



WOLF I.O. GROUP
UNTERNEHMENSBERATUNG

Kompetenz Center PEA

Checkliste

Arbeitgeberattraktivität

Checkliste

Arbeitgeberattraktivität

Diese Checkliste bietet Ihnen Unterstützung dabei, die Attraktivität Ihres Unternehmens als Arbeitgeber zu verbessern. Anhand von Indikatoren können Sie prüfen, wie Ihr Unternehmen in puncto Arbeitgeberattraktivität aufgestellt ist. Im Anschluss daran bestimmen Sie, welche Ziele Sie erreichen möchten und entscheiden sich für entsprechende Wege, um die Attraktivität Ihres Unternehmens als Arbeitgeber zunächst nach innen und dann nach außen zu steigern.

Im Einzelnen beinhaltet die Checkliste folgende Punkte:

- Was ist Arbeitgeberattraktivität?
- Kurzcheck: Anlass zur Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität
- Indikatoren geringer Arbeitgeberattraktivität
 - Indikatoren / Messkriterien für HR-Manager
 - Indikatoren / Messkriterien für Führungskräfte
 - Indikatoren / Messkriterien für Unternehmensleiter
- Was macht ein Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv?
 - Mitarbeitersicht
 - Arbeitgeberrankings
- Zielsetzung festlegen
 - Arbeitgeberattraktivität nach innen steigern, um eigene Mitarbeiter besser zu binden
 - Arbeitgeberattraktivität nach außen steigern, um passgenau Bewerber anzuziehen
 - Arbeitgeberattraktivität nach innen zur Stärkung der Attraktivität nach außen nutzen
- Wege zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität
 - Ausgewählte Einzelmaßnahmen durchführen
 - Employer Branding
 - Umsetzung der Arbeitgeberattraktivität mithilfe eines umfassenden Systems
- Die Basis für mehr Arbeitgeberattraktivität legen
- Strategische Ausrichtung der Arbeitgeberattraktivität
 - Preisstrategie oder Differenzierungsstrategie?
 - Abgrenzung von Wettbewerbern
- Employer Branding - Entwicklung einer Arbeitgebermarke

Bei dieser Checkliste handelt es sich lediglich um Denkanstöße und nützliche Aspekte rund um das Thema Arbeitgeberattraktivität. Im Einzelfall empfiehlt sich eine Anpassung möglichst nach entsprechender Beratung. Jedwede Verwendung dieses Textes geschieht auf eigenes Risiko und unter jeglichem Haftungsausschluss der Wolf I.O. Group GmbH.

Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie sich über das Thema Arbeitgeberattraktivität mit einem Experten austauschen möchten.

© Wolf I.O. Group GmbH | Engelsstraße 6 | D-42283 Wuppertal | +49 (0)202 4796290 | www.wiog.de. Alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Kopieren oder Nachdruck verboten; Ausnahmen nur mit ausdrücklicher Genehmigung. Das Zitieren von Auszügen kann nur gestattet werden, wenn die Wolf I.O. Group GmbH als Quelle genannt wird.

Was ist Arbeitgeberattraktivität?

Unter Arbeitgeberattraktivität werden alle Faktoren zusammengefasst, die Mitarbeiter an das Unternehmen binden und Bewerber bewegen, das Unternehmen als Wunscharbeitgeber wahrzunehmen und sich dort zu bewerben. Je präziser diese Faktoren nach innen und außen transportiert werden, desto besser kann das Unternehmen die Mitarbeiter finden und halten, auf die es angewiesen ist, um erfolgreich zu sein.

Kurzcheck: Anlass zur Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität

Dieser Kurzcheck zeigt die Dringlichkeit und Relevanz von Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität auf. Welche konkreten Verbesserungsmöglichkeiten es im Unternehmen in Hinsicht auf die Arbeitgeberattraktivität gibt, wird später im Rahmen einer Analyse des Unternehmens festgestellt.

Bitte kreuzen Sie das Kästchen mit der jeweils zutreffenden Wertung für jedes Kriterium an. Im Anschluss daran ermitteln Sie bitte die Gesamtpunktzahl aus den angekreuzten Antworten.

Kriterium	Wertung 1 Punkt	Wertung 2 Punkte	Wertung 3 Punkte
Dauer bis zur Besetzung unbesetzter Stellen	<input type="checkbox"/> kurz	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> lang
Passgenauigkeit neu eingestellter Mitarbeiter bezogen auf das Anforderungsprofil und bezogen auf die Unternehmenskultur	<input type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> gering
Verbleiberate neu eingestellter Mitarbeiter im Unternehmen	<input type="checkbox"/> über 1 Jahr	<input type="checkbox"/> bis 1 Jahr	<input type="checkbox"/> Austritt in Probezeit
Anteil ungewollter Fluktuation	<input type="checkbox"/> gering	<input type="checkbox"/> mittel	<input type="checkbox"/> hoch
Anteil der Hoch- und Höchstleister	<input type="checkbox"/> bis 30 %	<input type="checkbox"/> bis 25 %	<input type="checkbox"/> bis 20 %
Anteil der Minder- und Niedrigleister	<input type="checkbox"/> bis 20 %	<input type="checkbox"/> bis 25 %	<input type="checkbox"/> bis 30 %
Gesamtpunktzahl: _____			

Auswertung:

Liegt die Gesamtpunktzahl bei über 12 Punkten, sind Maßnahmen zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität empfehlenswert. Bei wesentlich mehr Punkten sollten umgehend Maßnahmen ergriffen werden, um die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens nicht zu gefährden.

Indikatoren geringer Arbeitgeberattraktivität

HR-Manager, Führungskräfte sowie Mitglieder der Unternehmensführung können anhand unterschiedlicher Indikatoren feststellen, dass die Arbeitgeberattraktivität des Unternehmens gering ist.

Indikatoren für HR-Manager

Haben Sie als HR-Manager einen oder mehrere der folgenden Indikatoren für eine geringe Arbeitgeberattraktivität festgestellt?

- Anstieg der Fluktuationsrate
- Grenzen der vertraglichen Möglichkeiten zum Binden von Mitarbeitern sind erreicht
- Anstieg der Kosten für die Personalbeschaffung
- Schwierigkeiten, Fach- und Führungskräfte in ausreichender Menge zu gewinnen
- Abnehmende Anzahl eingehender Bewerbungen
- Abnehmende Anzahl von Initiativbewerbungen
- Sinkende Anzahl der Besucher auf Karriereseiten, Karrieremessen etc.
- Anstieg der Kündigungen in der Probezeit
- Sinkende Passgenauigkeit der Bewerber
- Anstieg des Krankenstandes / hoher Krankenstand
- Anstieg der Fälle von Urlaubsabgeltung / hohe Anzahl von Fällen
- Anstieg der Überstunden / hoher Überstundenstand
- _____

Indikatoren für Führungskräfte

Welche Indikatoren können Sie als Führungskraft in Ihrem Bereich feststellen?

- Abnehmende / dünne Personaldecke
- Unbesetzte Stellen über einen längeren Zeitraum
- Hohe Arbeitsbelastung / Arbeitsüberlastung der Mitarbeiter
- Abnahme der Qualität / Zunahme von Fehlern / Zunahme von Ausschuss
- Zunahme von Aufgaben, die nicht abgearbeitet werden können
- Sinkende Einsatzbereitschaft unter den Mitarbeitern
- Mangelnde Effektivität / ineffiziente Prozesse / Ressourcenverschwendung
- Negative Äußerungen von Mitarbeitern zur Mitarbeiterzufriedenheit
- _____

Indikatoren für Unternehmensleiter

Welche der nachfolgend aufgeführten Indikatoren zeigen Ihnen als Unternehmensleiter an, dass die Arbeitgeberattraktivität verbessert werden sollte?

- Einige Stellen für Nachwuchskräfte, Ausbildungsplätze und Traineeestellen für Hochschulabsolventen bleiben unbesetzt oder müssen mit Bewerbern besetzt werden, die den Anforderungen nicht voll entsprechen

(Fortsetzung auf Folgeseite)

Fortsetzung

- Mangelnde Qualifikation des Nachwuchses
- Steigende Wiederbesetzungskosten für vakante Positionen
- Zunahme von Reklamationen / nicht termingerechter Fertigstellung
- Verlust von Aufträgen wegen fehlendem Personal
- Abwanderung von Kunden zu Wettbewerbern
- Zunahme von strategischen Projekten, die nicht umgesetzt werden können
- _____

Was macht ein Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv?

Arbeitgeberattraktivität aus Sicht der Mitarbeiter

Aus Mitarbeitersicht betrachtet, spielen für die Arbeitgeberattraktivität u. a. folgende Faktoren eine wichtige Rolle, deren Fehlen häufig als Fluktuationsgrund genannt wird:

Wenn Sie die Einstellung der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen hierzu wissen wollen, dann befragen Sie diese bitte. Anhand der Bewertung können Sie anschließend die durchschnittlichen Ergebnisse ermitteln.

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig
1. Weiterbildungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Karriereaussichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Klarheit über eigene Rechte / Pflichten, eigene Aufgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Aufgabenfeld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Anerkennung von Leistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Information über unternehmensrelevante Neuigkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Mitgestaltungsmöglichkeiten, Entscheidungsbefugnisse	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Angemessene Belastung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Sonstige Aspekte der Gestaltung von Arbeitsinhalten und Arbeitsumfeld durch den Vorgesetzten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Vergütung / Gratifikationen / Nebenleistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Arbeits-, Team- oder Betriebsklima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Mitarbeiter, die am Arbeitsmarkt besonders gefragt sind, nennen teilweise andere Fluktuationsfaktoren, die im Umkehrschluss als Indikatoren für Arbeitgeberattraktivität gewertet werden können. Auch diese können Sie für eine Befragung in Ihrem Unternehmen nutzen:

	Sehr wichtig	Wichtig	Weniger wichtig
1. Entscheidungsbefugnisse und Freiräume zur Entfaltung von Leistung oder innovativem Potenzial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Anspruchsvolle Arbeitsinhalte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Weiterbildungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Karriereaussichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Work-Life-Balance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Wertschätzung durch den Vorgesetzten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Marktgerechte Vergütung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Identifikation mit den Werten des Unternehmens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Zugehörigkeit zu einem Unternehmen mit einem guten Image	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Zugehörigkeit zu einem erfolgreichen Unternehmen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Arbeitgeberattraktivität im Vergleich mit anderen Unternehmen

Auch die relative Arbeitgeberattraktivität, also der Vergleich mit anderen Unternehmen und Wettbewerbern am Arbeitsmarkt, kann zur Prüfung der eigenen Position verwendet werden. Hierzu bieten verschiedene Institute Arbeitgeberrankings an, die teilweise sogar für spezielle Branchen oder Unternehmensgrößen ausgerichtet sind. Dabei zeigte sich, dass die Unternehmen, die in derartigen Rankings gelistet sind, von den eigenen Mitarbeitern und von Bewerbern als attraktiver eingestuft wurden als vor ihrer Teilnahme an einem Ranking.

Ist die Teilnahme an einem Arbeitgeberranking eine Option für Ihr Unternehmen?

ja

nein

Zielsetzung festlegen

Was soll durch die Steigerung der Arbeitgeberattraktivität erreicht werden?

- Steigerung der Arbeitgeberattraktivität nach innen mit dem Ziel, die Bindung ausgewählter Mitarbeiter zu verbessern.
- Arbeitgeberattraktivität nach außen steigern mit dem Ziel, passgenau Bewerber anzuziehen.
- Arbeitgeberattraktivität zuerst nach innen verbessern, um sich anschließend auf solider Basis nach außen als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren und passgenau Bewerber anzuziehen.

Wege zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität

Im Folgenden können Sie zwischen den Handlungsoptionen a) bis c) wählen. Diese sind im Anschluss an das Auswahlschema näher erläutert.

Welchen Weg wollen Sie zur Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität gehen und was sind Sie bereit dafür zu investieren?

Handlungsoption:	Ihre Investition:	Resultat:
<input type="checkbox"/> a) Ausgewählte Einzelmaßnahmen durchführen	geringer Aufwand für die Festlegung der Maßnahmen und deren Umsetzung	Punktuelle, nicht dauerhaft wirksame Verbesserung
<input type="checkbox"/> b) Employer Branding Eine Employer Brand schaffen, aufbauen und positionieren	Projekt zum Erschaffen einer Arbeitgebermarke	Förderung der nachhaltigen Arbeitgeberattraktivität vornehmlich auf Bewerber
<input type="checkbox"/> c) Umsetzung der Arbeitgeberattraktivität in einer strukturierten, systematischen Vorgehensweise, die auf derzeitige Mitarbeiter und Bewerber wirkt	Projekt zum Etablieren einer mitarbeiterzentrierten Erfolgskultur	Nachhaltige Steigerung der Arbeitgeberattraktivität nach innen und außen auf Basis des Potenzialerhalts im Unternehmen und einer kontinuierlichen Verbesserung der Performance, dauerhafte Bindung ausgewählter Mitarbeiter

a) Ausgewählte Einzelmaßnahmen durchführen

Sofern Sie punktuell die Attraktivität Ihres Unternehmens als Arbeitgeber in ausgewählten Aspekten steigern möchten, finden Sie in dieser Checkliste unter den Fluktuationsfaktoren und Indikatoren einige wertvolle Ansatzpunkte für Verbesserungsmöglichkeiten.

Mit welchen Einzelmaßnahmen werden Sie die Arbeitgeberattraktivität verbessern?

b) Employer Branding

Für eine systematische dauerhafte Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität ist eine strategische und ganzheitliche Herangehensweise erforderlich. Employer Branding ist das operative Mittel, mit dem Sie dieses Ziel mit Ausrichtung auf den Bewerbermarkt erreichen können.

Eine Arbeitgebermarke oder Employer Brand fungiert in ihrer Signalwirkung nach außen wie ein Leuchtturm, dessen Bau und kontinuierlicher Betrieb mit dem Prozess des Employer Brandings vergleichbar ist.

Den Weg zu Ihrem Leuchtturm und den Bauplan zum Erschaffen Ihrer eigenen Employer Brand finden Sie in der [Checkliste Employer Branding](#).

c) Umsetzung der Arbeitgeberattraktivität mithilfe eines umfassenden Systems

Sofern Sie nicht nur die Attraktivität Ihres Unternehmens steigern wollen, sondern in einem integrierten System zugleich das in Ihrem Unternehmen vorhandene Potenzial der Mitarbeiter sichern und den Erfolg des Unternehmens verbessern möchten, entscheiden Sie sich für die Integration der Arbeitgeberattraktivität als Subsystem des PEA-Systems. Dies erfordert ebenfalls eine strategische Herangehensweise, bei der dem Employer Branding eine hohe Bedeutung zukommt.

Diese Handlungsoption gelingt dann am besten, wenn die oberste Unternehmensführung die Mitarbeiter als zentrale Werttreiber für den Unternehmenserfolg anerkennt und sie entsprechend fördert und fordert – das Unternehmen also auf eine **mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur** ausgerichtet wird.

Im PEA-System verstärken sich drei Subsysteme gegenseitig in ihrer Wirkung und führen gemeinsam zu einer nachhaltigen Bindung der Potenzialträger sowie der erfolgsorientierten und erfolgskritischen Mitarbeiter:

1. Das **P**otenzial-Subsystem zur Sicherung und Förderung des im Unternehmen bereits vorhandenen Personal-Potenzials (kurz: Fluktuation senken, Verbleibsrate steigern)
2. Das **E**rfolg-Subsystem, das die Zielorientierung aller Mitarbeiter im Unternehmen verbessert (kurz: Performance steigern)
3. Das **A**ttaktivität-Subsystem zur Verbesserung der primär nach außen ausgerichteten Arbeitgeberattraktivität (kurz: passende Bewerber anziehen)

Wenn Sie die Attraktivität Ihres Unternehmens nachhaltig steigern wollen, ist es empfehlenswert, zunächst Maßnahmen zur Sicherung des Potenzials in Ihrem Unternehmen und zur Steigerung der Erfolgsorientierung der Mitarbeiter in die Wege zu leiten.

Im Folgenden können Sie den Status quo in Ihrem Unternehmen überprüfen, um dann die entsprechenden weiteren Schritte in Angriff zu nehmen:

Wie ist der Ist-Stand in Ihrem Unternehmen im Bereich der drei Subsysteme?

- Wir beginnen gerade, uns mit den Themen Employer Branding, Arbeitgeberattraktivität und Mitarbeiterbindung zu beschäftigen.
 - ➔ In dem Buch "[Mitarbeiterbindung](#)" (Gunther Wolf 2013) und in unseren Checklisten zu diesen Themen finden Sie viele hilfreiche Informationen, Entscheidungshilfen und Wegweiser.
 - Erste Maßnahmen zur Etablierung des Potenzial-Subsystem und des Erfolg-Subsystem werden zurzeit eingeführt.
 - Die Verbesserung der Arbeitgeberattraktivität ist in Planung.
 - ➔ Unterstützung für Ihr Employer Branding bietet unsere [Checkliste Employer Branding](#).
 - Potenzial-Subsystem ist etabliert.
 - Erfolg-Subsystem ist etabliert.
 - Schritte zur Etablierung des Attraktivität-Subsystems nach innen zur Verbesserung der Mitarbeiterbindung sind bereits eingeleitet worden.
 - ➔ Tipps zur Entwicklung einer Unique Employer Value Proposition (UEVP), zur Definition Ihrer Zielgruppe und zur Nutzung zielgruppenspezifischer Kommunikationskanäle finden Sie in unserer [Checkliste Employer Branding](#).
 - Mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur und gute Mitarbeiterbindung sind bereits vorhanden.
 - ➔ Sie sind bereits Wunscharbeitgeber Ihrer jetzigen Mitarbeiter und ein attraktiver Arbeitgeber für Bewerber Ihrer Zielgruppe.
 -
-

Die Basis für mehr Arbeitgeberattraktivität legen

Bevor Sie mit dem Bau Ihres Employer Branding Leuchtturms beginnen, sollten Sie zunächst den Baugrund überprüfen. Dieser besteht aus der in Ihrem Unternehmen etablierten Unternehmens- und Führungskultur. Eine optimale Basis bietet eine mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur.

Mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur

Ob die Unternehmens- und Führungskultur bereits mitarbeiterzentriert und erfolgsorientiert ausgerichtet ist, können Sie anhand beispielhafter Aussagen in der folgenden Tabelle prüfen:

Bitte kreuzen Sie zuerst den jeweiligen Stand der Einzelaussagen zu den Bereichen "mitarbeiterzentriertes Unternehmen" und "erfolgsorientiertes Unternehmen" an und ermitteln Sie daraus anschließend den Ist-Stand für den jeweiligen Bereich sowie für die "mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur" als Ganzes.

Kriterium	ja	teilweise	geplant	zu planen
Mitarbeiterzentriertes Unternehmen				
Der Mensch steht in unserem Unternehmen im Mittelpunkt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir sichern und fördern das Potenzial unserer Mitarbeiter indem es uns gelingt, z.B. die ungewollte Fluktuation von Potenzialträgern, erfolgsorientierten und erfolgskritischen Mitarbeitern weitgehend zu verhindern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wir sorgen für Mitarbeiterzufriedenheit und Begeisterung, z.B. indem wir unsere Mitarbeiter entsprechend ihrer Fähigkeiten und Motive einsetzen und ihre Weiterentwicklung fördern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unsere Führungskräfte sind geschult für ihre Führungsfunktionen als Vorbild und Coach.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erfolgsorientiertes Unternehmen				
Unser Unternehmen ist auf Erfolg ausgerichtet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alle Mitarbeiter wissen, dass sie durch ihr persönliches Engagement und Handeln einen wertvollen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten und handeln entsprechend.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur				
Unser Top-Management unterstützt die mitarbeiterzentrierte Erfolgskultur aktiv z.B. durch ihre Vorbildfunktion.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Strategische Ausrichtung der Arbeitgeberattraktivität

Nun gilt es, das Fundament für Ihren Leuchtturm zu legen, indem Sie strategisch definieren, welche Signale Ihre Employer Brand aussenden soll.

Ähnlich wie sich Unternehmen beim Anbieten ihrer Produkte und Dienstleistungen strategisch voneinander unterscheiden, ist es auch für ein Unternehmen als Arbeitgeber wichtig festzulegen, auf welche Weise die Attraktivität als Arbeitgeber gesteigert werden soll. Das Employer Branding ist als Mittel zu diesem Zweck hierauf abzustimmen.

Preisstrategie oder Differenzierungsstrategie?

Bitte wählen Sie Ihre Handlungsoption in Bezug auf die der Arbeitgeberattraktivität zugrunde liegende Strategie. Wie diese inhaltlich ausgestaltet wird, entwickeln Sie im Rahmen des Employer Brandings.

Handlungsoption:	Umsetzung:	Resultat:
<input type="checkbox"/> Preisstrategie	Einfach umzusetzen: - Gehälter anheben - Bleibe- und Treueprämien	Initiierung einer Preisspirale der Personalkosten
<input type="checkbox"/> Differenzierungsstrategie	Systematisches Projekt: - Abgrenzung von Wettbewerbern - Konzentration auf die eigenen Alleinstellungsmerkmale	Darstellung der wesentlichen Merkmale als einzigartiger Arbeitgeber

Abgrenzung von Wettbewerbern

Ihre Wettbewerber um Bewerber auf dem Arbeitsmarkt sind nicht nur die Arbeitgeber, die ähnliche Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Ihre Mitbewerber um künftige Mitarbeiter und Auszubildende sind alle Unternehmen, die um die gleiche Zielgruppe werben wie Sie.

Es ist nicht zielführend, gegen Ihre Wettbewerber auf dem Arbeitsmarkt um Ihre Zielgruppe mit Allgemeinplätzen als Inhalt einer Arbeitgebermarke anzutreten. Die [Checkliste Employer Branding](#) bietet Raum, im Zuge des Employer Brandings Ihre Wettbewerber zu definieren und zu analysieren, um sich anschließend in Ihrer Arbeitgebermarke positiv von diesen abzuheben.

Employer Branding - Entwicklung einer Arbeitgebermarke

Employer Branding ist das operative Mittel zur Steigerung der Arbeitgeberattraktivität: Die Entwicklung und Positionierung einer unternehmensspezifischen Arbeitgebermarke oder Employer Brand.

Employer Branding beinhaltet die folgenden Arbeitsschritte:

- Analyse der Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens als Arbeitgeber
- Definition und Analyse Ihrer Zielgruppe
- Analyse Ihrer Wettbewerber
- Formulierung der Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens als Arbeitgeber
- Erarbeitung eines Wertversprechens an Ihre Mitarbeiter und an künftige Bewerber
- Formulierung einheitlicher zentraler Botschaften, die die Kerneigenschaften Ihres Unternehmens und Ihr Wertversprechen zusammenfassen in einer Unique Employer Branding Proposition (UEVP)
- Festlegen des Einzugsgebietes
- Marketinggerechte Umsetzung Ihrer Arbeitgebermarke (Claim und passendes Bild)
- Kontinuierliche und einheitliche Präsentation der Arbeitgebermarke auf allen zielgruppenspezifischen Kommunikationskanälen

Alle notwendigen Schritte sowie den notwendigen Raum zur Entwicklung Ihrer Employer Brand bietet die [Checkliste Employer Branding](#).

WOLF I.O. GROUP GMBH
UNTERNEHMENSBERATUNG

Engelsstraße 6 (Villa Engels)
D-42283 Wuppertal
www.wiog.de

Tel. +49 (0)202 479629-0
Fax +49 (0)202 479629-29
Mail info@wiog.de

USt-IdNr.: DE267693528
Geschäftsführung: Diplom-Betriebswirt (FH) Yvonne Wolf
Handelsregister: HRB 22341, Amtsgericht Wuppertal