



Eine starke Arbeitgebermarke aufbauen

Eine gut etablierte Marke hilft, die besten Talente anzuziehen und zu halten.

In der Pflegebranche, wo qualifiziertes Personal das Herzstück des Erfolgs ist, wird der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke immer wichtiger. Angesichts des wachsenden Fachkräftemangels und der hohen Fluktuationsraten ist es entscheidend, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. In diesem Beitrag beleuchten wir, wie Pflegeeinrichtungen eine authentische Arbeitgebermarke aufbauen können.

Schlüsselemente & Strategien

Eine starke Arbeitgebermarke hilft nicht nur dabei, Top-Talente anzuziehen, sondern auch langfristig zu halten. Sie reflektiert die Kultur, Werte und das Versprechen eines Unternehmens gegenüber seinen Mitarbeitenden. Folgende Schlüsselemente machen eine erfolgreiche Arbeitgebermarke aus.

- **Unternehmenskultur und Werte:** Die in Ihrem Betrieb gelebten Werte sollten klar kommuniziert werden, um sicherzustellen, dass sie mit den Erwartungen und Werten der bestehenden und potenziellen Mitarbeitenden übereinstimmen.
- **Benefits:** Ansprechende Mitarbeiter-vorteile zeigen, dass sich das Unternehmen für sein Personal einsetzt

Praxistipp: Mitarbeitende einbinden

Konsistenz und Authentizität sind der Schlüssel zum Erfolg. Binden Sie Ihre Mitarbeitenden von Beginn an in den Prozess der Markenbildung ein, z. B. durch Mitarbeiterumfragen und Workshops. Im weiteren Verlauf können Sie diese auch als Markenbotschafter einsetzen und ihr Feedback nutzen, um Ihre Strategie zu formen.



und ihnen einen angemessenen Dank für ihre geleistete Arbeit entgegenbringt.

- **Mitarbeiterentwicklung:** Karriere-chancen und Weiterbildungsmöglichkeiten sind entscheidend, um Mitarbeitende langfristig zu motivieren und an das Unternehmen zu binden.
- **Arbeitsumfeld:** Ein positives und unterstützendes Arbeitsumfeld ist essentiell, um Mitarbeiterzufriedenheit und -bindung zu fördern.

Für die Markenbildung braucht es eine ausgeklügelte Strategie. Stehen die inhaltlichen Elemente Ihrer Marke fest, ist die effektive Kommunikation zentral. Transparenz und Ehrlichkeit sind ebenso entscheidend wie die Wahl der passenden Kanäle. Diese reichen von der Unternehmenswebsite und internen Kanälen (z. B. Intranet oder Mitarbeiter-App) bis hin zur aktiven Nutzung von Social Media und anderen Online-Plattformen, um die Sichtbarkeit und Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen.

Wichtig ist es außerdem, kontinuierlich an der Marke zu arbeiten und entsprechend der Marktanforderungen flexibel zu bleiben sowie die Marke kontinuierlich an die Bedürfnisse des Marktes anzupassen.

Fazit

Der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke in der Pflegebranche ist kein einmaliges Projekt, sondern ein fortlaufender Prozess. Eine gut etablierte Marke kann nicht nur helfen, die besten Talente anzuziehen und zu halten, sondern stärkt auch das allgemeine Image Ihres Unternehmens.

MEHR ZUM THEMA

fokus-d.de/employer-branding-und-personal-gewinnung

Foto: fokus digital GmbH



Giovanni Bruno
Geschäftsführender
Gesellschafter fokus
digital GmbH
www.fokus-d.de