

## Checkliste Employer Branding Maßnahmen

Mit unserer Checkliste geben wir Ihnen ein Werkzeug in die Hand, dass Sie dabei unterstützen soll, Employer Branding in Ihrem Unternehmen zu etablieren. Die formulierten Maßnahmen sind als Beispiele und als Anregung für Ihre spezifischen Employer Branding Maßnahmen gedacht.

### Status quo erörtern: Analyse durchführen

#### Stärken und Schwächen analysieren:

- In welchen Bereichen ist das Unternehmen gut aufgestellt? Wo gibt es Verbesserungspotential?
- Wie hoch sind durchschnittliche Betriebszugehörigkeit, die Fluktuationsquote und die Anzahl an Bewerbern und offener Stellen?
- Welche Probleme treten bei der Personalpolitik aktuell auf? Haben andere Unternehmen (aus der Branche, aus der Region) ähnliche Probleme? Wie entwickelt sich der Arbeitsmarkt generell?

#### Fremdbild analysieren:

- Wie zufrieden sind die bestehenden Mitarbeiter?
- Was erwarten sich die Mitarbeiter vom eigenen Arbeitgeber und von Ihren Vorgesetzten?
- Wie ist die Wahrnehmung am Arbeitsmarkt?
- Was denken Bewerber und potentielle Mitarbeiter über das Unternehmen als Arbeitgeber?

#### Selbstbild definieren:

- Wie möchten Sie als Arbeitgeber wahrgenommen?
- Welche Unternehmenswerte sind für ein Arbeitgeberimage wichtig?
- Was können Sie Ihren Mitarbeitern bieten (Employer Value Propositions)?
- Wer sind Ihre Zielgruppen? Welche Erwartungen haben diese an einen Arbeitgeber?

## Employer Branding Strategie formulieren

### Qualitative und quantitative Zielsetzung festlegen

- Wie will das Unternehmen als Arbeitgeber wahrgenommen werden? Wie sieht das Wunsch-Arbeitgeberimage aus?
- Welche Botschaften sollen den Zielgruppen vermittelt werden?
- Wie sollen die Zielgruppen angesprochen werden?
- Wie sind die Zielgruppen zu erreichen?
- Steht die Mitarbeiterbindung im Fokus der Strategie?
- Möchtet das Unternehmen neue Mitarbeiter und Zielgruppen gewinnen?
- Müssen die Führungskräfte entsprechend geschult werden?
- Welchen Nutzen hat das Unternehmen genau vom Employer Branding?

### Zeitlichen Rahmen festlegen

- Wann ist mit den ersten Erfolgen zu rechnen?
- Welcher Zeitraum soll für das Projekt und die einzelnen Meilensteine eingehalten werden?

### Budget festlegen

- Welche finanziellen Mittel stehen zur Verfügung?
- Wie ist die Gewichtung?

### Genauere Kennzahlen und Messwerte definieren

- Wann wird die Strategie als erfolgreich bezeichnet?
- Wie haben sich Betriebszugehörigkeit, Fluktuations- und Bewerberquote verändert?
- Lässt sich eine Veränderung in der Belegschaft feststellen?

## Employer Branding Maßnahmen

### Grundlage für ein angesehenes Arbeitgeberimage schaffen

- Firmenkultur und den Unternehmenswerte beachten
- Offener Dialog mit den Mitarbeitern führen
- Vorbildfunktion von Management und Führungskräfte nutzen
- Mitarbeiter als Markenbotschafter aufbauen
- Nötige Arbeitsmittel und Ausstattung zur Verfügung stellen
- Für ansprechendes Arbeitsumfeld und angenehme Arbeitsatmosphäre sorgen
- Sozialen Zusammenhalt im Unternehmen und von einzelnen Teams fördern

### Benefits und Vorteile für Mitarbeiter hervorheben

- Karriereperspektiven und Chancengleichheit überprüfen und ggfs. anpassen
- Mögliche Weiterbildungs- und Entwicklungsmaßnahmen prüfen und einführen
- Erwartungen moderner Arbeitnehmer prüfen und wenn möglich umsetzen:
- Flexibles Arbeiten (Gleitzeit, Home-Office, Altersteilzeit, Sabbaticals etc.)
- Work-Life-Balance (Kinderbetreuung, Urlaubstage und Überstundenregelung etc.)
- Gesundheit fördern (Gesundheitstage, Ergonomie-Schulungen, Aktivitäten)
- Zusätzliche Sport- und Freizeitangebote
- monetäre Anreize prüfen (Firmenwagen, Firmenhandy, Altersvorsorge, Umsatzbeteiligungen etc.)

### Recruiting / Personalmarketing ggfs. modernisieren

- Bewerbungsmanagement überprüfen
- Prozess optimieren
- ggfs. Bewerbungsprozess digitalisieren und Bewerbungsportal etablieren

## Crossmediale Kommunikation und Umsetzung der Maßnahmen

### Analog

- Teilnahme an Berufsfach- und Ausbildungsmessen
- Präsentationen und in der Zusammenarbeit mit Schulen und Instituten
- Struktur, Ablauf und Feedback in Bewerbungsgesprächen
- Pressegespräche mit Lokal- und Fachmedien
- Printanzeigen und -kampagnen

### Digital

- eigene Website
- eigene Karriereseite
- Profil und Content auf den gängigen Stellenportalen
- Profil und eigener Content für die Bewertungsportale
- weitere Social-Media-Plattformen nutzen (Facebook, Instagram, YouTube)
- PR-Berichte im Web
- weitere Marketingmaßnahmen wie Anzeigen, Kampagnen, Videos oder Bilder im Internet