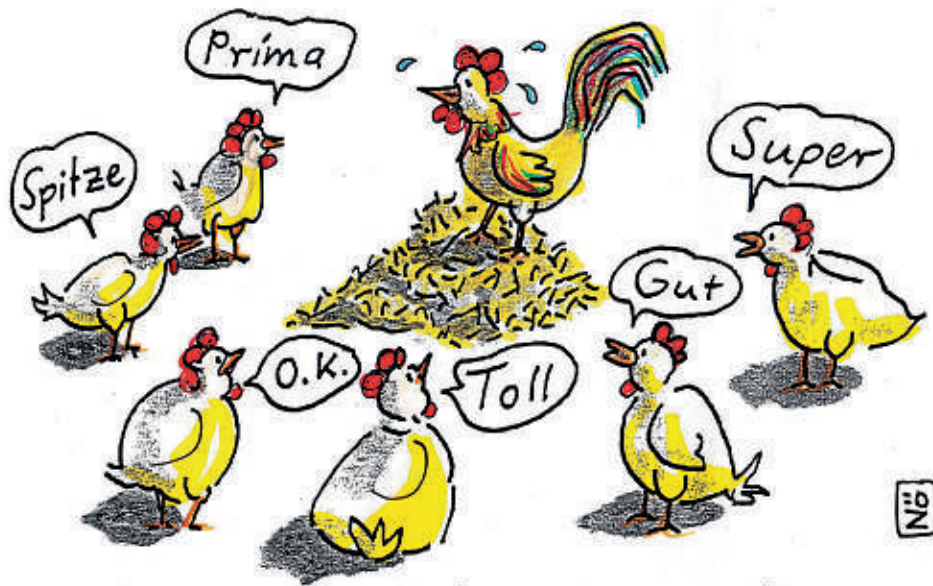


Wo und wie finden Unternehmer Fachkräfte? Erfahrungsaustausch in der IHK

Personalsuche: Wege zum Erfolg



DER WEIBLICHE AUFSICHTSRAT DER FIRMA
„EINERLEI“ BEGUTACHTET EINE NACHWUCHSKRAFT

„Es gibt drei Kerngründe, warum ein Arbeitnehmer sein Unternehmen verlassen möchte: Unzufriedenheit und Differenzen mit der Firma oder dem Vorgesetzten, der Wunsch nach einer persönlichen Weiterentwicklung oder aber: Geld“, erläutert Dr. Heidemarie Krüger. „Aber es muss auch einen Grund geben, warum man die neue Stelle annehmen würde.“ Anfang März hielt die Personalexpertin beim Erfahrungsaustausch „Personal und Fachkräfte für kleine und mittlere Unternehmen“ in der IHK Kassel einen Impulsvortrag.

Anlässlich der immer aufwändiger werdenden Suche nach Personal und Fachkräften ist es für Unternehmen besonders wichtig, die effektivsten und sinnvollsten Wege zu nutzen, damit Arbeitnehmer auf sie aufmerksam werden und sich für sie entscheiden. Krüger hat in ihrem Vortrag drei Aktionsfelder beschrieben, die bei der Personalsuche zu beachten sind.

Anforderungen des Arbeitsmarkts

Zu Beginn einer jeden Personalsuche sollten sich Unternehmer zunächst mit der individuellen Wechselwilligkeit eines Bewerbers beschäftigen. Dabei bilden finanzielle Gründe laut Krüger das denkbar schlechteste Motiv. Des Weiteren müssten Unternehmensinhaber untersuchen, ob die Fachkräfte mit den benötigten Qualifikationen auf dem regionalen Arbeitsmarkt verfügbar sind. Auch der demografische Wandel dürfe nicht außer Acht gelassen werden. Gegebenenfalls müsste man bei regionalem Fachkräftemangel seine Suche auf einen Radius eingrenzen, der ein Pendeln ermögliche. „Es ist ein typisch deutsches Pro-

blem, für einen Job nicht umziehen zu wollen“, beschreibt Krüger ihre Erfahrungen. Es sei lediglich eine große Fahrbereitschaft für eine Distanz von 30 bis 40 Kilometern gegeben. Personalverantwortliche müssten sich diese Rahmenbedingungen von Beginn an klar vor Augen führen, damit sie ihre Suche methodisch möglichst effektiv darauf abstimmen könnten.

Suchwege und ihre Regeln

Die Personalexpertin zitiert eine Faustregel: „Je enger das gesuchte Profil, je spezialisierter also die Ausschreibung, desto schwieriger erweist sich die Suche.“ Daher sollte Klarheit über die gesuchte Qualifikation des Bewerbers herrschen. Der in Deutschland herrschende Trend hin zu einer steigenden Komplexität von Aufgabenbereichen und einem Idealbild eines Kandidaten erweise sich oft als Hürde. Krüger fordert deshalb eine offener gehaltene Ausschreibung. Spezialisierungen und zu hohe Anforderungen schreckten die meisten Bewerber ab.

Im Gespräch mit den Teilnehmern des Erfahrungsaustausches stellte sich heraus, dass viele die Jobbörsen im Internet als eine sehr erfolgreiche Form für eine Stellenausschreibung bewerten. Außerdem biete die Agentur für Arbeit den Unternehmen eine gute Plattform. Zeitungsanzeigen böten eine weitere Möglichkeit, hätten aber den Nachteil, dass sie zeitlich begrenzt erschienen und mehr kosten würden als eine Jobbörse. Ein Headhunter kann bei einer ganz speziellen Profilsuche zu Rate gezogen werden. Kleinere Unternehmen sollten gezielt durch regionale Präsenz auf sich aufmerksam machen, zum Beispiel durch Besuche in Schulen und auf regionalen Messen. Sie könnten auch einen Tag der offenen Tür veranstalten, um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern.

Das Bild des Arbeitgebers

Für die Unternehmen gilt nach Einschätzung der Referentin Folgendes: Die Art der Präsentation einer Firma – das heißt ihre Geschichte, das Leitbild und die Kultur – müssen sich als attraktiv erweisen und erkennbar sein. Die Besonderheit einer offenen Stelle solle in der Ausschreibung besser hervorgehoben werden, um auch noch nicht wechselwillige Kandidaten zu erreichen. Krüger gibt den Rat, Anforderungen nicht zu eng schnüren, um eine größere Gruppe von Bewerbern anzusprechen, „zum Beispiel jene, die zu 80 bis 90 Prozent passen“. Oft sei es hilfreich, die Berufsausbildungen nicht konkret zu benennen und auf den Hinweis einer abgeschlossenen Ausbildung zu verzichten. Hier erschließen sich neue Zielgruppen. Zudem sei auf die Art und Präsentation der Rahmenbedingungen zu achten: Was bieten Unternehmer den Bewerbern über den Job hinaus?

„Unternehmen müssen für den Wandel auf dem Arbeitsmarkt offen sein“, resümiert Dr. Heidemarie Krüger. So eröffnen sich Potenziale für das Unternehmen und auch für jene Bewerber, die bei strengen Kriterien auf dem Arbeitsmarkt nur eine Chance zum Wechsel bekommen: Dazu gehören ältere Mitarbeiter ab 50, Wiedereinsteigerinnen sowie Studienabbrecher und Bewerber ohne Abschluss, aber mit langjähriger Berufspraxis.

Christin Kraemer (Foto: Archiv) ■



„Unternehmen müssen für den Wandel auf dem Arbeitsmarkt offen sein“:
Dr. Heidemarie Krüger.