

TRÜMPFE AUSSPIELEN

EMPLOYER BRANDING IN FAMILIENUNTERNEHMEN

The Family Butchers ist ein deutsches Unternehmen der Fleischwarenindustrie mit Sitz in Versmold im Kreis Gütersloh. Das Unternehmen hat sich in Sachen Employer Branding neu aufgestellt.

Familienunternehmen haben als Arbeitgeber einiges zu bieten, geraten aber im Ringen um Fach- und Führungskräfte mit DAX-Konzernen oft ins Hintertreffen. Das soll unter anderem ein spezielles Job- und Employer-Branding-Portal für Familienunternehmen ändern.

Der aktuelle Arbeitsmarkt befindet sich im Spannungsfeld zweier unterschiedlicher Entwicklungen. Der Fachkräftemangel dürfte sich in den kommenden Jahren noch zuspitzen. Laut der Studie „Fachkräftemigrationsmonitor“ der Bertelsmann-Stiftung von Januar 2021 rechnen 54 Prozent der Unternehmen dieses Jahr mit einer Knappheit an Fachkräften. Zeitgleich befürchten viele Absolventen und Young Professionals, es gäbe keine Arbeitsstellen, wie auch Prof. Dr. Alwine Mohnen, Inhaberin des Lehrstuhls für Unternehmensführung an der TU München, beobachtet: „Wir sehen, dass viele unserer Absolventen die Sorge bewegt, der Arbeitsmarkt verfüge über keine Stellen mehr. Dieser Eindruck wird sicherlich durch Mitteilungen zu Kurzarbeit und Entlassungen verstärkt.“ Damit bietet die aktuelle Lage die Chance, hochqualifizierte Fach- und Führungskräfte für sich zu begeistern. Das ist nicht immer einfach. In Deutschland werden überwiegend die großen DAX-Unternehmen öffentlich wahrgenommen und als prägend für die Wirtschaft gehalten. Bei vergleichbarer Leistungsfähigkeit stehen bei Absolventen und Young Professionals die bekannten Marken im Fokus und Familienunternehmen werden oftmals in ihrer wirtschaftlichen Bedeutung unterschätzt. So weiß

kaum jemand, dass es jedoch zu einem Großteil die familiengeführten Unternehmen sind, die Deutschlands Wirtschaft bestimmen. Als Folge wird Arbeitgebermarketing wichtiger. Unternehmen sollten in Employer Branding investieren und ihre Zielgruppen ansprechen. Doch wie setzt man an und wer ist die Zielgruppe?

VORZÜGE AUFZEIGEN

Arbeitssuchende bewegt nicht nur die Frage, ob ein Unternehmen rekrutiert, die Krise also bewältigt hat. Auch die Stimmungslage in Unternehmen ist von großem Interesse. Familienunternehmen haben gegenüber Großkonzernen viele Vorzüge, die sie im Employer Branding herausarbeiten sollten. Aus gemeinsamen Studien der Stiftung Familienunternehmen mit der TU München geht hervor, dass das Arbeitsumfeld in Familienunternehmen – Stichworte Arbeitsatmosphäre, Nachhaltigkeit und Purpose-Driven Jobs – heutigen Talenten viel näher kommt als im anonymen Großkonzern. Die zitierte, von der Stiftung Familienunternehmen in Auftrag gegebene Studie „Familienunternehmen als Arbeitgeber“ zeigt, dass 99 Prozent der Befragten „Teamgeist“ und „gute Arbeitsatmosphäre“ mit Familienunternehmen

assoziiieren und zu einem Kriterium ihrer Arbeitgeberwahl machen. Es reicht nicht, sich im Employer Branding auf die Zielgruppe der Arbeitssuchenden zu beschränken und als toller Arbeitgeber zu inszenieren – leere Versprechungen würden schnell offensichtlich. Was nach außen kommuniziert wird, muss im Inneren praktiziert werden. Employer Branding ist deshalb immer auch auf zufriedene Mitarbeitende ausgerichtet. Als glaubwürdigste Botschafter sind sie der Schlüssel zum Erfolg. Mitarbeiterbindung erfährt damit hohe Relevanz: Sie spart Zeit und Kosten und ist langfristig Erfolgsgarant auf den Ebenen des Recruitings und Employer Brandings.

KLAR IM VORTEIL

Es klingt bereits an, worin einer der wesentlichen Vorteile für Familienunternehmen liegt: in ihrer Fähigkeit, Mitarbeitende an sich zu binden. Im Wandel der Zeit durchdringt der Wertekanon eines jeden Familienunternehmens das Verhältnis von Unternehmen, Unternehmerfamilie und Mitarbeitenden und wirkt identitätsstiftend. Bei der Viega GmbH & Co. KG, einer der führenden Hersteller von Installationstechnik für Sanitär und Heizung, hat man einen übergeordneten Purpose und fünf dazugehörige Werte formuliert: „Der Purpose ist unser Nordstern, der uns täglich inspiriert und in die richtige Richtung weist“, so Anna Viegener, Nachfolgerin der Unternehmerfamilie und Vorsitzende der

Geschäftsführung. Zurecht ist man stolz auf die Erhaltung der Werte, die das Unternehmen seit über 120 Jahren bis an die Spitze getragen haben. „Dabei haben wir es geschafft, die Werte, die unser Unternehmen von Beginn an ausgezeichnet haben, zu erhalten – und sie bis heute als entscheidende Triebfedern unseres Erfolgs zu nutzen“, so findet sich das Ergebnis einer Mitarbeiterumfrage auf der Homepage des Unternehmens zusammengefasst. Mitarbeitende fühlen sich dadurch als Teil eines großen Ganzen, das es nachhaltig und sinnstiftend über Generationen hinweg zu bewahren gilt. Mit dem Purpose „Wir installieren die Lebensadern der Gebäude von morgen“ hat Viega es sich zur Aufgabe gemacht, das Leben der Menschen durch den Erhalt und die Weiterentwicklung von Trinkwasserhygiene, Energieeffizienz, Komfort und Sicherheit in Gebäuden besser zu machen. Als Mitglieder des Unternehmens tragen die Mitarbeitenden dazu bei und erfahren eine grundlegende Wertschätzung als Person. „Darüber hinaus stehen unsere Mitarbeiter [...] bei uns im Mittelpunkt. Durch ihre intensive Förderung und Weiterbildung schaffen wir es, nicht nur Viega insgesamt noch erfolgreicher zu machen, sondern auch jeden Einzelnen. Denn wir denken nicht in Quartalen, sondern in Generationen“, so wird der Gedanke fortgeführt. In dieser Grundhaltung liegt ein nicht zu unterschätzender Mehrwert für beide Seiten: Sie hat positive Auswirkungen auf die Arbeitsatmosphäre und fördert Teamgeist. ▶

GESTALTEN SIE IHRE ZUKUNFT INTELLIGENT!



Sichern Sie sich einen entscheidenden Vorteil für die Zukunft mit Unterstützung unserer künstlichen Intelligenz!

Überlassen Sie zeitintensive und lästige Aufgaben Ihrer Software. Unser neuentwickeltes Modul „Intelligentes Buchen“ arbeitet unter Nutzung von Verfahren künstlicher Intelligenz. Das Programm erkennt Ihre Belege, ermittelt die Kontierung und stellt Ihnen den fertigen Buchungssatz bereit. Dabei behalten Sie die volle Kontrolle.

So können Sie Ihre Zeit und Kompetenzen da einsetzen wo sie wirklich benötigt werden: zur Beratung Ihrer Mandanten!

Unsere Zukunft ist intelligent, gestalten Sie ihn mit!

Informieren Sie sich jetzt unter +49 711 45 124-0 oder auf www.simba.de


Simba
SOFTWARE

MANCHEN FEHLT NUR DER MUT

Damit hängen ein sinnstiftendes Unternehmensziel, gegenseitige Wertschätzung innerhalb einer verbindlichen Wertekultur und individuelle Förderung bei Familienunternehmen untrennbar zusammen. Peter Schöler, EVP Chief Human Resources Officer und Mitglied der Geschäftsführung bei Viega, verdeutlicht: „So wie wir gegenüber unserer Gesellschaft Verantwortung übernehmen und sie für die Zukunft stärken möchten, so tun wir das auch im Hinblick auf unsere Mitarbeitenden. Deswegen geben wir ihnen Raum zur Entfaltung am Arbeitsplatz und unterstützen auch weit darüber hinaus.“ Konkret äußert sich dies in Gesundheitstagen, einer Ferienbetreuung, der Anbindung an die Caritas und einem Shuttlebus. Im Gegenzug wird ein Wertebeitrag erwartet. Es geht nicht nur darum, was die Organisation tut, sondern auch darum wie, denn nicht zufällig sind alle Werte in Form von Aufforderungen formuliert. „Erreiche Ziele“ und „Habe Mut“ fordern zur Übernahme von Eigenverantwortung und klarer Leistungsorientierung auf, spielen aber auch in der firmeninternen Weiterbildung eine Rolle. Besonderes Augenmerk verdient deshalb die Viega Academy. Als Ort des Austauschs vernetzt sie Coaches, Human Resources und Fachbereiche. Hier setzt man sich aktiv mit der Unternehmenskultur auseinander. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich weiterzubilden. Horizontal wie vertikal, auf fachlicher wie auch auf persönlicher Ebene. Professionelle Trainings, interaktive Workshops und E-Learning-Module stehen bereit; Online-Formate eröffnen zunehmend die Möglichkeit flexibler Zeiteinteilung. Für Mitarbeitende bedeutet dies: Hier wird ein Ort zum Lernen geschaffen, mit Möglichkeiten, sich angepasst an den Alltag weiterzuentwickeln. Beste Voraussetzungen für eine individuell geförderte Karriere. Familienunternehmen können im Employer Branding jede Menge in die Waagschale werfen. Manchen fehlt es vielleicht nur an Mut. Hans-Ewald Reinert, Geschäftsführer TFB Holding, gehört jedenfalls nicht dazu. 2019 fusionierte er mit dem Unternehmen der Familie Kemper. Das neu entstandene Unternehmen wurde bewusst „The Family Butchers“ genannt. „Unser Selbstverständnis als Familienunternehmen war bei der Namensgebung ein wichtiger Aspekt“, betont er. „Es galt, Internationalität zu vermitteln, aber auch deutlich die Werte als Familienunternehmen zu verankern. Gerade als Arbeitgebermarke besitzt der Status als Familienunternehmen einen hohen Stellenwert.“ Die Studie „Markenbildung Familienunternehmen in Kontext der Arbeitgebermarke“ im Auftrag der Industrie- und Handelskammer Schwaben vom Friedrichshafener Institut für Familienunternehmen durchgeführt, gibt ihm Recht. Sie zeigt den Zusammenhang zwischen der Wahrnehmung als Familienunternehmen und Commitment auf. Je mehr ein Unternehmen als Familienunternehmen wahrgenommen wird, desto höher ist die emotionale Bindung, die es hervorruft.

SPEZIELLES EMPLOYER-BRANDING-PORTAL

Um die Positionierung als Familienunternehmen gewinnbringend einzusetzen, geht es im letzten Schritt an die Suche der geeigneten Kommunikationskanäle. Bei allem Mut keine einfache Aufgabe, wie auch Prof. Mohren bestätigt: „Ja, es ist richtig, dass Familienunternehmen vielfach den Vorstellungen junger Fach- und Führungskräfte entsprechen. Dieses Asset sollten die Familienunternehmen stärker in den Vordergrund stellen. Familienunternehmen bieten das, was die jungen Führungskräfte und Absolventen suchen. Bisher gibt



„Karriere im Familienunternehmen“, Deutschlands erstes Employer-Branding- und Jobportal für führende Familienunternehmen.

es aber nicht die einschlägigen Kommunikationswege, um beide Seiten zusammenzubringen.“ Hier setzt „Karriere im Familienunternehmen“, Deutschlands erstes Employer-Branding- und Jobportal für führende Familienunternehmen, an. Es geht auf eine Initiative des Entrepreneurs Clubs zurück. Wir wollen unseren Beitrag leisten, bei Fach- und Führungskräften der Generationen X, Y und Z das besondere Karriereumfeld speziell in Familienunternehmen aufzuzeigen. Mit bislang 55 auf dem Jobportal eingebundenen Familienunternehmen kommen wir bereits auf fast 4.700 offene Stellen in unserer Jobsuche. Sicher ist das eine gute Nachricht für Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger, die jetzt ihr Studium unter schwierigen Bedingungen erfolgreich abgeschlossen haben. „Karriere im Familienunternehmen“ versteht sich als nachhaltige Schnittstelle zwischen Familienunternehmen und hochqualifizierten Kandidaten und verknüpft Recruiting als festen Bestandteil mit einer Employer-Branding-Strategie. Um die Jobsuche nicht nur inhaltlich-informativ, sondern auch hinsichtlich der Durchführung optimal zu gestalten, soll eine eigens programmierte Jobsuchmaschine mit direkter Google-Anbindung Nutzerfreundlichkeit sowie eine hohe Aktualität der Stellenanzeigen gewährleisten. ■

www.karriere-familienunternehmen.de

STEFAN KLEMM

Stefan Klemm

Stefan Klemm ist Gründer und Betreiber des Entrepreneurs Club. Er studierte Maschinenwesen an der TU München und schloss 2003 als Diplom-Ingenieur ab. 2004 rief er den Entrepreneurs Club ins Leben als Netzwerk von Unternehmensnachfolgern und als Plattform, um Unternehmen ohne Nachfolger mit möglichen Käufern zusammenzubringen. Der Entrepreneurs Club bietet heute Services für große Familienunternehmen in strategischen Themenfeldern wie der Gewinnung von Fach- und Führungskräften sowie Vermittlung von Unternehmensbeteiligungen an. Zu den Kunden zählen rund 300 der 500 größten deutschen Familienunternehmen.

