

Leitfragen zur Erschließung von Zielgruppen für das Personalmarketing

Definition von Zielgruppen

Junge, hoch-qualifizierte und motivierte Fachkräfte wollen viele Unternehmen für sich gewinnen. Aufgrund der hohen Nachfrage sollten Sie auch andere Zielgruppen in Ihre Personalmarketingstrategie einzubinden.

Machen Sie eine Liste zu Personengruppen, die Sie im Rahmen ihres Personalmarketings ansprechen wollen. Folgende Fragen und Stichpunkte können Sie unterstützen:

- Welche Zielgruppen wollen Sie ansprechen?
- Welche Personengruppen sollten Sie in Anbetracht des Bewerbermarktes am Standort zusätzlich in Betracht ziehen?

Denken Sie dabei möglichst über Klischeegrenzen hinweg:

- Dimension *Alter*: gezielte Ansprache „älterer“ Personen für Ausbildungen bzw. Umschulungen, Ansprache junger Menschen vor der Berufsentscheidung, Ansprache von Rentner/innen
- Dimension *Lebensphase*: gezielte Ansprache von Rückkehrer/innen aus der Familienbetreuung, von Studenten/Studentinnen, von Rentner/innen
- Dimension *Geschlecht*: gezielte Ansprache z.B. von Männern für Pflegeberufe, von Frauen für Führungspositionen, Durchführung von „Boys-Days“ für Schüler
- Dimension *Beruf*: Ansprache von Quereinsteiger/innen z.B. aus technischen Berufen für die Pflege, Ansprache bisheriger Hausfrauen/-männer
- Dimension *Kultur*: Ansprache von Personen mit Migrationshintergrund

Ansprache der Zielgruppen

Um diese Zielgruppen als potenzielle Arbeitnehmer zu erreichen, sollten Sie sich folgende Fragen stellen:

- Welche Lebensgewohnheiten haben die Personen?
- Welche Medien nutzen die Zielgruppen üblicherweise, um an Informationen zu kommen?
- Wie können Sie Ihr bestehendes Personal bei der Gewinnung neuer Mitarbeiter/innen einbinden?

Auf Basis dieser Überlegungen können Sie bestimmen, welche Methoden oder Informationskanäle Sie nutzen sollten, um die Zielgruppen auf Ihrer Liste zu erreichen. Student/innen und Berufsrückkehrer/innen können Sie beispielsweise durch Aushänge am Schwarzen Brett der Universität, in Kindertagesstätten oder in Arztpraxen erreichen.

Machen Sie eine Aufstellung der Methoden, die Sie zukünftig einsetzen wollen, um Mitarbeiter/innen zu gewinnen.

Anreize für eine bessere Personalgewinnung und Bindung

Mitarbeiter/innen werden je nach Lebensphase und persönlichen Interessen von unterschiedlichen Motiven gelenkt. Diese Motive spielen auch bei der Entscheidung für und bei der Bindung an einen Arbeitgeber eine wichtige Rolle. Unternehmen stehen somit mehr denn je vor der Herausforderung, die Rahmenbedingungen der Arbeit möglichst individuell zu gestalten, damit Mitarbeiter/innen sowohl ihre beruflichen, wie auch ihre persönlichen Interessen verwirklichen können.

Machen Sie eine Liste der Angebote, die für die verschiedenen Zielgruppen interessant sein könnten.

Welche Möglichkeiten können Sie als Unternehmen anbieten, um Ihren Mitarbeiter/innen ihre beruflichen und persönlichen Interessen zu ermöglichen?

- **Arbeitszeiten:**
 - Welche Arbeitszeitangebote können Sie Mitarbeiter/innen machen?
 - Welche Teilzeitangebote bieten Sie Mitarbeiter/innen?
 - Was können Sie tun, um Arbeitszeiten nach den Bedürfnissen der Mitarbeiter/innen zu gestalten?
- **Organisatorische Unterstützung:**
 - Können Sie organisatorische oder räumliche Möglichkeiten schaffen für die Betreuung von Haustieren, Kindern oder Angehörigen, z.B. durch die Kooperation mit anderen Unternehmen bei der Einstellung einer Tagesmutter für berufstätige Eltern?
 - Besteht die Möglichkeit Mitarbeiter/innen eine längere Auszeit zu ermöglichen, z.B. zur Pflege eines Kindes, für eine längere Reise ins Ausland oder für eine Fortbildung?
 - Gibt es die Möglichkeit manche Tätigkeiten so zu organisieren, dass Mitarbeiter/innen (teilweise) von zu Hause aus arbeiten können?
- **Qualifizierung und Personalentwicklung:**
 - Bieten Sie Ausbildungen oder Umschulungen (auch in Teilzeit) an? Ermöglichen Sie es schwächeren Schülern, Nachhilfe in Anspruch zu nehmen?
 - Ermöglichen Sie es Ihren Mitarbeiter/innen sich fortzubilden, gezielt zu qualifizieren oder zu spezialisieren?
 - Unterstützen Sie Mitarbeiter/innen mit Migrationshintergrund durch Deutsch-Sprachkurse?
 - Gibt es in Ihrem Unternehmen Entwicklungsperspektiven für Mitarbeiter/innen die sich für eine Fach- oder Führungskarriere interessieren?
 - Erhalten Führungskräfte regelmäßige Schulungen, die sie in ihrer Führungstätigkeit unterstützen?
- **Service-Leistungen:**
 - Bieten Sie Mitarbeiter/innen zusätzliche Serviceleistungen, z.B. Wäscheservice für Dienstkleidung oder Kantinenessen?
 - Organisieren Sie Beratungen zur Altersvorsorge, Arbeitsrecht oder in Krisensituationen?

- **Gesundheit:**
 - Halten Sie Mitarbeiter/innen auf dem aktuellen Stand, was den Einsatz von Hilfsmitteln und den Umgang mit ihnen anbelangt?
 - Unterstützen Sie Mitarbeiter/innen bei der Organisation von betrieblichen Sportgruppen?
 - Machen Sie Mitarbeiter/innen ein regelmäßiges Gesundheitsangebot, z.B. durch Massagen, Ernährungsberatung oder regelmäßige betriebsärztliche Untersuchungen?
 - Stellen Sie Mitarbeiter/innen eine Auswahl an Getränken (Wasser, Tee, Kaffee) zur Verfügung?
- Möglichkeiten zur **Mobilitätssteigerung:**
 - Unterstützen Sie Mitarbeiter/innen darin, mobil zu sein?
 - Erhalten Mitarbeiter/innen von Ihnen einen Kostenbeitrag zum Führerschein oder für ÖPNV-Monatskarten etc.?
- **Einbindung individueller Interessen und Fähigkeiten:**
 - Binden Sie die besonderen Kenntnisse und Fähigkeiten Ihrer Mitarbeiter/innen in Ihr Leistungsangebot bzw. das Angebot für Ihre Mitarbeiter/innen ein, z.B. die Betreuung spanischer Klienten durch eine spanisch-sprechende Pflegekraft oder das Angebot von Entspannungskursen für Mitarbeiter/innen durch einen Mitarbeiter, der eine Fortbildung in progressiver Muskelentspannung gemacht hat?

Planung von Maßnahmen

Aus den Listen, die Sie sich gemacht haben ergeben sich Aktivitäten, die Sie bereits umsetzen, und solche, an denen Sie noch arbeiten sollten.

Strukturieren Sie die Listen so, dass Sie die Aktivitäten, die Sie bereits erfolgreich umsetzen, zusammentragen. Getreu dem Motto: „Tue Gutes und rede darüber“, können Sie diese Aktivitäten und Angebote im Unternehmen bekanntgeben und eine gezielte Auswahl der Angebote in Stellenbeschreibungen und auf Ihrer Bewerbungs-Webseite beschreiben.

Um die Themenstellungen, an denen Sie noch arbeiten sollten und wollen, systematisch anzugehen, versehen Sie diese mit Prioritäten. Prioritäten lassen sich am besten auf Basis der aktuellen Dringlichkeit und in Hinsicht auf die Bedeutung der Aktivitäten für die Zukunft machen.

Nachdem Sie die Zielgruppen, die Sie für sich gewinnen wollen, in eine Rangfolge gebracht haben, bestimmen Sie, was genau gemacht werden soll, wer dafür zuständig ist und bis wann es geschehen soll.

Beispiel:

Ziel	Aktivität	Wer	Bis wann
Gewinnung von Berufsrückkehrer/innen	Ansprache von Kitas, zwecks Anbringung von Aushängen		
	Gestaltung attraktiver Stellenausschreibungen für die Zielgruppe als Aushang, z.B. mit Kontaktdaten zum abreißen		
	Gestaltung von Arbeitszeitoptionen in Abhängigkeit von den individuellen Betreuungszeiten		
	Gestaltung von Teilzeitausbildungen bzw. -umschulungen		