

**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 finden Führungskräfte eine Schritt-für-Schritt-Anleitung sowie erprobte Instrumente zur Etablierung eines strategischen Personalmarketings.

## Was ist der Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“?

Der Leitfaden „[Strategisches Personalmarketing](#)“ wurde für Personalverantwortliche in Betrieben ab ca. 60 Beschäftigten entwickelt und sieht eine enge Zusammenarbeit mit der Geschäftsführung sowie anderen Führungskräften im Betrieb vor. Auf kleinere Betriebe ohne Stabstellen lässt sich das Konzept nicht eins zu eins übertragen. Jedoch finden auch deren Führungskräfte im Leitfaden viele Anregungen für ein strategisches Personalmarketing.

Kern des strategischen Personalmarketings ist die Positionierung des Betriebes als attraktiver Arbeitgeber. Angesprochen werden sollen Beschäftigte, die mit ihren Eigenschaften und Kompetenzen einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der Unternehmensstrategie bzw. zur Erreichung der Unternehmensziele leisten können. Das bedeutet: der Leitfaden hilft Führungskräften, strategisch wertvolle Beschäftigte zu rekrutieren und an den Betrieb zu binden.

Im Leitfaden finden Führungskräfte ein Konzept für einen eintägigen Workshop, in dem folgende sieben Schritte zur Etablierung eines strategischen Personalmarketings erarbeitet werden:

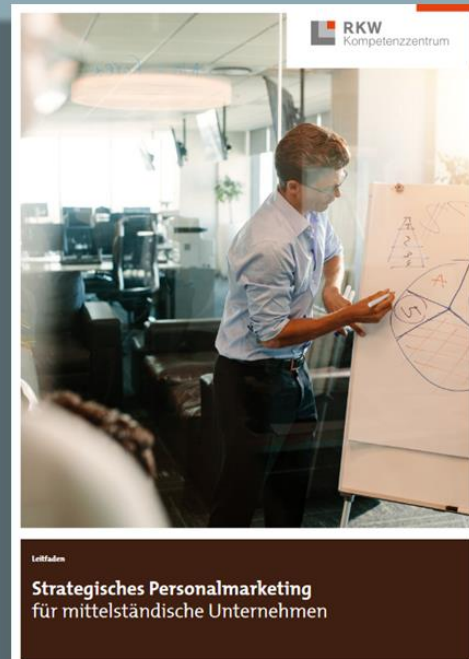


Abbildung: Titelblatt „Strategisches Personalmarketing für mittelständische Unternehmen“

1. Tätigkeiten nach Anforderungsprofilen 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 zielgruppenorientiert auswählen

Für jeden dieser Schritte werden im Leitfaden erprobte Tools bereitgestellt. Am Ende steht eine Matrix mit allen Zielgruppen der Personalgewinnung und -bindung sowie den jeweils geeigneten Maßnahmen und Medien.

## Welchen Mehrwert hat der Leitfaden für Führungskräfte?

Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels stehen Betriebe heute und in Zukunft mehr denn je im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte. Gleichzeitig sollten die Beschäftigten bestenfalls optimal zum Betrieb und seinen unternehmerischen Zielen passen. So leistet das strategische Personalmarketing einen wichtigen Beitrag zur langfristigen Wettbewerbsfähigkeit.

# Erfolgreich durch strategisches Personalmarketing – ein Leitfaden

Zielgruppe: Führungskräfte 2/2



Praxisimpuls Arbeitsforschung  
011\_Führungskräfte

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

Dazu kommt, dass Entwicklungen wie die Digitalisierung und der Klimawandel neue Kompetenzanforderungen an das Personal stellen. Der Leitfaden zum strategischen Personalmarketing hilft Führungskräften dabei, aktuelle und künftige Bedarfe und Anforderungen frühzeitig zu erkennen und einzuplanen.

Im Leitfaden erfahren Führungskräfte, wie sie bei möglichst geringem Mitteleinsatz das strategisch benötigte und zum Betrieb passende Personal finden und langfristig an den Betrieb binden können. Damit bietet der Leitfaden effektive und effiziente Methoden und Anregungen zur Fachkräftesicherung mittels Personalmarketing.

## Wie können Führungskräfte den Leitfaden nutzen?

Führungskräfte von kleinen Betrieben können die Inhalte des ca. 30-seitigen Leitfadens als Anregung und Informationsgrundlage nutzen. Führungskräften im Personalbereich mittelgroßer Betriebe dient der Leitfaden als konkrete Anleitung für einen eintägigen Workshop zur Erarbeitung eines ziel(gruppen)-orientierten Aktionsplans. Beteiligt sein sollten die Geschäftsführung, Bereichsleiter sowie der Betriebsrat und/oder Vertreter wichtiger Kompetenzbereiche im Betrieb.

Führungskräfte finden im Leitfaden detaillierte Informationen und konkrete Tools zur erfolgreichen

## Zugang

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



Abbildung: Einblicke in den Leitfaden „Strategisches Personalmarketing“

Planung und Durchführung des Workshops. Im Vorfeld sind Vorbereitungen wie bspw. eine Personalbestandsanalyse zu treffen. Während des Workshops lassen sich die Tools schnell und unkompliziert umsetzen. Zu achten ist auf eine offene und ergebnisorientierte Diskussionskultur.

Der Aufwand zur Bewusstmachung der Notwendigkeiten und Möglichkeiten im Personalmarketing ist überschaubar. Der Aufwand zur Umsetzung der personalwirtschaftlichen Maßnahmen hängt von deren Auswahl ab und lässt sich somit an die betrieblichen Ressourcen anpassen. Nach der Umsetzung sollte eine Evaluation stattfinden, um eine langfristige Wirksamkeit zu unterstützen.

## 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.