



Nur für Abonnenten:
mikado plus –
Richtig Werbung machen

mikado

UNTERNEHMERMAGAZIN FÜR HOLZBAU UND AUSBAU



Büro kompakt

MITARBEITER

Auf der Suche nach Mr. Right

Es ist nicht einfach, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Das fängt schon bei den Auszubildenden an. Folgende Tipps helfen bei der erfolgreichen Suche nach den passenden Mitarbeitern.



Ob Lehrling, Geselle oder Meister – passende Mitarbeiter sind Gold wert

Übrigen sollten Sie nur solche Mitarbeiter einstellen, denn Sie möchten ja auch, dass sich Ihr Mitarbeiter im Falle einer Kündigung bis zum letzten Tag Ihrem Unternehmen gegenüber loyal verhält.

Richtig suchen

Bei der Suche nach Mitarbeitern ist der Grund für die Einstellung zu beachten. So wird man beim Ersatz eines vorhandenen Mitarbeiters möglicherweise andere Instrumente einsetzen, als wenn man im Rahmen einer Expansion, z.B. des Ausbaus einer Niederlassung, neue Mitarbeiter für das Unternehmen gewinnen möchte. Natürlich spielt auch die Dringlichkeit einer Personalentscheidung eine große Rolle. Bei Mitarbeitern, die kurzfristig eingestellt werden, greifen andere Instrumente (z.B. Zeitungsannoncen) als bei einer langfristigen Personalplanung, wo ein Tag der offenen Tür ein

Eigentlich sollte es heutzutage leichtfallen, die richtigen Mitarbeiter zu gewinnen. Doch wer nach einer Stellenanzeige Hunderte von Bewerbungsschreiben für eine Vorauswahl sichten musste, wird schnell ernüchtert sein.

Rechtzeitig anfangen

Je bedeutsamer die Position im Unternehmen – damit ist nicht die Abwertung einzel-

ner Funktionen gemeint, sondern die situationsbezogene Bedeutung der Stelle –, desto mehr Zeit sollte für den Auswahlprozess eingeplant werden. So kann möglicherweise innerhalb von wenigen Wochen eine Bürokräft gefunden werden, aber die Suche nach einem passenden Menschen für die Arbeitsvorbereitung, der sich mit einem bestimmten Zeichenprogramm auskennt, kann Monate dauern.

Häufig wird der Prozess der Mitarbeitersuche zu spät in Gang gesetzt und verursacht im Unternehmen operative Probleme an unterschiedlichen Arbeitsplätzen. Da viele potenzielle Bewerber in bestehenden Arbeitsverhältnissen vertraglich an Kündigungsfristen gebunden sind und diese aus Fairnessgründen auch einhalten wollen, müssen längere Vorlaufzeiten eingeplant werden. Im

geeignetes Instrument gerade auch für die Personalsuche sein kann.

Folgende Möglichkeiten bieten sich an:

- Zeitungsannoncen
- Arbeitsamt
- persönliches Netzwerk
- Schwarzes Brett
- gezielte Führungskräfte-, Mitarbeiterinformation
- interne Mitarbeiterentwicklungsanalyse
- interne Ausschreibungen
- externe Dienstleistungsunternehmen (Personalvermittler, Zeitarbeitsfirmen)
- Radiosender
- Infoveranstaltungen

Auffällige Stellenanzeigen

Es wird schwer sein, interessante Mitarbeiter über langweilige, hausbackene oder rein sachliche Stellenanzeigen zu gewinnen. Auch hier gilt es kreativ, modern, ansprechend, vielleicht sogar erfinderisch zu sein. Wichtig ist, Aufmerksamkeit für das Unternehmen zu erreichen, noch nicht einmal primär und vordergründig für die zu besetzende Stelle. Witzige Sprüche („Stellen Sie sich vor, Arbeit macht Freude und Sie bekommen auch noch Geld dafür“), farbige Gestaltungen, gewinnende Beschreibungen des Unternehmens, der Gründe für die Mitarbeitersuche („Wenn die Liebe nicht wäre, müssten wir keine neue Buchhalterin suchen ...“), des Umfeldes oder des Kollegenteams können mehr begeistern als Umsatzzahlen und Marktanteile („Wir sind das weltweit größte Unternehmen unserer Branche.“). Aber: Versprechen Sie nicht mehr, als Sie halten können, ansonsten wird der neue Mitarbeiter schnell ernüchert und demotiviert sein!

Kontakte pflegen

Der Weg über die Agentur für Arbeit kann in Einzelfällen durchaus erfolgversprechend sein. Und sei es nur, weil Sie Informationen über besondere Maßnahmen wie Umschulungen oder öffentliche Zuschüsse erhalten. Entwickeln Sie im Vorfeld einen guten Kontakt zu einem engagierten und qualifizierten Berater in der Agentur, der ein echtes Interesse daran hat, für Sie die richtigen Mitarbeiter zu finden.

Beide Wege – Stellenanzeige wie Agentur für Arbeit – können mit einer Flut von Bewerbungen verbunden sein, von denen 95 % nicht in Frage kommen. Aber Sie haben dann trotzdem 5 % wirklich geeignete Bewerber.

Netzwerke führen zum Ziel

Das persönliche Netzwerk, z.B. Kontakte zu anderen Unternehmen, Unternehmerstammtische, Gespräche am Sportplatz, auch die eigene Familie oder der eigene Bekanntenkreis kann eine weitere Quelle für gezielte Ansprachen sein. Sehr häufig wird dabei unbewusst ein erster Einstellungsfilter gelegt, denn Mitarbeiter über Referenzen zu gewinnen, ist meist deutlich erfolgreicher als auf anderen Wegen. Und, welcher gute Freund oder Bekannte würde einem einen „schlechten“ Mitarbeiter empfehlen wollen? Zu den Formen der internen Informationsweitergabe gehört natürlich auch die gezielte Ansprache einzelner Führungskräfte oder Mitarbeiter Ihres Betriebes, Sie bei der Suche nach Mitarbeitern zu unterstützen.

Aus den eigenen Reihen

Ehe in einem Unternehmen für eine bestimmte Funktion ein neuer Mitarbeiter gewonnen werden soll, sollte im Rahmen einer internen Mitarbeiterentwicklungsanalyse überlegt werden, ob nicht durch die Entwicklung eines vorhandenen Mitarbeiters eine optimale Lösung gefunden werden könnte. Die Neubesetzung einer Funktion oder Position im Unternehmen könnte so auch die lang erwartete Entwicklungschance für einen vorhandenen Mitarbeiter darstellen. So kann – ganz nebenbei – noch ein zusätzlicher Motivations Schub bei diesem Mitarbeiter erreicht werden. Aus diesem Grund kann eine interne Stellenausschreibung (in vielen Fällen seitens des Betriebsrates formal ohnehin vorher gefordert) ebenfalls ein sinnvolles Instrument sein.

Personalvermittler

Einige Unternehmen haben positive Erfahrungen mit dem begleitenden Einsatz von seriösen und qualifizierten Personalvermittlern und Zeitarbeitsfirmen gesammelt. In der Regel ist das völlig kostenlos, denn die Personalvermittlung arbeitet erfolgsabhängig. Professionelle und seriöse, an längerfristigen Partnerschaften

orientierte Unternehmen erstatten sogar einen Großteil der Vermittlungsprovision, die ohnehin – in Abhängigkeit vom Anforderungsprofil der zu besetzenden Stelle und dem Umfang des Einsatzes des Vermittlers – mittlerweile selten mehr als ein Monatsgehalt beträgt.

Der Vorteil dieser Vorgehensweise besteht darin, dass nur einige wenige Kandidaten vorgestellt werden, die bereits in ersten Gesprächen vom Vermittler im Vorfeld ausgefiltert wurden.

Ein vielleicht noch etwas ungewöhnlicher Weg sind regionale Radiosendungen, in denen kostenlos Arbeitsplätze „vermittelt“ werden.

Unternehmen präsentieren

Im Rahmen längerfristiger und gezielter Personalmaßnahmen sind Informationsveranstaltungen wichtig, um das eigene Unternehmen dem Markt als Arbeitgeber zu präsentieren. Das kann in Form eines „Tages der offenen Tür“ oder auch begleitend zu Kundenveranstaltungen (z.B. bei Sommerfesten oder Familientagen) geschehen. Auch das gezielte Verteilen von Informationsbroschüren an Schulen, Parkplätzen oder bestimmten Einrichtungen kann ein effizienter Weg sein, insbesondere bei der Gewinnung von Auszubildenden.

DER AUTOR

Dr. Dr. Cay von Fournier ist Arzt und Unternehmer. Zu seiner Vision gehören möglichst viele gesunde Menschen in gesunden Unternehmen.
Kontakt: www.schmidtcolleg.de

