

Employer Branding: Checklisten und nützliche Informationen

Infobox: Leitfragen zur Stärken-Schwächen-Analyse

- Warum sollte sich ein Bewerber für unser Unternehmen entscheiden? Was zeichnet uns als Arbeitgeber aus?
- Was können wir unseren Mitarbeitern / Bewerbern konkret bieten?

Beachten Sie, dass sich diese Frage auf die unterschiedlichsten Aspekte beziehen kann, beispielsweise attraktive Produkte / Dienstleistungen, motivierte Teams, leistungsgerechte/überdurchschnittliche Bezahlung, gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf, gute Weiterbildungs- und Karriereperspektiven, einen gut erreichbaren Unternehmensstandort etc.

- Wie gut sind wir in den Feldern aufgestellt, die potenziellen Bewerbern bei der Wahl ihres Arbeitsplatzes wichtig sind?

*Tipp:
Konkretisieren Sie Ihre Stärken und Schwächen diesbezüglich noch einmal, nachdem Sie sich mit den Erwartungen der besonders relevanten Zielgruppen befasst haben*

- Welche Werte vertritt unser Unternehmen als Arbeitgeber? Worin unterscheiden wir uns dabei von Konkurrenzunternehmen?

*Tipp:
Kommen Sie noch einmal auf diese Frage zurück, nachdem Sie den Arbeitgeberauftritt Ihrer potenziellen Konkurrenten am Arbeitsmarkt analysiert haben.*

- Welches Image hat unser Unternehmen? Wie schätzen wir unseren Ruf als Arbeitgeber ein? (z.B. fair, konservativ, verantwortungsbewusst, mitarbeiterorientiert etc.)
- Wie schätzen wir den Bekanntheitsgrad unseres Unternehmens ein und was tun wir gegenwärtig dafür, um diesen zu steigern?
- Wie ist das Betriebsklima / die Unternehmenskultur in unserem Unternehmen? (z.B. familiär, vertraut, teamorientiert, leistungsorientiert etc.)
- Wie ist die Alterstruktur / die Qualifikationsstruktur unserer Mitarbeiter?
- Stimmen externe Selbstdarstellung und intern gelebte Unternehmensrealität überein? Wo gibt es eventuell Unstimmigkeiten?
- Wo besteht Verbesserungsbedarf in Bezug auf unsere Leistungen und unsere Außendarstellung als Arbeitgeber?

Argumentationshilfe: typische Stärken von kleinen und mittleren Unternehmen

- Flache Hierarchien
- Kurze Entscheidungswege
- Viel Verantwortung für den einzelnen Mitarbeiter
- Loyalität und Verbundenheit gegenüber den Mitarbeitern
- Innovationsfreude, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit
- Familiäres Betriebsklima
- flexible Arbeitszeiten
- Nähe zu den Mitarbeitern/ direkte Kommunikation mit der Unternehmensspitze
- Ggf. Hidden Champions (Marktführer in einem Segment)
- Breites, abwechslungsreiches Aufgabenspektrum für den einzelnen Mitarbeiter
- Nähe zum Kunden, persönliche Geschäftsbeziehungen
- familienfreundliche Arbeitsbedingungen

Checkliste: Erarbeitung eines erfolgreichen Arbeitgeberslogans

Vor der Formulierung:

Sie sind sich Ihrer Stärken bewusst und wissen, was Ihr Unternehmen einzigartig macht.

Sie haben eine Vorstellung davon, wie Sie auf potenzielle Bewerber wirken möchten.

Anforderungen an den Slogan:

Der Slogan ist kurz, markant und einprägsam.

Der Slogan enthält eine oder wenige zentrale Botschaft(en).

Die Botschaft(en) des Slogans ist/ sind realistisch.

Der Slogan bringt auf den Punkt, was Sie als Arbeitgeber ausmacht.

Der Slogan ist kreativ.

Der Slogan wirkt sympathisch.

Der Slogan wirkt glaubwürdig.

Der Slogan weckt Aufmerksamkeit und macht neugierig.

Positiv wirkt außerdem, wenn der Slogan...

...einen konkreten Bezug zu Ihrer Geschäftstätigkeit hat

...Begeisterung/ Leidenschaft für Ihre Profession signalisiert

...erkennbar um Bewerber wirbt sowie

...an den Interessen der potenziellen Bewerber orientiert ist und an deren MINT-Leidenschaft appelliert.

Infobox: Pressearbeit

- Wählen Sie geeignete (Print-)Medien aus und knüpfen Sie (erste) Kontakte mit den verantwortlichen Redakteuren dieser Medien. Neben der lokalen Tages- und Wochenpresse sind hierbei auch Fachzeitschriften Ihrer Branche und Hochschulmagazine zu berücksichtigen.
- „Tue Gutes und sprich' darüber“: Kommunizieren Sie es, wenn Sie Ihre Auszubildenden besonders fördern, ein Mitarbeiter ein hohes Dienstjubiläum feiert oder Sie in Krisenzeiten Personal einstellen.
- Bereiten Sie mögliche Themen stets unter dem Gesichtspunkt des Employer Branding auf. Sie bringen ein neues Produkt heraus? Dann berichten Sie über die Arbeit und den Werdegang der beteiligten Ingenieure. Sie feiern ein hohes Firmenjubiläum? Stellen Sie heraus, dass Ihr Unternehmen seit Generationen solider Arbeitgeber in der Region ist.
- Weitere geeignete „Aufhänger“ für einen Pressebericht: Veranstaltungen für Mitarbeiter oder potenzielle Bewerber im Unternehmen, Teilnahme am Girls' Day, gemeinsame Teilnahme von Kollegen an einem Firmenlauf wie dem J.P. Morgan Chase Corporate Challenge oder dem BusinessRun Cologne, eine langjährige oder neu eingegangene Hochschulkooperation, ein besonderer Kundenauftrag, ein besonders kreatives und familienfreundliches Arbeitszeitmodell, ein vom Unternehmen geförderter Auslandsaufenthalt eines Mitarbeiters, eine ausgefallene oder überdurchschnittlich gute Abschlussarbeit eines Studenten, eine Übernahme von Auszubildenden...
- Achten Sie darauf, dass die Inhalte stets aktuell sind und einen „Newswert“ für den Leser bieten.
- Achten Sie stets auf einen einheitlichen, nicht widersprüchlichen Außenauftritt.
- Es wirkt glaubwürdig, sympathisch und weckt Interesse bei den Lesern, wenn sich die Berichterstattung über Ihr Unternehmen auf der persönlichen Mitarbeiterebene bewegt. Mit einem Erfahrungsbericht von Auszubildenden oder einem Arbeitnehmerportrait können Sie Wertschätzung für Ihre Mitarbeiter signalisieren und potenziellen Bewerbern authentische Informationen übermitteln.
- Versuchen Sie, einen regelmäßigen Kontakt zu Journalisten aufrecht zu erhalten und seien Sie an einer guten, kooperativen Zusammenarbeit interessiert. Laden Sie Pressevertreter zu Veranstaltungen im Unternehmen ein und halten Sie sie über aktuelle Unternehmensentwicklungen (z.B. Anzahl der Ausbildungsplätze, Standorterweiterungen) auf dem Laufenden.

Weitere Informationen zum Employer Branding sowie allgemein zur Fachkräftesicherung in den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) finden Sie auf der Internetseite www.mint-fachkraefte.de.