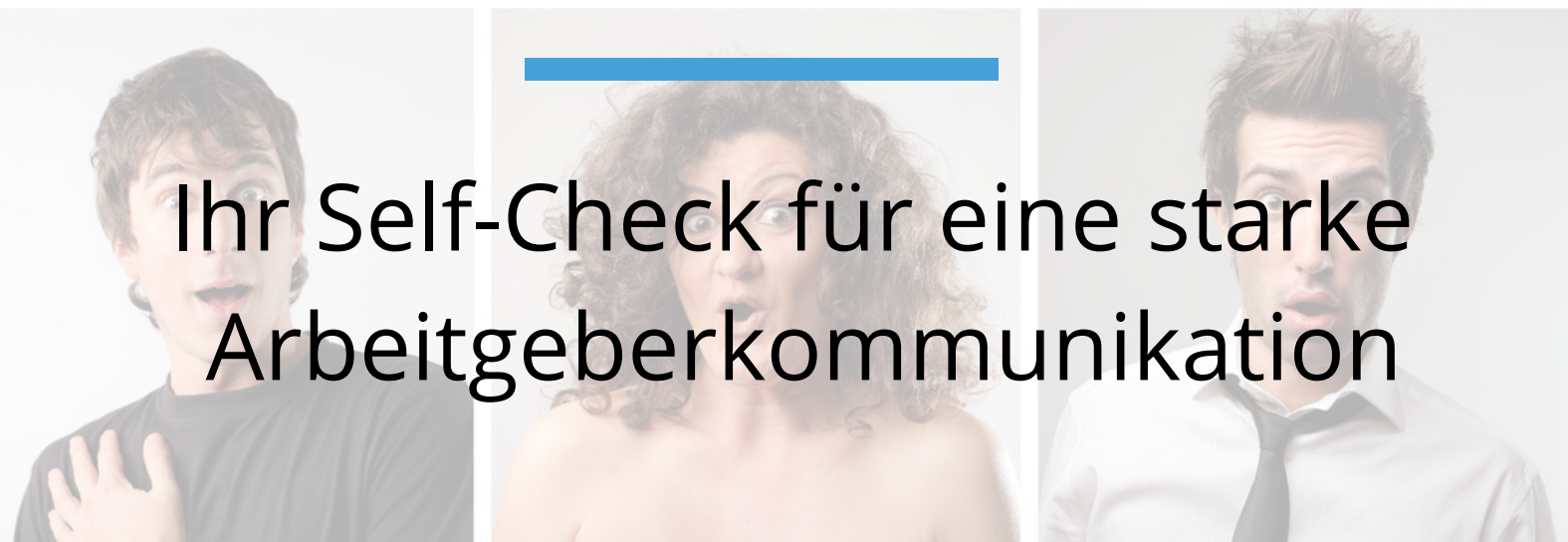




Brandmeisteri
EMPLOYER BRANDING & KOMMUNIKATION



Ihr Self-Check für eine starke
Arbeitgeberkommunikation



Der Employer Brand Check.

Was ist die Employer Brand?

Die Employer Brand, oder die Arbeitgebermarke ist das Bild, welches potenzielle Bewerber:innen von einem Unternehmen als Arbeitgeber wahrnehmen.

Warum ist das für Unternehmen wichtig? In einem Vollzeitjob verbringt man oft mehr Zeit mit den Kolleg:innen als mit der Familie. Da muss bei der Bewerbung schon klar sein, dass man sich wohl fühlt und der Umgang wertschätzend ist.

Bei einer aktiven Herangehensweise an die Arbeitgeberkommunikation, kennen Unternehmen Ihre Bewerber:innen-Zielgruppe ganz genau und stellen alle benötigten Informationen leicht zugänglich zur Verfügung.

Mit einem Ziel: Passende Kandidat:innen durch authentische Kommunikation für das Unternehmen zu gewinnen.

Warum muss ich auf die konsistente Kommunikation meiner Arbeitgebermarke achten?

In der digitalen Welt hat sich die Anzahl der Kommunikationskanäle vervielfacht. Das bringt viele Vorteile in unser aller Leben: Zu jedem Produkt finden sich auf Knopfdruck Details, Preise und Bewertungen im Netz.

Genau das passiert auch mit Jobangeboten von Unternehmen. Die Reise der Bewerber:in zum Unternehmen (Candidate Journey), hat potenziell viele Berührungspunkte und bringt das Unternehmen damit in eine Art Kommunikations-Bringschuld.

Wenn gängige Kanäle nicht bespielt werden und übliche Einblicke oder aussagekräftige Informationen nicht konsistent und authentisch kommuniziert werden, läuft man als Unternehmen Gefahr, im Vergleich nicht zu bestehen, oder gar nicht mehr gefunden zu werden.

Wenige und oft nicht passende Bewerbungen sind die Folge.

Wie sieht der ideale Arbeitgebераuftritt aus?

Wie können Sie sich als Unternehmen im Wettbewerb um die richtigen Bewerber:innen von anderen Unternehmen abheben? Was braucht ein attraktiver Arbeitgebераuftritt?

Um das Geheimnis des perfekten Arbeitgebераuftritts zu lüften, habe ich mit Expert:innen und Berater:innen gesprochen und mich bei erfolgreichen Firmen schlau gemacht.

Viele dieser Sessions können Sie im Employer Branding Podcast nach hören.

Die schlechte Nachricht ist: Es gibt keinen Quickfix. :)
Ihre Arbeitgebermarke ist nichts was einfach, wie ein Produkt, gekauft werden kann.

Die gute Nachricht ist: Es gibt einige Grundsätze, die unabhängig von Branche oder Firmengröße angewendet werden können.

Für Sie und Ihr Unternehmen heißt das konkret:

Bewerber:innen wollen Einblicke in Ihr Unternehmen, in die Art wie Teams zusammenarbeiten. Bewerber:innen wollen wissen, wie mit Fehlern und Ideen umgegangen wird, wie sie sich einbringen und entwickeln können.

Bewerber:innen suchen Informationen in aller Regel digital.

Die Möglichkeiten und Kontaktpunkte im digitalen Raum sind vielfältig und lassen Unternehmen nur die Wahl aktiv zu kommunizieren, oder den Dingen unkontrolliert ihren Lauf zu lassen.

Die Employer Brand Checkliste!

Mit der Checkliste prüfen Sie Außendarstellung Ihres Unternehmens, speziell die als Arbeitgeber. Dadurch generieren Sie einen Überblick über Stärken und zeigen Bereiche mit Optimierungspotenzial auf.

Umsetzungstipp:

Laden Sie für den Check Kolleg:innen zur Mitarbeit ein und teilen Sie diese auf die Themenbereiche auf. 15 Minuten pro Themenbereich reichen üblicherweise um einen guten Überblick zu generieren.

Im Anschluß präsentieren sie jeweils die Ergebnisse in der Runde und bieten ausreichend Zeit für Diskussion.

1. Der Allgemeine Unternehmensauftritt.

Kandidat:innen trennen in der Wahrnehmung nicht zwischen Arbeitgebermarke und dem übrigen Auftreten des Unternehmens. Wie auch, sind diese beiden Bereiche Teil eines großen Ganzen.

	ja	nein
Ist erkennbar was das Unternehmen macht?	☐	☐
Werden Unternehmenswerte kommuniziert?	☐	☐
Wird eine Firmen-Philosophie / Leitsätze kommuniziert?	☐	☐
Wird Mitarbeiter:innen eine zentrale Rolle im Unternehmen gegeben?	☐	☐
Gibt es bekannte Produkte oder Personen im Unternehmen?	☐	☐
Gibt es eine übersichtliche Navigation (ggf. mit Suchfunktion)?	☐	☐
Werden authentische Bilder und Videos eingesetzt?	☐	☐
Wie ist die Qualität der Texte? Sind diese zielgruppengerecht aufbereitet?	☐	☐
Sind die Kontaktmöglichkeiten schnell erkennbar?	☐	☐
Ist die Website auch über ein Smartphone benutzbar?	☐	☐
Wird die Webseite rasch geladen?	☐	☐
Ist der allgemeine optische Eindruck stimmig?	☐	☐

2. Die Karriereseite.

Das Herzstück in der Kommunikation mit Kandidat:innen ist der Karrierebereich auf der Unternehmensseite. Alle Wege führen zu diesem Zentrum und als solches sollte es auch ausgestaltet sein.

	ja	nein
Wie tritt das Unternehmen als Arbeitgeber auf? Ist eine Positionierung ausformuliert?	☐	☐
Ist ein eigener Karriere-Bereich vorhanden?	☐	☐
Erfolgt dort eine Unterteilung in Zielgruppen?	☐	☐
Sind Erfahrungsberichte/ Einblicke von Mitarbeitern vorhanden?	☐	☐
Wird authentisches Bildmaterial verwendet? (NO Stockfotos)	☐	☐
Werden Videos verwendet?	☐	☐
Gibt es Stellenanzeigen / eine Stellenbörse?	☐	☐
Sind die Stellenanzeigen aufbereitet für Google4Jobs?	☐	☐
Gibt es einen persönlichen Ansprechpartner:in mit Bild?	☐	☐
Gibt es eine einfache Bewerbungsmöglichkeit? (Bsp. via LinkedIn / Xing)	☐	☐
Gibt es Download-Möglichkeiten und einen Frage/Antwort-Bereich?	☐	☐
Gibt es einen ausführlichen Image-Teil über das Unternehmen als Arbeitgeber?	☐	☐

3. Online Reputation.

Wie werden Sie auf den Bewertungsplattformen gesehen:		
Gibt es Einträge auf: Kununu, Glassdoor, Google und ggfs. Branchenspezifische Plattformen?	☐	☐
Antwortet das Unternehmen regelmäßig auf Einträge?	☐	☐
Sind Produktbewertungen verfügbar? Google Bewertungen?	☐	☐
Sind weitere Informationen im Web über ihr Unternehmen auffindbar?	☐	☐

4. Die Stellenanzeigen.

Stellenanzeigen sind gerade für aktiv suchende Bewerber:innen oft der erste und auch einzige Kontaktpunkt zum Unternehmen.

Aussagekräftige Stellenanzeigen sind bedeutend auch im Hinblick auf die vielen anderen ausgeschriebenen und damit konkurrierenden Positionen.

ja | nein

Sind die Anzeige übersichtlich aufgeteilt in: Stellentitel, Einleitung/Unternehmensvorstellung, Aufgabenbeschreibung, Anforderungsprofil, Benefits, Kontaktinformationen, und Call-to-Action/Bewerbungsmöglichkeit?

☐☐

Ist der Stellentitel spezifisch und aussagekräftig formuliert?

☐☐

Sind die einzelnen Sektionen in strukturierte Blöcke aufgeteilt?

☐

Werden Überschriften verwendet um Wichtiges hervorzuheben?

☐☐

Gibt es einen Punkt „Warum uns“ (oder ähnlich)?

☐☐

Werden Anforderungen in „must haves“ und „nice to“ aufgeteilt?

☐

Werden Bilder & Videos verwendet und die Anzeige damit auch emotional ansprechend gestaltet?

☐☐

Ist die Gehaltsangabe realistisch im Verhältnis zur erwarteten Erfahrung?

☐☐

Details zu Provisionsmodellen & Überstundenregelungen?

☐☐

Werden flexible Arbeitsmodelle angeboten? (Homeoffice, Teilzeit, Remote, ..)

☐☐

Werden relevante Benefits kommuniziert?

☐☐

Ist der konkrete Standort verlinkt?

☐☐

Beschreibung der Anfahrt, Umgebung, Atmosphäre des Gebäudes?

☐

Beschreibung von Arbeitszeiten / -dauer / -tagen / Pausenregelung

☐☐

Dresscode & Reisetätigkeit ?

☐☐

Besonderheiten des Unternehmens & der Unternehmenskultur?

☐☐

Angaben zu Weiterbildungsmöglichkeiten, möglichen

Aufstiegschancen & Sicherheit?

☐☐

Angabe zu Befristung der Position?

☐☐

Angaben zur Teamgröße, Alter, Herkunft, Sprachen / konkrete

Beschreibung der Hierarchie und Zuständigkeiten im Alltag?

☐☐

5. Social Media.

Die Sozialen Medien spielen im Leben vieler Menschen eine große Rolle – das zeigen uns Nutzerzahlen und Nutzungsdauer ganz eindeutig. Für Unternehmen sind Soziale Medien die direkte Verbindung zu Ihrer Zielgruppe.

ja | nein

Social Media:

(Facebook, Instagram, Youtube, TikTok)

- Nutzt das Unternehmen einen oder mehrere Kanäle?
- Ist erkennbar welche Zielgruppe das Unternehmen anspricht?
- Stimmt die Passung von Kanälen zu Zielgruppen?
- Wird regelmäßig gepostet? (zumindest 2x pro Monat)
- Werden Mitarbeiter:innen in die Kommunikation mit eingebunden?

☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐

Business Social Media:

- Gibt es ein aktuelles Firmen-Profil auf LinkedIn und Xing?
- Sind Geschäftsführung bzw. leitende Positionen auf den Netzwerken aktiv?
- Sind Mitarbeiter*innen auf den Plattformen mit unternehmensrelevanten Themen aktiv?
- Werden regelmäßig Inhalte veröffentlicht bzw. für Mitarbeiter*innen zur Verfügung gestellt?

☐	☐
☐	☐
☐	☐
☐	☐

Medien Präsenz:

- Finden sich Berichte in Zeitungen / Zeitschriften über die Firma?
- Gibt es Experten aus dem Unternehmen, die befragt werden / zitiert werden?
- Gibt's es Studien oder andere Veröffentlichungen?

☐	☐
☐	☐
☐	☐

5. Die Auswertung.

Stehen alle Zeichen auf „Ja“ oder haben Sie einige „Nein“ gesammelt ?
Mit der Auswertung der Checkliste können Sie eine Einschätzung treffen, wo für Ihr Unternehmen Handlungsbedarf besteht. Beziehen Sie auch hier wieder Kolleg:innen und auch das Management mit ein. Sie werden zur Umsetzung Unterstützung und Ressourcen brauchen.

6. Was ist der nächste Schritt?

Welches Thema soll als erstes angegangen werden? Mit welchem Zeitrahmen und mit welchem Budget müssen wir rechnen?

Hier ist ein erfahrener Blick von außen oft hilfreich.
Schließlich hat niemand etwas von einem einmaligen Employer Branding-Feuerwerk, bei dem, nach Verglühen, nur die Kosten übrig bleiben.

Wenn Sie Fragen haben oder Unterstützung brauchen, melden Sie sich gerne zu einem unverbindlichen Kennenlernen.

Ich wünsche Ihnen viel Energie bei der Durchführung des Checks!

Herzliche Grüße


Wolfgang Krapesch

Brandmeisterei
EMPLOYER BRANDING & KOMMUNIKATION



[Wolfgang Krapesch](#)



Der Employer Branding Podcast

Brandmeisterei | Gartenäckerstraße 8 | 2722 Weikersdorf
+43 664 400 64 97 | wolfgang.krapesch@brandmeisterei.at
www.brandmeisterei.at | LinkedIn: <https://bit.ly/3m88pRT>

