

Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 1 von 7; Stand: 28.09.12

I. Theoretische Überlegungen

1. Personalwesen

1.1 Personalverwaltung

Wie ist ihre Personalverwaltung (PV) entwickelt? Hat sie noch den Stand der 60er Jahre des letzten Jahrhunderts oder hat sie sich bereits zu einem strategischen Instrument des Management ihrer wichtigsten Ressource (MitarbeiterInnen) entwickelt?

- Bürokratisch: Adresse & Kontoverbindung gegen regelmäßige Gehaltszahlungen und noch ein bisschen Tarifrecht?
- Wir transparent, kommunikativ und dienstleistungsorientiert ist sie ausgerichtet? Sieht sie sich als Dienstleister oder stören ihre Kunden im Personalmarketing (MitarbeiterInnen) die strukturierte Routine?
- Welche strategischen Aufgaben übernimmt sie und entwickelt sich weiter? Wie ist sie in die Mitarbeiterführung und -entwicklung eingebunden?
- Findet ein professionelles Personalrecruiting statt?
 - Stellen-/Funktionsbeschreibungen mit abgeleitetem Anforderungsprofil und priorisierten Qualitätsanforderungen
 - Prozesshaftes Personal-Recruiting (Wer macht was wann mit wem und informiert wen?)
 - Einarbeitungscurriculum/Leitfaden/Mentorenprogramm für neue MA
 - strukturierte MA-Gespräche (Jahresbilanz, Personalentwicklung & Karriereplanung, Krisen-/ Konfliktgespräche, fachliche Weiterentwicklung)

1.2. Personalmanagement

Personalarbeit aktiv managen entsprechend Arbeitsbiographieverlaufs

1.3 Personalmarketing

Betrachten Sie Ihre Organisation als ein Unternehmen auf dem Arbeitsmarkt, betrachten Sie es aus Sicht der Kunden im Personalmarketing (aktuelle & potentielle MA) (Kunden-Lieferanten-Verständnis). Betrachtung des Kunden unter Marketing-Aspekten.

1.4 Employer Branding

1.5 Human Capital Management

Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 2 von 7; Stand: 28.09.12

2. Unternehmenskultur

2.1 Vision

Wo wollen wir in den nächsten 5 Jahren stehen?

2.2 Mission

Was ist unser Auftrag? Warum sind wir überhaupt am Markt?

2.3 Leitbild

Wie sind unsere Normen, Regeln, Werte?

2.4 Führungsvereinbarung

Aushandlungsprozess: Wie wollen MA geführt werden? Wie versteht das Unternehmen „Führung“?

2.5 Beschwerdemanagement (intern & extern, KlientInnen & MitarbeiterInnen)

2.6 Diversity & Inklusion

Quadratisch-praktisch-gut & ein geschlossenes Weltbild oder Kreativität in der Vielfalt?

Glauben Sie, dass alle so sein sollten wie Sie (als Unternehmensleitung) oder könnte Ihr Unternehmen auch noch andere Sichtweisen/Haltungen/Mentalitäten, Kompetenzen und Ressourcen vertragen? Managen Sie diese Diversität aktiv (Diversity Management)? Wie gehen Sie mit weltanschaulicher Andersartigkeit oder alternativen Lebensentwürfen um?

Diversity Management vs. Geschlossene, dogmatische System

Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 3 von 7; Stand: 28.09.12

Der Arbeitsmarkt

Der Arbeitsmarkt entwickelt sich vom Verkäufermarkt zum Käufermarkt! Sie müssen attraktiv sein, Ihr Leistungsversprechen an derzeitige, potentielle und zukünftige MitarbeiterInnen muss stimmen & Sie müssen es halten können. Wer einmal lügt¹...!

Wie hochwertig sind Ihre Arbeitsverhältnisse bzw. Leistungsangebote? Prekär: unfreiwillige Befristung oder Teilzeit, Kettenverträge, 1,5-Euro-Jobs, 400-Euro-Jobs, Leiharbeit, Personaldienstleister? Beschäftigen Sie Fachkräfte oder Aushilfen?

Was investieren Sie in die Aus- und Fortbildung Ihrer MitarbeiterInnen: Supervision, interne und externe Fortbildung, regelmäßige und strukturierte Mitarbeiterentwicklungsarbeit, Zuverlässigkeit in den Absprachen Ihrer Personalabteilung und Führungskräfte

Evaluieren Sie die Qualität der Personalarbeit Ihres Unternehmens (Personalabteilung, Führungskräfte) bzwgl. Qualität der Personalbetreuung und -führung, Nachhaltigkeit der Absprachen und Zieleerreichung, Zufriedenheit der Kunden (im Personalmarketing: MitarbeiterInnen) mit den Leistungen der Anbieter (im Personalmarketing: Personalabteilung, Führungskräfte).

Oder läuft es bei Ihnen nach der alten Maxime: Alles für den Klienten, wenig für die MitarbeiterInnen?

Marketing: „Tue Gutes und rede drüber!“

Erzeugen Sie Aufmerksamkeit dort, wo viele potentielle MA vorbeikommen - auch bei anderen Unternehmen Ihres Arbeitsfeldes? Treten Sie in Konkurrenz zu anderen Anbietern von Arbeit. Der Arbeitsmarkt entwickelt sich vom Verkäufer- zum Käufermarkt: Lassen Sie die Käufer/Kunden (derzeitigen und zukünftige MitarbeiterInnen) entscheiden, für wen sie arbeiten wollen, wer das attraktivste, stimmigste und glaubwürdigste Leistungsversprechen abgibt.

Letztendlich geben Sie ein Leistungsversprechen an ihre aktuellen & potentiellen MA, welches Sie auch zu halten in der Lage sein müssen.

¹ Im Sinne eines nicht eingehaltenen Leistungsversprechen ggü. einem Kunden im Personalmarketing.

Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 4 von 7; Stand: 28.09.12

II. konkret umsetzbare Best Practice-Beispiele (bp)

Viele langfristige Strategien, wenig spontan Erfolg erzielende Strategien. Personalmarketing ist Vertrauenssache!

1. Schon allein Ihr Hiersein ist ein bp!

Treten Sie mit der SMB in Diskurs, melden Sie sich bei unserem Blog an, diskutieren Sie mit. Dort werden Sie viele Fragen finden, die Ihnen durch den Kopf gehen - und die Antworten dazu.

2. Vernetzung

Wie sind Sie vernetzt + organisiert?

- spitzenverbandlich (6 + 1)
- regional
- arbeitsfeldbezogen
- ggf. themenbezogen: AK Personalakquise

3. Organisationsgrad Ihrer MA

Wie sind Ihre MA organisiert?

- gewerkschaftlich
- fachverbandlich

Meine tiefe Überzeugung ist, dass starke MA², die gut in gut in die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens einbezogen werden, ein immenses Potential als Unternehmensbotschafter bieten, sowohl bei der

- strategischen Weiterentwicklung als auch
- Personalakquise durch Mund-zu-Mund-Propaganda in der fachlichen und/oder regionalen Gremienarbeit. Zufriedenheit strahlt aus!

4. Unternehmenskultur

- Organigramm (Aufbauorganisation) & Flussdiagramm (Ablauforganisation)
- Team-/Konzeptentwicklung
- Partizipation (Beteiligung der MA) an der Unternehmens- (-kultur-) -weiterentwicklung & Transparenz (Wird derzeit von den JÄ im Rheinland in jeder Konzeption gefordert. Wie sieht es unternehmensintern damit aus?)
- Fehlertoleranz, Offenheit bei Weiterentwicklung Unternehmens
- Prüfen Sie Ihren Werte-Fit: Ist er identisch mit den Werten Ihrer Ziel-

² vgl. Starke Eltern – starke Kinder

Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 5 von 7; Stand: 28.09.12

gruppe im Personalmarketing, die Sie gewinnen wollen? Kennen Sie den Werte-Kanon Ihrer speziellen Zielgruppe?

- QM-Zirkel
- Beziehung, Commitment für die Ziele der MA,
- Kreative Tarifgestaltung: Was ist möglich?

5. Personalverwaltung/-management/-marketing

- Datenbankgestützte Personalverwaltung
Diverse Kennzahlen, u.a. zur Verweildauer, Fluktuationsquote
- Einarbeitungscurriculum
- Mentoring
- Job-Enlargement/ Job-Enrichment/ Job-Rotation
- Flache Hierarchie
- Unternehmensbotschafter
- Anteilnahme an Erfolg & Leistung Ihrer MitarbeiterInnen
- Hierarchie-Ebenen schulen

6. Strategisches Management

- Unternehmenskultur ist eine strategische Aufgabe!
- 360° -Beurteilungen: Lassen auch Sie sich einschätzen?
- Wie ist Ihr fachlicher Ruf bei Ihren Belegern? Wie können Sie Ihren (guten) Ruf für die Personalakquise nutzen?
- Sie haben keine zeitlichen Ressourcen? Überprüfen Sie Ihr Arbeits- und Zeitmanagement! Ihr eigenes und das Ihrer Führungskräfte. Lösen Sie sich von lieb gewonnenen Routinen! Machen Sie sich frei für kreative, strategische Aufgaben. Delegieren Sie, was delegierbar ist - und das ist viel. Schaffen Sie funktionale, belastbare Prozesse in Ihrer Organisation und vertrauen Sie Ihren Fach- und Führungskräften.

Strategische Aufgaben in diesem Zusammenhang sind:

- Konzeptionelle Weiterentwicklung
- Entwicklung von Managementstrukturen, u.a. Personalmanagement/-marketing, Aufbau- und Ablauforganisation, funktionale Prozesse mit Prozessverantwortlichen etc.

7. Marketing & Öffentlichkeitsarbeit: Macht´s a bisschen! Äktschen!

Erringen Sie Aufmerksamkeit, machen Sie Ihre Bedarfe deutlich.

- Unternehmensbotschafter: Wer ist Ihr bester Werbefachmann. Nein, nicht Bernd Stelter. Es sind zufriedene, mit der Organisation identifizierte MitarbeiterInnen. Sie haben es in der Hand!!!

Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 6 von 7; Stand: 28.09.12

- Teilnahme an Wettbewerben
Treten Sie in Konkurrenz: Konkurrenz belebt das Geschäft und zwingt Sie, besser zu werden als Ihre Mitbewerber. Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt ist längst auch schon in der Sozialwirtschaft angekommen. Stellen Sie sich dieser strategischen Aufgabe!
 - Aspirin-Preis
 - DRK-Altenhilfe
- Great place to work
- ILEP (Initiative Ludwig-Erhard-Preis, EFQM - European Foundation für Quality Management)
- Ausschreibungen z.B. zu „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“
- Öffentlichkeitsarbeit
 - Pressearbeit: „Tue Gutes und rede drüber!“
Man muss Sie als Einrichtung kennen, Sie brauchen einen guten Ruf.
 - Sommerfest
 - Jahresberichte (veröffentlichte)
 - „Story telling“ in der Tagespresse über Ihre pädagogische Arbeit
 - Auto-Anhänger im öffentlichen Verkehrsraum
 - Email-Signatur
 - Homepage: Wie gut ist Ihre Homepage? Sticker/Button auf der Startseite zur Ihrem Personalmarketing!!
 - Newsletter/Blog
 - Online-/Offline-Medien
 - QR-Code (<http://www.qrcode-generator.de/>) auf Ihren Flyern
Anbei sehen Sie den m.E. wichtigsten QR-Code:
 - Veröffentlichung der Internen Fortbildungen (IFB): Schicken Sie alle Ihre Gruppenleiter auf GL-Fortbildungen? Da kommen einige Abschlussarbeiten zusammen. Die könnten Sie veröffentlichen. Sprechen Sie mich dazu an, ich helfe Ihnen dabei gerne weiter. Die fertige Sammelveröffentlichung könnt im Rahmen einer Veranstaltung in Ihrem Hause im Beisein der Presse präsentiert werden. Sie hätten einen Effekt auf verschiedenen Ebenen nach innen & außen.
 - Kreativwerkstatt in Einrichtungen → Veröffentlichungen
 - Netzwerk-Party
Laden Sie alle Ihre internen/externen Stakeholder (Anspruchsgruppen,



Sirius Fachtag, 28.10.2012

„Die Herausforderungen annehmen - best practice-Beispiele“

- Es gilt das gesprochene Wort. -

Seite 7 von 7; Stand: 28.09.12

- Kooperationspartner) ein
 - TdoT³ für Schüler, Studierende & AbsolventInnen
 - Fachtag (vgl. Sirius: hier & heute)
 - Fundraising/SocialSponsoring für Ihre ÖA-Projekte
Projekte: Vorsicht bei der Entwicklung der Zielsetzung
 - Homepage
 - Wie ansprechend und informativ ist Ihre Homepage gestaltet?
 - Nutzen Sie „Button“ auf der Homepage zur Personalakquise?
 - Stellen Sie Filmchen über Ihre Einrichtung ein (i.V.m. youtube).
Story Telling: Lassen Sie KlientInnen und MitarbeiterInnen vom Alltag in Ihrer Organisation berichten - es darf aber nicht (unangemessen) geschönt sein!!
 - Email-Signatur: Wir suchen Fachkräfte, Internetlink
 - Schul- und Hochschulmanagement
 - Durchführung von Theorie-Praxis-Veranstaltungen an der Hochschule z.B. die heutige Veranstaltung der Sirius Jugendhilfe gGmbH. Sind Studierende der Hochschule anwesend?
 - Hochschulmessen
 - Offensives Einwerben von PraktikantInnen
 - Offensive Vergabe von Themen für Hausarbeiten, Diplom-, Bachelor- oder Masterarbeiten, Promotionen, Forschungsaufträge mit Qualitätsanspruch und finanzieller Vergütung
Fördern Sie diese Arbeiten → Veröffentlichungen
 - Teilnahme an Forschungsprojekten → Veröffentlichungen
 - Hospitation & Praktika
- ### 8. Kombinationstherapie: Annonce & Headhunting
- Annonce: ÖA, öffentliches Signal, Legitimation für externe Personalsearch
 - Headhunting: Direktansprache. Andere Möglichkeiten als Unternehmen selbst, umfangreiche Datenbank, externe Kompetenz und Ressource, ggf. mit Beratung zum unternehmenseigenen Personalmanagement/-marketing

Der Referent steht für Diskussionen auch per Mail zur Verfügung.

³ Tag der offenen Tür