

...um die Ecke gedacht: Neue Wege auf der Suche nach Fachkräften

Die Zeiten ändern sich. Heute bewerben sich Unternehmen bei ihren Mitarbeitern. Der Markt für gute Fachkräfte ist in einigen Branchen leergefegt. Neue Wege des Personal-Recruitings sind gefragt. Das Demografie Netzwerk Saar (DNS) bei saaris unterstützt KMU bei der Suche nach Spezialisten mit Workshops und innovativen Ideen.

Bernd Kautter ist Geschäftsführer der Saarbrücker Phototherm Dr. Petry GmbH. Seit fast 50 Jahren und mit viel Erfahrung arbeitet das Unternehmen an der photothermischen Schichtdickenmessung, einer berührungsfreien Ermittlung der Dicke von Lackbeschichtungen, die auf thermischen Wellen beruht. Gefragt ist Spezialwissen von Elektrotechnikern und Elektroingenieuren. Die Dr. Petry GmbH sucht derzeit mehrere Fachkräfte, die bereits erste Berufserfahrung haben: „Die neuen Mitarbeiter werden weltweit unterwegs sein. Dafür sind einige Jahre Praxisarbeit notwendig,“ erklärt Bernd Kautter. Er hat schon viel versucht: Arbeitsagentur, Stellenanzeigen und andere übliche Kanäle. Erfolglos. Die Preise für einen Headhunter oder eine Personalagentur könne ein kleines Unternehmen wie das seine mit sechs Mitarbeitern nicht stemmen. Was also tun?

Einfache, praktische und kostengünstige Ansätze

Vom DNS-Praxis-Workshop „Personalmarketing ‚um die Ecke gedacht‘ – Wie erreiche ich meine Zielgruppe?“ erhofft sich der Ingenieur neue Ideen und Impulse. „Für kleine und mittlere Unternehmen ist es besonders wichtig, sich zu verkaufen und die gewünschte Zielgruppe emotional anzusprechen“, erklärt Dr. Christoph Esser von saaris, der den Workshop leitete. Mitarbeiter zu werben heiße, die Vorteile eindeutig zu kommunizieren, wie etwa Familienfreundlichkeit, Zusatzleistungen, die Möglichkeiten einer Weiterbildung. „Arbeits-

suchende sind in allen Generationen vorhanden, man muss wissen welche Mitarbeiter, mit welchen Fähigkeiten, für welche Stelle benötigt werden.“ Recruiting-Medium und die Sprache müssen passend ausgewählt werden. Esser nannte auch ganz einfache, praktische, kostengünstige Beispiele: „Warum nicht die eigenen Mitarbeiter fragen, warum sie gerne in diesem Betrieb arbeiten und mit den „Mitarbeiter-Referenzen“ neue Bewerber ansprechen?“ Je nach Branche und Zielgruppe gibt es verschiedene Möglichkeiten, wie beispielsweise den persönlichen Kontakt und das Empfehlungsmarketing auf Jobmessen, in Schulen, im privaten und beruflichen Umfeld. Beliebt und rentabel ist die Stellensuche über Facebook, da die Plattform generationenübergreifend genutzt wird, eine kostengünstige Alternative zu Tageszeitungen ist und weil die Zielgruppe genau bestimmt werden kann. Die regionale Jobbörse des Saarland-Marketings, eine Plattform, auf der kleine und mittlere Unternehmen eigene Stellenanzeigen schalten, auf über 6.000 Bewerberprofile zugreifen und sich mit Fachkrf-



Hochkonzentrierte Arbeit an neuen Konzepten



Dr. Christoph Esser (saaris) leitete den Workshop.

ten und Hochschulabsolventen austauschen können, ist eine weitere Möglichkeit. Genauso wie die Fachkräftesicherung über Umwege wie beispielsweise Umschulungen.

Dr. Petry GmbH: Vorteile kommunizieren und sich als attraktiven Arbeitgeber verkaufen

Was hat Bernd Kautter aus dem Workshop mitnehmen können? „Den Weg. Die Identifizierung der eindeutigen Fakten, die unser Unternehmen von anderen unterscheiden und uns als attraktiven Arbeitgeber darstellen. Im Workshop haben wir herausgearbeitet, dass Selbstverständlichkeiten in unserem Unternehmen wie Mitarbeiterstellplätze auf dem Firmengelände oder ein Zuschuss zum Essen für die Kantine, ebenfalls auf dem Unternehmensgrundstck, gar nicht so selbstverständlich sind. Das und noch mehr, was wir zeitnah mit saaris erarbeiten werden, möchten wir zukünftig kommunizieren“, so Kautter und verrät augenzwinkernd, dass er sich schon Stellenanzeigen auf Facebook angeschaut hätte.



KONTAKT

saaris, Ricarda Kreutzer
Tel.: 0681 9520-437
E-Mail: ricarda.kreutzer@saaris.de