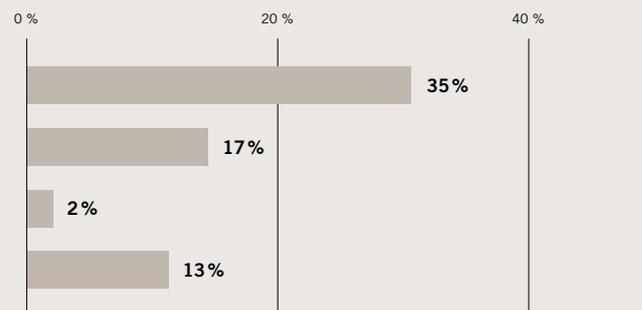
Einblick ins Unternehmen

Gibt es auf der Unternehmensseite einen eigenen Karrierebereich?

Gibt es Informationen zu Weiterbildungsprogrammen?

Wird auf die Bewertungen auf kununu verwiesen?

Führt das Unternehmen Argumente für sich als Arbeitgeber auf?



Anteil in Prozent an allen geprüften Karriereseiten

BEISPIEL WONNE WORKS

MIT NEUER KARRIERESEITE ZU NEUEN MITARBEITERN

In Zeiten, in denen sich Unternehmen um Fachkräfte bemühen müssen, ist die Karriereseite ein Magnet für mehr Bewerbungen.

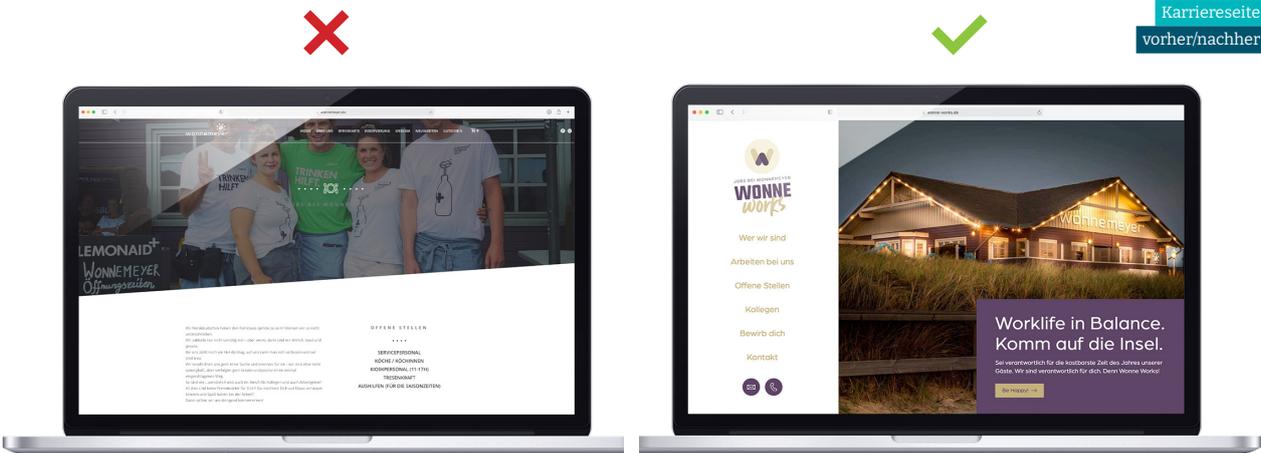
Sylt Marketing hat exemplarisch eine Seite umgestalten lassen. Um aufzuzeigen, wie wichtig die direkte Ansprache an Jobsuchende ist, hat Sylt Marketing die Karriereseite von Wonnemeyer von der Freisinger Agentur Kasper Communications überarbeiten lassen, da das Restaurant bis dato zu den am schlechtesten bewerteten Website-Check-Betrieben gehörte. Die neue Seite www.wonne-works.de zeigt, wie mit kurzen, aber aufschlussreichen Texten, aussagekräftigen Fotos und ein wenig Kreativität ein sympathisches Bild des Restaurants für Bewerber geschaffen werden kann. Dafür wurde eine eigene Leitmarke geschaffen, mit einem Motto und einem klar erkennbaren Logo, angelehnt an die Farben der Weststrandhalle.

Dazu schaffen persönliche Geschichten und Bilder auf der Seite Emotionen. Die Inhaber stellen sich vor, sie berichten

über ihren Betrieb, ihren Qualitätsanspruch und die Arbeit im Unternehmen. Es wird beschrieben, was einen Mitarbeiter erwartet – sowohl im Restaurant als auch auf Sylt. Zudem wirken Fotos, auf denen die Mitarbeiter der Stammcrew gut gelaunt abgebildet sind und kurz vorgestellt werden, einladend und der Bewerber weiß bereits im Vorfeld, wo die Reise hingeht.

15 qualifizierte Bewerbungen

Ein Experiment mit erfolgreichem Fazit: Mit einem Budget von 400 Euro wurde die Seite nur bei Instagram und Facebook beworben, erreicht wurden dabei 40.000 Menschen. Im Testzeitraum zwischen dem 6. und 16. Februar 2022 besuchten insgesamt 660 Nutzer die Seite und die Inhaber erhielten über 15 qualifizierte Bewerbungen.



Vorher waren die „Stellenanzeigen“ auf wonnemeyer.de gut versteckt, ganz unten auf der Startseite gab es einen Link zur „Karriereseite“.

- Keine genauen Jobbeschreibungen
- Kein Bewerbertool
- Keine Bilder der Kollegen
- Keine Auskunft über Benefits
- Kein „Wofür stehen wir eigentlich“

So sieht die neue Karriereseite seit 1. Februar aus. Die komplette Karriereseite ist unter wonne-works.de zu finden.

Nun findet sich die Verlinkung zur Karriereseite auch direkt auf der Startseite von wonnemeyer.de.

WAS IST EIGENTLICH EMPLOYER BRANDING?

Das Ziel von Employer-Branding-Maßnahmen ist die Gewinnung von Mitarbeitenden sowie ihre langfristige Bindung an das Unternehmen.



Melden Sie sich gerne bei Fragen:

Kathrin Barz,

Leitung Arbeitgebermarketing

Sylt Marketing GmbH

E-Mail: k.barz@sylt.de

Genaugenommen bezeichnet der Begriff einen ganzen Prozess, in dem Betriebe ihre Arbeitgebermarke aufbauen, mit der sie um Mitarbeiter werben. Unternehmen können die Maßnahmen selbständig in die Hand nehmen – oder sich von Profis beraten lassen. Die Hamburger Agentur hooman EMPLOYER MARKETING bietet für Sylter Betriebe als erste Orientierung Lösungspakete an (siehe Seite 8). Ferner können auch die auf Sylt etablierten Agenturen für Ihren Betrieb Employer-Branding-Strategien entwickeln. Damit zielgerichtete Maßnahmen entwickelt werden können, sollten Unternehmen – egal wie groß sie sind – folgende Fragen für sich beantworten können:

- Was macht uns als Unternehmen aus?
Was macht uns besonders?
- Worin unterscheiden wir uns von anderen Unternehmen?
- Welche Benefits können wir unseren Mitarbeiter:innen bieten?
- Wer sind unsere Bewerber-Zielgruppen?
Welchen Bedarf müssen wir decken?
Wie sieht unser Unternehmen in zwei, drei oder auch fünf Jahren aus?
- Was spricht unsere Zielgruppen an? Bilder, Videos, längere inhaltliche Beiträge?
Und wo erreichen wir diese Zielgruppe?
- Welche Werte wollen wir als Unternehmen vermitteln?
- Wie ist der Ist-Zustand unserer Arbeitgebermarke und was wollen wir mit unseren Employer-Branding-Maßnahmen erreichen?
- Welches Budget steht uns zur Verfügung?

Welche Employer-Branding-Maßnahmen gibt es?

Für externes Employer Branding haben sich unter anderem die folgenden Maßnahmen als wirksam erwiesen:

- Arbeitgeberbewertungsportale (kununu)
- Imageanzeigen und Imagevideos
- Infoveranstaltungen in Abschlussklassen
- Tag der offenen Tür in Berufsschulen
- Aufschlussreiche Karrierewebsite
- Ansprechende Stellenanzeigen

Die folgenden Maßnahmen haben positiven Einfluss auf die Arbeitgebermarke:

- Benefits für Mitarbeiter (Altersvorsorge, Gesundheitsvorsorge, Angebot für Familie von Kita bis Pflege, Firmenwagen, Jobrad, Sachbezüge, Jobticket)
- Flache Hierarchien
- Gemeinsame Aktivitäten
- Je nach Möglichkeit flexible Arbeitsgestaltung bzgl. Ort und Zeit
- Mitarbeiter-werben-Mitarbeiter-Programm
- Moderne, ergonomische Arbeitsplätze
- Rückzugsmöglichkeiten für Pausenzeiten
- Vergütung
- Weiterbildungsmöglichkeiten und Karriereperspektiven

Grundsätzlich sind der Kreativität weder bei den internen noch externen Maßnahmen Grenzen gesetzt. Mutig sein, eigene Wege gehen und das Wissen und die passende Ansprache der eigenen Recruiting-Zielgruppen führen erfahrungsgemäß zu den besten Ideen.

FRÜHER MUND-ZU-MUND-PROPAGANDA, HEUTE KUNUNU

DER BLICK HINTER DIE KULISSEN: MITARBEITER BEWERTEN IHRE ARBEITGEBER

Es ist für Sylter Betriebe nicht ungewöhnlich, im Internet bewertet zu werden. Meist geschieht dies von Seiten des Gastes, der, nicht immer zum Wohlgefallen des Gastgebers, seine (Un-)Zufriedenheit bei Google, Trip-Advisor oder Yelp veröffentlicht.

Doch nicht nur Gäste und Kunden, auch (ehemalige) Mitarbeiter haben die Möglichkeit, im Internet ihre Arbeitgeber zu bewerten. Die größte Arbeitgeber-Bewertungsplattform in Europa ist Kununu. Hier können aktuelle und ehemalige Mitarbeiter anonym Unternehmen in verschiedenen Kategorien bewerten, sowohl mit einem Text als auch mit Noten von Eins (schlecht) bis Fünf (sehr gut). Jobsuchende, die sich für einen bestimmten Betrieb interessieren, erhalten dort einen Einblick in individuelle Bewertungen von Mitarbeitern, Ehemaligen, Azubis oder auch Bewerbern, die nur den Bewerbungsprozess durchlaufen haben. Das schafft eine neue Transparenz, gewissermaßen einen Blick hinter die Kulissen des Unternehmens. Was früher Mund-zu-Mund-Propaganda war, ist heute mit ein paar Klicks recherchiert.

Nicht ignorieren, sondern nutzen

Für potenzielle Bewerber ist Kununu eine wichtige Informationsplattform – auf der anderen Seite stehen die bewerteten Unternehmen aber häufig vor der Herausforderung, richtig damit umzugehen. Da der Trend jedoch nicht mehr aufzuhalten ist, sollten auch Sylter Arbeitgeber Kununu nicht länger ignorieren, sondern, ganz im Gegenteil, proaktiv nutzen und ihre Mitarbeiter dazu aufrufen, das Unternehmen zu bewerten. Wem die Plattform bisher unbekannt ist, sollten einen Blick darauf werfen und die Möglichkeit in Betracht ziehen, sie im Rahmen des eigenen Personalmanagements aktiv zu nutzen. Denn regelmäßige neue Bewertungen geben aktuelle und authentische Einblicke in die Arbeitsabläufe, die Stimmung im Betrieb und andere wichtige Faktoren, die wiederum Bewerber überzeugen können. Vor allem eine glaubwürdige positive Bewertung eines bestehenden Mitarbeiters ist dabei ein enorm wichtiger Indikator.

Bei Kritik richtig reagieren

Was aber tun bei negativen Bewertungen? Wie stellt man Dinge richtig und wie reagiert man, ohne die Sache zu verschlimmern? Unternehmen haben auf Kununu die Möglichkeit, die Erfahrungsberichte und Bewertungen der Nutzer, um eigene Firmeninformationen zu ergänzen. Dafür bietet Kununu ein kostenpflich-



kununu

Ihr Feedback bringt uns nach vorne!

Logo oder QR-Code einfügen

Bewerten Sie uns auf **kununu.com**

Kununu Profil der Sylt Marketing GmbH:
www.kununu.com/de/sylt-marketing

tiges Employer-Branding-Profil an. Darüber hinaus können Unternehmen einzelne Bewertungen kommentieren und Stellung beziehen. Diese Funktion steht allen Firmen kostenlos zur Verfügung.

Aber auch aus kritischen Stimmen kann das Unternehmen einen positiven Effekt generieren, indem anhand des Feedbacks Verbesserungspotentiale entdeckt und umgesetzt werden. Am Ende schaffen die vielen subjektiven Bewertungen verbunden mit den Firmeninformationen dem Jobsuchenden eine wertvolle Orientierungshilfe, um den für ihn geeigneten Arbeitgeber zu finden.

KOSTENFREI FÜR SYLTER BETRIEBE UND IN KOOPERATION MIT DER SYLTER ZEITUNG

JOBBÖRSE FÜR INSULARE ARBEITGEBER

Um die insularen Betriebe zu unterstützen, hat die Sylt Marketing Gesellschaft unlängst eine Online-Kampagne gestartet mit dem Ziel, Arbeitnehmer für die Insel als neuen Lebens- und Arbeitsort zu begeistern.

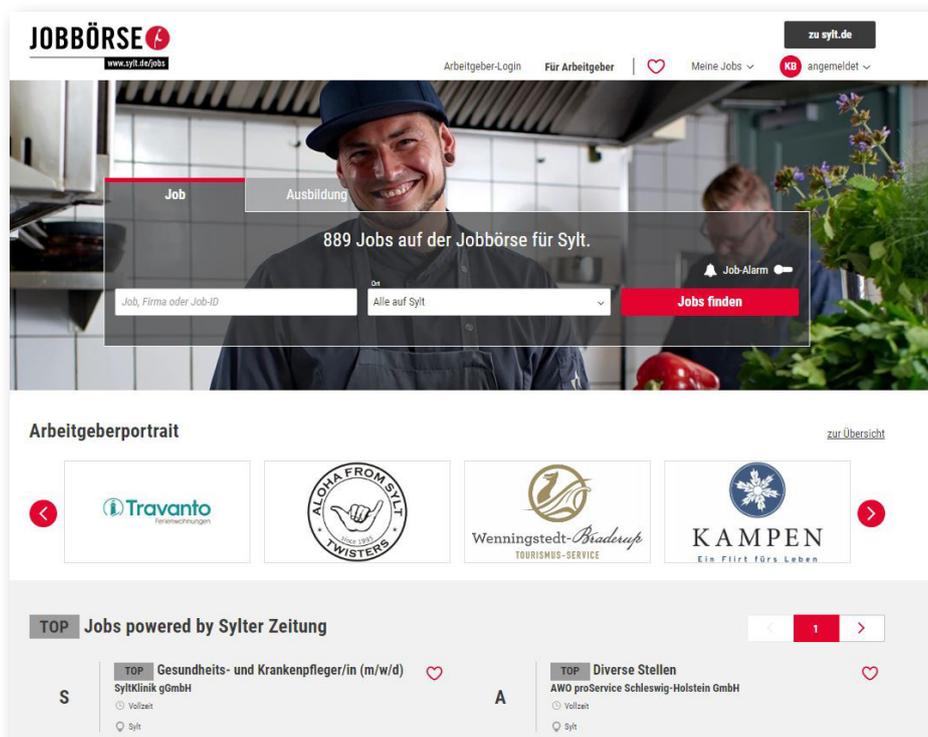
Neben der Landingpage sylt.de/inselleben, auf der es viele Informationen zum Leben und Arbeiten auf Sylt gibt, ist ein zentraler Baustein der Kampagne die unter sylt.de/jobs erreichbare Jobbörse. Sie ermöglicht Arbeitnehmern die zielgerichtete Suche nach freien Stellen auf der Insel, ob Festanstellung, Ausbildung oder Minijob.

Die Technik dahinter

Die Jobbörse greift auf sämtliche Jobdatenbanken und Websites zu und zeigt den interessierten Jobsuchenden übersichtlich alle im Internet auffindbaren freien Stellen auf Sylt. Und das mit großer Reichweite: Da die Homepage sylt.de eine starke und vielbesuchte Domain ist, wird auch ihre Unterseite sylt.de/jobs in der Google-Suche ganz weit oben angezeigt. Dadurch ist die Jobdatenbank der SMG reichweitenstark und verzeichnet seit ihrer Veröffentlichung kontinuierlich hohe Besucherzahlen. Dank der Kooperation mit der Sylter Zeitung können die Anzeigen online und offline beworben werden.

Sylter Betriebe haben aber auch die Möglichkeit, eigenständig und kostenfrei ihre Stellenanzeigen direkt in die Jobbörse einzupflegen und zu verwalten. Dafür ist lediglich eine Registrierung erforderlich. Beim Entwerfen ihrer Anzeige werden sie von einem digitalen Stellen-Anzeigen-Manager geleitet, der sie Schritt für Schritt durch das Programm führt. Die Attraktivität der Anzeigen kann durch ein individuelles Arbeitgeberprofil und die Integration des Firmenlogos, Fotos oder Illustrationen und Anpassung an das Corporate Design erhöht werden.

Zudem können sich die Unternehmen in der SMG-Jobbörse ein individuelles Arbeitgeberportrait erstellen und damit interessierten Bewerbern einen ersten Einblick hinter die Kulissen des Unternehmens gewähren. Mit Hilfe von Bildern, Videos, Social-Media-Accounts und weiteren Benefits wie der Bereitstellung von Wohnraum und Fortbildungsmöglichkeiten kann zudem für das Unternehmen geworben werden.



Direkt auf der Startseite finden sich die Top Jobs Anzeigen. Hier werden die Printanzeigen der Sylter Zeitung nochmals ausgespielt.

HERANGEHENSWEISE

WERDEN SIE ZU EINEM ÜBERZEUGENDEN ARBEITGEBER!

Mit diesen Schritten helfen wir gerade den kleinen Unternehmen auf der Insel dabei, mit überschaubarem Aufwand ihre Identität als Arbeitgeber zu definieren.



Schritt 1

Analyse und Strategie



Schritt 2

Interne Verankerung



Schritt 3

Externe Kommunikation



Schritt 4

Arbeitgebermarkenmanagement

Schritt 1:

Dieser Schritt ist der „Urknall“ aller nachfolgenden Maßnahmen, die im Rahmen des Projekts angestoßen werden. Dabei unterteilt sich dieser in die Analyse, bei der Aspekte wie HR-Kennzahlen, Rahmenbedingungen, Arbeitsmarktumfeld sowie Ist- und Sollperspektive abgedeckt werden. Im nachfolgenden Strategieteil wird die Positionierung des Arbeitgebers inkl. Erarbeitung der EVP bzw. des Arbeitgebermarkenkerns durchgeführt.

Schritt 2:

In diesem sehr wichtigen Schritt wird die neue Arbeitgeberpositionierung in interne Prozesse (z. B. Interviewführung) und Elemente (z. B. Stellenanzeigen-Templates) eingearbeitet und in die Belegschaft kommuniziert und implementiert, so dass die Mitarbeitenden künftig genau wissen, wofür das eigene Unternehmen als Arbeitgeber steht, dies verinnerlichen und nach außen kommunizieren können.

Schritt 3:

Nachdem eine saubere Analyse durchgeführt und das Unternehmen mithilfe einer starken EVP positioniert und diese in der Belegschaft verankert wurde, beginnt mit diesem Schritt die externe Kommunikation in die Talent-Zielgruppe. Dazu wird die Arbeitgeberpositionierung in ein kreatives Konzept überführt und mit einem überzeugenden Aussagen in den jeweils sinnvollen Medien ausgespielt.

Schritt 4:

In diesem Schritt wird die Arbeitgebermarke durch die strukturierte Steuerung aller Aktivitäten und Messung auf Erfolgskurs gebracht. Die Zielsetzung besteht in der nachhaltigen Etablierung und Entfaltung der Wirksamkeit der Marke. Grundsätzlich wird dies durch die Menschen im Unternehmen verantwortet, wir unterstützen jedoch sehr gerne punktuell dabei.

hooman
EMPLOYER MARKETING

Die nachfolgenden, beispielhaft aufgeführten Lösungspakete werden im Verbund mit unserem Partner hooman EMPLOYER MARKETING angeboten. Der Vorteil besteht dabei aus deren tiefgreifender Expertise in Kundenprojekten unterschiedlicher Größe zusammen mit schlanken Organisationsformen. Verlässlich, professionell und kreativ, das sind unsere Ansprüche an uns und die Projekte mit den Sylter Unternehmen.

Über unseren Partner

hooman EMPLOYER MARKETING setzt an der Schnittstelle von Marketing und dem Finden & Binden von Mitarbeitenden an. Dabei wird umfassende Marketing-, Branding- und Kampagnenexpertise für die gezielte Identifikation von und Kommunikation mit Talenten angewendet. Gleichzeitig spricht hooman die Sprache von Geschäftsführungen und Personalverantwortlichen und berücksichtigt deren Situation und Herausforderungen, um mithilfe von Employer Branding einen wichtigen Wettbewerbsvorteil im Kampf um Talente zu schaffen und nachhaltig erfolgreich sowie zukunftsfähig zu werden.

Weitere Informationen: www.hooman-em.de

EMPLOYER BRANDING FÜR IHR UNTERNEHMEN

Optimierte Mitarbeitergewinnung mit den richtigen Maßnahmen

Produktpaket Basis: Mini-Kampagne für Ihr Recruiting

Ziel: Lokale Sichtbarkeit mit geringem Aufwand und kleinem Budget. Wir führen eine Bestandsaufnahme der offenen Stellen und den Maßnahmen durch und entwickeln neue Formate, die den neuesten Recruiting-Trends entsprechen.

Bestandteile:

- Recruiting-Beratung (1h)
- Erstellung eines Recruiting-Worksheets
- Entwicklung eines Stellenanzeigentextes
- Entwicklung eines Motivs in drei ausgewählten Formaten (z.B. Social Media, Aushang und Anzeige in Tageszeitung)
- Kompakte Handlungsempfehlungen für eine zielgruppengerechte Recruiting-Strategie

Preis: 3.000 EUR

Produktpaket Himmelsstürmer: Arbeitgeberattraktivität

Ziel: In vier Schritten zum attraktiven Arbeitgeber. Gute Arbeitgeberkommunikation ist authentisch und identitätsbasiert – Unternehmen sind nur dann attraktive Arbeitgeber, wenn sie auch leben, was sie nach innen und außen kommunizieren. In den drei Schritten wird die Arbeitgebermarke auf ein solides Fundament gestellt, der vierte Schritt macht die Arbeitgebermarke bekannt.

Teil 1 Workshop: Education (via Zoom)

- Präsentation der Grundlagen von Employer Branding und Herausforderungen beim Finden & Binden
- Stakeholdermanagement: Wen brauchen wir im Team?

Teil 2 Workshop: Strategie-Entwicklung (via Zoom / vor Ort)

- Workshop zur Kulturanalyse und Zukunfts-Interviews mit der Geschäftsführung
- Entwicklung der Positionierungsstrategie und kulturellen Passungskriterien

Teil 3 Interne Verankerung (remote)

- Identifizierung von relevanten Touchpoints des internen Employer Brandings (z.B. Führung, Onboarding etc.)
- Entwicklung einer Roadmap zur Synchronisierung der Touchpoints mit der Strategie

Preis: 12.000 EUR

Teil 4: Externe Aktivierung an relevanten Kontaktpunkten

- Entwicklung einer individuellen Recruiting-Kampagne
- Erarbeitung einer Social Media Strategie
- Überarbeitung von Karriere-Website und Stellenanzeigen

Preis: auf Anfrage, da abhängig vom Umfang

Produktpaket Einsteiger: Ihr Recruiting-Upgrade

Das Ziel: Optimierung der Mitarbeitergewinnung. Damit Ihre Mini-Kampagne auf fruchtbaren Boden fällt, optimieren wir die Candidate Experience, insbesondere Ihre Karriere-Website und Stellenanzeigen sowie den Bewerbungsprozess.

Bestandteile:

- Präsentation der Grundlagen von Employer Branding
- Erstellung eines Recruiting-Worksheet
- Recruiting-Beratung (2h)
- Entwicklung eines Motivs in drei ausgewählten Formaten (z.B. Social Media Post, Aushang und Anzeige in Tageszeitung)
- Entwicklung eines Stellenanzeigentextes
- Kompakte Handlungsempfehlungen für eine zielgruppen-gerechte Recruiting-Strategie
- Analyse der Candidate Experience an den Touchpoints Karriere-Website und Bewerbungsprozess inkl. Handlungsempfehlungen
- Überarbeitung der Karriere-Website auf Basis von abgestimmten Entwürfen

Preis: 6.000 EUR

Produktpaket Durchstarter: Individuelle Recruiting-Kampagne

Ziel: Lokal die passenden Kandidaten ansprechen. Dabei gilt es herauszufinden, was „passend“ für Ihr Unternehmen bedeutet. In einem Workshop tauchen wir in Ihre Unternehmenskultur ein und finden heraus, was typisch für Ihr Unternehmen ist. Wir sammeln kulturelle Aspekte ihres Unternehmens und zeitgleich spannende Stories, die Kandidaten einen guten Einblick in Ihre Arbeitswelt geben werden.

Bestandteile:

- Standortbestimmung (2h): Wo stehen Sie, wo wollen Sie hin?
- „Typisch-Wir“-Workshop (3h) vor Ort/via Zoom mit Mitarbeitenden aus Ihrem Unternehmen zur Identifikation positionierungstauglicher Aspekte & spannender Stories
- Ausarbeitung von kulturellen Passungskriterien inkl. Handlungsempfehlungen für Ihr Recruiting
- Ausarbeitung einer Content-Kampagnen-Idee auf Basis des Inputs inkl. Produktion von Anzeigen (Visuals) in 3 unterschiedlichen Formaten

Preis: 8.000 EUR

Impressum

Sylt Marketing GmbH
Stephanstraße 6
25980 Westerland / Sylt