

[Beratertool](#) > [Toolbox Berater](#) > [Rekrutierung](#)

Checkliste Rekrutierung Handlungstipps und Anregungen





Aufgrund des demographischen Wandels werden in den kommenden Jahren deutlich weniger (junge) Nachwuchskräfte auf dem Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen. Deshalb ist es erforderlich, durch neue Rekrutierungsstrategien sicherzustellen, die benötigten Arbeitskräfte für das Unternehmen zu gewinnen.

In diesem Zusammenhang müssen zukünftig verstärkt **neue Zielgruppen** in den Blickpunkt genommen und stärker **neue Wege der Gewinnung von Fach- und Führungskräften** beschritten werden. Eine systematische **Beobachtung und Analyse des Arbeitsmarktes** sowie ein möglichst offensives **Unternehmens- und Standortmarketing** sind wichtige Maßnahmen zur Unterstützung einer erfolgreichen Personalgewinnung.

Überprüfen Sie gemeinsam mit Ihren Ansprechpartnern im Unternehmen anhand der folgenden Checkliste, welche Fragen und Aspekte für Ihren Betrieb von Bedeutung sind. Ist es notwendig und sinnvoll, vor dem Hintergrund der absehbaren Veränderungen durch den demographischen Wandel bestimmte Themen anzupacken?



Halten Sie Ihre Überlegungen, Ideen und Ergebnisse im **Handlungsplan „Das demographiefeste Unternehmen“** im Bereich **Rekrutierung** fest! Tragen Sie den konkreten **Handlungsbedarf** ein und formulieren Sie gemeinsam mit dem Unternehmen ein **Ziel**. Notieren Sie die **Maßnahmen**, die der Betrieb ergreifen soll, und tragen Sie ein, bis wann das Thema angepackt werden soll. Legen Sie unbedingt fest, wer dafür **verantwortlich** ist!

Die mit  und  gekennzeichneten Checklisten und Informationen können durch Mausklick direkt aufgerufen werden. Sie können sich die Dokumente aber auch auf der Seite „ Checklisten für Berater von A-Z“ bzw. „ Informationen für Berater von A-Z“ im Beratertool herunterladen.

© Modellprojekt „Mit älter werdenden Beschäftigten wachsen – AGE-Management in KMU“

Mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und des Europäischen Sozialfonds





Ausweitung des Zielgruppenspektrums

Verabschieden Sie sich von „traditionellen“, heute meist überkommenen Einstellungskriterien wie z.B. jung, männlich, möglichst hoher Schulabschluss auch für Ausbildungsberufe.

Machen wir schon
Sollten wir machen
Keine Bedeutung

Bewerben Sie sich verstärkt um die Gruppe der Frauen. Diese werden in Zukunft auf dem Arbeitsmarkt für Fach- und Führungskräfte immer mehr an Bedeutung gewinnen. Dieses gilt besonders für technische Berufe.

Bemühen Sie sich um Familienfreundlichkeit in Ihrem Betrieb, um das Potenzial der Frauen am Arbeitsmarkt für sich zu nutzen.

Setzen Sie gezielt auf die Gruppe der älteren Bewerberinnen und Bewerber. Nutzen Sie dabei auch die Fördermöglichkeiten. **i**

Nehmen Sie auch die Gruppe der älteren Langzeitarbeitslosen gezielt ins Visier. Die Beschäftigung von Langzeitarbeitslosen wird durch zahlreiche Projekte und Initiativen auf Landes- und Bundesebene unterstützt. **i**

Denken Sie darüber nach, ob nicht auch langzeitarbeitslose Jugendliche für eine Tätigkeit in Ihrem Betrieb interessant sein könnten. Für Jugendliche unter 25 Jahren erhalten Betriebe in NRW einen Lohnkostenzuschuss von 50%. **i**

Versuchen Sie, auch zunehmend auf Jugendliche von Hauptschulen (dazu zählen auch viele Migranten) für technische Berufe zu setzen. Häufig vorzufindende Qualifikationsdefizite können überwunden werden. Gehen Sie direkt auf Hauptschulen zu. Versuchen Sie, z.B. Kammern einzubinden und Programme zu entwickeln, um diese Gruppe ausbildungsfähig zu machen.

i Fördermöglichkeiten für ältere ArbeitnehmerInnen (Infoblatt)
[http://www.age.aroew.spirito.de/data/infoblatt_frdermglichkeiten_ltere.pdf]

i Mehr Beschäftigung für Ältere (Artikel)
[http://www.age.aroew.spirito.de/data/beschaeftigung_fuer_aeltere.pdf]

i Jugend in Arbeit (Artikel)
[http://www.age.aroew.spirito.de/data/jugend_in_arbeit.pdf]

Initiative „Jugend in Arbeit plus“ [<http://www.ja.nrw.de>]

TIPP: Arbeiten Sie bei der Rekrutierung älterer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern mit Personalvermittlern zusammen, die sich auf diese Gruppe spezialisiert haben, z.B. mit [<http://www.forty-five.de>] oder [<http://www.zeit-sprung.de>].




Neue Wege der Personalbeschaffung

Bilden Sie verstärkt aus. Der beste Nachwuchs ist erfahrungsgemäß der im eigenen Betrieb ausgebildete Nachwuchs. Das gilt besonders für kleine und mittlere Unternehmen.

Machen
wir schon

Sollten
wir machen

Keine
Bedeutung

Wenn Ihr Unternehmen allein nicht ausbilden kann, arbeiten Sie in der Ausbildung mit Kollegenbetrieben zusammen (z.B. Ausbildung im Verbund). Das Arbeitsministerium NRW unterstützt Unternehmen bei der Bereitstellung von Ausbildungsplätzen im Verbundmodell. 

Arbeiten Sie intensiv mit Schulen in Ihrer Region zusammen. Gehen Sie (regelmäßig) in Schulen und stellen Ihr Unternehmen und die beruflichen Möglichkeiten vor (sowohl Schülern als auch Lehrern). Bieten Sie Schülern die Möglichkeit, ein Praktikum bei Ihnen zu machen.

Arbeiten Sie mit Hochschulen in Ihrer Region und/oder mit Hochschulen zusammen, die speziell für Stellen in Ihrem Unternehmen Nachwuchs ausbilden (z.B. spezielle Studiengänge).

Führen Sie gemeinsam mit Hochschulen (Forschungs- und Entwicklungs-) Projekte durch.

Bieten Sie Studierenden die Möglichkeit, ein Praktikum zu machen, als Werkstudent zu arbeiten, eine Studien-, Diplom-, Master- und/oder Doktorarbeit in Zusammenarbeit mit Ihrem Betrieb zu schreiben.


Beteiligen Sie sich mit Ihrem Unternehmen an dualen Studiengängen (d.h. Verbindung von Ausbildung und Studium).

„Rekrutieren“ Sie Nachwuchs im eigenen Haus: Unterstützen Sie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich weiterentwickeln wollen, z.B. durch berufsbegleitende Ausbildung zu MeisterInnen, TechnikerInnen etc.

Nutzen Sie die Zusammenarbeit mit Zeitarbeitsfirmen, um über die Arbeitnehmerüberlassung Arbeitskräfte für Ihr Unternehmen zu „testen“.

Nutzen Sie Messen, Personalforen etc., um geeignetes Personal zu finden.

Binden Sie Ihre Beschäftigten in die Rekrutierung ein, nutzen Sie die Netzwerke Ihrer MitarbeiterInnen (z.B. Engagement in Arbeitskreisen, Studentennetzwerke, Alumni-Clubs), um qualifizierte Beschäftigte zu gewinnen.

Die traditionelle Stellenanzeige ist nur eines von vielen Instrumenten der Personalbeschaffung. Nutzen Sie verstärkt auch die Möglichkeiten internetgestützter Rekrutierungsplattformen. 

 **Ausbildung im Verbund – Fachkräftenachwuchs für Betriebe (Artikel)**
[\[http://www.age.aroew.spirito.de/data/ausbildung_im_verbund.pdf\]](http://www.age.aroew.spirito.de/data/ausbildung_im_verbund.pdf)

 **Übersicht zu Stellenbörsen im Internet**
[\[http://www.stellenborsen.de/stellenboersen\]](http://www.stellenborsen.de/stellenboersen)

TIPP: Engagieren Sie sich in Berufs- und/oder Branchenverbänden (z.B. IHK, Fachverband, Innung, Kreishandwerkerschaft, VDI). Dadurch erhalten Sie nützliche Kontakte zu anderen Firmen, Schulen und Hochschulen.



Beobachtung und Analyse des Arbeitsmarktes

Beobachten Sie das regionale Umfeld und verschaffen Sie sich einen Überblick über den regionalen Arbeitsmarkt.

Machen
wir schon

Sollten
wir machen

Keine
Bedeutung

Informieren Sie sich über die demographische Entwicklung in Ihrer Region. Gibt es Initiativen, z.B. der Kammer oder Wirtschaftsförderung, die das Thema Demographie regional bearbeiten? ⓘ ⓘ

Informieren Sie sich über die Entwicklung der Schülerzahlen in Ihrer Region und die Entwicklung der Ausbildungs- und Absolventenzahlen in für Ihren Betrieb relevanten Berufen und Studienfächern. Informationen finden Sie z.B. bei den Landesämtern für Statistik oder bei Berufsverbänden.

Machen Sie eine Analyse ihres Unternehmensumfeldes im Hinblick auf Ihre Wettbewerber um gute Arbeitskräfte. Wie ist das Arbeitgeberimage Ihrer Konkurrenten? Wie ist das Vergütungsniveau?

ⓘ [Wegweiser Demographie der Bertelsmann-Stiftung](http://www.wegweiserdemographie.de)
[<http://www.wegweiserdemographie.de>]

ⓘ [Perspektivenkarte](http://www.rebequa.de/perspektivenkarte.html) für NRW (Projekt rebequa)
[<http://www.rebequa.de/perspektivenkarte.html>]

TIPP: Nutzen Sie die Informationen Ihrer Kammer zu den Entwicklungen in Ihrer Region (Arbeitskräfte, Unternehmen, Initiativen, Wettbewerbe etc.).

Unternehmens- und Standortmarketing

Beachten Sie auch, dass sich die Anforderungen und Erwartungen von Bewerbern an ihren Arbeitgeber gewandelt haben. Teamgeist, Möglichkeiten der Mitgestaltung und gute Entwicklungsperspektiven sind wichtiger als überdurchschnittliche Gehälter. Verfolgen Sie die Ergebnisse von Umfragen wie z.B. „[Deutschlands beste Arbeitgeber](#)“ oder „[Was ist gute Arbeit?](#)“.

Machen
wir schon

Sollten
wir machen

Keine
Bedeutung

Vermarkten Sie Ihr Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber! Stellen Sie offensiv Ihre Aktivitäten z.B. zur Familienfreundlichkeit, zur Qualifizierung und Gesundheitsförderung der Beschäftigten in der Öffentlichkeit heraus.

Positionieren Sie Ihren Betrieb in Ihrer Branche als innovatives Unternehmen, das Interessierten unter fachlichen Gesichtspunkten gute Arbeitsbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

TIPP: Arbeiten Sie in Initiativen zur „Vermarktung“ Ihrer Stadt bzw. Region mit! Bauen Sie dabei Kontakte auf, die Sie für Ihre Rekrutierungsaktivitäten nutzen können.