



## Checkliste Personalbeschaffungswege – welche passen zu meinem Unternehmen?

Pos.	Beschaffungswege	Ja	Evtl.	Fragen und Anmerkungen
<b>1</b>	<b>Stellenangebote – Print Medien</b>			
1.1	Tageszeitungen			
1.2	Fachzeitschriften			
1.3	Schülerzeitungen, Gemeindebrief, Vereinszeitung und andere			
<b>2</b>	<b>Stellenangebote – Online</b>			
2.1	Auf der eigenen Internetseite			
2.2	Bundesagentur für Arbeit jobbörse.de			kostenfrei, Verlinkung mit weiteren Jobbörsen möglich u. a.: make-it-in-germany
2.3	Online-Kleinanzeigen			Große Vielfalt je nach Region
2.4	Lehrstellenbörse HWK Lehrstellenbörse IHK			Auszubildende
2.5	azubiyo.de			Auszubildende und dual Studierende
2.6	berufsstarter.de			Junge Akademiker Studenten
2.7	absolventa.de			Junge Akademiker
2.8	Für die Landkreise Lüchow-Dannenberg, Lüneburg, Harburg, Stade, Heidekreis, Cuxhaven besserhier.de			Fachkräftemarketing Projekt der Süderelbe AG
2.9	Europäische Kommission <a href="https://ec.europa.eu/eures/public/de/homepage">https://ec.europa.eu/eures/public/de/homepage</a>			Europäische Fachkräfte EURES Berater
2.10	Zentrale Auslands- und Fachvermittlung www.zav.de			Bundesagentur für Arbeit
2.11	myhandicap.de			Menschen mit Behinderung
2.12	worker.de			Geflüchtete





Pos.	Beschaffungswege	Ja	Evtl.	Fragen und Anmerkungen
<b>4</b>	<b>Eigene Internetseite</b>			
4.1	mit ... <ul style="list-style-type: none"><li>■ professionellen Keywords und Landing Pages = gefunden werden „Suchmaschinenoptimierung“</li><li>■ aktuellen Stellenmarkt</li><li>■ aktuellen Blogs</li><li>■ Mitarbeiter*innenstatements</li><li>■ kurzen Kontaktwegen</li><li>■ knappen Bewerber*inneneintrag</li><li>■ Schnupperangeboten</li><li>■ moderner, ansprechender Aufmachung</li><li>■ mobiler Tauglichkeit im responsive Design (u. a. smartphonetauglich)</li></ul> ggf. unter Zuhilfenahme eines WEB-Profis			Kostenfreier Website-Check durch die FAME gewinnt! Erstberatungsstelle
4.2	Suchmaschinen-Optimierung ggf. Marketing-/Digital-Agenturen in Anspruch nehmen			Suchwortstrategie, Schlüsselbegriffe, Website dazu in Einklang bringen, Besucherzahlen messen
<b>5</b>	<b>Kooperationspartner</b>			
5.1	Personaldienstleister (Arbeitnehmerüberlassung)			regionale/überregionale/ mit Sitz im Ausland
5.2	Personalberater*in (Personalvermittlung)			regionale/überregionale/ mit Sitz im Ausland
5.3	Headhunter (Personalvermittlung)			regionale/überregionale/ mit Sitz im Ausland
5.4	Eigene Mitarbeiter*innen „Wer kennt wen“			
5.5	Eigene Auszubildende ... ... werben für ihren Beruf bei Veranstaltungen, im Internet (Facebook, Instagram, ...)			
5.6	Geselle*innen, Meister*innen als Botschafter*innen an Schulen, bei Veranstaltungen und im Internet			
5.7	Vermittlungsagenturen der HWK und IHK, Verbände			
5.8	Integrationsberater*innen für definierte Zielgruppen			



Pos.	Beschaffungswege	Ja	Evtl.	Fragen und Anmerkungen
5.9	Allgemeinbildende Schulen (Praktikumspartner, Schnuppertage)			
5.10	Weiterbildungsträger (bfw, Technikerschulen, SLV's, Date-up, ...)			
5.11	ARGEn Arbeitsgemeinschaften			
5.12	Innungen			
5.13	Regionale Vereine			
5.14	Bildungspartnerschaften mit Schulen und anderen Einrichtungen (= frühzeitige Berufsorientierung), „TUHH – Kinderforscher“, „Kinder-Handwerker“			
5.15	Berufsschulen, Gewerbeschulen, Überbetriebliche Berufsausbildungsstätten			
5.16	Universitäten/Hochschulen			Im In- und Ausland
<b>6</b>	<b>Presse- und Öffentlichkeitsarbeit</b>			
6.1	Zu Themen der Bereiche 7, 8, 10			
<b>7</b>	<b>Messen, Veranstaltungen</b>			
7.1	Personalmessen (klassische)			
7.2	Tage der offenen Tür			
7.3	Zukunfts-/Schnuppertage			
7.4	Karriere Abende			
7.5	Schulveranstaltungen (Azubis werben für ihren Beruf, Praktikabörsen, ...)			
7.6	Regionale <ul style="list-style-type: none"><li>■ allgemeine Messen</li><li>■ Ausbildungsmessen</li></ul>			
7.7	Feste (allgemein), Betriebsparty, Sommerfeste, Breakfast Meetings			
7.8	Jobmessen			
7.9	Campus-Recruiting			



Pos.	Beschaffungswege	Ja	Evtl.	Fragen und Anmerkungen
7.10	Speed-Dating-Veranstaltung (Handwerk-Kennlern-Messe, AZUBI-Messe)			
7.11	Gemeinsame Kampagnen der Innungen, Verbände			
7.12	Handwerkerbörsen (z. B My-Hammer)			
<b>8</b>	<b>Unternehmenskultur</b>			
8.1	Darstellung als attraktive*r Arbeitgeber*in (authentisch und glaubhaft)			
8.2	Gehaltsstruktur/Entgeltbestandteile ■ Prämien ■ Betriebliche Altersversorgung ■ betriebliche Krankenzusatzversicherungen ■ ...			
8.3	Mehr-(Mindest-)Ausbildungsvergütung			
8.4	Personalentwicklungsmodelle Nachwuchsförderung			
8.5	Nachhilfeangebot für AZUBIS und Gesellen			
8.6	Qualifizierungsgesetz			
8.7	Besondere Rahmenbedingungen			
8.8	Technisches Equipment (Handy, iPad, ...)			
8.9	Dienstwagen/Dienstwagenregelung			
8.10	Zuschüsse für ÖPNV, Kraftstoff			
8.11	Betriebliche Altersversorgung			
8.12	Wohnung/Unterstützung bei der Wohnungssuche			
8.13	Verpflegung/Essenzuschüsse			
8.14	Betriebliche Gesundheitsförderung			
8.15	Familienfreundlichkeit/ familienfreundlicher Betrieb			
8.16	Social Sponsoring (z. B. für regionale Vereine)			



Pos.	Beschaffungswege	Ja	Evtl.	Fragen und Anmerkungen
8.17	Bindung von Mitarbeitenden <ul style="list-style-type: none"><li>■ Wertschätzung</li><li>■ gute Stimmung im Team</li><li>■ selbständiges Arbeiten vs. klare Anweisungen</li><li>■ Work-Life-Balance</li><li>■ flexible Arbeitszeit</li><li>■ Wohnortnähe (Homeoffice-Möglichkeit)</li></ul>			
8.18	Nur Motivationsschreiben – WARUM? – anonymisierte Verfahren			
8.19	Diversity – Vielfalt im Unternehmen			
8.20	Tägliche persönliche Ansprachen Interessenten und zielgerichtete Kontaktlisten aufbauen und pflegen			
8.21	Selber Ausbilden			
<b>9</b>	<b>Werbung</b>			
9.1	auf firmeneigene Fahrzeuge			
9.2	auf Plakaten, Banner etc.			
9.3	auf Bussen und Bahnen			
9.4	in Bussen und Bahnen			
9.5	im Radio			
9.6	im Fernsehen			
9.7	auf der eigenen Internetseite			
9.8	durch Verlinkung mit anderen Internetseiten			
9.9	im öffentlichen Raum, Stadion Bandenwerbung, Arztpraxis, Supermarkt, etc			
9.10	mit Edgar Karten (Postkarten)			
9.11	auf „Wir suchen Sie“-T-Shirts, -Stoffbeutel, etc.			
9.12	auf Bäckereitüten, weiteren Werbemitteln			
9.13	regionales (soziales) Engagement			
9.14	überregionales (soziales) Engagement			
9.15	Streuartikel, Give Aways			



Pos.	Beschaffungswege	Ja	Evtl.	Fragen und Anmerkungen
<b>10</b>	<b>Erweiterung der Zielgruppe</b>			
10.1	Menschen mit Handycap			
10.2	Langzeitarbeitslose			
10.3	Quereinsteiger*innen			
10.4	Migranten, Geflüchtete, Asylbewerber*innen			Integrationsberater HWK
10.5	EU-Bürger*innen			
10.6	Nicht-EU Bürger*innen			Fachkräfte-Einwanderungsgesetz
10.7	Frauen für „Männerberufe“ Männer für „Frauenberufe“			
10.8	Teilzeitmitarbeitende			
10.9	Ältere Bewerber*innen			
10.10	Ältere Mitarbeitende länger im Unternehmen halten			
10.11	„Helfer*innen“ zu Fachkräften entwickeln			Qulifizierungschancengesetz 01.01.2019 Arbeitsagentur
10.12	Studienabbrecher*innen			
10.13	Freigänger*innen			

## Personalbeschaffungswege – welche passen zu meinem Unternehmen?

- Kosten – Zeitaufwand – Fähigkeiten
- regionaler Bezug – Netzwerknutzung
- kurz, lang, mittelfristiger Ansatz
- punktuelle Bedarfssuche - kontinuierliche Dauersuche
- regionale vs. überregionale Suche

### Der passende Wege-Mix macht's!

Ihre Wege, Ihre Fragen. Meine Recherche, meine Beratung und Antworten für Sie.

### FAME Gewinnt! Erstberatungsstelle

Klaus Dettmar  
Telefon 04141 6062-88  
dettmar@hwk-bls.de

