

Zielgruppe: Betriebsräte

Erfolgreich durch strategisches Personalmarketing



THEMEN: ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT • PERSONALBINDUNG- & GEWINNUNG • PERSONALMANAGEMENT, • UNTERNEHMENSSTRATEGIE
ART DER HILFE: LEITFADEN



KURZBESCHREIBUNG

Kern des strategischen Personalmarketings ist die Stärkung der Arbeitgeberattraktivität mit dem Ziel der Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes. Wollen Betriebsräte maßgeblich bei der Einführung eines strategischen Personalmarketings mitwirken, so finden sie im Leitfaden geeignete Hinweise und Methoden.

Was ist der Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“?

Das strategische Personalmarketing umfasst sämtliche Maßnahmen der Personalgewinnung und -bindung. Im Vordergrund steht dabei die Stärkung und Kommunikation der Arbeitgeberattraktivität. Angesprochen werden sollen vor allem Beschäftigte, die dank ihrer Qualifikation heute und zukünftig einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Unternehmensstrategie leisten. Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit und damit der Arbeitsplatzsicherung ist dies elementar und tangiert somit den Aufgabenbereich von Betriebsräten. Der Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“ wurde in erster Linie für Personalverantwortliche in Betrieben ab ca. 60 Beschäftigten entwickelt und sieht einen eintägigen Workshop zur Planung von personalwirtschaftlichen Maßnahmen vor. Am Workshop beteiligt sind der Betriebsrat sowie die Geschäftsführung, Bereichsleiter und ggf. Vertreter einzelner Kompetenzgruppen.

Alle Beteiligten erarbeiten mithilfe leicht umsetzbarer Tools in sieben Schritten eine Matrix mit sämtlichen Zielgruppen der Personalgewinnung und -bindung sowie den jeweils geeigneten Maßnahmen und Medien:

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 Betriebsräte?

Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels stehen Betriebe heute und in Zukunft mehr denn je im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Ein strategisches Personalmarketing bietet sich daher an, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit aufrechtzuerhalten. Der Prozess des strategischen Personalmarketings berührt wichtige Mitbestimmungs-, Informations- und Mitwirkungsrechte von Betriebsräten. Der



Abbildung: Titelblatt „Strategisches Personalmarketing KMU“

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Forschung, Technologie
und Raumfahrt



Zielgruppe: Betriebsräte

Erfolgreich durch strategisches Personalmarketing



THEMEN: ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT • PERSONALBINDUNG- & GEWINNUNG • PERSONALMANAGEMENT, • UNTERNEHMENSSTRATEGIE
ART DER HILFE: LEITFADEN

Leitfaden hilft Betriebsräten zu verstehen, wie strategisches Personalmarketing funktioniert.

Insbesondere bei den Risikoprofilen, den Zielgruppen und den Attraktivitätskriterien ist der Betriebsrat gefragt. Der vorgeschlagene Workshop ermöglicht es Betriebsräten, Einfluss auf die strategische Ausrichtung des Personalmarketings zu nehmen. Im gesamten Prozess kann der Betriebsrat mitgestalten. Die Mitwirkungsrechte nach BetrVG finden sich unter anderem in § 92 (Personalplanung), § 92a (Beschäftigungssicherung), § 95 Auswahlrichtlinie, § 96 (Berufsbildung), § 98 (betriebliche Berufsbildungsmaßnahmen) oder § 99 (personelle Einzelmaßnahmen) BetrVG. Gemeinsam mit dem Arbeitgeber wachen Betriebsräte nach § 75 BetrVG auch beim Personalmarketing darüber, dass jede Diskriminierung oder Benachteiligung im Betrieb unterbleibt.

Wie können Betriebsräte den Leitfaden nutzen?

Betriebsräte können sich im ca. 30-seitigen Leitfaden schnell und fundiert über das strategische Personalmarketing informieren. Sie erfahren, aus welcher Perspektive und mit welchen Zielen Personalverantwortliche und Geschäftsführung ein strategisches Personalmarketing etablieren.

Im eigenen Betrieb können Betriebsräte ggf. den im Leitfaden erarbeiteten Workshop als Grundlage vorschlagen.

Betriebsräte sollten vereinbaren, dass sie während des gesamten Workshops und während des kompletten Planungsprozesses beteiligt sind.



Abbildung: Einblicke in den Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“

Hier hat der Betriebsrat die Aufgabe, die Brücke zwischen der unternehmerischen Perspektive und der kollektiven Perspektive der Beschäftigten zu schlagen. Bei der Erhebung zur Personalstruktur und den personalwirtschaftlichen Risiken sollten Betriebsrat und Führungskräfte auf die Einhaltung des Datenschutzes achten. Zudem kann der Betriebsrat dafür sorgen, dass im Diskussionsprozess des Workshops auch die Interessen der Beschäftigten angemessen berücksichtigt werden.

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.



ZUGANG

Hier finden Sie den Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“ als PDF-Download.

