

Ultimo: Employer Branding ist mehr als eine Modeerscheinung

07.05.2013, 11:58 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Ultimo*

Presseagentur: *digitalmedia.de GmbH*



Ultimo ist ein interdisziplinärer Expertenverbund

Bielefeld. Markenbildung ganzheitlich denken und gestalten – Personalmanagement und Marketing sind untrennbar verbunden

Die Themen Fachkräftemangel, Positionierung und der Aufbau von Arbeitgeber-Marken (Employer Branding) sind in aller Munde. Es sind die drei Beratungsbereiche, die in den letzten Jahren am meisten an Bedeutung gewonnen haben. Doch viele Berater – und vor allem Unternehmensentscheider – betrachten diese Themen noch immer isoliert voneinander, gehen Lösungen eindimensional an. Personalberater und Headhunter auf der einen Seite, Marketingexperten und Kommunikations-Agenturen auf der anderen. Der interdisziplinäre Expertenverbund Ultimo möchte diese Herangehensweise ändern und bietet ganzheitliche Lösungen.

„Was nutzen immense Marketing- und Werbeausgaben, wenn die Mitarbeiter unzufrieden sind und schlecht über die eigene Firma sprechen“, fragt Jens Wörmann, Geschäftsführer und Moderator des rund 100 Berater und Experten umfassenden Ultimo-Verbundes. Marken und Unternehmen würden über das eigene Personal mindestens genauso wahrgenommen wie über die Medien und Hochglanzbroschüren. „Bei der Meinung der Mitarbeiter und deren Denken, Handeln und Auftreten entscheidet sich maßgeblich, wie ehrlich gemeint die schönen Werbebotschaften sind“, erklärt der Diplom-Betriebswirt Wörmann und mahnt, dass in Zeiten unzähliger sozialer Online-Netzwerke und zahlreicher Bewertungsportale – das bekannteste für die Bewertung von Arbeitgebern ist wohl das Portal Kununu – die Themen Marketing, Personalmanagement und Weiterbildung nicht mehr einzeln betrachtet werden dürften. „Moderne Beratungsansätze sind ganzheitlich und strategisch weitblickend“, so sein Credo.

Marken entstehen durch ein ganzheitliches, mehrdimensionales Markenerlebnis. Zu diesem gehören die Produkte, die Beratungs- und Servicequalität, die Zufriedenheit der Arbeitnehmer, das sichtbare Marketing und vor allem die gelebte Umsetzung der Unternehmenswerte. Arbeitnehmer sind heute wählerischer als früher was den eigenen Job angeht. „Schon heute können sich viele Arbeitnehmer ihr Unternehmen aussuchen und nicht mehr umgekehrt“, so Wörmann. Unternehmen reagieren also schon jetzt mit eigenen Marketingstrategien und positionieren sich als „guter Arbeitgeber“ – teils mit erheblichen Etats. „Leider wird oft versäumt, das Employer Branding in die gesamte Marken- und

Marketingstrategie sowie in die Personalwirtschaft einzubeziehen.“ Wer es schaffe, über das eigene Rekrutieren ein positives Image aufzubauen, könne an anderer Stelle seine Werbeausgaben reduzieren. „Die Mitarbeiter werden zum Markenbotschafter und Werbeträger – beginnend in der Rekrutierungsphase, nicht endend beim Service am Kunden“, formuliert der Ultimo-Gründer sein neues Beratungskonzept.

Im Rahmen des Ultimo-Verbundes arbeiten Personalberater, Personalentwickler, Trainer, Coaches, Positionierungsexperten sowie Marketingprofis und Agenturen interdisziplinär zusammen und entwickeln umfassende Lösungen. Markenmanagement, Personalmanagement und die perfekte Mitarbeiterschulung sowie Maßnahmen der Mitarbeiterbindung wie beispielsweise betriebliches Gesundheitsmanagement und moderne Vergütungssysteme werden als Kombination gedacht und entwickelt. „Die Menschen sind in der heutigen Zeit das wichtigste Kapital in einem Unternehmen. Dieses Kapital lässt sich auch für das eigene Marketing nutzen. Es geht darum, richtig in die Menschen zu investieren“, so Wörmann abschließend.

Weitere Informationen rund um den interdisziplinären und branchenübergreifenden Service- und Kompetenzverbund Ultimo und seine Experten sowie die Themen Fachkräftemangel, Personalberatung, Personalmanagement, Marketing, Employer Branding und Markenführung gibt es unter www.ultimo.org.

Portrait

Über Ultimo

Ultimo ist ein interdisziplinär ausgerichteter Partnerverbund mit über 100 selbständigen Unternehmern und Dienstleistungsspezialisten im gesamten deutschsprachigen Raum. Angebotsschwerpunkte sind kaufmännische Dienstleistungen, Büro- und Verwaltungstätigkeiten, Leistungen rund um die Unternehmenskommunikation und umfassende Managementservices für fast alle Geschäftsbereiche kleiner und mittlerer Unternehmen. Ultimo legt Wert auf praxisnahe, handfeste und nachvollziehbare Dienstleistungen zum fairen Preis und definiert sich als branchenübergreifender Service- und Kompetenzverbund. Ultimo ist eine Marke der Ultimo Verwaltungsdienstleistungen GmbH mit Sitz in Bielefeld.

News-ID: 717968 • Views: 182 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/717968/Ultimo-Employer-Branding-ist-mehr-als-eine-Modeerscheinung.html>