

Self Check: „Wie reif ist mein Unternehmen in Sachen Employer Branding?“

Struktur & Stellenwert von HR

1. Wie ist HR im Unternehmen eingegliedert? Welchen Stellenwert hat HR im Unternehmen?

- a) HR ist reduziert auf Personalbeschaffung, wir sind Einzelkämpfer im Unternehmen. Wir agieren nach Auftrag aus den Fachabteilungen.
- b) HR agiert teilweise autonom, aber es gibt teilweise Abstimmungen mit Marketing.
- c) HR agiert völlig autonom, aber es gibt enge Zusammenarbeit mit Marketing, Unternehmenskommunikation/PR und anderen Abteilungen.
- d) HR ist Teil der Unternehmensziele und hat eine tragende Rolle im Unternehmen.

2. Welche Ressourcen haben Sie im Bereich HR?

- a) Bei uns macht eine Person alles, teilweise auch andere Bereiche als nur HR.
- b) Wir sind nur ein sehr kleines Team, was zeitweise zu Engpässen führt.
- c) Wir sind ein größeres Team, das die Ressourcen und Kapazitäten auf verschiedene Bereiche wie Recruiting, Entwicklung, Management usw. verteilt.
- d) Wir sind ein großes und klar strukturiertes Team. Grundsätzlich haben wir genügend Ressourcen im Personalbereich und es gibt klare Verantwortungsbereiche.

Herausforderungen im Recruiting

1. Wie bekannt ist Ihr Unternehmen als Arbeitgeber?

- a) Wir werden als Unternehmen in der Gesellschaft kaum bis gar nicht wahrgenommen. Und als attraktiver Arbeitgeber schon gar nicht.
- b) Unser Unternehmen und vor allem unsere Produkte oder Dienstleistungen werden zwar wahrgenommen, aber nicht das Unternehmen als Arbeitgeber.
- c) Wir haben eine sehr starke Consumer Brand, die auf uns als Arbeitgeber abstrahlt.
- d) Wir haben unser Unternehmen auch als Arbeitgeber positioniert und erzielen klare Vorstellungsbilder bei Bewerbern.

2. Wie einfach ist es für Sie, die passenden Mitarbeiter zu finden?

- a) Wir müssen leider aufnehmen, was kommt. Wir haben nur eine geringe Auswahl.
- b) Wir erhalten zwar ausreichend Bewerbungen, aber diese passen leider nicht immer zu uns.
- c) Wir erhalten extrem viele Bewerbungen, aber bei Fachkräften haben wir ein Problem, die richtigen zu finden.
- d) Wir bekommen genau die richtigen Bewerber in einer überschaubaren Anzahl.

Auftritt nach Außen

1. Welche Kontaktpunkte bzw. Kommunikationskanäle nutzen Sie, um an die richtigen BewerberInnen zu gelangen?

- a) Wir nutzen diverse Online-Jobbörsen für das Recruiting. Andere Kanäle weniger bis gar nicht.
- b) Wir sind neben Online-Jobbörsen auch in den klassischen Medien mit Stellenanzeigen präsent. Vakante Positionen stellen wir auch auf die Website.
- c) Wir nutzen Online-Jobbörsen, klassische Medien, haben eine Karrierewebsite und experimentieren mit verschiedensten anderen Kanälen, allerdings noch recht ungeplant.
- d) Wir betreiben strategische Mediaplanung, nutzen verschiedenste Kanäle, je nachdem, um welche Zielgruppen es sich handelt. Wir lassen auch unsere MitarbeiterInnen für das Unternehmen sprechen und messen und korrigieren unsere Maßnahmen laufend.

2. Wie hat sich der gestalterische/visuelle Auftritt in Inseraten in den letzten Jahren verändert?

- a) Da hat sich in den letzten 3 Jahren nichts bis kaum verändert.
- b) Wir haben leichte Änderungen in puncto Textierung vorgenommen, vor allem gekürzt.
- c) Wir haben nun mehr Bilder in den Inseraten, um zu emotionalisieren.
- d) Wir haben die gesamte Gestaltung und auch den Text an unserem Arbeitgebersprechen angepasst.

Strategie als Arbeitgeber

Haben Sie einen Prozess zur strategischen Ausrichtung als Arbeitgeber-Marke gestartet und wenn ja, wie weit sind Sie damit?

- a) Wir sehen dafür keine Notwendigkeit und haben auch keine Ressourcen dafür.
- b) Wir setzen schon viele Personalmarketingmaßnahmen um, wollen diese zukünftig aber in eine Strategie gießen.
- c) Wir haben vor Kurzem den Prozess gestartet und wollen eine starke Arbeitgebermarke sein.
- d) Wir haben bereits eine Arbeitgeber-Positionierung erarbeitet und sind bereits am Ausrollen nach innen und außen.

Auswertung Self Check: „Wie reif ist mein Unternehmen in Sachen Employer Branding?“

Wie oft wurde welche Antwort angegeben?

a) ___ Mal b) ___ Mal c) ___ Mal d) ___ Mal

Vorwiegend Antwortkategorie a)

Sie befinden sich noch im Reifegrad 1 als Arbeitgeber. Ressourcen und Kapazitäten sowie eine klare Struktur und Strategie fehlen. Als Arbeitgeber werden Sie zu wenig wahrgenommen. Ihr Potenzial ist sehr groß, mit einigen Maßnahmen viel zu erreichen.



Unsere Empfehlung:

Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen verstärken. Durchführen einer IST-Analyse, um festzustellen, wo Sie derzeit als Arbeitgeber stehen. Die Frage: „Wer sind wir?“ klären. Im 2. Schritt die Soll-Perspektive festlegen: „Wo wollen wir hin und wie sollen wir wahrgenommen werden?“ klären. 3. Schritt festlegen „Wie machen wir es?“. Strategische Umsetzung, um als Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Laufend: Semiotische Prüfung der geplanten Schritte, damit die richtigen Botschaften an die richtigen Bewerber gelangen.

Vorwiegend Antwortkategorie b)

Sie befinden sich im Reifegrad 2 als Arbeitgeber. Sie haben tw. eingeschränkte bzw. vorgegebene Handlungsmöglichkeiten. Sie probieren immer wieder Neues im Recruiting aus und versuchen proaktiv zu handeln. Wichtig ist aber, dass die richtigen Bewerber Sie als Arbeitgeber wahrnehmen und Sie sich gegen den starken Mitbewerb durchsetzen. Ihr Ziel muss es daher sein, das Bild als Arbeitgeber zu schärfen und die Arbeitgeber-Marke als Teil der Unternehmensmarke zu etablieren.



Unsere Empfehlung:

Eine Gesamtstrategie über das gesamte Unternehmen aufsetzen. Arbeitgeber-Marke und Consumer-Brand in Einklang bringen. Durchführen einer IST-Analyse, um festzustellen, wo und inwieweit das Unternehmen als Arbeitgeber wahrgenommen wird. Die Frage: „Wofür stehen wir?“ klären. Im 2. Schritt die Soll-Perspektive festlegen: „Wo wollen wir hin und wie sollen wir wahrgenommen werden?“ klären. 3. Schritt festlegen „Wie machen wir es?“. Strategische Umsetzung, um als Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Laufend: Semiotische Prüfung der geplanten Schritte, damit die richtigen Botschaften an die richtigen Bewerber gelangen.

Vorwiegend Antwortkategorie c)

Sie befinden sich im Reifegrad 3 als Arbeitgeber. HR agiert tw. autonom, aber auch gemeinsam mit anderen Abteilungen. Sie befinden sich auf dem Weg von reaktiv hin zu proaktiv vorausschauend. Sie kämpfen mit einer mittleren bis höheren Fluktuation und auch damit, Bewerber mit höheren Qualifikationen anzuziehen. Sie haben eine starke Konkurrenz um die „right potentials“. Möglicherweise kämpfen Sie auch mit vielen Nachbesetzungen, weil die falschen Erwartungen geweckt wurden.



Unsere Empfehlung:

Eine Gesamtstrategie über das gesamte Unternehmen aufsetzen. Arbeitgeber-Marke und Consumer-Brand in Einklang bringen. Eine IST-Analyse sollte vorliegen, auf der wir weiter aufbauen. Im 2. Schritt die Soll-Perspektive festlegen: „Wo wollen wir hin und wie sollen wir wahrgenommen werden?“ klären. Klärung der nötigen Kanäle zur Ansprache. 3. Schritt festlegen „Wie machen wir es?“. Strategische Umsetzung, um als Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Wording, Bildwelt konkretisieren und stimmig machen. Laufend: Semiotische Prüfung der geplanten Schritte, damit die richtigen Botschaften an die richtigen Bewerber gelangen.

Vorwiegend Antwortkategorie d)

Sie befinden sich im Reifegrad 4 und damit einer der Vorreiter in Bezug auf Arbeitgeber-Auftritt und Employer Branding. Sie arbeiten bereits strategisch und wissen, wo und wie Sie Ihre besten Bewerber erreichen können. Dennoch haben Sie zuweilen mit Fachkräftemangel und einer starken Konkurrenz um die richtigen Bewerber zu kämpfen, da die Ausrichtung der Botschaft noch nicht 100% optimal verläuft.



Unsere Empfehlung:

Prüfen Sie die Touchpoints und die transportierten Botschaften mittels Semiotischem Recruitment. Werden die Werte und die Unternehmenskultur zielführend, verständlich und zielgruppengerecht transportiert? Briefen Sie Ihre Agentur nochmals, um zielgerichtet zu agieren. Definieren Sie Versprechen als Arbeitgeber und das, was Ihr Unternehmen einzigartig macht.

Sie haben Fragen?

Sie erreichen uns unter entdecken@comrecon.com

Mag. Charlotte Hager
comrecon brand navigation KG