



Checkliste

Employer Branding

Hilfreiche Tipps, praxisnahe Wissen &
Fragebogenpaketen!

Weg von Wunschvorstellungen und unglaubwürdigen Versprechen - hin zur zukunftsfähigen Realität. Starten Sie noch heute mit einer positiven Veränderung am Arbeitsplatz!

INHALT

Bei uns stehen Ihre Unternehmenskultur und Employer Brand im Fokus.

Dieses Fragebogenpaket ist speziell darauf ausgerichtet, Sie bei deiner Employer Branding Strategie zu unterstützen.

Durch regelmäßige Puls-Befragungen machen Sie Employer Brand Experience messbar und decken Ihre Optimierungspotentiale als Arbeitgeber auf.

Wir zeigen Ihnen, wie einfach das geht!

Employer Branding Basics

Internes Employer Branding

Strategie Ihrer Employer Brand Experience

Klassische Arbeitgeberversprechen

Darum kündigen MitarbeiterInnen

Employer Brand Experience vs. Expectation

Employer Brand Experience pushen

Fragebogenpaket Unternehmenskultur

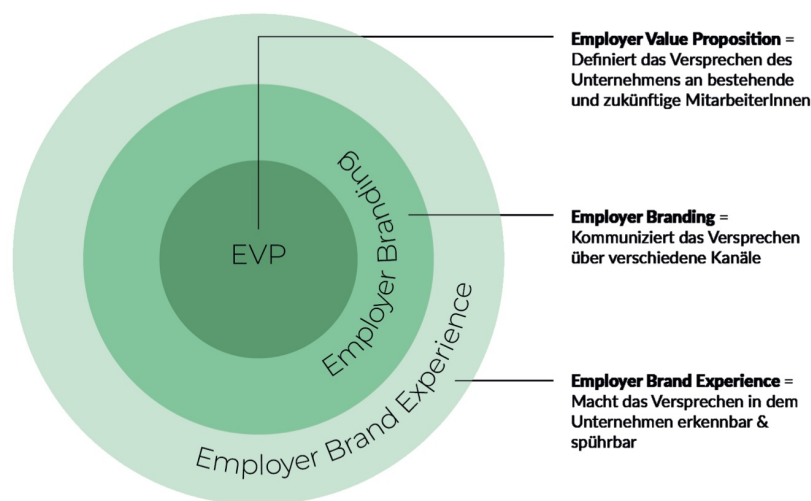
Fragebogenpaket Employer Branding

EMPLOYER BRANDING BASICS

Employer Branding ist die Gestaltung einer attraktiven Arbeitgebermarke. Das klare Ziel: Qualifizierte Fachkräfte für das Unternehmen gewinnen, sie langfristig binden und sich von den MitbewerberInnen abheben.

Trotzdem ist ein attraktives Employer Branding kein Garant für Mitarbeiterbindung, eine gute Employer Brand Experience hingegen schon! Nur wenn Ihre MitarbeiterInnen gerne arbeiten und sich dem Unternehmen verbunden fühlen, können Sie eine hohe Mitarbeiterfluktuation verhindern. **Die wahre Kunst des Employer Branding ist daher die Etablierung einer offenen und authentischen Employer Brand Experience.**

Wie Ihnen das gelingt und was Sie dazu wissen müssen, erfahren Sie hier! Die folgende Abbildung stellt die wichtigsten Aspekte zur Etablierung einer erfolgreichen Employer Brand dar.



Voraussetzung: Employer Value Proposition

Darunter versteht man jene Versprechen, die das Unternehmen an zukünftige und bestehende MitarbeiterInnen kommuniziert. Wenn Unternehmen ihre Versprechen allerdings nicht halten können und die Bedürfnisse der MitarbeiterInnen nicht erfüllt werden, kommt es zur Resignation der ArbeitnehmerInnen. Die Folge: eine hohe Mitarbeiterfluktuation. Da bringt auch das beste Employer Branding nichts mehr.

INTERNES EMPLOYER BRANDING

Interne Employer Branding Maßnahmen sind meist komplex, denn hier geht es um das **Zusammenspiel zwischen Mensch, Kultur und Werten**. Wichtig: Das Bild, welches mittels Personalmarketing geformt wurde, sollte sich auch intern widerspiegeln. Für neue MitarbeiterInnen ist die intern gelebte Unternehmenskultur sozusagen der "Moment of Truth". Entweder bestätigt sich die Employer Value Proposition und die Erwartungen werden erfüllt, oder das Unternehmen hat im Außenauftritt und Bewerbungsgespräch vielleicht zu viel versprochen. Dann sind die MitarbeiterInnen wieder schneller weg als gedacht.

Ein hilfreiches Instrument für das interne Employer Branding sind regelmäßige, aber kurze **Puls-Befragungen**. Warum? Weil deine MitarbeiterInnen Teil Ihrer Unternehmenskultur sind und im Employer Branding Prozess miteinbezogen werden müssen. Softwarelösungen helfen dabei, die Unternehmenswerte mit denen der MitarbeiterInnen abzugleichen. Nur durch ihr ehrliches Feedback können Sie Optimierungspotentiale als ArbeitgeberIn herausstellen.

Die Identifikation der MitarbeiterInnen mit den Unternehmenswerten ist ein wichtiger Faktor, der über eine langfristige Mitarbeiterbindung entscheidet. Deine Brand muss auch innerhalb des Unternehmens erlebbar sein, damit sie authentisch ist und MitarbeiterInnen eine emotionale Bindung zum Arbeitgeber aufbauen können. Deshalb kommt es ganz besonders auf Ihre **Employer Brand Experience** an!

STRATEGIE DEINER EMPLOYER BRAND EXPERIENCE

01. IST-ZUSTAND

Wenn Sie noch am Anfang Ihrer Employer Branding Strategie stehen, gilt es zuerst den IST-Zustand Ihrer Unternehmenskultur zu ermitteln. Mit einer kurzen und anonymen Mitarbeiterbefragung decken Sie schnell auf, ob die Werte auch intern gelebt werden.

Sie können direkt einen Fragebogen aus der Vorlage nutzen oder Ihre eigene Befragung selbst zusammenstellen. Entscheidend ist dabei nur: behalten Sie Ihr Ziel im Auge. Achten Sie darauf, dass die Inhalte Ihres Fragebogens genau auf Ihre Fragestellung zielen.

02. SOLL-ZUSTAND

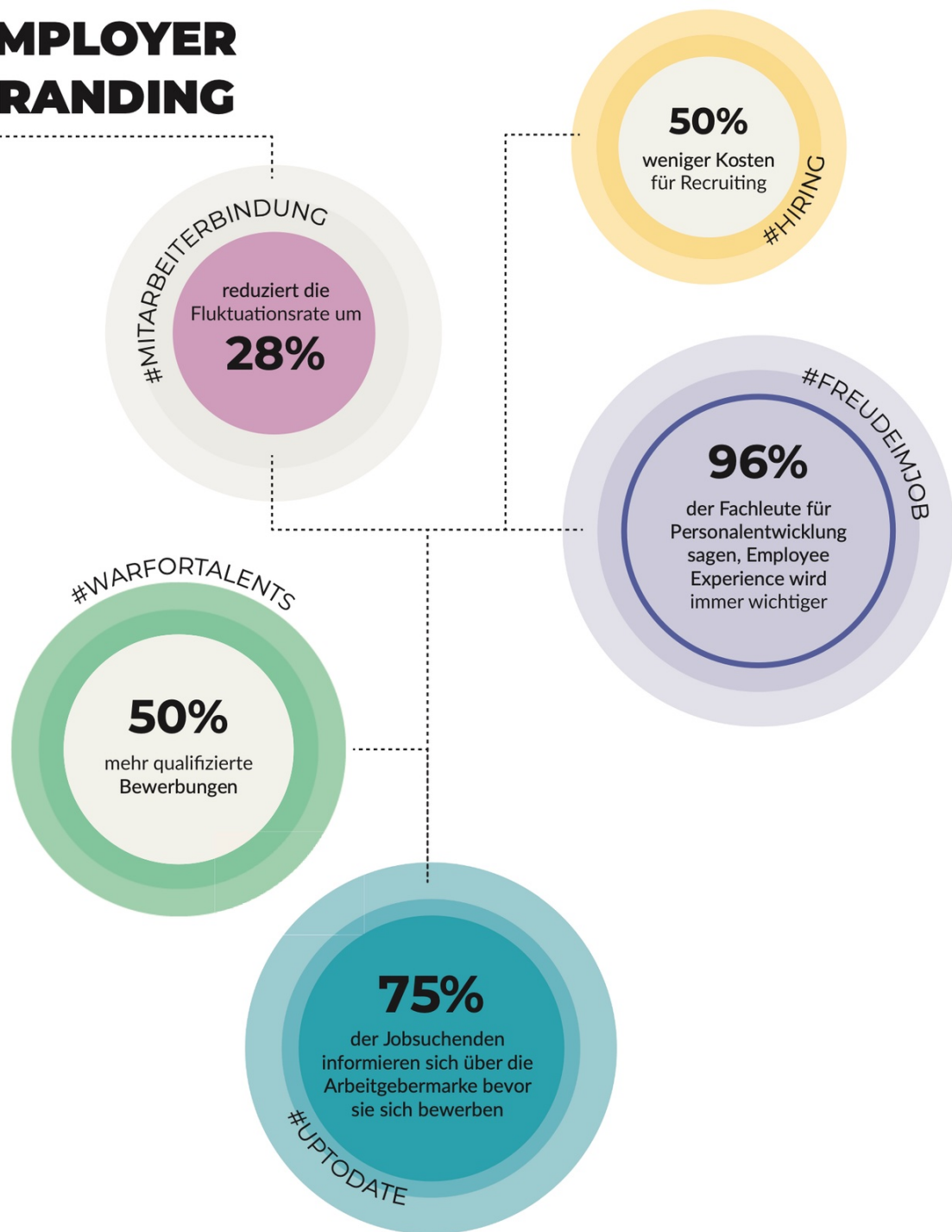
Mit der Ermittlung des IST-Zustands, decken Sie die Stärken und Schwächen Ihrer Unternehmenskultur auf. Nachdem Sie Ihnen diesbezüglich nun im Klaren sind, gilt es zu definieren, welches Ziel Sie erreichen möchten. Wofür soll Ihre Arbeitgebermarke stehen? Interne und externe Employer Branding Maßnahmen sind Ihr Werkzeug, um an der Arbeitgebermarke zu schrauben und sie in den SOLL-Zustand zu lenken.

03. MASSNAHMEN

Mithilfe Ihrer internen und externen HR-Maßnahmen können Sie den SOLL-Zustand Ihrer Employer Brand Experience erreichen.

Externe Employer Branding Maßnahmen sind hauptsächlich Bestandteil des Personalmarketings und sollen Ihre Arbeitgebermarke realistisch und attraktiv nach außen kommunizieren. **Interne Employer Branding Maßnahmen** haben einen direkten Einfluss auf Ihre gelebten Unternehmenswerte.

EMPLOYER BRANDING



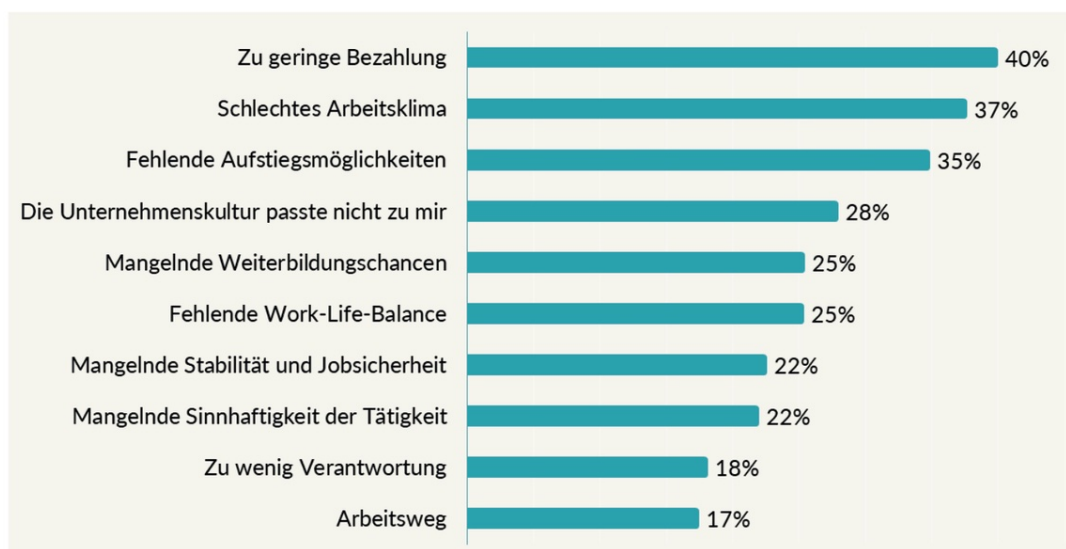
Quelle: LinkedIn Report, The ultimate list of Employer Branding Statistics, Zugriff: 02.2022

KLASSISCHE VERSPRECHEN

Um aus der Masse an Stellenausschreibungen herauszustecken, locken Unternehmen mit vielseitigen Versprechungen. Je attraktiver die **Employer Value Proposition (EVP)**, desto größer ist die Chance, dass sich ein neues Talent für die ausgeschriebene Stelle bewirbt. Viele dieser EVPs sind mittlerweile zum neuen Standard im Arbeitgebermarkt geworden. Zu den häufigsten Versprechungen zählen die folgenden:

- Faires Gehalt mit Bereitschaft zur Überzahlung
- Herzliches Arbeitsklima / toller Teamspirit
- Umfangreiche Aufstiegschancen
- Förderung & Weiterbildungsangebote
- Flexible Arbeitszeiten
- Homeoffice-Möglichkeiten
- Firmenevents

DARUM KÜNDIGEN MITARBEITERINNEN



<https://de.statista.com/infografik/19457/warum-beschaefigte-kuendigen/>

Employer Brand Experience vs. Employer Brand Expectation

So unterschiedlich die Versprechen der Unternehmen sind, so vielseitig sind auch die Kündigungsgründe ihrer MitarbeiterInnen. Im Onboarding-Prozess von neuen MitarbeiterInnen kommt der "Moment of Truth" zum Vorschein. Werden die Unternehmenswerte wirklich gelebt und werden versprochene Benefits eingehalten? Fast ein Drittel kündigen ihren Job aufgrund einer unpassenden Unternehmenskultur!

Es lässt sich festhalten, dass in vielen Unternehmen die Employer Brand Experience nicht mit der Employer Brand Expectation der MitarbeiterInnen übereinstimmt.

Für eine langfristige Mitarbeiterbindung gilt es den Erwartungen der MitarbeiterInnen im Unternehmen langfristig gerecht zu werden.



EMPLOYER BRAND EXPERIENCE PUSHEN

Interne Employer Branding Maßnahmen können Ihre Employer Brand Experience fördern. Dazu zählen zum Beispiel:

- Offene Feedbackkultur
- Arbeitszeitenmodelle
- Homeoffice-Möglichkeiten
- Vereinbarkeit von Familie & Beruf
- Weiterbildungsangebote
- Aufstiegschancen
- Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen
- Mitarbeitergespräche
- Firmenevents, Feiern, Ausflüge

Mitarbeiter-Benefits werden schnell zur Normalität. Kleine oder große Überraschungen machen die Employer Brand Experience besonders erlebbar!

Die oben genannten internen Employer Branding Maßnahmen sind für die MitarbeiterInnen permanent spürbar und werden **schnell als selbstverständlich** angesehen. Kleine oder große Überraschungen können besondere Effekte erzielen, wie zum Beispiel:

- Ein cooles Teamevent
- Besondere Weihnachtsfeier
- Eine kleine Aufmerksamkeit
-

Fragebogenpaket / Unternehmenskultur

Wir haben eine sinnvolle Unternehmenskultur.



trifft gar nicht zu trifft voll zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Ich weiß, für welche Werte mein Unternehmen steht.



trifft gar nicht zu trifft voll zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Kann ich mich mit den Werten meines Unternehmens identifizieren.



trifft gar nicht zu trifft voll zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Meine Arbeitsbedingungen helfen mir, einen guten Job zu machen.



trifft gar nicht zu trifft voll zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Ich fühle mich ausreichend über unsere Unternehmensstrategie informiert.



Dazu habe ich Vorschläge:

Fragebogenpaket /Employer Branding

Mein Unternehmen ist ein sehr attraktiver Arbeitgeber.



trifft gar
nicht zu

trifft voll
zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Wir haben eine sinnvolle Unternehmenskultur.



trifft gar
nicht zu

trifft voll
zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Ich empfehle die Produkte/Dienstleistungen meines Unternehmens weiter.



trifft gar
nicht zu

trifft voll
zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Ich kann mich fachlich und persönlich weiterentwickeln.



trifft gar
nicht zu

trifft voll
zu

Dazu habe ich Vorschläge:

Mein Unternehmen hat als Arbeitgeber klare Vorteile ggüber anderen Unternehmen.



trifft gar
nicht zu

trifft voll
zu

Dazu habe ich Vorschläge:



„Wir sind für unsere Kunden ständig auf der Suche nach dem perfekten Auftritt. Aus einem Wirrwarr an verschiedenen Möglichkeiten filtern wir Lösungen. Unser Ziel ist es, dass Ihr Unternehmen in einer Zeit des Wandels optimal versorgt ist.“

Heinrich Schifffl



Telefon: +49 (0) 172 8188971
E-Mail: hschifffl@agentur-schifffl.com
Web.: www.agentur-schifffl.com

