



institut
dr. müller köln

THEMENÜBERSICHT

DEMOGRAPHIE

FÜHRUNGSKRÄFTE



PERSONALMARKETING

Workshop zur Positionierung als Arbeitgeber

WORUM ES GEHT

Qualität und Erfolg der Verwaltungen und Betriebe leben von der Kompetenz und Motivation der Mitarbeitenden. Aufgrund einer guten Bewerberlage waren die Betriebe in der Vergangenheit zumeist in der Lage, gut geeignete Mitarbeitende zu finden. Dies wird sich demographiebedingt ändern. Die Konkurrenz um qualifizierte und motivierte Mitarbeitende wird deutlich zunehmen. Aufgabe des Workshops ist es, die Faktoren zu identifizieren, mit denen sich die eigene Organisation als attraktiver Arbeitgeber positionieren kann, und konkrete Maßnahmen abzuleiten, um die eigene Attraktivität zu verbessern. Darüber hinaus geht es um die Frage, wie die eigene Attraktivität nach außen vermittelt und im Bewusstsein der für die Bewerbungen relevanten Zielgruppen verankert werden kann.

ZIEL DES WORKSHOPS

Die Eckpunkte für ein Handlungskonzept erarbeiten, mit dem auch unter schwieriger werdenden demographischen Rahmenbedingungen Nachwuchskräfte und Mitarbeitende gewonnen und dauerhaft an den Betrieb gebunden werden können.

INHALTSÜBERSICHT

- Demographische Entwicklung und Entwicklung des Arbeitsmarktes
- Prognose der Entwicklung des zukünftigen Personalbedarfs
- Einschätzung der Bewerbungssituation für unterschiedliche Zielgruppen
- Ziele des Personalmarketings: qualifizierte Mitarbeitende gewinnen und halten
- Differenzierung der wichtigsten Attraktivitätsfaktoren als Arbeitgeber: Image – Karriereperspektive – Besoldung – Arbeitszeitgestaltung – Vereinbarkeit Beruf + Familie – Fortbildung – Kommunikationskultur – Transparenz und Offenheit – Attraktivität und Varianz der Aufgaben – Sicherheit u.v.a.m.
- Bilanzierung der Attraktivitätsfaktoren bezogen auf die eigene Organisation
- Optionen, Ideen, Aktivitäten zur Steigerung der eigenen Attraktivität
- Aktivitäten zur aktiven Adressierung der relevanten Zielgruppen
- Leitbild und Slogan zur Positionierung als Arbeitgeber
- Verankerung der eigenen Positionierung im Bewusstsein der relevanten Zielgruppen