

1. Wildauer Verwaltungstag 2023

# Fachkräftemangel im öffentlichen Dienst

*Herausforderung für die Personalbeschaffung*

Prof. Dr. Kathrin Bösener

# Grundlegendes

## Ausgangspunkt: Personalbedarf (Ersatzbedarf und Zusatzbedarf)

**Personalbedarfsdeckung** umfasst alle Aktivitäten, die der Beschaffung und Auswahl des Personals und dem Einsatz von personellen Kapazitäten dienen  
(Berthel /Becker, 2013 S. 320).

### Maßnahmen zur Personalbedarfsdeckung

- Personalmarketing
  - Personalrekrutierung
  - Personalauswahl → **Selektion**
  - Personaleinführung → **Stabilisierung**
  - Personalentwicklung → **Bedarfsgerechte Weiterbildung** um Qualifizierungslücken zu schließen
- Personalbeschaffung**

# Grundlegendes

## Ausgangspunkt: Personalbedarf (Ersatzbedarf und Zusatzbedarf)

**Personalbedarfsdeckung** umfasst alle Aktivitäten, die der Beschaffung und Auswahl des Personals und dem Einsatz von personellen Kapazitäten dienen  
(Berthel /Becker, 2013 S. 320).

### Maßnahmen zur Personalbedarfsdeckung

- Personalmarketing
- Personalrekrutierung
- Personalauswahl
- Personaleinführung
- Personalentwicklung

**Schaffung von  
Auswahlmöglichkeiten**

# Personalbedarfsdeckung

## Personalmarketing

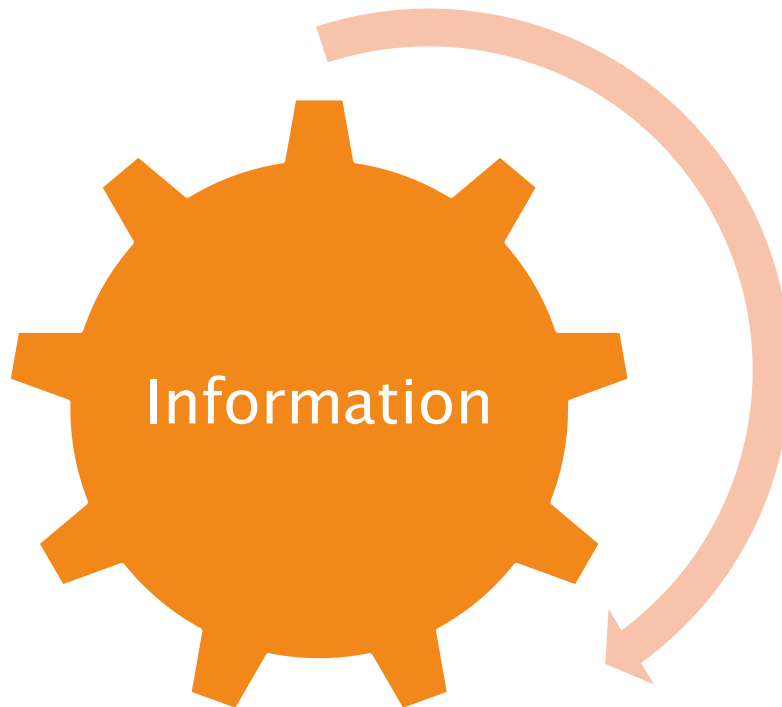
- Problem: Bereitschaft und Motivation der potenziellen Bewerber
- Maßnahme: Arbeitsplätze „verkaufsgerecht“ anbieten
- Produkt: die zu besetzende Stelle
- Kunden: eigene Mitarbeiter und (potenzielle) Bewerber

Personalmarketing ist eine Denk- und Vorgehensweise, mit der langfristig systematisch und auf einer guten Informationslage fundierend neue Mitarbeiter gewonnen und an die Organisation gebunden werden sollen

(Hopp / Göbel, 2013, S. 277ff.).

# Personalbedarfsdeckung

## Personalmarketing (Funktionen)



### Relevante Informationen zur Lage der Personalbeschaffung bereitstellen

- quantitativer und qualitativer Personalbedarf
- Werte und Leitbild der Organisation
- aktuelle und künftige Personalpolitik
- Aktuelle und künftige Arbeitsinhalte und -bedingungen
- Arbeitszufriedenheit und Fluktuationsverhalten
- ...

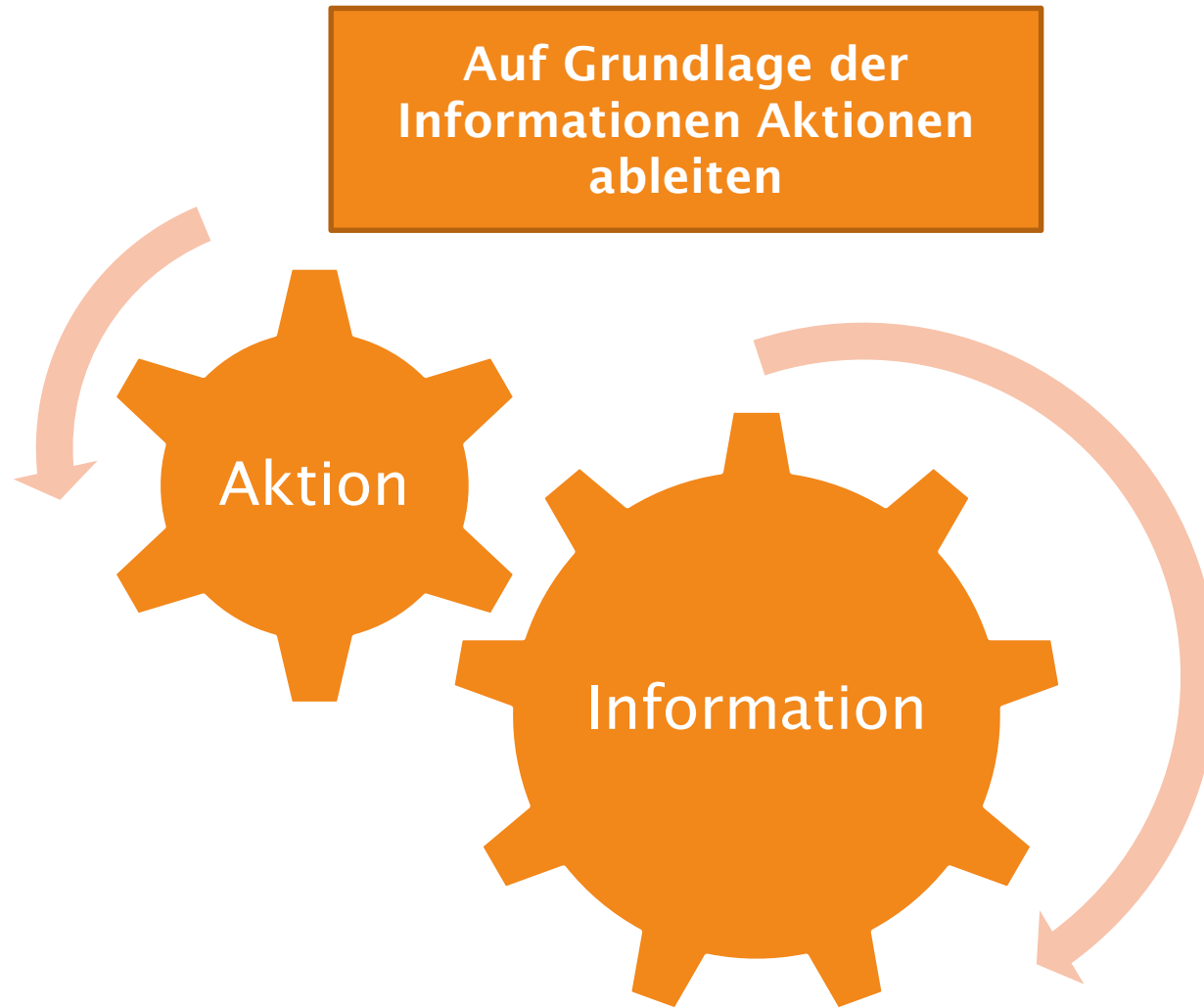
i  
n  
t  
e  
r  
n

- Arbeitsmarktlage insgesamt
- Lage auf Teilarbeitsmärkten
- Image von Berufen
- Bekanntheitsgrad der Organisation am Arbeitsmarkt
- Arbeitgeberimage
- Bedürfnisse und Wünsche von Bewerbern an den künftigen Job
- ...

e  
x  
t  
e  
r  
n

# Personalbedarfsdeckung

## Personalmarketing (Funktionen)



# Personalbedarfsdeckung

## Personalmarketing

### Strategische Planung

- Strategische Ziele setzen, z.B. den Betrieb auf dem Arbeitsmarkt als Arbeitgebermarke zu positionieren
- Kreative Ausgestaltung verschiedener Faktoren:
  - Stärken als Arbeitgeber
  - Zielgruppenpräferenzen
  - Arbeitgeberimage
  - Wettbewerb im Arbeitsmarkt

### Umsetzung

- Personalwerbung, um
  - Bekanntheit des Arbeitgebers zu erhöhen
  - Anzahl der Bewerbungen zu erhöhen
  - Selbstselektionsprozess beim Bewerber auszulösen und damit die Anzahl ungeeigneter Bewerber senken
- Kommunikation der Arbeitgebermarke und der zu besetzenden Stellen (persönlich, Medien, Dritte)

# Personalbedarfsdeckung

Personalmarketing (Entwicklung eines Konzeptes – Kommunikation)

## Persönlich

- Ausbildungsmessen
- Tag der offenen Tür
- Job Speed Dating
- Schulbesuche
- Unterstützung von Abschlussarbeiten
- ...

## Medien

- Stellenportale im Internet
- Eigener Webauftritt
- Blogs und Chats
- Podcasts und Videos mit Stellenbeschreibungen
- TV Spots
- Plakate / Broschüren
- Give-aways
- Soziale Netzwerke
- Stellenanzeigen in der Tages- und Fachpresse
- ...

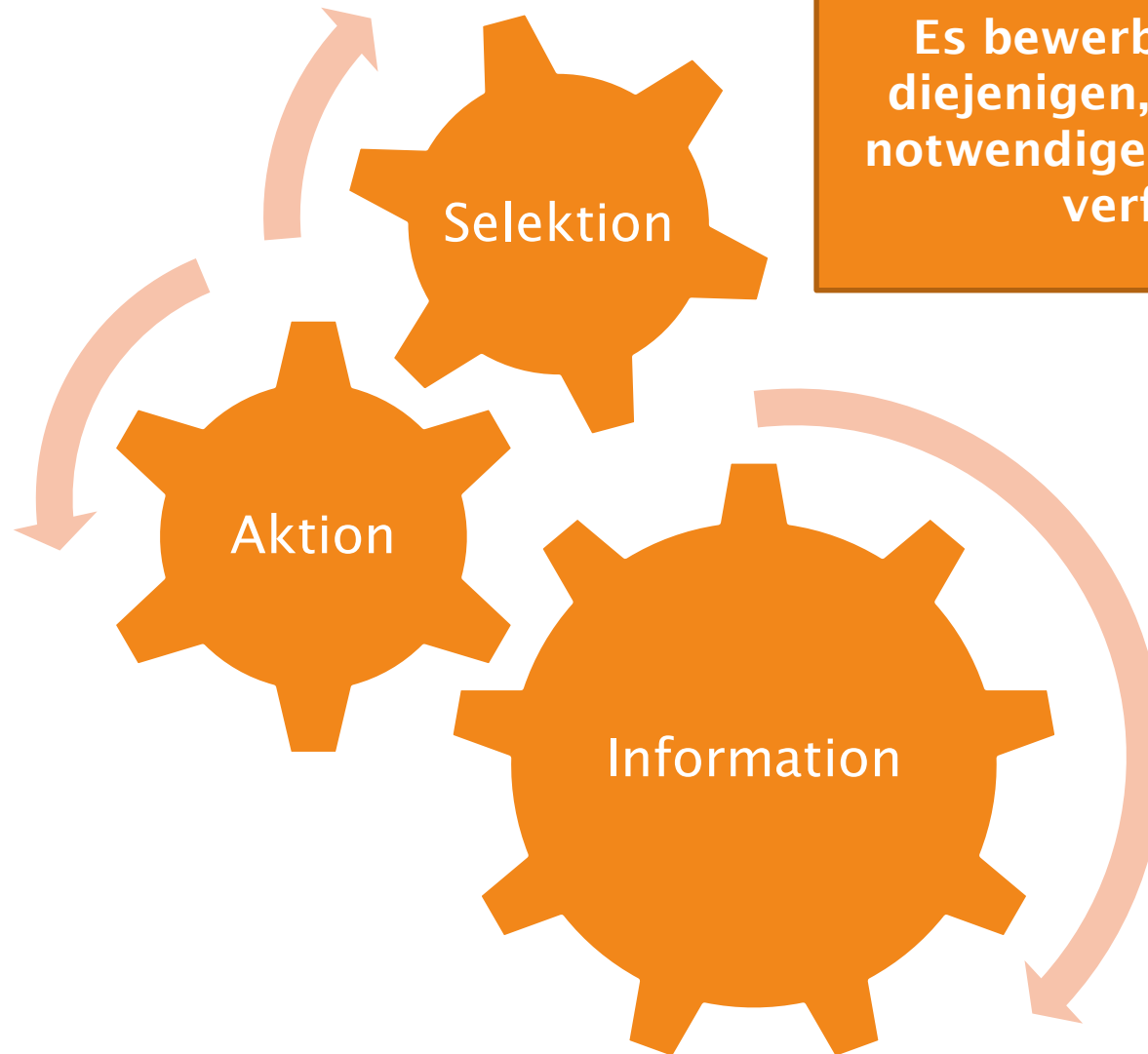
## Dritte

- Anwerbung über Verwaltungsangehörige
- Headhunter / Personalberater
- Arbeitsvermittler / Berufsberater
- Lehrer und Eltern
- ...



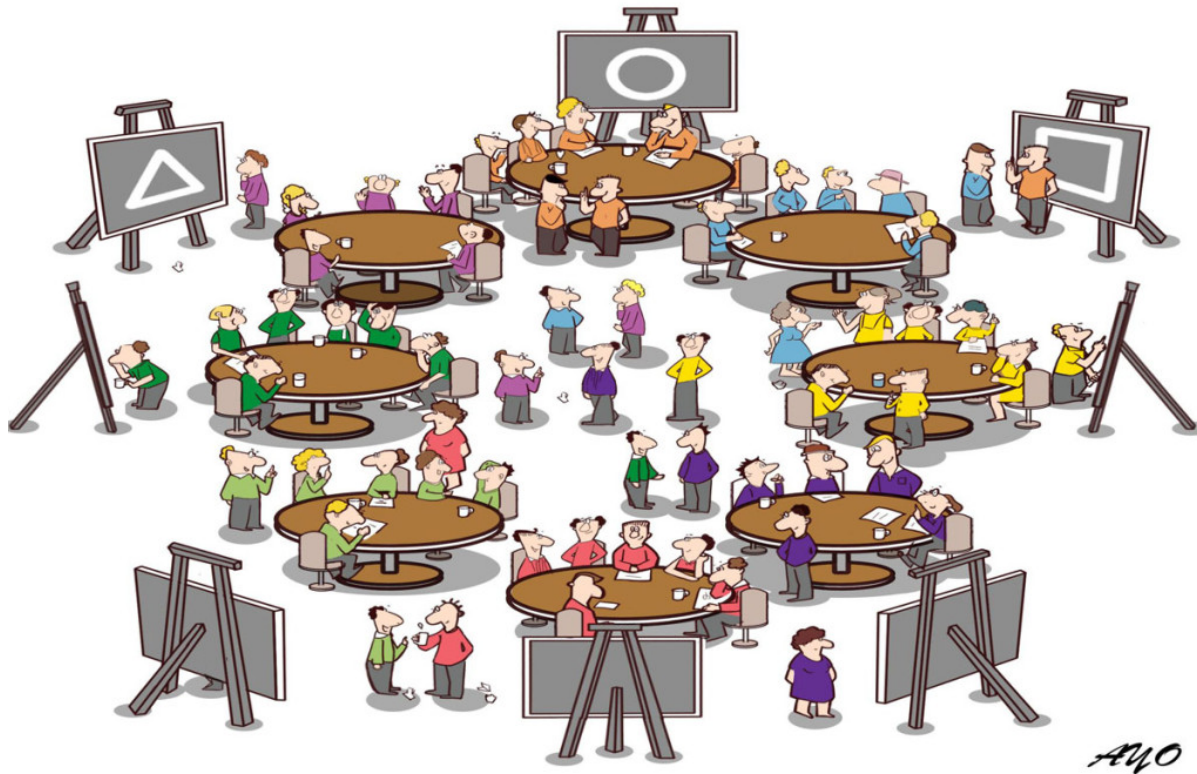
# Personalbedarfsdeckung

## Personalmarketing (Funktionen)



Es bewerben sich nur diejenigen, die über die notwendige Qualifikation verfügen

# Gruppenarbeit



# Ablauf „Worldcafe“

1. Gruppenbildung (7 Gruppen)
2. Verteilung auf die Tische (7 Tische, 5 Themen → 2 doppelt), Benennung der Tischgastgeber
3. Erste Runde (15 Minuten): Austausch zum Tischthema
4. Wechsel der Tische (außer die Tischgastgeber)
5. Zweite Runde (15 Minuten): Austausch zum neuen Tischthema
6. Kurze Zusammenfassung der einzelnen Tische durch die jeweiligen Tischgastgeber

Tisch	Thema	Leitfrage(n)
1	Image und Bekanntheitsgrad	Wie ist das Image von öffentlichen Verwaltungseinrichtungen als Arbeitgeber? Wie bekannt sind diese als potentielle Arbeitgeber?
2 & 3	Zielgruppenpräferenzen	Gibt es unterschiedliche Zielgruppen bei der Personalbeschaffung? Wenn ja, wie unterscheiden sich diese? Was sind ihre jeweiligen Präferenzen? Was sind ihre Wünsche und Bedürfnisse an einen Arbeitgeber?
4	Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt	Wer sind die größten Wettbewerber auf dem Arbeitsmarkt? Was bieten diese (was öffentliche Arbeitgeber nicht bieten)? Wie ist die aktuelle Bewerber- und Personallage dort?
5 & 6	Stärken als Arbeitgeber	Was könnten Stärken öffentlicher Arbeitgeber sein? Was kann bzw. könnte man anbieten, was andere (insbesondere Private) vielleicht nicht haben?
7	Schwächen als Arbeitgeber	Was könnten Schwächen öffentlicher Arbeitgeber sein? Wo müsste man besser werden, um sich gegenüber Wettbewerb und Arbeitsmarkt zu behaupten? Wo liegen Grenzen?

**Vielen Dank für die Mitarbeit!**