



- 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.*