

Themen: Arbeitgeberattraktivität, Personalbindung, Personalentwicklung, Personalgewinnung, 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:

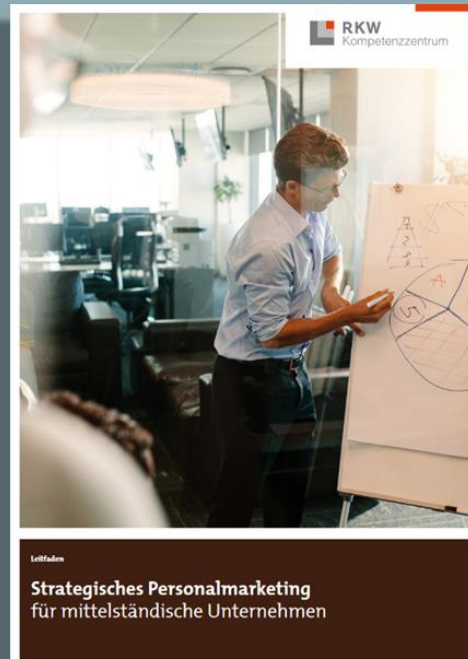


Abbildung: Titelblatt „Strategisches Personalmarketing für mittelständische Unternehmen“

1. Jobs nach Anforderungsprofil zusammenfassen (Jobfamilien bilden) und mit Blick auf die Unternehmensstrategie priorisieren
2. Strategische Betroffenheit der 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 auswählen

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 Leitfaden hilft Betriebsräten zu verstehen, wie strategisches Personalmarketing funktioniert.

Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“ – wie Betriebsräte mitwirken können

Zielgruppe: Betriebsräte 2/2



Praxisimpuls Arbeitsforschung
011_Betriebsräte

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

Insbesondere bei den Risiko-
profilen, den Zielgruppen und den
Attraktivitätskriterien ist der
Betriebsrat gefragt. Der vor-
geschlagene 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 (Berufs-
bildung), § 98 (betriebliche Berufs-
bildungsmaßnahmen) oder § 99
(personelle Einzelmaßnahmen)
BetrVG. Gemeinsam mit dem
Arbeitgeber wachen Betriebsräte
nach § 75 BetrVG auch beim
Personalmarketing darüber, dass
jede Diskriminierung oder Be-
nachteiligung im Betrieb unter-
bleibt.



Abbildung: Einblicke in den Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“

Wie können Betriebsräte den Leitfaden nutzen?

Betriebsräte können sich im ca. 30-
seitigen Leitfaden schnell und
fundierte über das strategische
Personalmarketing informieren. Sie
erfahren, aus welcher Perspektive
und mit welchen Zielen Personal-
verantwortliche und Geschäfts-
führung ein strategisches Personal-
marketing etablieren.

Im eigenen Betrieb können
Betriebsräte ggf. den im Leitfaden
erarbeiteten Workshop als Grund-
lage vorschlagen.

Zugang

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

Betriebsräte sollten vereinbaren,
dass sie während des gesamten
Workshops und während des
kompletten Planungsprozesses be-
teiligt sind.

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 Führungs-
kräfte auf die Einhaltung des
Datenschutzes achten. Zudem kann
der Betriebsrat dafür sorgen, dass
im Diskussionsprozess des Work-
shops auch die Interessen der
Beschäftigten angemessen berück-
sichtigt werden.

Wer hat den Leitfaden erarbeitet?

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