



RAVEN51 EXPERT INSIGHTS

Talent Activation

Alternativen
zum Employer Branding
für KMUs

Talent Activation

Alternativen zum Employer Branding für KMUs

Im Recruiting und Personalmarketing haben mittelständische Unternehmen gegenüber großen Konzernen oft das Nachsehen.

Raven51-Experte Oliver Mattern erklärt, warum konventionelles Employer Branding für Hidden Champions oft nicht funktioniert und wie KMUs auf Grundlage des Konzepts „Talent Activation“ die passenden Talente gewinnen.



Über den Experten und Raven51:

Oliver Mattern

ist seit über 20 Jahren einer der führenden Experten für HR-Marketing, Employer Storytelling und Arbeitgeberkommunikation. Als Director Strategy berät er Unternehmen zum Thema Talent Attraction.

Raven51

hebt Recruiting auf ein neues Level. Mit über 51 Jahren Markterfahrung und der geballten Kompetenz von mehr als 160 Recruiting-Spezialisten ist Raven51 eine der TOP 5 HR-Marketing-Agenturen in Deutschland.

Unsere Kernkompetenzen: Employer Branding & Marketing, Job Advertising und Recruiting Services mit digitalem Footprint.

„KMUs können bei der Markenbekanntheit von Global Playern nicht mithalten.“

Du sagst, KMUs brauchen keine perfekte Arbeitgebermarke, um erfolgreich zu kommunizieren. Warum?

Oliver Mattern:

Wenn wir uns die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber anschauen, fällt auf:

Die Global Player belegen immer die Spitzenplätze. Das zeigt, dass wir die Arbeitgebermarke als Teil der Unternehmensmarke verstehen müssen.

Je stärker diese Unternehmensmarke ist, desto erfolgsversprechender ist auch ein strategisches Employer Branding.

Internationale Konzerne haben viel Geld und Zeit in ihre Markenbekanntheit investiert. Das rentiert sich auch in der Recruiting-Kommunikation:

Allein der Anblick eines bekannten Logos – sei es Red Bull oder Fritz-Kola, Porsche oder Tesla – reicht aus, um bei Kandidaten das Belohnungssystem zu aktivieren, den Ausstoß von Botenstoffen wie Dopamin zu veranlassen und sie in eine positive Belohnungserwartung zu versetzen.

Da können Hidden Champions nicht mithalten.



Die fünf wichtigsten Takeaways:

- Personalwerbung ist dann erfolgreich, wenn sie das Belohnungssystem von Talenten aktiviert.
- Weil bekannte Unternehmensmarken immer auch das Belohnungssystem von Jobsuchenden aktivieren, haben internationale Konzerne im Employer Branding einen enormen Vorteil gegenüber KMUs.
- KMUs müssen das Belohnungssystem von Talenten deshalb unabhängig vom komplexen Konstrukt „Marke“ aktivieren.
- Talent Activation ist eine Technik, mit der KMUs ihre Zielkandidaten systematisch ins Zentrum der Kommunikation rücken können.
- Sie hilft, zielgruppenorientierte Botschaften und aufmerksamkeitsstarke Werbemittel zu entwickeln, um schneller und erfolgreicher zu rekrutieren.

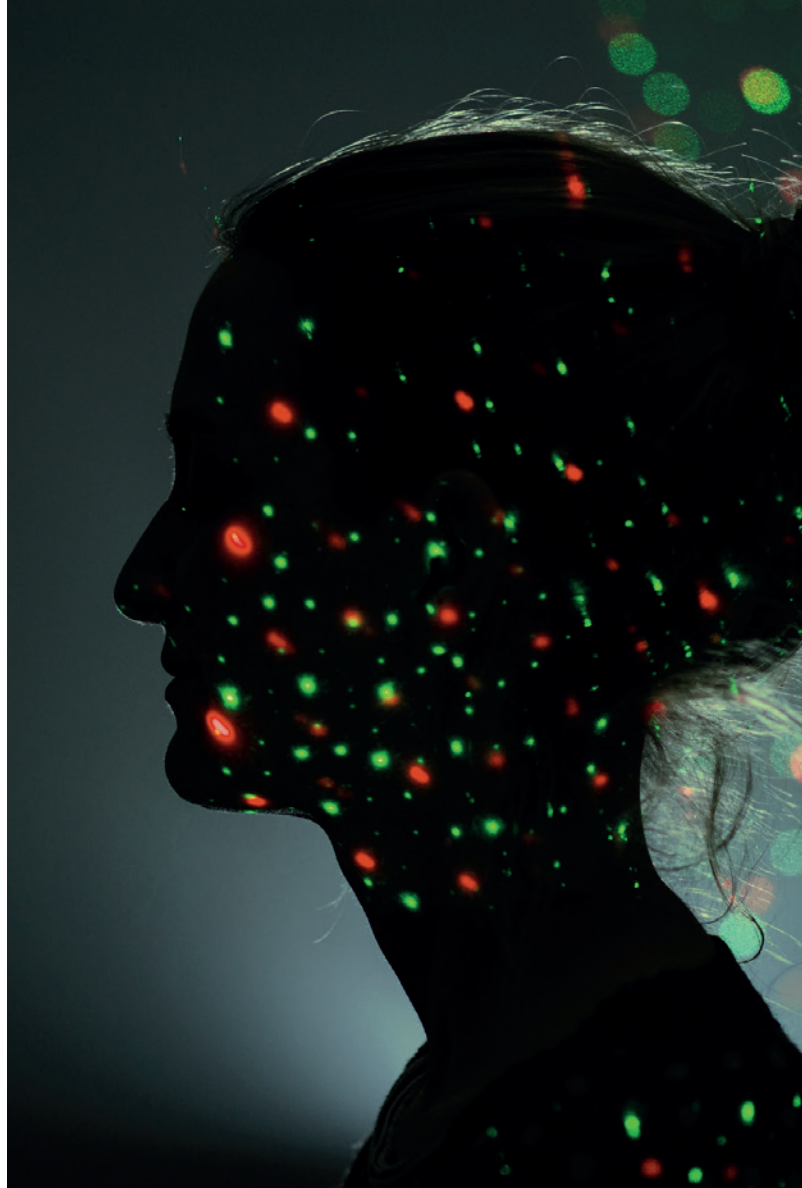


GUT ZU WISSEN

Employer Branding:

Aufbau und Positionierung einer strategischen Arbeitgebermarke (Employer Brand), die die Attraktivitätsfaktoren des Unternehmens nach innen und außen kommuniziert.

„Arbeitgeber-
auftritte
müssen das
Belohnungs-
system der
Kandidaten
aktivieren.“



Was ist die Alternative zum
strategischen Employer Branding?

Oliver Mattern:

Das Gehirn ist jeden Tag einer riesigen Flut von Reizen ausgesetzt. Unser Belohnungssystem hilft uns, diese komplexe Reizüberflutung zu kanalisieren:

Bedeutung hat für uns nur das, was unser Belohnungssystem für bedeutsam hält.

Das heißt: Unsere Kandidaten entscheiden unbewusst und in Sekundenbruchteilen, ob ein Informationsangebot für sie interessant ist oder nicht.

r^3

Das Belohnungssystem geht dabei nach der r^3 -Regel vor. Es fragt sich nacheinander:
Ist etwas 1. reizvoll, 2. relevant und 3. rentabel.

Nur der letzte Aspekt wird tendenziell rational und bewusst bewertet – die Fragen nach dem Reiz und der Relevanz hingegen sind eine Sache der Emotion und des Unbewussten. Wir müssen also mit Arbeitgebereauftritten sowohl unbewusste als auch bewusste Entscheidungsmomente adressieren: durch Aufmerksamkeitsstärke, relevante Informationen und eine klare Vorteilsargumentation. Das gilt für Karriere-Websites ebenso wie für Stellenanzeigen, Social Media Ads oder die Direktansprache.

„Mit authentischem Zielgruppencontent stehen die Talente im Mittelpunkt.“

Wie können KMUs vorgehen, um ihre Talent Activation zu verbessern?

Oliver Mattern:

Indem man in der gesamten HR-Kommunikation die Talente in den Mittelpunkt stellt und eben nicht die Marke. Zielgruppencontent aus Mitarbeiterperspektive ist hier ein vielversprechender Weg:

- Gesichter von authentischen Personen erzeugen immer noch ein hohes Maß an Aufmerksamkeit (1. reizvoll),
- schaffen Identifikationspotenzial (2. relevant)
- und können Vorteile für die Zielgruppe authentisch vermitteln (3. rentabel).



Aus der Zielgruppenperspektive denken heißt dabei auch, für jede spezifische Zielgruppe eigene Botschaften zu formulieren.

Gerade in KMUs sollten wir uns von dem Gedanken verabschieden, dass eine einzige Markenlogik, eine einzige Form der Kommunikation für sämtliche Berufe und Einstiegslevel funktionieren könnte. Anstatt uns in ein allzu enges Arbeitgebermarkenkorsett zu schnüren, nutzen wir die Corporate Brand als kommunikative Klammer, innerhalb der wir frei agieren können. Wir fragen uns: Wie kann mein Markenauftritt genau die Gestalt annehmen, die ich für mein konkretes Recruiting-Projekt brauche?





„Kandidatenorientiert kommunizieren heißt, sich von Lehrbuchdogmen freizumachen.“

Wer kann von Talent Activation besonders profitieren?

Oliver Mattern:

Jeder, der pragmatische Wege sucht, um mehr passende Talente für sein Unternehmen zu gewinnen.

Talent Activation hilft dabei, sich von komplexen Markenbildern und kommunikativen Regeln freizumachen. Dadurch kann sich HR neu fokussieren: Auf das, was Kandidaten wirklich interessiert, und auf die wichtigsten Hebel, um mit eigenen Ressourcen schnelle Erfolge zu erzielen. Voraussetzung dafür ist, dass wir Lehrbuchdogmen zum Thema Employer Branding hinter uns lassen – und uns erlauben, den Arbeitgeberauftritt explizit am Kandidaten und seinem Belohnungssystem auszurichten.

Sie wollen sich dauerhaft
als attraktiver Arbeitgeber
positionieren?



WWW.TALENTATTRACTION.DE

Bildnachweise:

Titel: ThisIsEngineering | pexels.com
Seite 2: jock + scott | photocase.de
Seite 3: kallejipp | photocase.de
Seite 4: kallejipp | photocase.de
Seite 5: Andrea Piacquadio | pexels.com
ROMBO | pexels.com
Seite 6: Gustavo Fring | pexels.com

+49 800 7283651 • mail@raven51.de • www.raven51.de

Raven51 

NEXT LEVEL RECRUITING