

Fotoprotokoll

**des Workshops „Personal Recruitment – geeignete Bewerber suchen und finden, auswählen und einstellen“,
in Frankfurt/Main, Deutsche Nationalbibliothek,
am Freitag, den 20. Februar, von 10 bis 17 Uhr:**



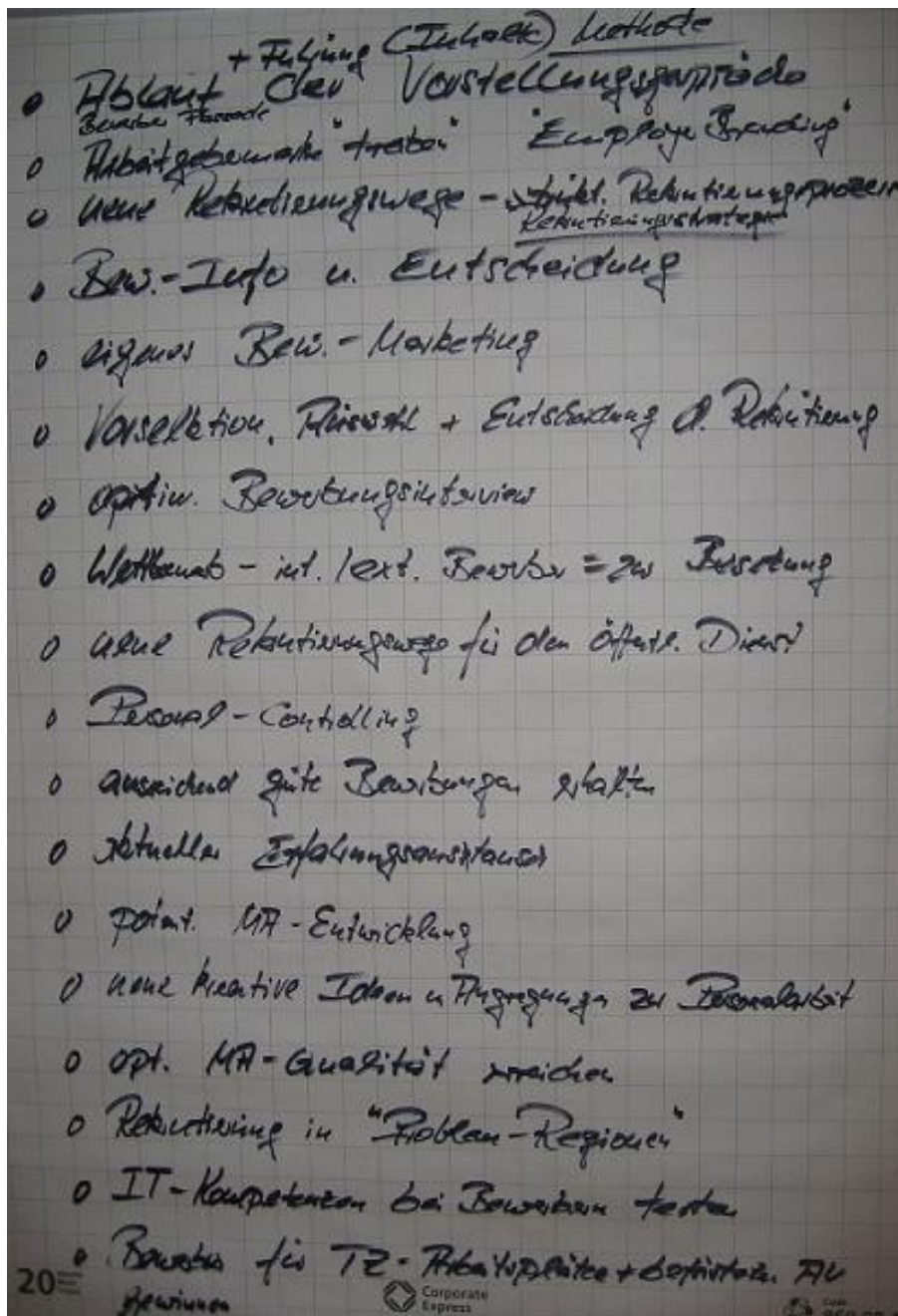
Teilnehmerliste

...

Einleitung

Die Fortbildungsveranstaltung der „Kommission für Management und betriebliche Steuerung von vdb und BIB“ wandte sich an die Leitungsebene und für die Personalauswahl Verantwortliche in wissenschaftlichen und öffentlichen Bibliotheken, Informationszentren, Dokumentationsstellen und Archiven.

Die zu Beginn des Workshops erfragte Erwartungshaltung der Teilnehmer ergab folgendes Ergebnis:



Agenda

Im Vorabbriefing der Referenten der STRIM® wurde herausgestellt, dass es nicht nur darum gehen soll, das Bestehende zu vertiefen, sondern den Teilnehmenden neue Ausrichtungen, Strategien und Methoden aufzuzeigen. Dies vor dem Hintergrund, dass sich Rahmenbedingungen (Gesellschaft, Kundenbedürfnisse und –verhalten, etc.) verändern und neue Medien (z.B. Web 2.0) zum Einsatz kommen.

Gleichzeitig sollten konkrete Hinweise und Praxishilfen gegeben werden.

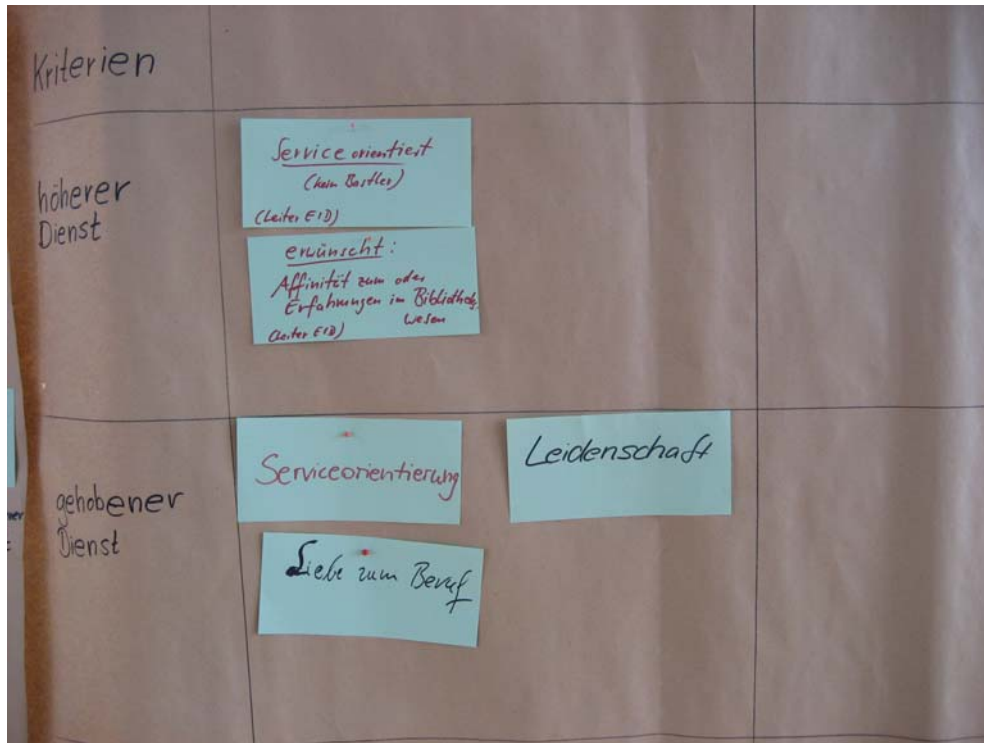
Vor diesem Hintergrund schlugen die Referenten der STRIM® eine **Agenda** mit vier Themenschwerpunkten vor:

- Recruitingstrategie,
- Personalmarketing,
- Recruitingprozess, und
- Steuerung.

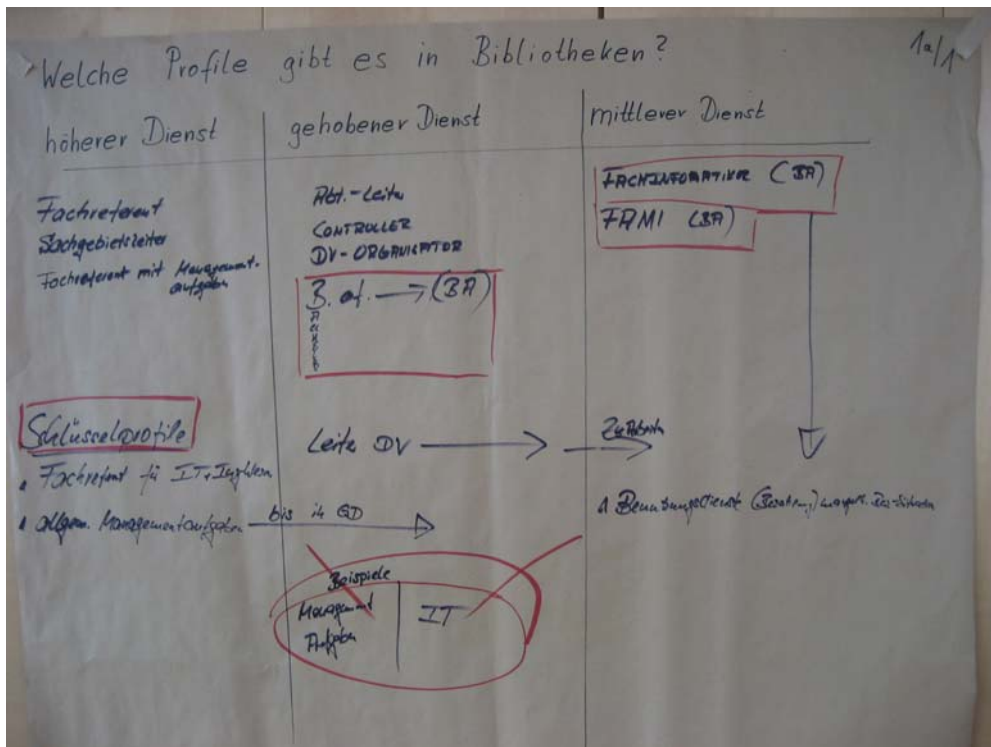
Folgende **Ziele** sollten damit erreicht werden:

- ganzheitliche Betrachtung des Recruitingprozesses,
- praxisorientierte Herangehensweise und Austausch zu diesen vier Schwerpunkten,
- Erarbeitung von Techniken und Methoden zum „Personal Recruitment“, sowie
- Diskussion marktgängiger Verfahren zur Prüfung eines Einsatzes im Bibliothekarsbereich.

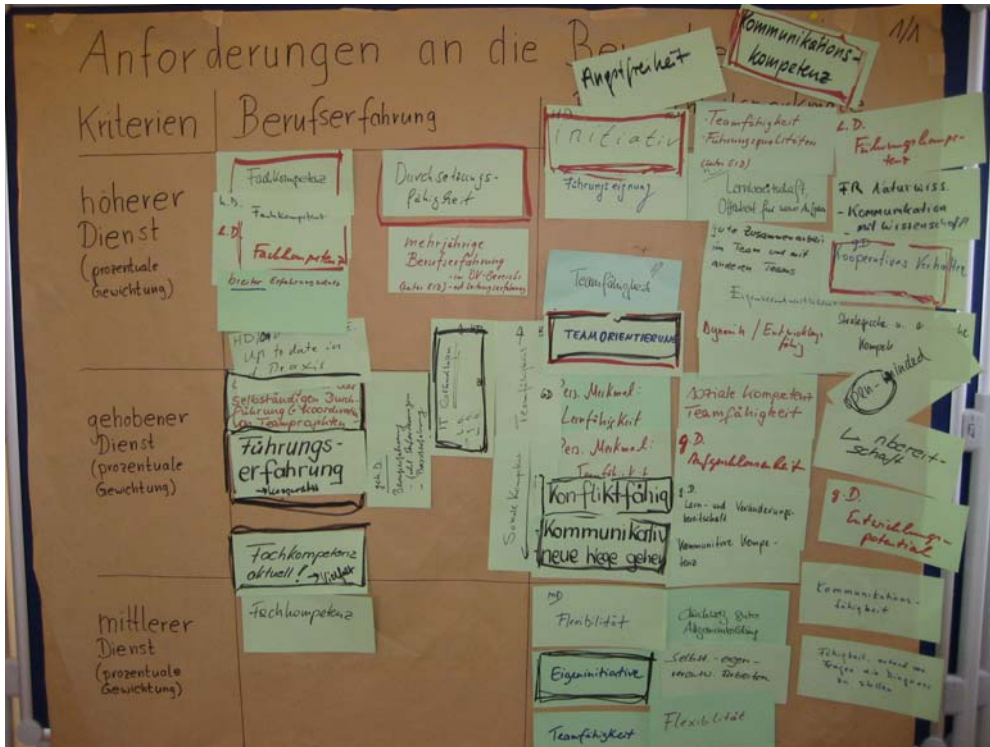
Als **Leitfaden** während des Workshops dienten eine Powerpoint-Präsentation sowie darauf abgestimmte Metaplanwand-Vorlagen und Checklisten zu den vier Themenschwerpunkten.

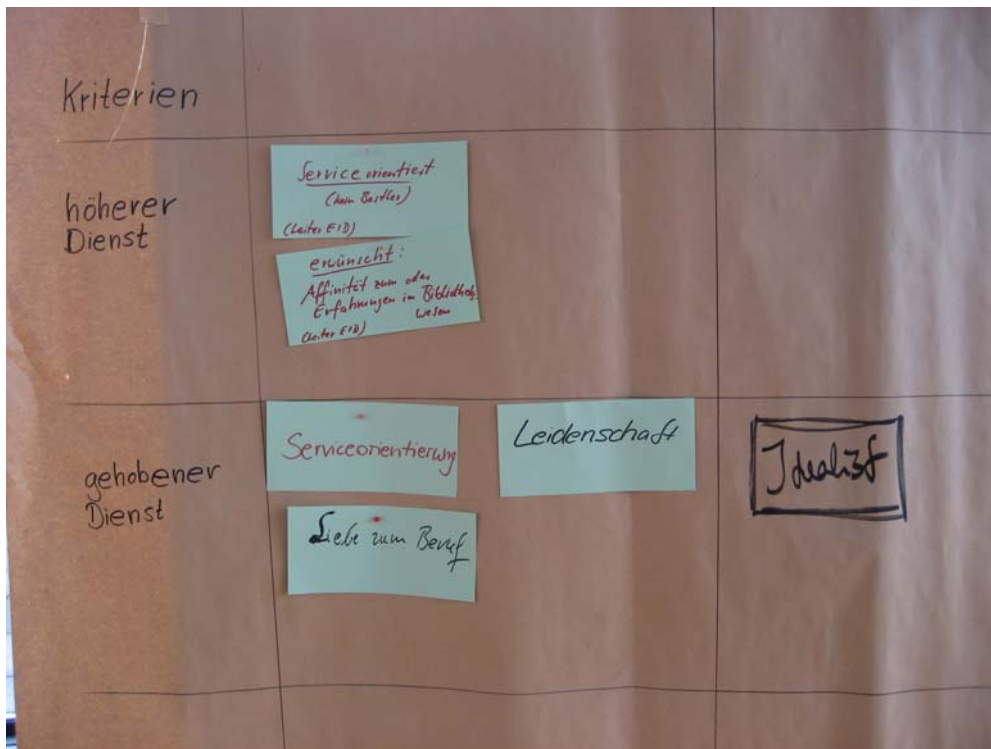


Im Anschluss an die Anforderungen wurden ausgewählte Profile in Bibliotheken aufgelistet. Dies mit dem Ziel, unterschiedliche Anforderungen pro Profil zu verdeutlichen und den Unterschied von Massen- bzw. Mangel-/Schlüsselprofilen herauszuarbeiten.



Metaplanwand-Vorlage 2: Schlüsselprofile in Bibliotheken





Zwei Schlüsselprofile wurden von den Teilnehmern in der Diskussion vertieft:

- Führungskräfte (Management) [gehobener Dienst, schwarz umrandete Anforderungen] und
- Fachreferent für IT [höherer Dienst, rot umrandete Anforderungen].

Durch diese Übung wurde deutlich, wo sich diese Schlüsselprofile „überschneiden“, wo aber auch Unterschiede bestehen, die sich in den nachfolgenden Themenschwerpunkten widerspiegeln sollten.

Die Analyse von Wettbewerbern, die ebenfalls um diese Schlüsselprofile werben, war der Zeit wegen nicht möglich.

Personalmarketing

Metaplanwand-Vorlage 3: Marketingkanäle

Marketingkanäle

IT Magd.

	Printanzeigen (welche Zeitungen/bzw. Zeitschriften)	Online-job- börsen (welcher?)	Messen (welche?)	Homepage	Karrierefürer (welcher?)
höherer Dienst	CT / IX	science job	(X)	✓	
gehobener Dienst	Bibliotheksdienst Die Zeit lokale Presse	diverse Online- Jobbörsen biblio jobs	(X)	✓ alle Bibliotheken für sich	X
mittlerer Dienst	Anhang, Flyer				

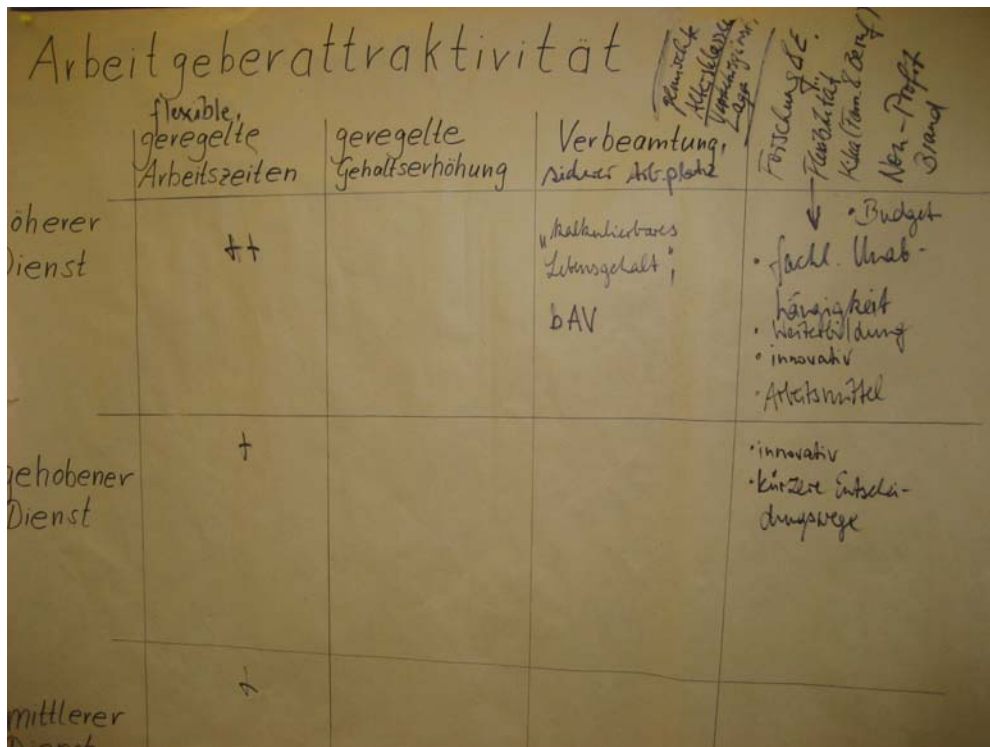
Marketingkanäle

	TV/Radio Öffentliche Medien	Arbeits- agenturen	Intranet
höherer Dienst	X	✓	✓
gehobener Dienst	X	✓	✓
mittlerer Dienst			

Konkrete Marketingmaßnahmen konnten der Zeit wegen nicht diskutiert werden.

Wichtig schien den Referenten der STRIM® das Hervorheben der „Unique Employment Proposition“ in Bibliotheken.

Metaplanwand-Vorlage 5: Arbeitgeberattraktivität



	flexible, geregelte Arbeitszeiten	geregelte Gehaltserhöhung	Verbeamtung, niedriger Arbeitsplatz	Förderung d. Flexibilität
höherer Dienst	++		„kalkulierbares Lebensgehalt“, bAV	<ul style="list-style-type: none"> • Budget • fachl. Unabh. • häuslichkeit • Weiterbildung • innovativ • Arbeitsmittel
gehobener Dienst	+			<ul style="list-style-type: none"> • innovativ • kürzere Entscheidungswege
mittlerer Dienst	+			

Dies zeigt eindrucksvoll die weitestgehend laufbahnübergreifend hervorzuhebenden Vorzüge der Bibliotheken als Arbeitgeber.

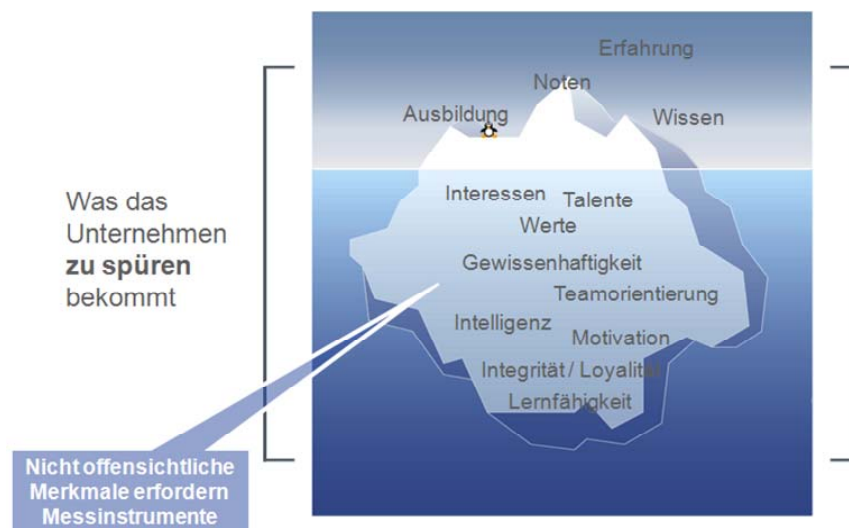
Nach Ansicht der Referenten der STRIM® werden diese Vorzüge bisher z.B. in Stellenanzeigen noch zu wenig betont und in Auswahlgesprächen – gerade in unsicheren Zeiten – hervorgehoben.

Recruitingprozess

Aufgrund der Projekterfahrungen der STRIM® sowie der methodischen Durchdringung von Vorselektion und Vor-Ort-Selektion (Auswahlverfahren) zeigt die STRIM® zu diesem Themenschwerpunkt auf, wie der Einsatz diagnostischer Verfahren im Rahmen einer Online-Vorselektion nicht nur zu mehr Effizienz, sondern auch zu einer höheren Qualität führt.

Die Workshopteilnehmer waren sich darin einig, dass solche Online-Tools sowohl bei Massenbewerbungen, z.B. im Sekretariatsbereich, als auch bei Schlüsselprofilen, die diese Technik aus anderen Bewerbungsverfahren kennen und diese auch erwarten, den größten Nutzen stiften würde.

Einigkeit herrschte auch dahingehend, dass die Bibliotheken solche Verfahren sehr behutsam prüfen sollten und dass die Personalräte frühzeitig in einen solchen Prozess einzubinden wären.



Anhand der Merkmale, die nicht direkt sichtbar sind, sowie einer diese Merkmale vertiefenden Checkliste wurden kleine Gruppenarbeiten gebildet und mögliche Situationen in einem Auswahlverfahren diskutiert.

Diese Gruppenarbeit wurde von den Teilnehmern geschätzt. Sie hätte nach deren Meinung noch ausführlicher sein dürfen.

Steuerung

Zur Abrundung der ganzheitlichen Betrachtung des Recruitingprozesses wurden den Teilnehmern ausgewählte Beispiele zur quantitativen und qualitativen Steuerung vorgestellt. Ausführliche Beispiele sind in den Workshopunterlagen enthalten.

Abschließende Bemerkungen

Der Workshop vermittelte eine ganzheitliche Sicht des „Personal Recruitment“. Demzufolge wurden viele Themen an- aber nicht zu Ende diskutiert.

Mögliche Themen zur Vertiefungen aus Sicht der Referenten der STRIM® sind:

- Vertiefung der strategischen Analysen zur Sicherstellung eines effektiven Vorgehens in der Zukunft.
- Logische Ableitung einzusetzender Marketingkanäle (z.B: Wegfall von Printmedien für IT-Berufe) und zielführender Marketingmaßnahmen vor dem Hintergrund eines begrenzten Budgets.
- Detaillierte Ausarbeitung der „Unique Employment Proposition“, Entwicklung eines Slogans sowie dessen konsequenter Einsatz bei Marketingmaßnahmen und Stellenanzeigen.
- Feasibility Study zum Einsatz von Online-Verfahren im Rahmen der Vorselektion von Massenprofilen sowie ausgewählter Schlüsselprofile.
- Videotraining zur Durchführung von Auswahlverfahren; u.a. mit dem Ziel „besser hinter die Fassade des Bewerbers schauen zu können“. Die Kommission wird prüfen, ob das Videotraining eine weitere Ausbaustufe der Qualifizierung sein könnte,

Die Referenten der STRIM® bedanken sich herzlich dafür, dass sie diesen Workshop begleiten durften. Für weitere Fragen, Anregungen sowie einer Vertiefung der Zusammenarbeit steht die STRIM® als Partner gerne zur Verfügung und sucht ihrerseits weiterhin den Dialog zu Ihnen.

Wir sind für Sie per eMail – volker.mayer@strimgroup.com, peter.geyer@strim-consult.de – oder telefonisch unter 0621 / 4236 018 gerne erreichbar.

Mannheim, den 21. Februar 2009