

INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)

Selbstbewertung zur Führungsqualität und zur Vorbereitung
auf den demografischen Wandel

PERSONALFÜHRUNG



Die **Offensive Mittelstand (OM)** ist eine neutrale und unabhängige Plattform intermediärer Organisationen (Sozialpartner, Sozialversicherungen und Kammern, Berufs- und Fachverbände). In der OM kommen die wichtigsten Akteure der KMU-Landschaft zusammen – sie vertreten rund 200.000 Berater*innen im Bereich der KMU.

Die vorhandenen Potenziale der OM-Partnerorganisationen sollen durch Kooperationen wirkungsvoller genutzt und für die KMU erschlossen werden. Die OM-Partnerorganisationen haben dafür Checks (OM-Praxis A-1.0 bis B-2) entwickelt, in denen sie ihre gemeinsamen Vorstellungen zum produktiven und gesundheitsgerechten Management beschreiben. Viele OM-Partnerorganisationen arbeiten auch in den Regionen in Netzwerken zusammen. Die OM erhält keine Förderung und trägt sich ausschließlich durch das Engagement der Partnerorganisationen.

Trägerin der OM ist die „Stiftung Mittelstand – Gesellschaft – Verantwortung“.

Inhalt

INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)	3
Wie kann mit dem Check gearbeitet werden?	5
Starthilfe: Mit welchem Thema des Checks beginnen?	7
1 Personalplanung	8
2 Personalentwicklung	10
3 Personalgewinnung	12
4 Motivierende Personalmaßnahmen	14
5 Gutes Betriebsklima	16
6 Interne Kommunikation als Führungsaufgabe	18
7 Vielfalt unterschiedlicher Menschen gezielt einsetzen	20
8 Arbeitgeberattraktivität	22
9 Grundhaltung gegenüber den Beschäftigten	24
10 Werte und Prinzipien klären und vermitteln	26
11 Die eigenen Stärken und Schwächen als Führungskraft kennen	28
Selbsterklärung	30
Unsere Stärken als attraktiver Arbeitgeber	
Maßnahmenplan INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)	
Impressum	

Die Entwicklung des INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert (Projekt 00095.11).

(*) Genderverweis

Zur Herstellung von Chancengleichheit ist eine geschlechtergerechte Sprache unerlässlich. Im INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) wird deshalb das Gender-Sternchen (*) verwendet. Dieses Mittel der sprachlichen Darstellung berücksichtigt alle sozialen Geschlechter und Geschlechtsidentitäten. Zusammengesetzte Substantive werden aus Gründen der Lesbarkeit jedoch im generischen Maskulinum belassen, beziehen sich aber selbstverständlich auf alle Geschlechter und Geschlechtsidentitäten.



**Der INQA-Check
„Personalführung“
(OM-Praxis A-2.1)**

Gutes Personal – unverzichtbar für Ihren Unternehmenserfolg

Welche Ziele verfolgt dieser Check?

Im INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) finden Sie viele Anregungen für eine gute Personalführung. Der Check hilft Ihnen, die Beschäftigten zu befähigen und zu motivieren, gute Leistungen zu erbringen. Er hilft Ihnen auch, die Beschäftigten zu unterstützen, gesund und gerne im Unternehmen zu arbeiten.

Die Checkpunkte beschreiben die gute Praxis der Personalführung von erfolgreichen Unternehmen. Sie helfen, Ihren Handlungsbedarf festzustellen. Maßnahmen zu den Checkpunkten können Sie im Maßnahmenplan (hintere Umschlagseite) festhalten.

Die Maßnahmen zu einigen Checkpunkten eignen sich darüber hinaus, Ihre Arbeitgeberattraktivität im Marketing darzustellen.

Für wen ist der Check?

Mit dem Check können vor allem Unternehmer kleiner Betriebe systematisch die Qualität ihrer Personalführung überprüfen. Darüber hinaus ist der Check auch für Führungskräfte von Abteilungen oder Teams in größeren Unternehmen geeignet.

Die vollständige Bearbeitung des Checks dauert ca. 60 Minuten bis 90 Minuten. Im Internet finden Sie unter www.inqa-check-personalfuehrung.de eine interaktive Fassung des Checks.

Die Checkpunkte sind aus der Perspektive des Unternehmers bzw. der Unternehmerin und der Führungskräfte formuliert (Wir-Form).

Wer steckt dahinter?

Der INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) stellt den gemeinsam von allen Partnern der OM getragenen Standard für gute, produktive und gesundheitsgerechte Personalführung dar. Er geht auf alle relevanten Themenfelder, die für die Personalführung in kleinen und mittleren Unternehmen Bedeutung haben, ein und bereitet diese für den Mittelstand praxisgerecht auf.

Das Konzept des Checks stammt von der BC GmbH Forschungs- und Beratungsgesellschaft, der Berufsgenossenschaft Rohstoffe und chemische Industrie (BG RCI), der Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA), dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), dem Demografie-Experten e. V. (DEx), der Fachhochschule für den Mittelstand (FHM), Great Place to Work® Deutschland, dem Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn, dem Institut für Technik der Betriebsführung (itb) im Deutschen Handwerksinstitut e. V. sowie der AS(S) Unternehmensberatung. Der Check wurde von allen Partnern der Offensive Mittelstand diskutiert und als gemeinsamer Qualitätsstandard verabschiedet.

Die Entwicklung des INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert (Projekt 00095.11).

INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0)

Der INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) ergänzt den INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0). Der INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0) ist ein Check aller Prozesse im Unternehmen. Wer bei der Bearbeitung des INQA-Unternehmenschecks „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0) Interesse an dem Thema Personalführung findet, kann das vorliegende Instrument nutzen. Umgekehrt geht es natürlich auch: Wer zunächst Interesse am allgemeinen Optimierungspotenzial in seinem Unternehmen hat, kann zum INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0) greifen.

Der INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0) wurde ebenfalls von der Offensive Mittelstand erarbeitet. Die Nutzung beider Instrumente ist kostenfrei.

Die Beschäftigten

- ▶ stellen die Produkte Ihres Betriebes her und erbringen Ihre Dienstleistungen,
- ▶ pflegen den Kontakt zu Ihren Kunden und Lieferanten,
- ▶ haben die Ideen für neue Produkte und Leistungen und sorgen für Verbesserungsvorschläge,
- ▶ wissen oftmals, wie die Arbeitsprozesse verbessert werden können,
- ▶ sind der entscheidende Faktor für die betriebliche Produktivität.



Kurz: Ihr Erfolg hängt wesentlich von den Beschäftigten ab.

Ob Menschen ihre Ideen und Fähigkeiten im Unternehmen einbringen, hängt wesentlich von der Qualität Ihrer Personalführung ab. Es ist ein Mythos zu glauben, gute Personalführung sei angeboren. Gute Personalführung erfordert ein bewusstes Betrachten der Menschen und ihrer Zusammenarbeit sowie vorausschauendes Handeln.

Gute Personalführung wird in Zukunft sogar noch wichtiger:

- ▶ Mit dem demografischen Wandel müssen Sie künftig Wertschöpfung und Innovationen mit deutlich älteren Belegschaften realisieren. Zusätzlich wird es vor allem für kleinere Unternehmen immer schwieriger, gute Fachkräfte zu bekommen.
- ▶ Dienstleistungen werden zunehmend wichtiger. Die Fähigkeit, möglichst schnell durch gute Ideen im Wettbewerb einen Vorteil zu erzielen, gewinnt an Bedeutung. Dies erfordert engagierte Beschäftigte.

Entscheidende Herausforderungen für gute Personalführung sind:

- ▶ Die Attraktivität als Arbeitgeber steigern
- ▶ Gute Beschäftigte finden, fördern und binden

Wie kann mit dem Check gearbeitet werden?

► Starthilfe

Die „Starthilfe“ (Seite 7) gibt eine Übersicht über die elf Themenfelder des INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) und ermöglicht Ihnen herauszufinden, in welchem Bereich Sie den größten Handlungsbedarf haben.

► Schritt 1: Handlungsbedarf feststellen

Sie gehen die elf Themen durch und legen den **Handlungsbedarf** zu den Checkpunkten fest. Sie können den kompletten Check bearbeiten. Dies dauert erfahrungsgemäß zwischen 60 und 90 Minuten. Sie können auch erst einmal einzelne Themen heraussuchen und damit beginnen.

► Schritt 2: Maßnahmen festlegen

Danach legen Sie im Maßnahmenplan (hintere Umschlagseite aufklappen) die wichtigsten Maßnahmen fest, die Sie in Ihrem Unternehmen angehen wollen. Dazu schauen Sie sich alle diejenigen Checkpunkte an, bei denen Sie dringenden Handlungsbedarf (rot) oder Handlungsbedarf (gelb) angekreuzt haben. Tragen Sie dann die zehn wichtigsten Checkpunkte in den Maßnahmenplan ein (Spalte 1) und legen Sie dazu die für Ihr Unternehmen geeigneten Maßnahmen fest (Spalte 2). In den jeweiligen Checkpunkten finden Sie Beispiele für Maßnahmen. Als nächstes sollten Sie die Prioritäten der Maßnahmen festlegen (Spalte 3). Schließlich sollten Sie festlegen, wer für die Umsetzung der Maßnahmen verantwortlich ist (Spalte 4), wann mit der Maßnahme begonnen wird (Spalte 5) und wann die Umsetzung der Maßnahme kontrolliert wird (Spalte 6). Es können auch mehrere Maßnahmen zu einem Checkpunkt festgelegt werden.

► Schritt 3: Selbsterklärung ausfüllen

Um eine Selbsterklärung ausfüllen zu können, müssen Sie eine vollständige Selbstbewertung durchführen. Das heißt, Sie haben

- alle elf Themen und alle Punkte des Checks komplett bearbeitet haben,
- zehn Maßnahmen in den Maßnahmenplan aufgenommen, beschrieben und nach Dringlichkeit bewertet haben und
- verantwortliche Person(en), Zeit und Kontrolle festgelegt.

Sie finden die Selbsterklärung auf Seite 32. Mit dieser Selbsterklärung dokumentieren Sie, dass Sie mit dem INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) eine gründliche Überprüfung Ihrer Personalgestaltung im Unternehmen vorgenommen haben. Sie können die Selbsterklärung als Aushang im Betrieb nutzen. Sie sollten dann allerdings den ausgefüllten INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) und die Maßnahmen dokumentieren, damit Sie auf Nachfrage die Richtigkeit der Selbsterklärung belegen können (zum Beispiel gegenüber Banken, Versicherungen, Arbeitsschutzämtern).

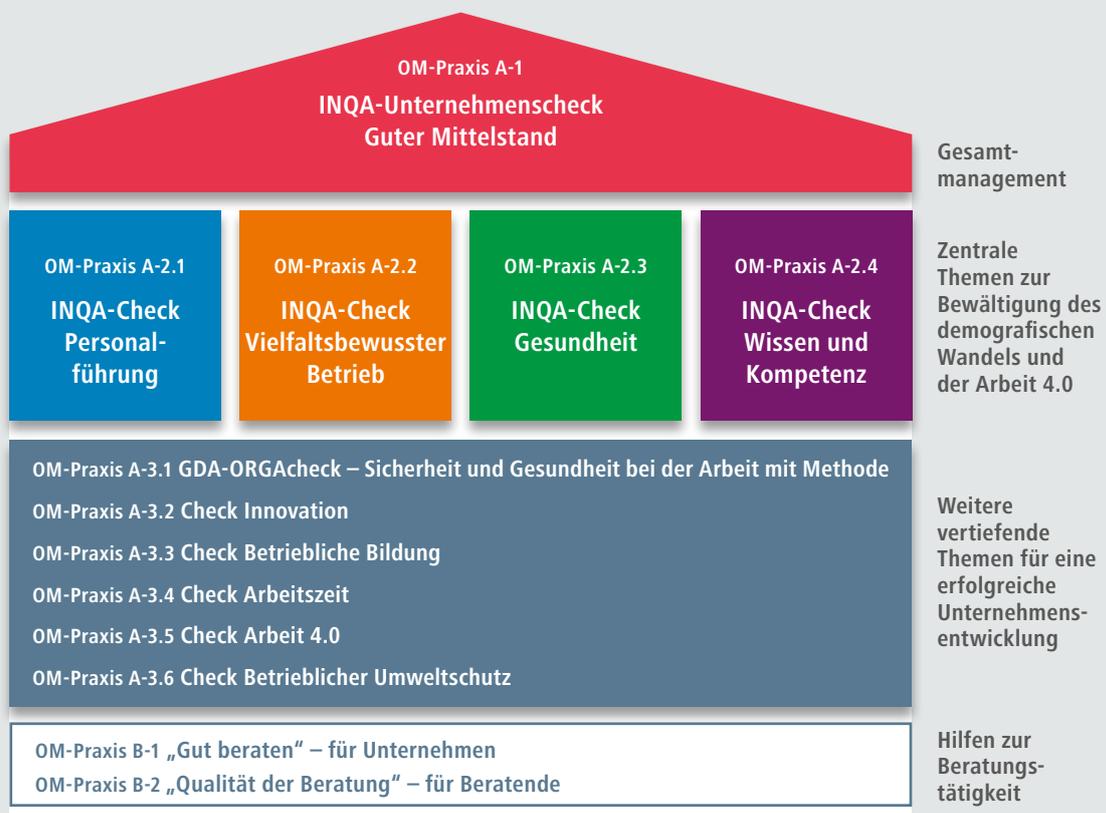
Checkpunkt	Maßnahme	Priorität	Umsetzung		
			Verantwortliche Person	Beginn: Datum	Kontrolle: Datum
1.1 Personalbedarf und Personalplan	Altersstruktur und Kompetenz unserer Beschäftigten aufrufen	1	Frieder Friedrich	10.10.20xx	Suse Suswind 15.12.20xx
1.1 Personalbedarf und Personalplan	Auswertung der Analyse in einem Freitagsgespräch 08.01.20xx	1	Ich selbst	18.12.20xx	Ich selbst 22.12.20xx
2.3 Kompetenzen älterer Beschäftigter und von Ruhestandern nutzen	Vor Weihnachtessen mit Ehemaligen eine Stunde einplanen und gemeinsam nach Ideen für Beteiligungsmöglichkeiten suchen	3	Suse Suswind	03.10.20xx	Ich selbst 15.12.20xx

Die OM-Checks zur Selbstbewertung (OM-Praxis A-1.0 bis B-2)

Der INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) ist eine Praxisvereinbarung und ein Selbstbewertungsscheck, mit dem Betriebe ihre Potenziale zum Thema Personalführung erschließen können. Der INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) gliedert sich ein in das Haus der Checks (OM-Praxis A-1.0 bis B-2) der Offensive Mittelstand. Das Besondere all dieser OM-Checks:

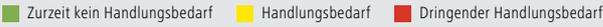
- ▶ Sie wurden im **Konsens aller OM-Partnerorganisationen** sowie weiterer relevanter Organisationen zum jeweiligen Thema als Praxisstandard und als Selbstbewertungsscheck entwickelt und verabschiedet.
- ▶ Sie folgen der **gleichen Systematik und Methodik** (orientiert am Wertschöpfungsprozess, kontinuierliche Verbesserung, Beschreibung guter Praxis/Stand der Wissenschaft, jedes Thema auf zwei Seiten, Print und online).
- ▶ Sie sind ein **systematisches Betrachtungsmuster** und ein einfacher Einstieg **in das jeweilige Thema** (auch ein Einstieg in weiterführende zertifizierte Managementsysteme wie ÖKO-Audit, EMAS, dem INQA-Audit, QM, AMS, Qualitätssiegel von Institutionen).
- ▶ Jedes Unternehmen kann nach vollständiger Bearbeitung der jeweiligen Checks eine **Selbsterklärung** ausfüllen und damit dokumentieren, dass es seinen Betrieb zum jeweiligen Thema systematisch gestaltet („CE für das Management“).

Die Nutzung aller Checks ist kostenfrei.



Starthilfe: Mit welchem Thema des Checks beginnen?

Mit dieser Starthilfe finden Sie heraus, in welchem der elf Themen des INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) Sie vor allem Handlungsbedarf haben. Mit diesen Themen sollten Sie sofort beginnen. Nutzen Sie die Einstiegsfragen und bewerten Sie dann nach dem Ampelprinzip Ihren Handlungsbedarf. Je nach Bedarf können Sie dann den Check wie einen Werkzeugkasten nutzen und direkt einen für Sie besonders relevanten Themenbereich entdecken.

Die elf Themen des INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)	Handlungsbedarf	Mit diesen Themen einsteigen
		
<p>► 1. Personalplanung</p>		
<p>Wir haben sichergestellt, dass unsere Wettbewerbsfähigkeit durch die Anzahl und die Kompetenzen unserer Beschäftigten heute und in Zukunft sichergestellt ist. Deswegen schauen wir uns die Welt etwas längerfristig an und legen Wert auf eine entsprechende Personalplanung.</p>		
<p>► 2. Personalentwicklung</p>		
<p>Wissen und Kompetenz unserer Beschäftigten sind unsere wesentlichen Erfolgsfaktoren. Daher bieten wir unseren Beschäftigten individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven. Damit erschließen wir die Potenziale aller unserer Beschäftigten und binden sie an das Unternehmen.</p>		
<p>► 3. Personalgewinnung</p>		
<p>Wir nutzen zielgerichtet verschiedene Rekrutierungswege, um die zu uns passenden Beschäftigten zu finden. Dabei nehmen wir auch neue Zielgruppen in den Blick.</p>		
<p>► 4. Motivierende Personalmaßnahmen</p>		
<p>Wir nutzen vielfältige Instrumente, um die Bedürfnisse und unterschiedlichen Lebenssituationen der Beschäftigten mit den Anforderungen des Unternehmens abzugleichen (wie spezielle Arbeitszeitmodelle und Vergütungsformen, Förderung der Gesundheit).</p>		
<p>► 5. Gutes Betriebsklima</p>		
<p>Wir schaffen ein leistungsförderndes Betriebsklima, damit Beschäftigte gerne zur Arbeit kommen und sich ihr Engagement entfalten kann, zum Beispiel Stärken nutzen – Grenzen akzeptieren, Erwartungen formulieren und Ziele vereinbaren, persönliche Lebensbedingungen beachten, Teamgeist fördern.</p>		
<p>► 6. Interne Kommunikation als Führungsaufgabe</p>		
<p>Die interne Kommunikation ist bei uns eine wichtige Führungsaufgabe. Die Art der Kommunikation wirkt sich unmittelbar auf die Arbeits- und Leistungsfähigkeit der Beschäftigten aus. Wir kommunizieren offen und zielorientiert, damit die Beschäftigten informiert sind, sich ernst genommen fühlen und sich einbringen können.</p>		
<p>► 7. Vielfalt der unterschiedlichen Menschen gezielt einsetzen</p>		
<p>Wir berücksichtigen die unterschiedlichen Lebenssituationen unserer Beschäftigten. Wir versetzen uns in ihre Lage und respektieren ihre Persönlichkeit. Wir sehen in der Vielfalt unserer Beschäftigten Chancen.</p>		
<p>► 8. Arbeitgeberattraktivität</p>		
<p>Gute Arbeitskräfte kommen zu attraktiven Arbeitgebern. Deswegen entwickeln wir bewusst und systematisch unser Image als guter Arbeitgeber.</p>		
<p>► 9. Grundhaltung gegenüber den Beschäftigten</p>		
<p>Mit unseren Beschäftigten sind wir uns einig, dass Arbeit mehr ist als reiner Broterwerb. Wir pflegen einen respektvollen und vertrauensvollen Umgang. Wir machen den Beschäftigten deutlich, welchen wichtigen Beitrag sie für unsere Arbeit leisten.</p>		
<p>► 10. Werte und Prinzipien klären und vermitteln</p>		
<p>Wir kennen den Sinn unserer Arbeit. Wir haben verbindliche Werte und Prinzipien formuliert, an denen wir uns orientieren und haben diese allen Beschäftigten vermittelt. Wir leben Werte und Prinzipien aktiv vor.</p>		
<p>► 11. Die eigenen Stärken und Schwächen als Führungskraft kennen</p>		
<p>Ich schärfe meine Wahrnehmung für die eigene Person und für meine Wirkung auf andere. Ich investiere in meine eigene Entwicklung. So kann ich meine Stärken gezielt einsetzen und lasse die eigenen Schwächen nicht zum Hemmschuh werden. Das ist Grundlage dafür, dass ich als Führungskraft erfolgreich bin, ohne mich verstellen zu müssen.</p>		

1 Personalplanung

Ziel:

Unsere Wettbewerbsfähigkeit ist durch die Anzahl und die Kompetenzen unserer Beschäftigten heute und in Zukunft sichergestellt. Deswegen schauen wir uns die Welt etwas längerfristig an und legen Wert auf eine entsprechende Personalplanung.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 1.1 Personalbedarf und Personalplan

Wir kennen unsere Beschäftigtenstruktur und die Kompetenz unserer Beschäftigten. Wir ermitteln unseren Personalbedarf abhängig von den Anforderungen des Marktes sowie unserer Strategie. Wir entwickeln eine entsprechende Personalplanung.



Ein entsprechendes Vorgehen kann für kleine Unternehmen zum Beispiel so aussehen:

- ▶ Ist-Personalbestand erfassen als Liste aller Beschäftigten mit Geburtsdatum/Alter, Qualifikationen, Tätigkeiten/Arbeitsplatz, körperlichen und psychischen Belastungen in drei Schweregrade aufgeteilt, Qualifizierungsbedarf, Funktionen, Leistungsträger*in
- ▶ Soll-Personalbedarf ermitteln als Liste mit zukünftig erforderlichen Beschäftigten/Personengruppen (Alter, Geschlecht), Qualifikationen, Tätigkeiten
- ▶ Daten aus beiden Listen analysieren und Maßnahmen festlegen
- ▶ Personalentwicklungsplan erstellen und mit den betreffenden Beschäftigten besprechen/vereinbaren
- ▶ Ableitung von Handlungsfeldern (Rekrutierung, Reduzierung von Belastungen, Steigerung der Arbeitsplatzattraktivität, Qualifizierung, Nachfolgeregelung, ...)

Bei Bedarf auch die Instrumente zur Altersstrukturanalyse und die Angebote der Demografieberater*innen nutzen.

→ Siehe auch Punkt „Personalgewinnung“

Personalplanung

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

▶ 1.2 Flexible Beschäftigungsformen

Wir prüfen, ob wir bei unserer kurz- und mittelfristigen Personalplanung auch flexible Beschäftigungsformen nutzen, um Projekte angehen zu können, die keine festen Stellen finanzieren. Dabei achten wir darauf, dass diese Beschäftigten in die Unternehmensprozesse eingebunden sind und soweit wie möglich gleichbehandelt werden.



Flexible Beschäftigungsformen wie Zeitarbeit, befristete Arbeitsverträge, Kooperationen

Einbindung in die Unternehmensprozesse bedeutet zum Beispiel:

- ▶ Informationen über die Arbeitsaufgabe
- ▶ Arbeitsschutzunterweisung
- ▶ Einführung in die Arbeitsgruppe

▶ 1.3 Wichtiges Wissen im Unternehmen bewahren

Wir sorgen dafür, dass das vorhandene Wissen auch bei einem Wechsel oder bei einem Ausfall von einzelnen Personen im Unternehmen erhalten bleibt.



Zum Beispiel:

- ▶ Überprüfen, welche Personen für das Unternehmen wichtiges Wissen besitzen
- ▶ Schriftliche Dokumentation der wesentlichen Abläufe – Checklisten, Gebrauchsanleitungen, Betriebsanweisungen, Ansprechperson, Gefährdungsbeurteilung; Dokumentationen regelmäßig aktualisieren
- ▶ Sammlung der Dokumente an einem vereinbarten Ort
- ▶ Stellvertretungsregelung; sicherstellen, dass Stellvertreter*innen die Arbeit jederzeit übernehmen können
- ▶ Beim Ausscheiden von Personen: frühzeitiges Einarbeiten von neuen beziehungsweise von anderen Beschäftigten

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

▶ 1.4 Wiedereingliederungsplanung

Bei längeren Abwesenheiten von Beschäftigten (wie zum Beispiel Elternzeit, Krankheit) halten wir Kontakt zu ihnen. Wir kümmern uns gemeinsam mit diesen darum, wie eine Wiedereingliederung in den Arbeitsprozess stattfinden kann.



Zum Beispiel:

- ▶ Gespräche vor der geplanten Abwesenheit und auch während der Abwesenheit
- ▶ Der/Dem Abwesenden Informationen über wesentliche Entwicklungen im Unternehmen geben
- ▶ Die Abwesenden zu Betriebsversammlungen, -feiern oder -ausflügen einladen
- ▶ Zum Wiedereinstieg frühzeitig Kontakt mit dem/der Beschäftigten aufnehmen
- ▶ Gemeinsam Maßnahmen planen – wie Arbeitsplatzanpassung, Umsetzung, Arbeitshilfen, Qualifizierung
- ▶ Gegebenenfalls Interessenvertretung und auch Schwerbehindertenvertretung einbinden
- ▶ Gesetzlich vorgeschriebenes betriebliches Eingliederungsmanagement nach Krankheit

2

Personalentwicklung

Ziel:

Wissen und Kompetenz unserer Beschäftigten sind unsere wesentlichen Erfolgsfaktoren. Daher bieten wir unseren Beschäftigten individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven. Damit erschließen wir die Potenziale aller unserer Beschäftigten und binden sie an das Unternehmen.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf
 ■ Handlungsbedarf
 ■ Dringender Handlungsbedarf

► 2.1 Entwicklungsperspektive mit jedem Beschäftigten besprechen

Wir sprechen mit jeder/jedem Beschäftigten einmal im Jahr über ihre/seine Perspektiven im Unternehmen. Wir vereinbaren konkrete Entwicklungsschritte mit jeder/jedem Beschäftigten.



Themen, die gemeinsam besprochen werden sollten:

- ▶ Zufriedenheit, persönliche Erwartungen und Ziele der/des Beschäftigten abfragen (Interesse an neuen Aufgaben, selbstständige Bearbeitung bestimmter Projekte, Angehen selbst erkannter Schwächen, Verhaltensweisen, ...)
- ▶ Feedback über die Leistung und das Verhalten der/des Beschäftigten geben
- ▶ Die/Den Beschäftigte*n fragen: Was läuft gut, was könnte besser werden?
- ▶ Anstehende Projekte und Arbeitsaufgaben
- ▶ Gemeinsam überlegen, wie die Gesundheit der Beschäftigten verbessert werden kann und welche Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit sinnvoll sind
- ▶ Weiterbildungsbedarf, -interesse, -wünsche; auch Lernen im Betrieb berücksichtigen
- ▶ Vorausschauende Betrachtung der sich verändernden Leistungsfähigkeit älterer Beschäftigter und Vorbereitung auf alternative Tätigkeiten – auch Aufgabenumverteilung/Aufgabenmischung einbeziehen; eine To-do-Liste von Veränderungsmaßnahmen erstellen
- ▶ Arbeitsplatzgestaltung (ergonomische Arbeitsmittel; technische Arbeitshilfen zur Erleichterung der Arbeit)
- ▶ Gegebenenfalls Perspektive als Führungskraft/Nachfolger*in
- ▶ Klärung persönlicher Angelegenheiten – wie Freiräume für Partner*in, Kinder, Angehörige
- ▶ Hobbies, ehrenamtliches Engagement, das auch für das Unternehmen hilfreich ist und bei dem das Unternehmen unterstützend tätig werden kann

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

Personalentwicklung

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

► 2.2 Weiterbildung und Qualität der Qualifizierung

Wir kümmern uns um die Umsetzung der Weiterbildung. Wir überprüfen die Qualität und den Nutzen der Weiterbildung gemeinsam mit den jeweiligen Beschäftigten.



Zum Beispiel klären:

- ▶ Passende Weiterbildungsangebote ermitteln; kostenlose Weiterbildung durch Innungen, Kammern, Berufsgenossenschaften, Krankenkassen, ... nutzen
- ▶ Möglichkeiten des Lernens im Betrieb aktiv nutzen; zum Beispiel kollegialer Austausch, Schulungen durch Kolleg*innen, Zeit zum Üben neuer Arbeitsverfahren und Technologien
- ▶ Organisation der Weiterbildung: Buchung, Trainer*in, Räume, Ankündigungen, Technik
- ▶ Vereinbarung über Finanzierung, Einrechnung von Arbeitszeit (Bildungsurlaub), Unterbringungskosten, Fördermöglichkeiten prüfen, ...
- ▶ Rückfrage zur Qualität der Weiterbildungsmaßnahme – auch Defizite und enttäuschte Erwartungen ansprechen
- ▶ Rückfrage zu Nutzung und Nutzen der neu erworbenen Fähigkeiten

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

► 2.3 Kompetenzen älterer Beschäftigter und von Ruheständler*innen nutzen

Wir überlegen gemeinsam mit älteren Beschäftigten, wie wir ihre Kompetenzen in der letzten Phase als Beschäftigte*r oder nach ihrem Ausscheiden aus dem Berufsleben nutzen können.



Zum Beispiel:

- ▶ Pate/Patin beziehungsweise Mentor*in für Neulinge oder jüngere Beschäftigte
- ▶ Durchführung von Arbeitseinweisungen und/oder Unterweisungen
- ▶ Verantwortung für beziehungsweise Durchführung von Aus- und Weiterbildung
- ▶ Berater*in für Arbeitsteams
- ▶ Organisation der Arbeitsvorbereitung
- ▶ Beschaffung
- ▶ Kundenpflege
- ▶ Marktbeobachtung
- ▶ Begleitung von Veränderungsprozessen

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

3 Personalgewinnung

Ziel:

Wir nutzen zielgerichtet verschiedene Rekrutierungswege, um die zu uns passenden Beschäftigten zu finden.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 3.1 Vielfältige Rekrutierungswege

Wir überlegen uns, über welche Rekrutierungswege wir Personal gewinnen können und gehen dabei auch neue Wege.

Zum Beispiel:

- Beschäftigte werben Beschäftigte
- Soziale Netzwerke im Internet
- Ausbildungsplatzbörsen im Internet
- Präsentation unserer Firma in Schulen – auch gemeinsam mit den eigenen Auszubildenden
- Girls- & Boys-Days und Praktika nutzen, um Interesse an der Arbeit in unserem Unternehmen zu wecken und ihren Sinn zu verstehen
- Mit Fachhochschulen und Universitäten zusammenarbeiten; Praktika, Diplomarbeiten, duales Studium
- Fachkräfte aus dem Ausland gewinnen – zum Beispiel Inserate in ausländischen Zeitungen in Europa; Arbeitskräftebörsen/Messen im Ausland nutzen



► 3.2 Ausbildung

Wir bilden selbst aus, um den Fachkräftebedarf unseres Unternehmens auch zukünftig zu sichern.

Zum Beispiel:

- Frühzeitige Kontaktaufnahme zu Schulen und überbetrieblichen Bildungseinrichtungen
- Jugendlichen die Perspektive im Betrieb und im Beruf deutlich machen – Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten aufzeigen
- Ausbildungskooperationen mit mehreren Unternehmen bilden



Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

Personalgewinnung

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p> <p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
---	-------------------------------

▶ 3.3 Blick für neue Zielgruppen öffnen

<p>Bei der Personalgewinnung überlegen wir uns, wie wir auch neue Zielgruppen ansprechen können.</p> <p>Neue Zielgruppen können zum Beispiel sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Berufswechsler/Quereinsteiger*innen ▶ Menschen ohne Ausbildungsabschluss, Studienabbrecher*innen ▶ Langzeitarbeitslose ▶ Menschen mit Einschränkungen ▶ Frauen in „Männerberufen“ (wie Bagger-Fahrerin) ▶ Männer in „Frauenberufen“ (wie Kosmetiker) ▶ Ältere Menschen als Auszubildende ▶ Zugewanderte*r <p>Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden. <input type="checkbox"/></p>	
--	---

▶ 3.4 Personalauswahl

<p>Wir formulieren Stellenausschreibungen sehr konkret und beschreiben, was uns als Arbeitgeber auszeichnet. Im Bewerbungsgespräch achten wir darauf, dass Erwartungen und Angebote offen angesprochen werden.</p> <p>Aus Sicht des Unternehmens zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Ehrliche und glaubwürdige Darstellung des Unternehmens ▶ Konkrete Auflistung der Aufgaben und Tätigkeiten ▶ Vermittlung eines realistischen Bildes des Aufgabenbereichs; Arbeitsplatz zeigen und mögliche Kolleg*innen vorstellen ▶ Anforderungen an die individuelle Leistungsbereitschaft formulieren <p>Aus Sicht des Bewerbers/der Bewerberin zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Berufs- und Lebensziele ▶ Erwartungen an die Arbeit, den Arbeitsplatz und die Zusammenarbeit ▶ Hobbies und Interessen ▶ Bedeutung sozialer Bindungen (Familie, Freunde, Bekannte) ▶ Finanzielle Vorstellungen <p>Bewerbungsgespräche systematisch vorbereiten – zum Beispiel Gesprächsthemen aufschreiben, Fragen auf Grundlage der Bewerbungsunterlagen vorbereiten.</p> <p>Bei der Auswahl der Personen darauf achten, dass diese auch menschlich zu uns passen.</p>	
---	---

4

Motivierende Personalmaßnahmen

Ziel:

Wir nutzen vielfältige Instrumente, um die Bedürfnisse und unterschiedlichen Lebenssituationen der Beschäftigten mit den Anforderungen des Unternehmens abzugleichen.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 4.1 Spezielle Arbeitszeitmodelle

Wir bieten unseren Beschäftigten individuelle Arbeitszeitregelungen an. Die Arbeitszeitregelungen sind mit den Beschäftigten eindeutig und schriftlich vereinbart.

Zum Beispiel:

- Arbeitszeitkonten
- Transparenz der Zeiterfassung
- Vertrauensarbeitszeit
- Arbeitsplatzteilung
- Telearbeit
- Teilzeit, Jobsharing
- An Lebensphasen angepasste Arbeitszeitmodelle – zum Beispiel Kindererziehung, vor und nach dem Renteneintritt (Altersteilzeitarbeit)
- Sabbaticals (berufliche Auszeit für private Interessen oder Weiterbildung)
- Abgestimmte Urlaubsplanung



Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

Motivierende Personalmaßnahmen

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	Handlungsbedarf
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

► 4.2 Gesunde Beschäftigte

Wir schaffen Arbeitsbedingungen, damit unsere Beschäftigten produktiv und gesund arbeiten können. Wir ermuntern unsere Beschäftigten zu einer gesunden Lebensführung.



Zum Beispiel:

- ▶ Belastende Arbeitsbedingungen ermitteln (Gefährdungsbeurteilung) und Arbeit entsprechend gestalten
- ▶ Fehlzeiten erfassen und Ursachen auf den Grund gehen
- ▶ Angebote der Krankenkassen nutzen, Gesundheitsberichte von Krankenkassen erstellen lassen
- ▶ Auf gesundheitsförderliche Ernährung achten; Obst, Wasser zur Verfügung stellen
- ▶ Gesundheitstage mit Krankenkassen, Berufsgenossenschaften, Sportstudios, Vereinen planen
- ▶ Rauchfreier Betrieb, Angebote zur Suchtprävention
- ▶ Aktive Pausen, Betriebssport

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

► 4.3 Spezielle Vergütungsformen

Wir haben spezielle Vergütungsformen für besondere Leistungen und Lebenssituationen. Die Kriterien der Vergabe der besonderen Vergütung sind bekannt.



Zum Beispiel:

- ▶ Erfolgsbeteiligungen
- ▶ Unterstützung bei Altersvorsorge
- ▶ Prämien (Leistung, Treue, Jubiläen)
- ▶ Variable Vergütung auf Basis von Ergebnissen des Arbeitsteams/des Unternehmens insgesamt
- ▶ Arbeitgeberdarlehen für besondere Ereignisse – wie Haushaltsgründung, Eheschließung, Kinder
- ▶ Zuschüsse in besonderen Lebenslagen (Kinder, Pflege von Angehörigen, Ausbildung)
- ▶ Dienstwagen, Handy, Laptop
- ▶ Versicherungen

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

► 4.4 Neue Beschäftigte

Wir stellen sicher, dass neue Beschäftigte strukturiert eingearbeitet werden und rechtzeitig alle erforderlichen Arbeitsmittel und Informationen erhalten.



Zum Beispiel:

- ▶ Klare Beschreibung der Arbeitsaufgaben und der Abläufe
- ▶ Einweisung und Unterweisung
- ▶ Pate/Patin zur Begleitung und Klärung von offenen Fragen
- ▶ Persönliche Vorstellung der Kolleg*innen
- ▶ Willkommensgruß (kleines Präsent)
- ▶ Arbeitsplatz ist rechtzeitig eingerichtet
- ▶ Passende Persönliche Schutzausrüstung
- ▶ Punkte notieren, die in der Einarbeitungsphase wichtig sind und organisieren, dass diese realisiert werden – wie Kunden kennenlernen, Einblick in benachbarte Arbeitsbereiche, Lieferanten und Dienstleister kennenlernen, Zeiterfassung

5

Gutes Betriebsklima

Ziel:

Wir schaffen ein leistungsförderndes Betriebsklima, damit Beschäftigte gerne zur Arbeit kommen und ihr Engagement entfalten können.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 5.1 Beschäftigten Orientierung geben

Wir vermitteln den Beschäftigten, welche Erwartungen wir an die Aufgabenerledigung stellen. Dabei achten wir darauf, dass zwischen den Führungskräften und den Beschäftigten ein gemeinsames Verständnis über die Ziele besteht.

Zum Beispiel:

- ▶ Spezifische und konkrete Erwartungen führen eher zu einer höheren Leistung als missverständliche, vage oder gar keine Erwartungen
- ▶ Mit dem Arbeitsteam Vereinbarung/Zielvereinbarung treffen, die sicherstellt, dass die Beschäftigten weder unter- noch überfordert werden
- ▶ Regelmäßige Rückmeldung über den Grad der Zielerreichung und umgehende Information bei Abweichung
- ▶ Beschäftigte ermutigen, Probleme rechtzeitig zu melden



Gutes Betriebsklima

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

► 5.2 Stärken nutzen – Grenzen akzeptieren – Schwächen ausgleichen

Wir wissen, dass jede*r unserer Beschäftigten spezielle Stärken, Grenzen und Schwächen besitzt. Wir setzen unsere Beschäftigten dementsprechend ein.



Zum Beispiel:

- ▶ Stärken, Grenzen und Schwächen in gemeinsamen Gesprächen herausarbeiten
- ▶ Mit der/dem Beschäftigten verbindlich vereinbaren, wie ihre/seine Stärken und Vorstellungen beim Arbeitseinsatz berücksichtigt werden können
- ▶ Einsatzbereiche bewusst auswählen – was machen die Beschäftigten gerne, welche Beschäftigten passen zu welchen Kunden und zu welcher Funktion?
- ▶ Grenzen von Beschäftigten akzeptieren und der/dem Betroffenen die Grenzen nicht negativ anlasten
- ▶ Gemeinsam festlegen und vereinbaren, wie festgestellte Schwächen angegangen werden können

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

► 5.3 Teamgeist fördern

Wir achten darauf, dass im Unternehmen ein guter Teamgeist herrscht. Wir setzen einzelne Teams so zusammen, dass sie fachlich und menschlich gut funktionieren (die „Chemie“ muss stimmen).



Zum Beispiel:

- ▶ Regelmäßige Teamgespräche planen und durchführen
- ▶ Konflikte werden direkt angesprochen und geklärt
- ▶ Gemeinschaftsaktivitäten organisieren – gemeinsam feiern, Sport treiben

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

► 5.4 Persönliche Lebensbedingungen beachten

Wir berücksichtigen die besondere persönliche Situation und die Lebensbedingungen von einzelnen Beschäftigten, damit Einflüsse aus dem persönlichen Umfeld die Arbeitsergebnisse möglichst wenig beeinträchtigen.



Dazu gehören zum Beispiel:

- ▶ Arbeitszeiten, die den Beschäftigten eine gewisse Flexibilität ermöglichen
- ▶ Wiedereingliederung nach Krankheit
- ▶ In besonderen Fällen Beschäftigten auch mal kurzfristig frei geben (zum Beispiel Arztbesuch des Kindes, Pflege von Familienangehörigen)
- ▶ Zeit und Unterstützung für Notfälle von Familienangehörigen ermöglichen
- ▶ Unterstützung bei der Suche nach Kinderbetreuungsmöglichkeiten
- ▶ Unterstützung bei der Suche nach Betreuungsmöglichkeiten im Pflegefall
- ▶ Zusammenarbeit mit Familienservice/Sozialeinrichtungen zu Bereichen wie Pflege, Kinderbetreuung, Sozialberatung (Partner, Kinder, Schulden), Gesundheitsberatung, Suchtberatung
- ▶ Übergang in die Rente, Arbeitszeitreduzierung, Weiterbeschäftigung; Renten- und Versicherungsberatung

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

6 Interne Kommunikation als Führungsaufgabe

Ziel:

Die interne Kommunikation ist eine wichtige Führungsaufgabe. Die Art der Kommunikation wirkt sich unmittelbar auf die Arbeits- und Leistungsfähigkeit der Beschäftigten aus. Eine offene und zielorientierte Kommunikation stellt sicher, dass Beschäftigte informiert sind, sich ernst genommen fühlen und sich einbringen können.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 6.1 Techniken guter Gespräche und Gesprächsführung

Uns ist klar, dass bei Gesprächen unser Gegenüber oft nicht das Gleiche versteht, wie wir. Uns sind die Techniken für das Gelingen von guter Kommunikation bekannt. Wir wissen diese umzusetzen.



Zum Beispiel:

- ▶ Sich auf das Gespräch vorbereiten und gegebenenfalls vorher Stichworte machen
- ▶ Deutlich machen, worin für uns und die/den Beschäftigte*n der Erfolg des Gesprächs besteht
- ▶ Auf das Wesentliche konzentrieren
- ▶ Klare und eindeutige Sprache
- ▶ Einfache, verständliche und respektvolle Wortwahl
- ▶ Beispiele zur Verdeutlichung der Aussagen
- ▶ Aktiv zuhören und Interesse zeigen
- ▶ Fragen stellen
- ▶ Die/den Gesprächspartner*in zu Wort kommen lassen
- ▶ Auf ausgewogene Gesprächsanteile achten
- ▶ Nachfragen, ob die Beschäftigten die Aussagen verstanden haben
- ▶ Sich auf Konfliktgespräche gezielt vorbereiten und entsprechende Techniken anwenden
- ▶ Gegebenenfalls Seminare zur Gesprächsführung nutzen

Interne Kommunikation als Führungsaufgabe

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p> ■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf </p>	

► 6.2 Rahmenbedingungen guter Gespräche

<p>Die Rahmenbedingungen des Gesprächs werden dem Anlass und Zweck angepasst.</p> <p>Zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Anzahl und Zusammensetzung der Teilnehmenden ▶ Ort, Raum, Ambiente ▶ Zeitliche Vorgaben ▶ Eingesetzte Medien ▶ Ziele des Gesprächs benennen ▶ Regelungen zum Gesprächsverhalten ▶ Gesprächsverlauf klar strukturieren ▶ Gesprächsergebnisse zum Schluss zusammenfassen, gegebenenfalls schriftlich festhalten ▶ Klare Vorgaben auch zum Konfliktverhalten 	
--	---

► 6.3 Vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten schaffen

<p>Wir fördern vielfältige Möglichkeiten, damit sich Beschäftigte im Unternehmen über Themen, die sie bewegen, aussprechen können.</p> <p>Zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Kommunikationsbereiche, Sitzecken, Tee-/Kaffeeküche ▶ Gemeinsame Pausen ▶ Offene Tür ▶ Stammtisch/Jour fixe ▶ „Kummerkasten“ ▶ Billardtisch/Kicker/Betriebssport 	
<p>Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden. <input type="checkbox"/></p>	

► 6.4 Regelmäßige Information und persönlicher Austausch

<p>Wir halten die Beschäftigten über wichtige Entwicklungen regelmäßig auf dem Laufenden. Wir sind erreichbar für die Fragen der Beschäftigten und antworten ihnen zeitnah. Wir organisieren den regelmäßigen Austausch der Beschäftigten über ihre Erfahrungen bei der Arbeit.</p> <p>Zum Beispiel:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Informationen/Austausch über neue Produkte, Projekte und Kunden ▶ Informationen über Geschäftsentwicklung und Strategien ▶ Informationen über veränderte Zuständigkeiten, neue Beschäftigte ▶ Erfahrungsaustausche über die Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilung ▶ Kundenbefragung und Diskussion der Ergebnisse ▶ Mitarbeitendenbefragung und Diskussion der Ergebnisse 	
---	---

7

Vielfalt der unterschiedlichen Menschen gezielt einsetzen

Ziel:

Wir berücksichtigen die unterschiedlichen Lebenssituationen unserer Beschäftigten. Wir versetzen uns in ihre Lage und respektieren ihre Persönlichkeit. Wir sehen in der Vielfalt unserer Beschäftigten Chancen.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 7.1 Sich der Vielfalt bewusst werden

Wir sind uns bewusst, in welchen unterschiedlichen Lebenssituationen sich unsere Beschäftigten befinden und wie sich das auf unsere Arbeit auswirkt. Uns ist bewusst, dass es mühsam sein kann, Menschen in besonderen Lebenssituationen in den betrieblichen Alltag einzubinden. Aber letztendlich fördert das die Leistungsfähigkeit und führt zu Loyalität, Bindung und Motivation.



Beispiele für unterschiedliche Lebenssituationen:

- ▶ Beschäftigte mit familiären Verpflichtungen (Kinder, Pflege)
- ▶ Beschäftigte unterschiedlicher Altersgruppen mit ihren individuellen Stärken und Schwächen
- ▶ Beschäftigte unterschiedlicher sozialer und kultureller Herkunft
- ▶ Unterschiedliche Religionen/unterschiedlicher Glaube
- ▶ Körperliche, geistige, psychische oder soziale Einschränkungen oder Erkrankungen

► 7.2 Vielfalt nutzen

Wir setzen Menschen aus unterschiedlichen Lebenssituationen sowie aus unterschiedlichen sozialen und kulturellen Zusammenhängen dort ein, wo sie ihre Besonderheiten für das Unternehmen am besten einbringen können.



Zum Beispiel:

- ▶ Darauf achten, dass Frauen Führungspositionen besetzen
- ▶ Beschäftigte unterschiedlicher sozialer und kultureller Herkunft tragen dazu bei, neue Denkansätze einzubinden und Kunden aus ihrem Umfeld zu gewinnen
- ▶ Kompetenzen von Beschäftigten mit familiären Verpflichtungen dem Unternehmen erhalten
- ▶ Beschäftigte mit Einschränkungen und spezifischen Fähigkeiten einsetzen und ihnen angemessene Arbeitsbedingungen schaffen

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

Vielfalt der unterschiedlichen Menschen gezielt einsetzen

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	Handlungsbedarf
<p> ■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf </p>	

► 7.3 Stärken älterer Beschäftigter nutzen

Wir kennen die spezifischen Stärken unserer älteren Beschäftigten. Wir überlegen gemeinsam mit ihnen, wie diese Stärken am besten für unsere Arbeit und die Kundenkontakte zu nutzen sind.



Ältere Beschäftigte besitzen im Vergleich zu Jüngeren eher Fähigkeiten wie zum Beispiel:

- ▶ Zuverlässigkeit, Qualitätsbewusstsein
- ▶ Kundenorientierung
- ▶ Durchsetzungsfähigkeit
- ▶ Sorgfältiges Arbeiten mit niedriger Fehlerquote
- ▶ Verantwortungs- und Pflichtgefühl, Loyalität
- ▶ Großes Praxis- und Erfahrungswissen
- ▶ Ruhe in kritischen Situationen
- ▶ Soziale Kompetenz, realistische Selbsteinschätzung

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

► 7.4 Auf die Situation junger Menschen mit Problemen eingehen

Wir führen gezielte Maßnahmen zur Förderung von jungen Menschen durch, die Probleme haben, sich in das Arbeitsleben einzufinden. Wir wissen, dass es etwas länger dauern kann, bis sich manche junge Menschen und Auszubildende im Arbeitsleben und im Betrieb zurechtfinden.



Zum Beispiel:

- ▶ Spezielle Förderprogramme für Auszubildende
- ▶ Pate bzw. Patin für Auszubildende benennen
- ▶ Vermittlung von Grundfertigkeiten (Lernen lernen, mit anderen Gespräche führen, Höflichkeit, Pünktlichkeit)
- ▶ Individuelle Unterstützung und Förderung (auch Kompetenzen von Lehrer*innen und Pädagog*innen mit einbinden)
- ▶ Unterstützung bei Prüfungsvorbereitung
- ▶ Projektarbeit, um eigenständiges Arbeiten zu lernen
- ▶ Gegebenenfalls auf unternehmensübergreifende Angebote zurückgreifen oder organisieren (Kooperationen)
- ▶ Spezifische Stärken der jungen Beschäftigten erfragen und kennenlernen sowie gemeinsam überlegen, wie diese Stärken am besten für unsere Arbeit und die Kundenkontakte zu nutzen sind

8

Arbeitgeberattraktivität

Ziel:

Gute Arbeitskräfte kommen zu attraktiven Arbeitgebern. Deswegen entwickeln wir bewusst und systematisch unser Image als guter Arbeitgeber.

**Erfolgreiche Praxis**

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

▶ **8.1 Arbeitgeberattraktivität entwickeln**

Wir machen uns unsere Stärken als Arbeitgeber bewusst, können sie benennen und weiterentwickeln.

Arbeitgeberattraktivität wird zum Beispiel erlebbar in:

- ▶ Gutem Betriebsklima
- ▶ Wertschätzender Führung
- ▶ Angemessener Entlohnung
- ▶ Flexiblen Arbeitszeitmodellen
- ▶ Gut gestalteten Arbeitsplätzen
- ▶ Hilfen bei familiären und persönlichen Angelegenheiten
- ▶ Kundenorientierung
- ▶ Guter Qualität der Leistungen und Produkte
- ▶ Engagement in der Region



Arbeitgeberattraktivität

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

► 8.2 Arbeitgeberattraktivität nach außen darstellen

Um am Markt gute Beschäftigte zu gewinnen, präsentieren wir uns als guter Arbeitgeber aktiv nach außen. Führungskräfte und Beschäftigte agieren als Botschafter*innen unseres Unternehmens.



Arbeitgeberattraktivität nach außen darstellen zum Beispiel durch:

- ▶ Kundengespräche
- ▶ Gepflegte Erscheinung und freundliches Auftreten im Kundenkontakt
- ▶ Corporate Design
- ▶ Internet, Flyer
- ▶ Social Media
- ▶ Regionale Messen
- ▶ Sponsoring
- ▶ Artikel in der regionalen Presse
- ▶ Auftritte auf Veranstaltungen und Messen
- ▶ Qualitätssiegel
- ▶ Auszeichnung bei Wettbewerben zur Arbeits- oder Produktqualität
- ▶ Tag der offenen Tür

Zur Darstellung der Arbeitgeberattraktivität nutzen wir auch die Ergebnisse dieses Checks: „Unsere Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen“

► 8.3 Engagement in der Region

Wir unterstützen in unserem regionalen Umfeld soziale, ökologische oder kulturelle Projekte. Wir kommunizieren dies in der Öffentlichkeit. „Tue Gutes und rede darüber.“



Zum Beispiel:

- ▶ Längerfristige Unterstützung regionaler Vereine, Hilfsorganisationen
- ▶ Beschäftigte unterstützen, in Vereinen aktiv zu sein
- ▶ Organisation von Spendensammlungen
- ▶ Freiwillige Maßnahmen zum Verbraucherschutz
- ▶ Umweltverträgliche Produktion
- ▶ Kooperation mit regionalen Partnern
- ▶ Spenden in Abstimmung mit den Beschäftigten
- ▶ Soziale Gemeinschaftstage des Unternehmens mit den Beschäftigten organisieren – wie beispielsweise Renovieren von Spielplätzen, Vereinsheimen

Eine unserer Stärken, die wir gezielt im Marketing vermitteln wollen, um als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu werden.

9

Grundhaltung gegenüber den Beschäftigten

Ziel:

Mit unseren Beschäftigten sind wir uns einig, dass Arbeit mehr ist, als reiner Broterwerb. Wir pflegen einen respektvollen und vertrauensvollen Umgang. Wir machen den Beschäftigten deutlich, welchen wichtigen Beitrag sie für unsere Arbeit leisten.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 9.1 Vertrauen und Selbstständigkeit

Wir trauen den Beschäftigten zu, dass sie die vorgegebenen Arbeitsaufgaben auf ihre eigene Art und Weise gut lösen. Wir ermutigen sie dazu, selbstständig zu arbeiten.

Zum Beispiel:

- ▶ Motivieren, die eigene Fachkompetenz und Erfahrung eigenständig einzubringen
- ▶ Offen für neue und ungewöhnliche Lösungen der Beschäftigten sein
- ▶ Beschäftigte motivieren, mit Fehlern offen umzugehen und gemeinsam aus Fehlern zu lernen
- ▶ Häufigkeit und Detailgrad von Kontrollen hinterfragen
- ▶ Sich als Führungskraft selbst bewusst machen, nicht alles (besser) zu können und auch einmal daran denken, Führung zu teilen
- ▶ Kriterien für Kontrollen schaffen und Kriterien sowie Ergebnisse transparent machen



► 9.2 Respekt

Wir pflegen einen wertschätzenden und höflichen Umgang. Wir loben gute Leistungen. Wir machen allen Beschäftigten deutlich, dass sie als Menschen für uns wichtig sind.

Zum Beispiel:

- ▶ Aktiv die Meinung der Beschäftigten einfordern und sie ernst nehmen
- ▶ Alle menschlich gleichbehandeln unabhängig von ihrer Position, ihrem Geschlecht, ihrem Alter, ihrer Herkunft, ihrer Anschauung
- ▶ Besondere Leistungen besonders honorieren
- ▶ Der privaten Situation der Beschäftigten gegenüber aufgeschlossen sein



Grundhaltung gegenüber den Beschäftigten

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

▶ 9.3 Verlässlichkeit

Wir sagen klar und eindeutig, was wir von den Beschäftigten erwarten. Wir halten Wort gegenüber den Beschäftigten.

Zum Beispiel:

- ▶ Arbeitsaufgaben eindeutig formulieren
- ▶ Vor Änderungen der Arbeitsaufgaben und Bedingungen wird der Beschäftigte informiert und es wird gemeinsam nach einer Lösung gesucht
- ▶ Über Veränderungsprozesse und Krisensituationen wird offen und frühzeitig mit den Beschäftigten gesprochen



▶ 9.4 Einbeziehung (Partizipation)

Wir beziehen unsere Beschäftigten in die Gestaltung unserer Prozesse ein. Wir wollen von ihrem Wissen und Können profitieren. Wir schätzen sie als Expert*innen für die Arbeit in unserem Betrieb.

Zum Beispiel:

- ▶ Beschäftigte bei Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen einbeziehen
- ▶ Erfahrungen der Beschäftigten mit Kunden gemeinsam auswerten
- ▶ Beschäftigte bei der Planung des eigenen Arbeitsbereiches beteiligen
- ▶ Erfahrungen mit den Arbeitsbedingungen abfragen und gemeinsam Verbesserungen vereinbaren
- ▶ An geeignete Beschäftigte/Teams Führungsaufgaben übertragen (geteilte Führung)



10 Werte und Prinzipien klären und vermitteln

Ziel:

Wir kennen den Sinn unserer Arbeit. Wir haben verbindliche Werte und Prinzipien formuliert, an denen wir uns orientieren. Wir leben Werte und Prinzipien aktiv vor.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 10.1 Sinn der Arbeit im Unternehmen vermitteln

Wir vermitteln der Belegschaft den Nutzen, den wir mit unserer Arbeit gegenüber Kunden und Gesellschaft stiften wollen.

Zum Beispiel:

- Wir gehen in Gesprächen mit unseren Beschäftigten immer wieder auf den grundlegenden Nutzen ein, den wir stiften wollen
- Der Nutzen, den wir stiften wollen, ist schriftlich festgelegt
- Der Nutzen, den wir stiften wollen, ist auch nach außen sichtbar formuliert



► 10.2 Grundlegende Werte und Prinzipien erkennen

Wir haben einen klaren Blick darauf, welche Werte zu unserem Unternehmenserfolg beitragen. Wir haben die Werte und Prinzipien formuliert, die für uns als Unternehmen unverzichtbar sind.

Zum Beispiel:

- Werte beziehungsweise Prinzipien sind unter anderem: Wertschätzung, Fairness, Mut, Teamgeist, Zuverlässigkeit, Sicherheit, Gesundheit, Termintreue, Fleiß, Ehrgeiz, Qualität, Kundenzufriedenheit, Tradition (Unternehmen, Branche, Region), Nachhaltigkeit, Innovation
- Jede*r im Unternehmen kann die Frage beantworten: Was macht uns erfolgreich?



Werte und Prinzipien klären und vermitteln

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

► 10.3 Werte und Prinzipien vermitteln

Wir machen unsere Werte für alle Beschäftigten ersichtlich. Wir achten darauf, dass die Werte lebendig bleiben. Wir machen daher immer wieder deutlich, wo die Werte für unsere Arbeit wichtig sind und wie sie im Alltag gelebt werden sollen.



Zum Beispiel:

- ▶ Unsere Werte und Prinzipien sind im Intranet, in Broschüren oder auf Aushängen für alle im Betrieb leicht ersichtlich
- ▶ Wir greifen Beispiele auf, in denen die Beschäftigten unsere Werte umgesetzt haben
- ▶ Wir gehen in unseren Gesprächen mit Beschäftigten und Kunden auf die Bedeutung der Werte ein
- ▶ Wir organisieren ein Gespräch oder einen Workshop, an dem wir mit den Beschäftigten über die Umsetzung der Werte sprechen (zum Beispiel jährlich)
- ▶ Wir akzeptieren keinen Verstoß gegen unsere Werte und Prinzipien
- ▶ Wir honorieren das besondere Engagement für Werte, die für das Unternehmen besonders wichtig sind
- ▶ Neuen Beschäftigten werden bei der Einarbeitung die Werte und Prinzipien vermittelt

► 10.4 Vorleben der Werte und Prinzipien

Wir gehen als Führungskräfte mit gutem Beispiel voran. Wir zeigen, wie die Werte in der Praxis umgesetzt werden.



Zum Beispiel:

- ▶ Regelmäßiges Gespräch der Führungskräfte, wie wir die Werte im Alltag umsetzen
- ▶ Wir zeigen an konkreten Beispielen aus unserer Arbeit, wie Kundenorientierung, Termintreue oder Wertschätzung praktiziert werden
- ▶ Die Beschäftigten geben Rückmeldung, wie wir die Werte umsetzen

► 10.5 Werte und Prinzipien weiterentwickeln

Wir stellen unsere Werte und Prinzipien immer wieder auf den Prüfstand. In regelmäßigen Abständen diskutieren wir mit den Beschäftigten und Kunden, ob die bisherigen Werte und Prinzipien für unser Unternehmen noch maßgeblich für den Unternehmenserfolg sind.



Zum Beispiel:

- ▶ Überprüfung der externen Wahrnehmung (Kunden, Zulieferer fragen)
- ▶ Anpassung an gesellschaftlichen Wertewandel
- ▶ Gespräch mit Kunden, welche Werte ihnen wichtig sind (zum Beispiel hohe Qualität versus Termintreue/Preise)
- ▶ Einbeziehung weiterer externer Personen, um neue Perspektiven kennenzulernen
- ▶ Austausch mit anderen Unternehmen über deren Erfahrungen und Werte; auch Erfahrungen in Kooperationen nutzen
- ▶ Berücksichtigung von Branchen- und Qualitätsstandards, zum Beispiel von Verbänden

11 Die eigenen Stärken und Schwächen als Führungskraft kennen

Ziel:

Ich schärfe meine Wahrnehmung für die eigene Person und für meine Wirkung auf andere. Ich investiere in meine eigene Entwicklung. So kann ich meine Stärken gezielt einsetzen und lasse die eigenen Schwächen nicht zum Hemmschuh werden. Das ist Grundlage dafür, dass ich als Führungskraft erfolgreich bin, ohne mich verstellen zu müssen. Die folgenden Checkpunkte sind in Ich-Form geschrieben, da es um die persönlichen Eigenschaften der jeweiligen Führungskraft geht.



Erfolgreiche Praxis

Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen.

In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.

Handlungsbedarf

■ Kurzzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf

► 11.1 Klarheit über meine Stärken und Schwächen

Ich verschaffe mir Klarheit über meine eigenen Stärken und Schwächen als Führungskraft. Ich versuche, mir meine persönlichen Eigenarten bewusst zu machen.

Zum Beispiel:

- ▶ Ich mache mir bewusst, was andere an mir schätzen und was sie nicht mögen
- ▶ Ich spreche mit anderen über meine Stärken und Schwächen – zum Beispiel mit Lebenspartner*in, Bekannten, Freunden
- ▶ Ich nutze Tests, Coaching-Gespräche oder Seminare, um mir ein klareres Bild über meine Stärken und Schwächen zu machen



► 11.2 Rückmeldung einfordern und akzeptieren

Ich hole mir gezielt Rückmeldungen zu meinem Verhalten von meinen Beschäftigten ein. Ich mache mir klar, dass Hinweise zu meinen Schwächen mir helfen, mich weiterzuentwickeln.

Zum Beispiel:

- ▶ Ich hole regelmäßiges (anonymisiertes) Führungskräfte-Feedback ein
- ▶ Ich gehe mit Rückmeldung konstruktiv um und rechtfertige mich nicht
- ▶ Ich gestehe Fehler ein; das ist kein Zeichen von Schwäche, sondern wird als Stärke empfunden



Die eigenen Stärken und Schwächen als Führungskraft kennen

<p>Erfolgreiche Praxis Vergleichen Sie die beschriebene Praxis und die Beispiele mit Ihrer eigenen Situation und bewerten Sie selbst, ob Sie Handlungsbedarf sehen. In größeren Unternehmen kann der hier verwendete Begriff „Unternehmen“ auch auf einen Verantwortungsbereich bezogen werden.</p>	<p>Handlungsbedarf</p>
<p>■ Zurzeit kein Handlungsbedarf ■ Handlungsbedarf ■ Dringender Handlungsbedarf</p>	

▶ 11.3 Beschäftigten authentisch begegnen

Ich kann auf Dauer nicht erfolgreich sein, wenn ich nicht tue, was zu mir passt. Ich bemühe mich um Authentizität und verstecke mich nicht hinter einer Rolle oder Maske. Mit meinen persönlichen Schwächen kann ich selbstbewusst umgehen.



Zum Beispiel:

- ▶ Gespräche mit Beschäftigten über die Atmosphäre und den Umgang im Unternehmen führen, ohne dass Beschäftigte Angst vor Sanktionen haben müssen
- ▶ Aktiv den Kontakt zu den Beschäftigten suchen und mit ihnen auch über private Erlebnisse sprechen

▶ 11.4 Führungskompetenzen weiterentwickeln

Ich mache mir Gedanken, wie ich meine Kompetenzen weiterentwickeln kann. Dabei nutze ich Unterstützung zum Beispiel von Freund*innen, Kolleg*innen, Berater*innen, Coaches.



Zum Beispiel:

- ▶ Ich setze mir Ziele, überlege mir Maßnahmen und überprüfe, ob diese Ziele erreicht wurden
- ▶ Ich nehme an Trainings zur Entwicklung meiner Stärken teil
- ▶ Ich nehme Coaching als Entwicklungsunterstützung wahr
- ▶ Ich nutze Literatur, Selbsttests

→ Siehe auch INQA-Unternehmenscheck „Guter Mittelstand“ (OM-Praxis A-1.0)– Punkt „Führung“
www.inqa-unternehmenscheck.de



SELBSTERKLÄRUNG

INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)

Das Unternehmen

Name/Adresse

erklärt, dass es nach dem
INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)
und der damit verbundenen systematischen
und strukturierten Arbeitsweise geführt wird.

Die Selbsterklärung basiert auf der Selbstbewertung vom

Die Selbstbewertung wurde von der Geschäftsführung auf Grundlage des
INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)
durchgeführt.

Ort/Datum

Unterschrift Geschäftsführerin/Geschäftsführer

Die Selbsterklärung ist nur gültig mit der Selbstbewertung und ist befristet auf maximal zwei Jahre.

IMPRESSUM

INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1)

Selbstbewertung zur Führungsqualität und zur Vorbereitung auf den demografischen Wandel

OFFENSIVE MITTELSTAND

GUT FÜR DEUTSCHLAND

Herausgeber:

„Offensive Mittelstand – Gut für Deutschland“
Stiftung „Mittelstand – Gesellschaft – Verantwortung“
Hohe Straße 85–87
50667 Köln
Fon: +49 221 800 91 880
E-Mail: info@offensive-mittelstand.de
www.offensive-mittelstand.de

Konzept und Entwicklung:

BC GmbH Forschungs- und Beratungsgesellschaft, Great Place to Work® Deutschland, Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn, Institut für Technik der Betriebsführung (itb) im Deutschen Handwerksinstitut e. V., Berufsgenossenschaft Rohstoffe und chemische Industrie

Der Check wurde erarbeitet und verabschiedet von allen Partnern der „Offensive Mittelstand – Gut für Deutschland“.

Fotos: BC GmbH Verlags- und Mediengesellschaft, Wiesbaden; PhotoAlto (Titel links unten, S. 8, 12, 24, 26); Brand X Pictures (Titel oben rechts, S. 22); Corbis (Titel rechts Mitte, S. 6); Stockbyte (S. 2); Banana Stock (U3 oben)

ISBN 978-3-940506-29-0

Gestaltung: Isabell Goppert, Heidesheim

© Stiftung „Mittelstand – Gesellschaft – Verantwortung“, Heidelberg 2022

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit vorheriger Zustimmung der Stiftung „Mittelstand – Gesellschaft – Verantwortung“.

Sie können den INQA-Check „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) über den Bestellservice der Offensive Mittelstand bestellen: www.offensive-mittelstand.de » Serviceangebote » Bestellservice Offensive Mittelstand

Die Entwicklung des INQA-Checks „Personalführung“ (OM-Praxis A-2.1) wurde vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) gefördert.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Im Rahmen der Initiative:



