



CHECKLISTE 

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

Die hier vorliegende **Checkliste** ist das Resultat vom Workshop (Arbeitgeberattraktivität, Workshop-Modul 3, KMUni) am 29. August 2014, bestehend aus Leitfragen und den erarbeiteten Ergebnissen. Die Ergebnisse sind dabei nicht als final zu betrachten, vielmehr sollten sich die Unternehmen anhand der Leitfragen tiefergehend und strategisch mit der Thematik auseinandersetzen.

LINKS

Nachfolgend zwei Links zu interessanten Arbeitgebermarketing-Websites:

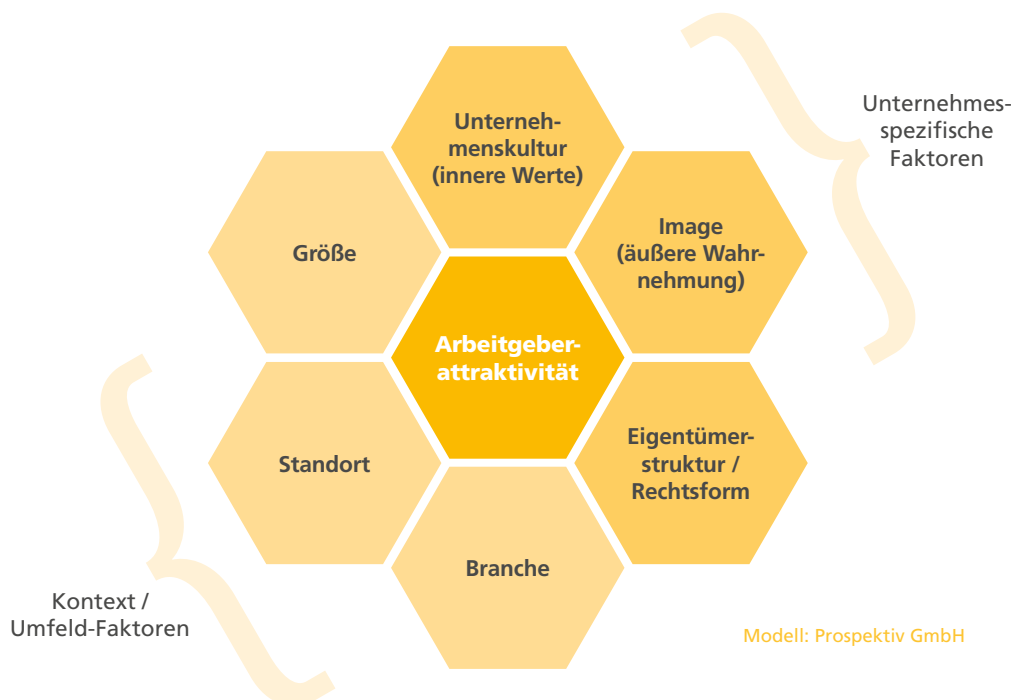
Personalmarketing 2.0

Arbeitgebermarketing-Blog
www.personalmarketing2null.de

Die Goldene Runkelrübe

Award für „herausragend schlechte Personalkommunikation“
www.goldenerunkelruebe.de

ZENTRALE EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT





1

GRÖSSE, EIGENTÜMERSTRUKTUR/RECHTSFORM

Was sind die **Stärken und Schwächen** von KMU als Arbeitgeber im Allgemeinen?

- Welche Vorzüge haben KMU als Arbeitgeber? Was sind die Vorteile insbesondere gegenüber größeren Unternehmen oder Konzernen?
- Aus welchen Gründen könnten Bewerber/-innen sich gegen KMU als Arbeitgeber entscheiden?
- Welche der folgenden KMU-spezifischen Merkmale treffen auf ihr Unternehmen zu? Welche nicht? Gibt es weitere Merkmale, die nicht in der Liste aufgeführt sind? („Sozialer Verband“)

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
Kurze Entscheidungswege, flache Hierarchien	Keine oder schlechte Aufstiegschancen
Schnelle, kurze und direkte Kommunikationswege	Keine großen Weiterbildungsprogramme
Top-Innovative Ideen und Anspruch	Überforderung durch Arbeitsvolumen/-inhalte („Kleines Team unter Volldampf“)
Individualität des „Local Players“	„Kopfmonopole“
Flexibilität Entscheidungen werden schneller umgesetzt	Keine Kostenbewilligung für Weiterbildungen, Förderungen, Arbeitsmittel
Nationale und internationale Großunternehmen als Partner	Verantwortung (Erfolg)
Wissensaustausch und Kommunikation abteilungsübergreifend	Mitarbeiter/-innen müssen sich schnell auf sich selbst verlassen
Breites Aufgabengebiet: Man ist für viele Dinge verantwortlich (Keine Langeweile)	Dünne Personaldecke („Jeder Abgang tut weh“)
Größerer Verantwortungsbereich (Tätigkeitstiefe)	Geringer Bekanntheitsgrad
Einbringen und Umsetzen neuer Ideen	Mitarbeiter müssen sich stärker einbringen, flexibler sein und Verantwortung übernehmen (Flexibilität der Mitarbeiter)
Freiheit	
Kreativität	Keine stabile Zuständigkeits-/ Verantwortungsstruktur
Flexible Ausrichtung auf neue Themen	Zwang, auf neue Entwicklungen zu reagieren
Man kann etwas bewegen	Innovationskraft
Gegenseitige Unterstützung und Zusammenhalt	Nicht tarifgebunden
Familiärer Umgang und übersichtlicher Kollegenkreis, jeder kennt jeden (z. T. bis ins Privatleben)	Gehaltsstrukturen
Identifikation mit dem Unternehmen („Sozialer Verband“)	„Generationenkonflikt“
Individuelle Förderung (soweit möglich)	Spezialisierte sein, sich fokussieren
Uni in Rufweite	
Finanziell gesicherte Eigentumsverhältnisse (z. B. Inhabergeführt)	Laune der Besitzer
Einfache, übersichtliche und flexible Strukturen	Seltene Mitbestimmungssysteme
Engerer Kontakt zu Kunden und Zulieferern	Entscheidungsprobleme, wenn Unternehmensziele mit den Familienzielen in Konflikt geraten
Langfristige Zeit- und Planungshorizonte	Nachfolgeproblematik
Unabhängigkeit	



NOTIZEN ZU 1

2

STANDORT: ARBEITEN UND LEBEN IM RUHRGEBIET

Warum sollten Bewerber/-innen in **dieser Region** leben und arbeiten wollen?
Und warum vielleicht auch nicht?

Was sind die **konkreten Standortfaktoren** Ihres Unternehmens (Erreichbarkeit, Umfeld, Gebäude, Gastronomie)? Was fehlt eventuell?

Wie können und wollen **Sie als Unternehmen** mit den Standortfaktoren des Ruhrgebiets umgehen?

Was sind die **spezifischen Vorteile Ihres Unternehmensstandorts**?



3

DAS BRANCHENIMAGE

- Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?
- Welches Image verbinden Außenstehende und Bewerber/-innen mit Ihrer Branche hinsichtlich auf Arbeitsinhalten und -bedingungen, Entgelten, Arbeitszeiten, Sozialprestige etc.?
- Wie können Sie das Branchenimage für sich nutzen? Wie gehen Sie mit einem schlechten Branchenimage um?
- Welche der folgenden branchenspezifischen Merkmale treffen auf Ihr Unternehmen zu? Welche nicht? Gibt es weitere Merkmale, die nicht in der Liste aufgeführt sind?

STÄRKEN	SCHWÄCHEN
---------	-----------

Informationstechnologie / IT	
Lockeres Miteinander, kein Dresscode	„nur“ am PC, keine richtige Arbeit
Es wird viel Geld verdient (durch die Unternehmen)	Prozessoptimierung durch IT (Stellenabbau)
Hohe Gehälter	Keine Nachhaltigkeit (Branche muss sich „alle paar Jahre“ neu erfinden)
Kreatives Chaos	Stetige Weiterbildung erforderlich
Abwechslungsreich	Viele Überstunden
Neue Technologien (Interessant) Instabil, Projektarbeit (unsichere Arbeitsplätze)	
Innovativ und Innovationskraft	„Nerd-Faktor“, nerdig
Leidenschaft für Technologien	Kompliziert
„Hipp“	Hohe Anforderungen an Beschäftigte
Besonderer Menschenschlag	Hohe Mobilitätsbereitschaft
Tolle Nebenleistungen (wie z. B. bei Google)	
Arbeit macht immer Spaß	
„Kicker und Bierkasten“	
Maschinenbau / Automotive	
Deutsche Ingenieurskunst	Schwerfällig, klassisch, konservativ
Große Namen und Erfindungen	Veraltete Strukturen
Forschung und Entwicklung	Wenig Projekt- und Teamwork
Marktführerschaft	
„Comfort Zone“ für Arbeitnehmer	
Mikrosystemtechnologie	
Innovation und Zukunft („Cool“)	Branche unbekannt
Sichere Arbeitsplätze	Zu hohe Erwartungen (Bin ich gut genug?)
	„Nano-Gefahr“

NOTIZEN ZU 3



4

UNTERNEHMENSspezifische Faktoren: Stärken und Schwächen eines Unternehmens analysieren (Der Blick von innen)

- Was macht Sie als Arbeitgeber attraktiv? Was macht Sie unattraktiv?
- Was können Sie Ihren Beschäftigten bieten?
- Warum sollte eine Fachkraft bei Ihnen anfangen und bei Ihnen bleiben? Warum nicht?

Nutzbare Instrumente im Unternehmen zur Analyse der unternehmensspezifischen Stärken und Schwächen

- Mitarbeitergespräche
- Mitarbeiter-Workshops
- Mitarbeiterinterviews
- Mitarbeiterbefragungen
- Eintrittsinterviews
- Austrittsinterviews
- Tägliche kleine „Meckerrunde“
- Meetings („Heißer Stuhl“)
- Netz-Portale (www.kununu.de, www.meinpraktikum.de)
- Analyse / Gespräche Bewerberabsagen
- „Meckerbox“
- Mitarbeiterversammlungen
- Teilnahme / Stimmung Firmen-Events
- Rückmeldung Partner/Angehörige
- Kennzahlenanalyse: Fluktuation, Qualität & Quantität der Bewerbungen, Dauer bis zur Stellenbesetzung
- Unternehmensleitbild, Führungsgrundsätze & Strategiepapiere

NOTIZEN ZU 4



5

UNTERNEHMENSPEZIFISCHE FAKTOREN: WIE WIRD DAS UNTERNEHMEN VON EXTERNEN GESEHEN? (DER BLICK VON AUSSEN)

- Wie werden Sie von Kunden und/oder Lieferanten gesehen?
- Werden Sie extern bewertet, z. B. auf Internetplattformen wie kununu.de oder meinpraktikum.de? Oder im Social Web?

Nutzbare Instrumente zur Analyse der unternehmensspezifischen Stärken und Schwächen aus **externer Sicht**

Kunden- und Lieferantenfeedback

Arbeitgeberbewertungsplattformen

Social-Media-Analyse

NOTIZEN ZU 5



6

EINORDNUNG DER ERGEBNISSE IN EINE ARBEITGEBERPOSITIONIERUNG

- Über welche **Attraktivitätsmerkmale** verfügt mein Unternehmen? (Hinweis: Nicht nur Hygienefaktoren!)
- Wie lassen sich die einzelnen Attraktivitätsmerkmale **kategorisieren**? (Anker, Treiber oder Differenziator)
- Welche Attraktivitätsmerkmale lassen sich zu **Oberkategorien** zusammenfassen? (Arbeitgeberpositionierungs-Cluster)



Differenziator

Anker

Treiber

NOTIZEN ZU 6



ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

Idee von:



Prospektiv GmbH

Kleppingstr. 20
44135 Dortmund
Tel.: +49 231 556976-0
info@prospektiv.de
www.prospektiv.de

Arne Brand
Tel.: +49 231 556976-20
brand@prospektiv.de

Kai Rosetti
Tel. 0231 556976-17
rosetti@prospektiv.de

Weitere Ansprechpartner:

KMUni

Wirtschaftsförderung Bochum GmbH

Jonas Stawowy
Tel.: +49 234 61063-155
jonas.stawowy@wifoe-bochum.de
www.wifoe-bochum.de

Wirtschaftsförderung Dortmund

Oliver Walter
Tel.: +49 231 50292-15
oliver.walter@stadtdo.de
www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de

www.kmuni.ruhr

EIN PROJEKT DER:



IN KOOPERATION MIT:



GEFÖRDERT DURCH:



Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Industrie, Mittelstand und Handwerk
des Landes Nordrhein-Westfalen

