

Mit Leistung überzeugen

Immer mehr Firmen versuchen mit unkonventionellen Ideen, Mitarbeiter zu gewinnen.

Anja Steinbuch Hamburg

Hillesheim in der Eifel liegt weitab von Metropolen wie Berlin oder Hamburg. Trotzdem schafft es der ortsansässige Automobilzulieferer Bilstein & Siekermann immer wieder, junge Talente zu rekrutieren. Ein Grund: Seit 2014 kümmert sich der Produzent von Metallbauteilen mit seinen 110 Mitarbeitern intensiv darum, als Arbeitgeber attraktiv zu sein. „Wir präsentieren uns auf Ausbildungsmessen, organisieren zusammen mit der Realschule im Ort Praktika und Informationsveranstaltungen und betreuen Bachelor- und Master-Arbeiten von Studenten der Fachhochschule Trier“, beschreibt Geschäftsführer Bruno Hirtz sein Recruiting-Konzept.

Für Ashok Riehm von der Hamburger Consultingfirma KKC Berater ist Bilstein & Siekermann ein positives Beispiel: „Die haben die Zeichen der Zeit erkannt.“ Bei anderen mittelständischen Arbeitgebern vermisst er dagegen häufig ein selbstbewusstes, zielgerichtetes Auftreten bei der Personalsuche: „Viele

Firmen beschreiben lediglich die zu besetzende Position.“ Ein Kandidat wolle aber wissen, „warum ein Unternehmen etwas macht und warum es sich lohnt, sich für dieses Ziel zu engagieren“.

Über Stärken sprechen

Um die Aufmerksamkeit junger Talente zu gewinnen, sollten betriebliche Erfolge und Innovationen kommuniziert werden. Das gilt besonders für Familienbetriebe, meint KPMG-Vorstand Vera-Carina Elter: „Viele sprechen zu selten über ihre Stärken. Sie sollten schauen, durch welche Leistungen sie sich abheben.“ Im Wettbewerb um Fach-

kräfte sei das „ein nicht zu unterschätzender Aspekt“.

In der IT-Branche ist der Kampf um die besten Köpfe besonders hart. „Mit klassischen Methoden wie dem Einsatz von Headhuntern können wir unseren Bedarf nicht mehr decken“, konstatiert Alexandra Berger, HR Business Partner bei SAS Deutschland. SAS nutzt daher eine Trumpfkarte: die eigene Belegschaft. Jeder Mitarbeiter, der einen neuen Kollegen gewinnt, erhält einen Bonus. Sogar einen Autoverkäufer überredete ein SAS-Angestellter, in das Softwareunternehmen zu wechseln.

Personalnot herrscht auch im Handwerk. Petra Brockmann führt in Dresden einen der größeren Friseurbetriebe der Branche mit 80 Mitarbeitern: „Wir suchen immer Friseure, Stylisten und Kosmetiker.“ Konventionelle Rekrutierungsinstrumente wendet sie schon lange nicht mehr an. Stattdessen „wildert“ sie auf Wettbewerben, Beauty-Messen und sogar dem Semper-Opernball: „Wenn mir jemand beruflich positiv auffällt, spreche ich ihn an. Oft habe ich Glück, und derjenige will sich gerade verändern.“

Ist selbst das beste Rezept zur Personalrekrutierung nicht erfolgreich, bleibt Mittelständlern immer noch der Sprung auf spezielle Personal-Plattformen.

Engpass

113

TAGE

bleibt im Durchschnitt eine Stelle unbesetzt, bis eine dafür qualifizierte Fachkraft gefunden ist.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit