

Arbeitgeberattraktivität: Selbst-Check

Innensicht gegen Aussensicht gehalten. Denn echte Attraktivität entsteht von innen, und eine Werbung, die das nicht deckt, wird entlarvt.

So nutzen Sie diesen Selbst-Check

Zweck. Arbeitgeberattraktivität hat zwei Seiten: die **Innensicht** Ihrer eigenen Mitarbeitenden und die **Aussensicht** des Arbeitsmarkts. Dieser Selbst-Check hält beide nebeneinander, damit die Lücke sichtbar wird. Die Lücke ist kein schlechtes Zeichen, sie ist Ihr wichtigster Ansatzpunkt.

Innen zuerst. Attraktivität ist kein Marketingbudget. Ein Imagefilm ersetzt keine gelebte Kultur. Was Sie nach aussen versprechen, muss die Innensicht decken, sonst zeigt es sich spätestens in den Bewertungsportalen und in der Fluktuation.

So bewerten Sie. Kreuzen Sie je Aussage zwei Spalten an: wie Sie es **intern** einschätzen (die gelebte Realität) und wie Sie es **extern** vermuten (die Wahrnehmung am Markt). Die Zahl zeigt das Ob, die offene Nachfrage zeigt das Warum.

1 gar nicht

2

3

4

5 voll und ganz

? weiss ich nicht

Der Selbst-Check

Bei uns trifft zu ...	Intern (gelebt)	Extern (Markt)
Menschen empfehlen uns als Arbeitgeber weiter (eNPS).	☐	☐
Sinn und Aufgabe werden als attraktiv erlebt.	☐	☐
Führung und Zusammenarbeit gelten als gut.	☐	☐
Entwicklung und Perspektive sind sichtbar.	☐	☐
Anerkennung und Wertschätzung sind spürbar.	☐	☐
Belastung und Vereinbarkeit sind tragbar.	☐	☐
Konditionen und Rahmen sind wettbewerbsfähig.	☐	☐
Unser Auftritt nach aussen deckt sich mit dem Erleben innen.	☐	☐

Die Lücke lesen. Wo intern hoch und extern tief steht, haben Sie ein Kommunikationsthema: Sie sind besser als Ihr Ruf. Wo extern hoch und intern tief steht, haben Sie ein Substanzthema: das Versprechen deckt die Realität nicht. Das zweite ist das gefährlichere.

Die grösste Lücke vertiefen

Grösste Lücke: Bei welcher Aussage klaffen Innen- und Aussensicht am weitesten auseinander?

Warum: Woran liegt das aus Ihrer Sicht, und woher wissen Sie es wirklich?

Beleg: Worauf stützt sich Ihre Einschätzung der Innensicht, auf Vermutung oder auf echte Rückmeldungen?

Der ehrlichste Teil dieses Checks ist die letzte Frage. Vieles, was wir über die eigene Attraktivität glauben, ist Vermutung. Attraktivität wird innen messbar über Zufriedenheit, Bindung und die Weiterempfehlungsbereitschaft, nicht über das Bauchgefühl der Geschäftsleitung.

Vom Check zur Massnahme

1. **Innen zuerst.** Beheben Sie das Substanzthema, bevor Sie das Kommunikationsthema angehen.
2. **Die Innensicht echt erheben**, statt sie zu vermuten. Fragen Sie die Mitarbeitenden, offen und anonym.
3. **Zwei bis drei Massnahmen ableiten**, mit Verantwortlichkeit und Termin, dort wo die Lücke am grössten ist.
4. **Erst dann nach aussen tragen**, was die Innensicht auch wirklich deckt.

Mit Moodtalk machen Sie die Innensicht sichtbar. Moodtalk erhebt Zufriedenheit, Bindung und Weiterempfehlung dialogbasiert, fragt bei der Bewertung selbst nach dem Warum, in der Muttersprache der Teilnehmenden, verdichtet die offenen Antworten per KI zu Mustern und führt direkt zu Massnahmen. So wird aus Vermutung ein belastbares Bild, und aus dem Bild werden Schritte. Die Daten bleiben in der Schweiz.

Ihre Attraktivität von innen sichtbar machen.

Wir richten die dialogische Befragung für Ihr Team ein, inklusive Auswertung und Massnahmen.

[Termin buchen](#)

