

Vom Chef zum Bewerber

Wie Nachwuchs generieren in Zeiten des Fachkräftemangels? Experten geben Tipps

Altötting. Traditionsunternehmen, die schließen müssen, weil es an Fachkräften mangelt – darüber hatte die Heimatzeitung vor kurzem berichtet. Alles tragisch, und doch trügen die Unternehmer häufig selbst Mitschuld daran, hält jetzt ein Personalberater aus Mühldorf dagegen. Im *Anzeiger* geben er und seine Kollegin Tipps, wie die Mitarbeitersuche auch in Mangelzeiten gelingen kann.

Seit Jahren erleben Reinhold Wanner und Amélie von Schoenaich, wie die Nachwuchsproblematik Expansionen gefährdet und Firmen in Schieflage bringt. „Das ist dramatisch“, sagt Reinhold Wanner, doch könnte aus seiner Sicht viel mehr dagegen getan werden.

Nicht selten fehle es an der Grundeinstellung der Verantwortlichen. „Viele sind noch unterwegs wie vor 20 Jahren, so, als ob der Arbeitsmarkt noch ein Arbeitgebermarkt wäre“, weiß der selbstständige Personalberater, der es im beruflichen Alltag vor allem mit kleineren und mittleren Betrieben zu tun hat und in deren Auftrag nach Mitarbeitern sucht.

Immer wieder erleben er und seine Kollegin Amélie von Schoenaich Fälle, in denen sie erst einmal die Arbeitgeber auf



In ihrem Berufsalltag helfen Amélie von Schoenaich und Reinhold Schwanner von der Schwanner GmbH Betrieben bei der Suche nach Mitarbeitern. Das A und O ist dabei aus ihrer Sicht eine positive Außenwirkung des Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber.

die Zeichen der Zeit einstellen müssen; etwa wenn Hürden angesetzt werden wie früher, mit einseitigen Anforderungen, reinenweise Einstellungstests, Probearbeiten und langwierigen Einstellungsverfahren.

Hinzu kämen die seit Jahrzehnten immer gleichen Suchprozesse über häufig nur wenig aussagekräftige Stellenanzeigen. Aus diesen seien meist entwedert gar keine Informationen ableitbar, oder aber nur abforderungen gestellt würden, noch dazu in wenig ansprechender Form. „Statt ‚Erwartet werden SAP-Kenntnisse‘ könn-

te man auch schreiben, Sie haben noch keine SAP-Kenntnisse? Wir vermitteln sie Ihnen“, sagt Amélie von Schoenaich.

Sie hat die Erfahrung gemacht, dass potenzielle Bewerber schon im Vorfeld vergraut werden. „Niemand bewirbt sich gerne“, erklärt sie. In der Regel bewerbe sich nur, wer in seinem bisherigen Job extrem unzufrieden ist oder im neuen Angebot eine deutliche Verbesserung sieht. Aufgabe der Unternehmer sei es, einen Eindruck von Letztigenanmem zu vermitteln. Nur so könne man im „War of talents“, im „Krieg

ker, betriebliche Altersvorsorge oder auch Firmenhandy und Dienstwagen. All das sollte aktiv beworben werden, sagt Amélie von Schoenaich. „Man muss einen Mosaikstein nach dem anderen setzen.“

Das Gehalt hingegen habe immer seltener Priorität, weiß Reinhold Wanner. Zwar sei klar, dass marktgerecht bezahlt werden muss, doch sei Geld ein „Kurzzeit-Motivator“. Der Fokus liege oftmals bei anderen Punkten, der Vereinbarkeit von Arbeit und Familie etwa, oder der Möglichkeit, Hobbys und Sport nachzugehen.

Dazu kommt die Wertschätzung durch den Arbeitgeber. „Die Arbeitnehmer wollen ernst genommen werden und sich wohl fühlen“, sagt der Personalberater. Herrische Chefs hätten keine Chance mehr. Stattdessen sollten Arbeitgeber die Situation immer aus Sicht des Bewerbers betrachten und sich die Frage stellen, ob sie an seiner Stelle zusagen würden. Gefragt sei Mitarbeiterbindung – über das „Employer Branding“, eine Unternehmensstrategie, welche den Betrieb als attraktiven Arbeitgeber hervorhebt.

Wer das berücksichtigt, habe auch in Zeiten des Fachkräftemangels gute Chancen, Personal zu finden, sind Reinhold Wanner und Amélie von Schoenaich überzeugt. Schließlich gebe es genügend Kandidaten, die in ihren derzeitigen Stellen unzufrieden sind. Die Kunst sei es, sie zum Wechseln zu bewegen.

– Foto: Kleiner

Anzeige

**KLOSTERGASTHOF
RAITENHASLACH**

Ab 29.03. täglich geöffnet!

Tel. 08677/9730