

**Themen:** Arbeitgeberattraktivität, Personalbindung, Personalentwicklung, Personalgewinnung, Personalmanagement, Unternehmensstrategie  
**Art der Hilfe:** Leitfaden

### Kurzbeschreibung

Strategisches Personalmarketing dient der passgenauen, dauerhaften Fachkräfteversorgung und damit der Wettbewerbsfähigkeit von Betrieben. Im Leitfaden erfahren Beratende, worauf es beim strategischen Personalmarketing generell ankommt und wie dieses effektiv in Betrieben etabliert werden kann.

### Was ist der Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“?

Kern des strategischen Personalmarketings ist die Positionierung eines Betriebes als attraktiver Arbeitgeber. Und zwar genau für diejenigen Beschäftigten, die mit ihren Eigenschaften und Kompetenzen einen Beitrag zur Umsetzung der Unternehmensstrategie bzw. zur Erreichung der Unternehmensziele leisten können.

Wie genau können Betriebe die für sie besten Köpfe und Hände rekrutieren und an den Betrieb binden? Ein Hilfsmittel zur Beantwortung dieser Frage finden Beratende im Leitfaden [„Strategisches Personalmarketing“](#). Auf ca. 30 Seiten werden Beratende sowohl an Hintergründe als auch an konkrete Werkzeuge des strategischen Personalmarketings herangeführt.

Der Leitfaden bietet ein detailliertes Workshop-Konzept zur Planung des strategischen Personalmarketings. Dieses Konzept können Beratende gemeinsam mit ihren Kunden und Kundinnen umsetzen, sofern der Betrieb über eine Personalabteilung und mindestens 60 Beschäftigte verfügt. Im Leitfaden finden Beratende eine Anleitung anhand von sieben konkreten Schritten:

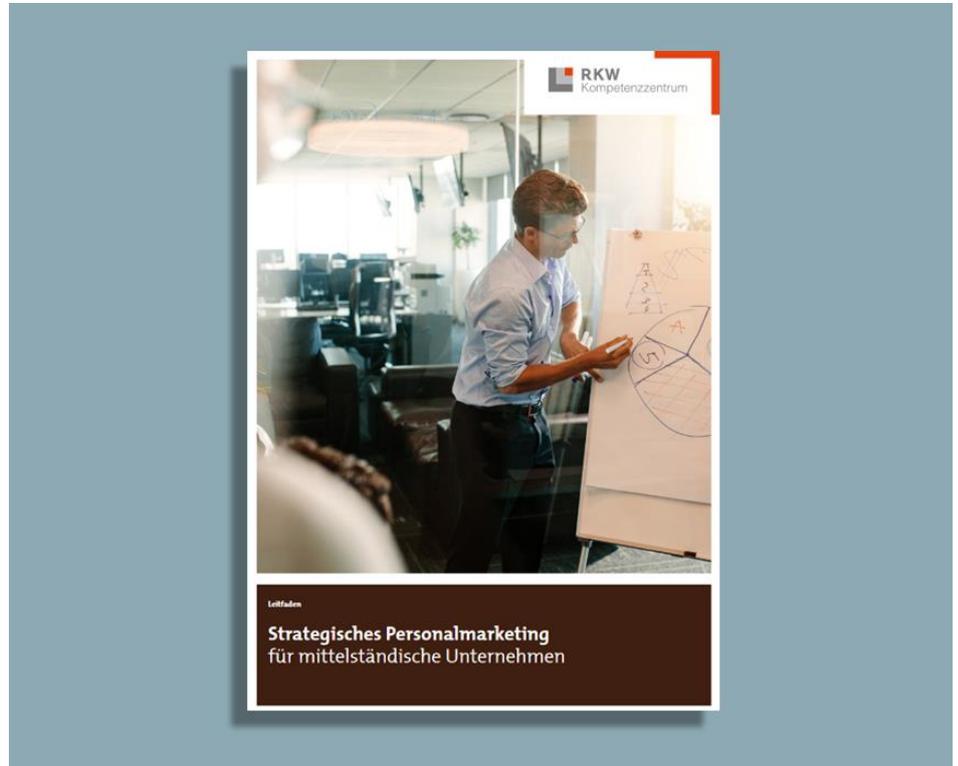


Abbildung: Titelblatt „Strategisches Personalmarketing für mittelständische Unternehmen“

1. Jobs mit ähnlichem Anforderungsprofil zusammenfassen (Jobfamilien) und priorisieren
2. Strategische Betroffenheit dieser prioritären Jobfamilien ermitteln
3. Risikoprofile für prioritäre Jobfamilien erstellen (Alters-, Kapazitäts- und Beschaffungsrisiko)
4. Zielgruppen für das Personalmarketing auswählen
5. Zehn zentrale Attraktivitätskriterien bestimmen, gewichten und bewerten
6. Aktionsplan entwickeln und Positionierungsmaßnahmen festlegen
7. Medien für die Personalbeschaffung zielgruppenorientiert auswählen

Für jeden dieser Schritte werden erprobte Tools bereitgestellt.

Am Ende steht eine Matrix mit sämtlichen Zielgruppen der Personalgewinnung und -bindung sowie den jeweils passenden Maßnahmen und Medien.

### Welchen Mehrwert hat der Leitfaden für Beratende?

Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels stehen Betriebe heute und in Zukunft mehr denn je im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Hinzu kommt, dass sich Kompetenzerfordernisse aufgrund von Entwicklungen wie Digitalisierung und Klimawandel in Zukunft verändern. Diese Entwicklungen und damit auch Themen des strategischen Personalmarketings spielen in Beratungen zunehmend eine Rolle.

# Erfolgreich durch strategisches Personalmarketing – ein Leitfaden für ein Beratungsangebot

Zielgruppe: Berater und Beraterinnen 2/2



Praxisimpuls Arbeitsforschung  
011\_Beratende

Themen: Arbeitgeberattraktivität, Personalbindung, Personalentwicklung, Personalgewinnung, Personalmanagement, Unternehmensstrategie  
Art der Hilfe: Leitfaden

Der Leitfaden bietet Beratenden ein Tool, mit dem sie ihre Kenntnisse zum strategischen Personalmarketing festigen und gegebenenfalls erweitern können. Gleichzeitig können Beratende den Leitfaden in ihren Kundenbetrieben einsetzen. Er ist ein erprobtes Instrument, das unmittelbar im Beratungsprozess integriert werden kann. Beratende finden im Leitfaden fundierte Informationen sowie ein ausgefeiltes Workshop-Konzept zur Planung eines strategischen Personalmarketings im Betrieb.

## Wie können Beratende den Leitfaden nutzen?

Beratende können die Inhalte des Leitfadens als Anregung und Informationsgrundlage verstehen. Mittelgroßen Betrieben können sie die Planung und Durchführung des im Leitfaden vorgestellten Workshops zum strategischen Personalmarketing anbieten. Zwar lässt sich der Workshop im Betrieb auch autark umsetzen. Die Anwesenheit eines neutralen Beratenden kann aber hilfreich sein, z. B. um eine offene und ergebnisorientierte Diskussionskultur zu unterstützen.

Zusätzlich finden Beratende im Leitfaden detaillierte Informationen und leicht umsetzbare Tools zur erfolgreichen Planung und Durchführung des Workshops.

## Zugang

Hier finden Sie den Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“ als [PDF-Download](#).

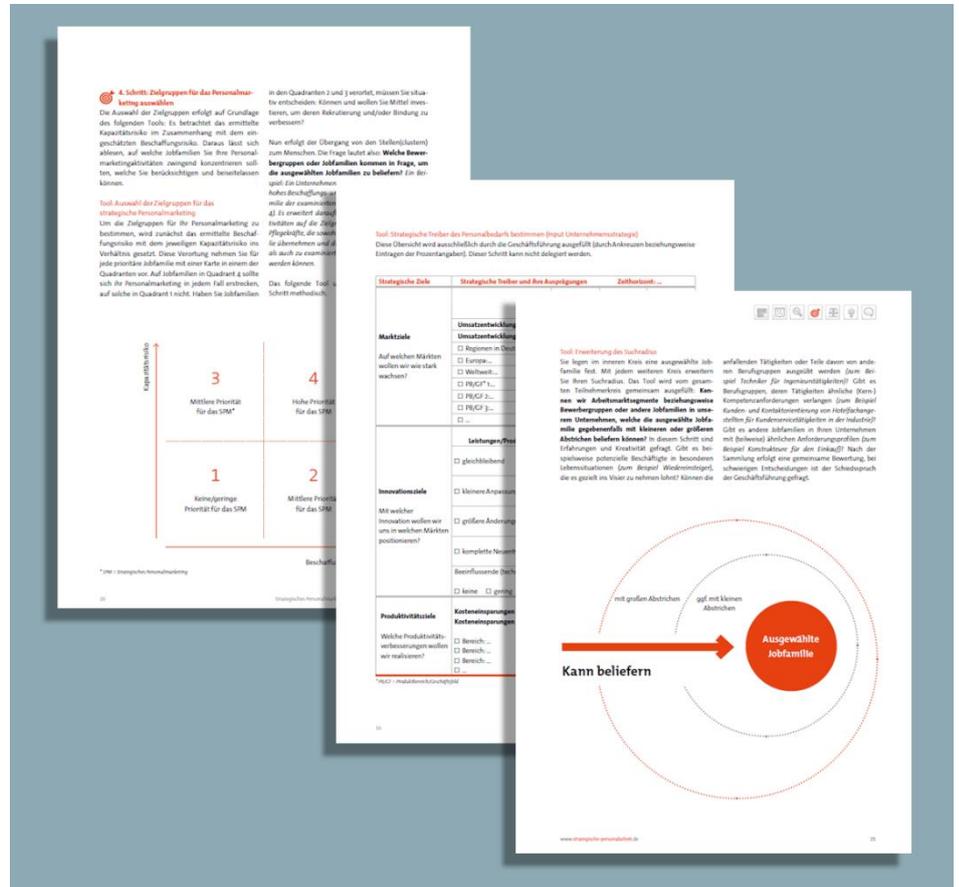


Abbildung: Einblicke in den Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“

Der Workshop nimmt ca. einen Tag in Anspruch und erfordert folgende Beteiligte: die Geschäftsführung, Personalverantwortliche, Bereichsleiter sowie den Betriebsrat und/oder Vertreter wichtiger Kompetenzgruppen. Der Workshop sollte gemeinsam mit der Personalabteilung geplant und durchgeführt werden (z. B. für eine Personalbestandsanalyse).

Im Anschluss des Workshops liegt es in der Verantwortung des Betriebes, den Aktionsplan, der erarbeitet wurde, umzusetzen. Gegebenenfalls können Beratende hier unterstützend zur Seite stehen und im Rahmen einer regelmäßigen Evaluation der Maßnahmen begleiten.

## Wer hat den Leitfaden erarbeitet?

Dieser Leitfaden wurde von den Autoren P. Großheim und S. Hertling im Rahmen des Projekts „Wettbewerbsfähig mit Personalstrategie“ (WePstra) des RKW-Kompetenzzentrums in der aktuellen Auflage 2018 veröffentlicht. Auf der [Projekt-Webseite](#) finden Beratende weitere Produkte zu verwandten Themen. Durchgeführt wurde das Projekt vom [RKW-Kompetenzzentrum](#), welches durch das [Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz \(BMWK\)](#) gefördert wird.