

Checkliste Employer Branding Strategie/Kernbotschaften



- Unsere Employer-Branding-Aktivitäten sind als kontinuierlicher Prozess angelegt.*
- Unsere einzelnen Aktivitäten sind aufeinander abgestimmt, um ein einheitliches Bild nach außen zu zeichnen.*
- Wir sind uns unserer spezifischen Stärken als kleines/mittleres Unternehmen bewusst und nutzen diese, um uns von großen Unternehmen abzuheben.*
- Wir haben eine klare Definition für unsere Arbeitgeberidentität gefunden.*
- Unsere Botschaften sind prägnant formuliert und bringen auf den Punkt, was uns als Arbeitgeber besonders hervorhebt.*
- Unser erarbeitetes Profil spiegelt den Charakter unseres Unternehmens authentisch wider.*
- Unsere Kernbotschaften sind ehrlich und glaubwürdig: Wir versprechen nichts, was wir nicht halten können.*
- Auf standardisierte und austauschbare Floskeln haben wir bewusst verzichtet.*
- Um unsere Arbeitgeberstrategie zum Leben zu erwecken, haben wir ein Kreativkonzept aufgesetzt, in dem z.B. die Tonalität und Wording unserer Kernbotschaften festgelegt sind.*
- Um Emotionen zu wecken, nutzen wir Bilder, die unseren Arbeitgeberslogan visuell unterstützen.*
- Wir haben unsere Kernbotschaften in einem Arbeitgeberslogan verdichtet, dabei haben wir beachtet, dass der Arbeitgeberslogan:*
 - eine oder wenige zentrale Botschaften enthält*
 - realistische Aussagen enthält*
 - auf den Punkt bringt, was uns als Arbeitgeber ausmacht*
 - kreativ ist*
 - sympathisch wirkt*
 - glaubwürdig ist*
 - Aufmerksamkeit weckt und neugierig macht*
 - einen konkreten Bezug zu unserer Geschäftstätigkeit hat*
 - Leidenschaft für unser Tun signalisiert*
 - erkennbar um Bewerber wirkt*
 - an den Interessen potenzieller Bewerber orientiert ist*