

04|2016

bergische WIRTSCHAFT

IHK-Magazin für Wuppertal, Solingen und Remscheid

JETZT AUCH
ALS APP!



Schwerpunkt
**DAS MACHEN IHK-
SACHVERSTÄNDIGE**

Nachgefragt
**EMPLOYER BRANDING –
DARAUF KOMMT ES AN**

Meine Ausbildung
**MUSIC4FRIENDS –
AZUBIS ALS CHEFS**

DER WEG INS AUSLAND



www.wuppertal.ihk24.de

NEWS

- 4 Eisenwarenmesse in Köln – Bergisches Städtedreieck zufrieden
- 5 Erster Solinger Coworking Space
- 7 Bergische Lokalsender auf Erfolgskurs
- 8 Eine Frage, zwei Meinungen: Bergische Arena

TITELTHEMA

- 10 Chancen und Risiken im Ausland – Vertrauen ins Produkt

PORTRAIT

- 16 Gisbert Krämer GmbH
- 18 KEMPER-KONTAKT Gert Kemper GmbH
- 20 Bergische Innovation GmbH
- 22 Wohnweisend Immobilien - Vanessa Feyer & Sylvia Giebl-Kresin GbR

IHK

- 24 Gemeinsame Jahresplanung – IHK-Arbeitskreis Gesundheitswirtschaft NRW
- 25 Zweite Bergische Flüchtlings- und Integrationskonferenz zeigte erste Praxisbeispiele
- 26 Solinger Bezirksausschuss und Stadtpitze tauschten sich aus & Veranstaltungen

SCHWERPUNKT

- 28 IHK-Sachverständige – Experten für die Lösung von Rechtsstreitigkeiten
- 35 Neues aus Berlin und Brüssel

NACHGEFRAGT

- 36 Employer Branding

KULINARISCHES

- 38 CUP: Gefrorener Joghurt fürs Luisenviertel

TYPISCH BERGISCH

- 39 Mister Germany: Florian Molzahn

REGIONAL

- 40 Made im Städtedreieck: Pfeilring Maniküre
- 42 Ungewöhnliche Geschäftsideen: Craft Beer Kiosk

KNOW-HOW

- 46 5 Fragen an Mark Tomkins, Geschäftsführer der AHK USA Chicago
- 47 Social Media Tipps
- 48 Meine Ausbildung: Music4friends

STANDARDS

- 50 Handelsregister
- 63 Insolvenzen & Bekanntmachung
- 64 Foto des Monats



42 Thorsten Ulbrich setzt mit seinem Craft Beer Kiosk neue Akzente im Wuppertaler Luisenviertel.



48 Meine Ausbildung: Danielle Sörries (l.) und Michelle Krell waren einen Monat lang Chefinnen bei Music4friends.

IHK-APP

Die „Bergische IHK“-App ist im AppStore und Google Play Store sowie im Amazon App Shop erhältlich.



Titelbild:
Süleyman
Kayaalp
Abgebildet:
Heinz
Schmersal

Employer Branding

„DEUTLICHE BOTSCHAFTEN FORMULIEREN“

„Eine starke Arbeitgebermarke muss sorgfältig gebildet, strategiegenau aufgebaut und prägnant positioniert werden“, sagt Employer-Brand-Experte Gunter Wolf. Nur so können Unternehmen im schärfer werdenden Wettbewerb bestehen.

Herr Wolf, was ist eine „Employer Brand“?
Eine Employer Brand ist nicht das visuelle Symbol, die Tonfolge oder der Slogan, die wir mit Unternehmen, Produkten oder Dienstleistungen verbinden. Man kann eine Marke nicht sehen, riechen, schme-

cken oder anfassen. Nur gezielte Aktivitäten machen ein Unternehmen zu einer Marke – in den Köpfen der Zielgruppen. Für die Bildung kommen daher insbesondere unternehmenskulturelle Aspekte wie Werte und Ziele sowie andere überdau-

ernde Merkmale infrage. Erfolgreich ist eine Employer Brand dann, wenn Arbeitgeber mit ihr die Erwartungen der Zielkandidaten steuern und emotional Einfluss auf ihr Image nehmen können. Und wenn die Bewerberzielgruppe das Unternehmen allein durch Nennung der Arbeitgeberereigenschaften erkennt.

Wie geht Employer Branding richtig?
Das Bewusstsein über die Arbeitssituation und über die Relevanz der Arbeitgeberattraktivität für den Fortbestand des Unternehmens muss verankert sein, von der Aushilfe bis zum Geschäftsführer. Zur Bindung und Gewinnung von Mitarbeitern müssen alle beitragen. Sich deutlich abheben von Wettbewerbern ist entscheidend. Google etwa steht für eine einzigartige Spaß-plus-Erfolg-Kultur. Das ist bei der Zielgruppe der IT-Hochschulabsolventen verankert. Sofern die Kandidaten diese Kultur mögen, wird Google ihr Wunscharbeitgeber sein und kein anderes Unternehmen. Das ist erfolgreiches Employer Branding. Nicht erfolgreich war ein IT-Unternehmen, das Googles Chill-out-Rooms kopierte, um sich attraktiver zu machen. Dessen Kultur ähnelt der im öffentlichen Dienst, da-

Foto: Stefan Fries



Gunter Wolf ist Experte für die Entwicklung von Arbeitgebermarken.

her war das ein totaler Fehlschlag. Es kommt immer darauf an, welche Employer Brand und welche authentischen Eigenschaften damit transportiert werden sollen.

Ist Employer Branding flächendeckend im Bergischen angekommen?

Nach unseren Beobachtungen schrecken manche Geschäftsführer insbesondere von KMU davor zurück, da sie befürchten, mehr Leute im Personalwesen einstellen zu müssen. Das ist aber erfahrungsgemäß eine unumgängliche Investition, die sich durch sinkende Personalbeschaffungskosten amortisiert. Wer trotz starken Wettbewerbs an Kunden kommen will, muss gute Marketing- und Vertriebsmitarbeiter haben. Gleiches gilt am Arbeitsmarkt: Wer künftig ausreichend Personal anziehen will, braucht fähige Leute für Employer Branding und tüchtige Recruiter.

Was raten Sie Unternehmen in puncto Arbeitgebermarke?

Bei der Belegschaft ein Bewusstsein für die Knappheit der Humanressourcen schaffen und für die Folgen, wenn man Arbeitsmarkt-Veränderungen ignoriert. Die Bildung der Arbeitgebermarke zu einem Projekt machen, die Belegschaft bei der Ermittlung der zentralen Arbeitgebermarken-Eigenschaften einbinden. Die Employer Brand erst bei allen Mitarbeitern verankern, dann nach außen tragen, dabei deutliche Botschaften formulieren. Jede außenwirksame Maßnahme muss die Positionierung der Employer Brand unterstützen und ihre Merkmale verdeutlichen. Unterlassen werden sollte alles, was die Employer Brand verwässern könnte.

Das Gespräch führte Tonia Sorrentino.

ZUR PERSON

Gunther Wolf, Diplom-Ökonom und -Psychologe, ist Experte für Strategieentwicklung, -umsetzung, Performance Management und organisches Unternehmenswachstum. Der Wuppertaler ist seit 1984 als zertifizierter Management- und Strategieberater tätig und erhielt 2013 den Deutschen Managementbuchpreis. www.branding-employer.de

M94 Gemeinsam
besser
arbeiten.

PCS-centrex!
Mit IP-Telefonie
in die digitale
Zukunft* starten.

Nutzen Sie die moderne Form der Kommunikation – mit unserer Cloud-Telefonanlage.

Grenzenlose Möglichkeiten.

Gestalten Sie Ihren perfekten Arbeitsplatz. Die vollständige Integration von Telefon, Computer und Smartphone in die Cloud-Telefonanlage macht es möglich.

Örtliche Unabhängigkeit.

Ob unterwegs, im Außendienst oder im Home Office - nutzen Sie die Büronummer auf jedem Endgerät und verschaffen sich so die Freiheit im Arbeitsalltag.

Persönlicher Support – 24/7

Unser Team steht Ihnen rund um die Uhr zur Verfügung. Persönlich, schnell und zuverlässig.

ab

9,90 €¹
/ mtl.

inkl. Deutschland
Festnetz Flat

www.m94.de/tele

Sie haben Fragen? **Wir beraten Sie gerne.**
Tel.: 0212 - 2 67 99-0 | info@m94.de

* Ab 2018 wird die ISDN-Technik eingestellt.

1) Alle Preise pro Nebenstelle pro Monat und zzgl. MwSt. Monatlicher Grundpreis 9,90 €. Einmalige Einrichtungskosten 25,00 €. Mindestvertragslaufzeit 60 Monate. Dieses Angebot gilt nur für gewerbliche Endverbraucher. Ein Angebot der M94 GmbH, Merscheider Str. 94a, 42699 Solingen.