



# ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

BEST-PRACTICE BEISPIEL &  
SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG



business  
beat

| Your People & Culture Company

# INHALT

Als People & Culture Company unterstützt Business Beat Unternehmen dabei, MitarbeiterInnen zu binden, Fluktuation zu senken und Potentiale zu fördern. Das Team aus HR-Profis und Arbeitspsychologen beschäftigt sich täglich mit den Herausforderungen von Unternehmen. Darauf aufbauend entwickelt Business Beat Strategien, um die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern und langfristig eine attraktive Unternehmenskultur zu formen.

Mit einem Best-Practice Beispiel, Fragenvorlagen und einer nützlichen Schritt-für-Schritt-Anleitung, zeigen wir dir, wie du die Arbeitgeberattraktivität in deinem Unternehmen messbar machen kannst

#1 Arbeitgeberattraktivität	S.2
#2 How to „Employer Brand“	S.4
#3 Best-Practice Beispiel	S.7
#4 Schritt-für-Schritt-Anleitung	S.9

Diese TOP-Arbeitgeber arbeiten mit Business Beat



# #1 ARBEITGEBER- ATTRAKTIVITÄT

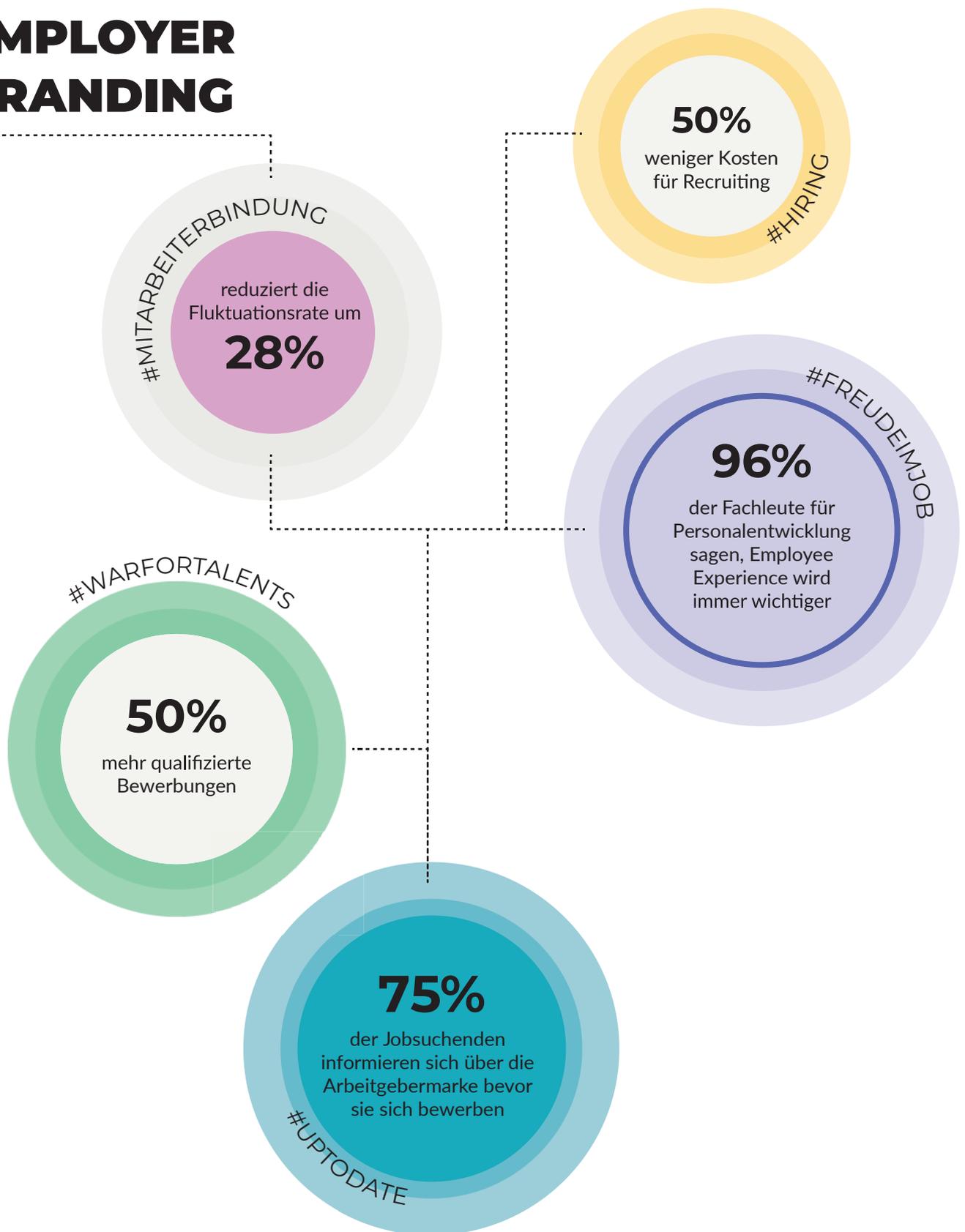
Fachkräftemangel & hoher Wettbewerb machen den RecruiterInnen stark zu schaffen. MitarbeiterInnen haben hohe Erwartungen an ihren zukünftigen Arbeitgeber und wollen mehr als nur gutes Gehalt. Unternehmen müssen sich attraktiv positionieren und mit nachhaltigen Unternehmenswerten punkten, um die besten Talente zu finden. Eine attraktive Arbeitgebermarke ist daher essenziell, um sich im Wettbewerb von anderen Unternehmen abzuheben und erfolgreich im Recruiting zu sein.

Genau hier setzt Business Beat an. Mit regelmäßigen Puls-Befragungen kannst du die Stimmung in deinem Unternehmen ermitteln. Die Software dient dabei als Schaltzentrale deiner Unternehmenskultur und unterstützt dich bei der Gestaltung einer eindrucksvollen Employee Experience.



In einem Best-Practice Beispiel möchten wir zeigen, wie man mithilfe gezielter Puls-Befragungen eine attraktive Arbeitgebermarke aufbauen kann.

# EMPLOYER BRANDING



Quelle: LinkedIn Report, The ultimate list of Employer Branding Statistics, Zugriff: 02.2022

# #2 HOW TO „EMPLOYER BRAND“

## 01. IST-ZUSTAND

Wenn du noch am Anfang deiner Employer Branding Strategie stehst, gilt es zuerst den IST-Zustand deiner Unternehmenskultur zu ermitteln. Hier gilt die Devise: Daten & Fakten statt Bauchgefühl! Mit einer kurzen und anonymen Mitarbeiterbefragung deckst du schnell auf, ob die Werte auch intern gelebt werden.

Identifiziere die Stärken & Schwächen deiner Arbeitgebermarke, um darauf aufbauend Entscheidungen zu treffen und Maßnahmen abzuleiten. Hier ein Beispiel für eine Stärken-Schwächen-Analyse:

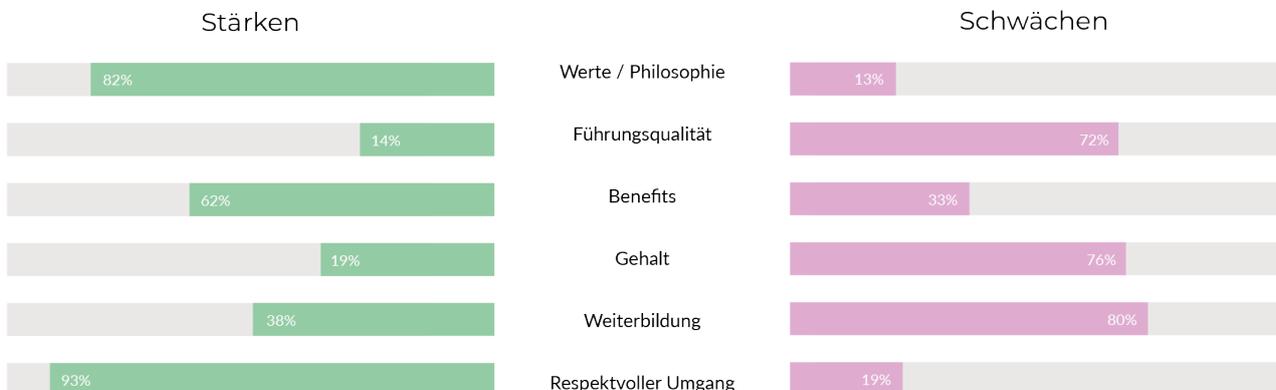
In welchen Bereichen haben wir als Arbeitgeber klare Stärken?

- Werte / Philosophie
- Führungsqualität
- Benefits
- Gehalt
- Weiterbildung
- Respektvoller Umgang

In welchen Bereichen haben wir als Arbeitgeber Handlungsbedarf?

- Werte / Philosophie
- Führungsqualität
- Benefits
- Gehalt
- Weiterbildung
- Respektvoller Umgang

So könnte das Ergebnis aussehen:



## 02. SOLL-ZUSTAND

Mit der Ermittlung des IST-Zustands, deckst du die Stärken und Schwächen deiner Employer Brand auf. Nachdem du dir diesbezüglich nun im Klaren bist, gilt es zu definieren, welches Ziel du erreichen möchtest. Wofür soll deine Arbeitgebermarke stehen?

Interne und externe Employer Branding Maßnahmen sind dein Werkzeug, um an der Arbeitgebermarke zu schrauben und sie in den SOLL-Zustand zu lenken.

## 03. MASSNAHMEN

**Externe Employer Branding Maßnahmen** sind hauptsächlich Bestandteil des Personalmarketings. Ziel ist es, dein Unternehmen als interessanten Arbeitgeber auf allen relevanten Kommunikationskanälen zu positionieren: von der Karrierewebseite, über den Social-Media-Auftritt bis hin zu Messen und Printmedien.

Behalte dabei immer dein Ziel vor Augen und überlege dir genau, worüber es sich lohnt zu kommunizieren.

**Authentizität ist der Schlüssel für erfolgreiches Employer Branding.** Unternehmen greifen im Kampf um die besten Arbeitskräfte oft zu falschen Versprechungen. Dabei solltest du keine Wunschvorstellungen deines Unternehmens nach außen tragen, sondern die gelebte Realität widerspiegeln.

Beachte, dass sich die Versprechungen mit den Unternehmenswerten decken. Ansonsten wirkt dein Unternehmen schnell unglaubwürdig. Genauso sollten die versprochenen Erwartungen von neuen MitarbeiterInnen erfüllt werden, um sie nicht nach wenigen Wochen wieder zu verlieren.

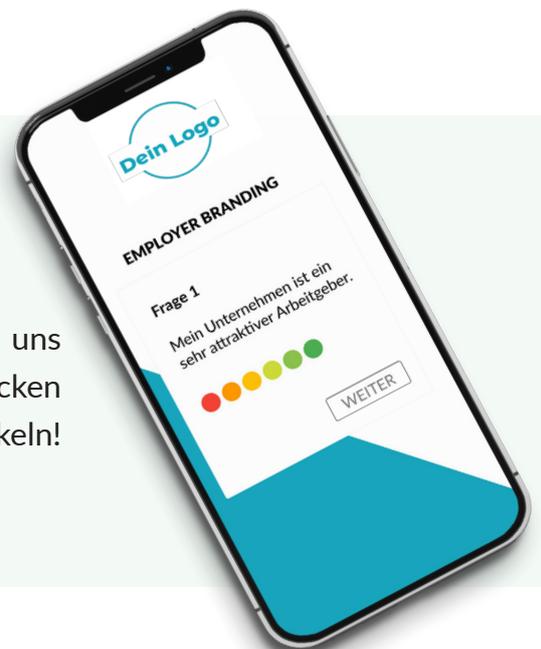
**Interne Employer Branding Maßnahmen** sind erfahrungsgemäß komplexer, denn hier geht es um das Zusammenspiel zwischen Mensch, Kultur und Werten. Wichtig: Das Bild, welches mittels Personalmarketing geformt wurde, sollte sich auch intern widerspiegeln. Für neue MitarbeiterInnen ist die intern gelebte Unternehmenskultur sozusagen der "Moment of Truth". Entweder bestätigt sich die Employer Value Proposition und die Erwartungen werden erfüllt, oder das Unternehmen hat im Außenauftritt und Bewerbungsgespräch vielleicht zu viel versprochen. Dann sind die MitarbeiterInnen schneller wieder weg als gedacht.

Ein hilfreiches Instrument für das interne Employer Branding sind regelmäßige, aber kurze **Puls-Befragungen**. Warum? Weil deine MitarbeiterInnen Teil deiner Unternehmenskultur sind und im Employer Branding Prozess miteinbezogen werden müssen. Softwarelösungen wie Business Beat helfen dabei, **die Unternehmenswerte mit denen der MitarbeiterInnen abzugleichen**. Nur durch ihr ehrliches Feedback kannst du deine Optimierungspotentiale als ArbeitgeberIn herausstellen.

## Wie stehen deine MitarbeiterInnen zu deiner Arbeitgebermarke?

Finde es mit einer kurzen Befragung heraus! Lass uns gemeinsam deine individuellen Herausforderung aufdecken und deine Arbeitgebermarke zielgerichtet weiterentwickeln!

[www.business-beat.com/termin](http://www.business-beat.com/termin)



# #2 BEST-PRACTICE BEISPIEL

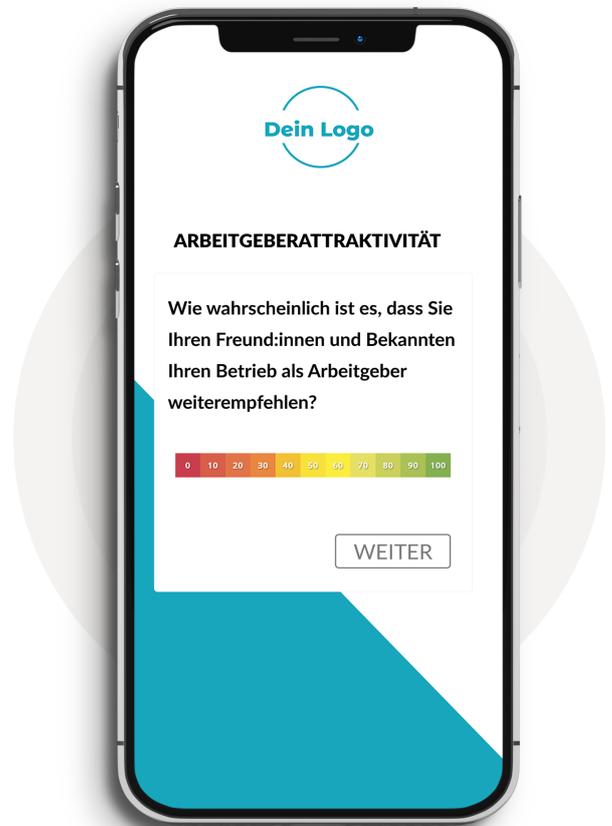
## ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

### AUSGANGSSITUATION

Ein Unternehmen, ansässig in einer stark wettbewerbsintensiven und innovativen Industrieregion, steht vor der Herausforderung, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Bisherige Bemühungen in Form von Benefit-Paketen erwiesen sich als wenig differenzierend gegenüber der Konkurrenz. Das Unternehmen beschließt deshalb, seine Employer Branding-Strategie zu überdenken und setzt dabei auf ein maßgeschneidertes Stärken/Schwächen-Profil, um sich gezielt von anderen Arbeitgebern abzuheben und das Engagement der Mitarbeiter zu fördern.

### UMSETZUNG

Das Unternehmen implementiert ein strukturiertes Bewertungssystem, um die individuellen Stärken und Schwächen des Unternehmens als Arbeitgeber zu identifizieren. Dabei wird der wissenschaftlich fundierte eNPS (Employee Net Promoter Score) als Befragungsdesign herangezogen, um herauszufinden, welche Mitarbeitenden als PromoterInnen des Unternehmens agieren und wer kritisch gegenüber dem Unternehmen als Arbeitgeber eingestellt ist. Zusätzlich werden die Gründe für ihre Bewertungen erfasst, um konkrete Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Dies ermöglicht es dem Unternehmen, gezielt an den Schwachstellen zu arbeiten und seine Stärken hervorzuheben.



## RESULTATE

Durch die Analyse und Individualisierung des Stärken/Schwächen-Profiles gelingt es dem Unternehmen, seine Arbeitgebermarke nach außen hin anzupassen und sich gegenüber der Konkurrenz in der Region zu differenzieren. Die bestehenden MitarbeiterInnen werden als Promotoren für das Unternehmen aktiviert und tragen dazu bei, die Attraktivität des Arbeitgebers zu steigern. Mit einer halbjährlichen Befragung wird ein kontinuierlicher Abgleich sichergestellt, um auf Veränderungen im Mitarbeiterfeedback reagieren zu können und die Mitarbeiterbindung langfristig zu stärken.

## DIE MASSNAHMEN

- ✓ Optimiertes Employer Branding
- ✓ Bestehende Mitarbeitende aktiv als Promotoren einsetzen
- ✓ Mit evaluierten Stärken vom Wettbewerb abheben
- ✓ Laufende Befragung zum Abgleich der gesetzten Maßnahmen

## UNSER TIPP

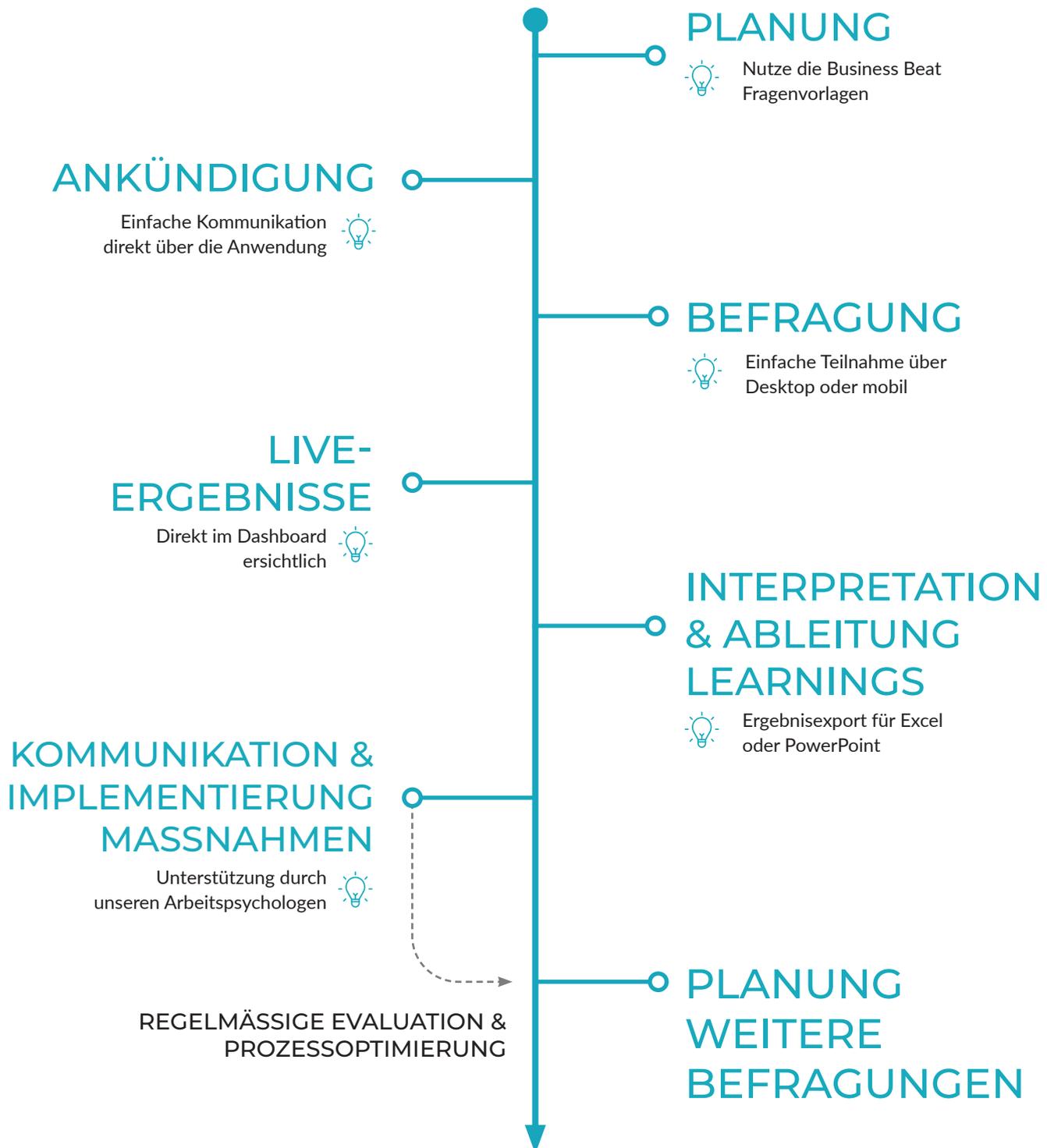
In unserer Anwendung findest du bereits wissenschaftlich fundierte Fragen für deine Befragung zur Arbeitgeberattraktivität.



## FAZIT

Das Best-Practice-Beispiel zeigt, wie durch gezielte Puls-Befragungen an bestimmten Stellschrauben bei der Arbeitgeberattraktivität gedreht werden und wie der Status quo schnell und einfach erfasst werden kann. Durch die aktive Partizipation der Mitarbeitenden wird zielgerichtet evaluiert, durch welche Stärken sich das Unternehmen im Wettbewerb hervorheben kann und dadurch einen klaren Vorteil im Recruiting erzielt.

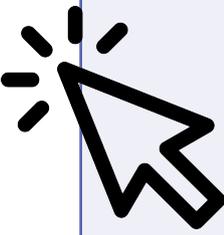
# #3 SCHRITT-FÜR-SCHRITT ANLEITUNG



# BIST DU BEREIT DURCHZUSTARTEN?

Wähle ein Datum aus

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29			



**Buch dir online einen  
kostenlosen Termin und  
lass uns austauschen.**

Telefon: +43 512 387 064  
oder +49 69 808 837 25  
E-Mail: [info@business-beat.com](mailto:info@business-beat.com)  
[business-beat.com/termin](https://business-beat.com/termin)

