CHECKLISTE

Analyse

- [ ] Wir haben unsere Werte analysiert und eine Identität als Arbeitgeber gemeinsam mit den Beschäftigten entwickelt.
- [ ] Wir haben Visionen und Leitbilder gemeinsam mit den Beschäftigten entwickelt und verschriftlicht.

Wir wissen, wie gut wir aufgestellt sind in den Bereichen

- [ ] Betriebsklima und Führungsverständnis
- [ ] Work-Life-Balance und Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- [ ] Arbeitsbedingungen und Sozialleistungen
- [ ] Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten

Um relevante Informationen zu erhalten nutzen wir:

- [ ] Mitarbeiterbefragungen
- [ ] regelmäßige Mitarbeitergespräche
- [ ] ein Ideenmanagement
- [ ] systematisierte Gespräche bei Kündigungen (Exit-Gespräche)
- [ ] gezielte Fragen bei Bewerbungsgesprächen
- [ ] Erfragen der Gründe für Absagen von Bewerbern
- [ ] Nachfragen zu Angeboten vorheriger Arbeitgeber bei Neueintritten

- [ ] Wir wissen, wer wir sind und was uns als attraktiver Arbeitgeber ausmacht.
- [ ] Wir haben nicht nur unsere Stärken, sondern auch unsere Schwächen in den Fokus unserer Analyse genommen: Unser Blick auf uns ist daher realistisch.
- [ ] Wir wissen, dass Glaubwürdigkeit für den Erfolg wesentlich ist und zeichnen daher kein geschöntes Bild im Rahmen unserer Analyse.
- [ ] Wir haben klare Ziele definiert, was wir mit Employer Branding erreichen wollen.
- [ ] Wir kennen die Bedürfnisse und Erwartungen unserer internen und externen Zielgruppen und haben diese mit unseren Angeboten abgeglichen.
- [ ] Wir kennen unser Image und unseren Ruf als Arbeitgeber.
- [ ] Wir haben Zielgruppen identifiziert, die wir vorrangig ansprechen möchten.
- [ ] Wir definieren unsere Zielgruppen in möglichst homogene Teilgruppen, um die Ansprache zielgerichtet durchführen zu können.
- [ ] An den Stellen, an denen wir keine oder wenige Angebote identifiziert haben, arbeiten wir passende Angebote aus oder suchen alternative Zielgruppen.
- [ ] Wir haben unsere Wettbewerber umfassend als Arbeitgeber analysiert und kennen deren Stärken, Schwächen und Image.
- [ ] Wir beobachten unsere Wettbewerber fortlaufend, um frühzeitig auf neue Entwicklungen reagieren zu können.
- [ ] Wir haben uns über Best-Practice-Beispiele informiert, kopieren aber nicht wahllos, sondern lassen uns inspirieren, um für unser Unternehmen passende Ideen zu generieren.