BLOG

WÜRDEST DU BEI DIR ARBEITEN?

18. Februar 2026 · Olaf Rosenbaum · 2 Min. Lesezeit

> **Kurz gesagt:** Employer Branding beginnt mit einem ehrlichen Selbsttest: Schau mit den Augen eines wechselwilligen Bewerbers auf Deine Website und frag Dich, ob Du selbst bei Dir arbeiten würdest.

Irgendwann findet der Mitarbeiter, den Du suchst, Dein Unternehmen. Und jetzt die spannende Frage: Was findet er da?

Er landet auf Deiner Website. Dort: das Betriebsgebäude, selbst mit dem Handy fotografiert – natürlich im Herbst, ohne Blätter am Baum, denn richtige Fotos kosten ja Geld. Darunter Stockfotos, beim Schweißbetrieb die obligatorische Flex mit Funkenflug. Generisch, austauschbar, könnte für jedes Unternehmen stehen. Und eine Jobseite, auf der exakt derselbe Text steht wie bei allen anderen.

Wer von den Leuten, die eigentlich gar nicht wechseln wollen – und das sind die Guten –, soll da sagen: „Oh, wie toll, da will ich arbeiten"?

Mach den Test. Setz Dich auf den Stuhl eines Arbeitnehmers, der den Arbeitgeber wechseln will, und schau mit seinen Augen auf Deine eigene Website. Ich schwöre Dir: Achtzig bis neunzig Prozent aller Unternehmer kommen zu demselben Ergebnis – „Da finde ich genau genommen nichts. **Ich würde bei mir auch nicht arbeiten.**"

Wenn das Deine Antwort ist, weißt Du, wo Dein Employer Branding anfängt. Und zwar strategisch: Deine Website soll nicht bunt und hübsch sein, sie soll einen Zweck haben – die richtigen Mitarbeiter anziehen. Dazu muss sie beantworten, was Bewerber wirklich wissen wollen: Wer bist Du, als zukünftiger Chef? Warum gibt es Dein Unternehmen? Wie arbeitet ihr? Das ist nichts anderes als Vision, Mission und Werte – sichtbar gemacht für den Menschen, der überlegt, ob er Dir seine Zukunft anvertraut. Denn Menschen arbeiten bei Menschen, denen sie vertrauen können.

Bevor Du die nächste Stellenanzeige schaltest, beantworte eine Frage ehrlich: Würdest Du bei Dir arbeiten?

> Was nach dem Website-Test kommt – Persona, Touchpoints, Onboarding –, erklärt **Folge 12** von Chefsache Krise: „Recruiting vs. Branding: Warum niemand deine Stellenanzeigen liest" – Jetzt anhören.

Olaf Rosenbaum berät Inhaber und geschäftsführende Gesellschafter im Mittelstand, wenn Gewinn, Liquidität oder Steuerbarkeit kippen. Steuerberater seit 2002, über 600 Beratungen, Kiel. Mehr über mich · LinkedIn