



Beobachtung - der erste Schritt zum Talente-Magnet!

Richten Sie Ihren Blick im ersten Schritt nach innen und nach außen: Wofür ist Ihr Unternehmen bekannt? Wie sieht das aktuelle Team Ihren Betrieb? Versuchen Sie die folgenden Fragen aus der Sicht von Kund:innen, Mitarbeiter:innen, Interessent:innen bzw. Kandidat:innen zu beantworten.

1. Betrachten Sie Ihr Unternehmen: Was macht Sie besonders stolz? Sind es Innovation, Qualität, Kreativität? Oder sind es vielleicht sogar die eigenen Mitarbeiter:innen?
2. Warum bewerben sich Menschen bei Ihnen? Setzen Sie „die Brille“ eines Bewerbers auf! Was ist dessen Anstoß, der Grund, die Motivation für eine Bewerbung bei Ihnen?
3. Reflektieren Sie aber auch, weshalb keine passenden Bewerbungen kommen - Was könnte fehlen? Gibt es Unterschiede zu anderen Unternehmen?
4. Analysieren Sie Ihre Website und Ihr Profil in sozialen Medien aus der Sicht von Mitarbeiter:innen oder Bewerber:innen: Gibt es da Potential, Mitarbeiter:innen oder Benefits positiv zu präsentieren?
5. Natürlich möchten Sie Ihr Team an Ihr Unternehmen binden. Lernen Sie von Ihren Mitarbeiter:innen - ob Lehrling oder langjährige Mitstreiter:innen: Fragen Sie, was ihnen wichtig ist!
6. Gibt es in Ihrem Unternehmen Angebote oder freiwillige Leistungen, die von Mitarbeiter:innen nicht bewusst wahrgenommen werden? Tue Gutes und sprich darüber - machen Sie darauf aufmerksam - auch auf scheinbare Kleinigkeiten oder Selbstverständlichkeiten!
7. Finden Sie heraus, welche Benefits und freiwillige Leistungen andere Unternehmen - in Ihrer Branche, in Ihrer Region,... - den Mitarbeiter:innen bieten! Die Ausgangslage mag in großen Unternehmen eine andere sein, doch Kleinbetriebe können oft mit gezielteren Alternativen aufwarten!
8. Betrachten Sie Ihre Region! Gibt es Faktoren, die das Arbeiten in Ihrem Betrieb aufwerten? Wohnen, familienfreundliche Angebote, Schulen, Infrastruktur? Bauen Sie diese bewusst in Ihre Benefits ein! Kostet nichts - hat aber enorme Wirkung.
9. Unterschätzen Sie die Wechselwirkung zwischen Ihrem Image bei Kund:innen und jenem am Arbeitsmarkt nicht! Befragen Sie Kund:innen, warum sie bei Ihnen kaufen! Verwenden Sie positives Feedback für Ihre Arbeitgebermarke!
10. Seien Sie authentisch! Freuen Sie sich über Erfolg, doch erlauben Sie sich, bei Misserfolg enttäuscht zu sein! Kritisieren Sie wenn notwendig, aber loben Sie auch!

Die obigen Fragen erlauben so manch ungewohnten Blickwinkel und bringen zusätzlichen Input zum Aufbau einer Arbeitgebermarke. Das größte Potential liegt dort, wo sich die Wünsche und Motive Ihrer Mitarbeiter:innen und Wunschkandidat:innen mit den Besonderheiten, Vorzügen und Angeboten Ihres Betriebes überschneiden.

