

# Mitarbeitende finden und binden!

Zwei Seiten einer Medaille



Der „Fachkräftemangel“ oder besser gesagt Arbeitskräftemangel ist in aller Munde und ist mittlerweile in nahezu jeder Branche angekommen. Die Zeiten, in denen sich ein Unternehmen seine neuen Mitarbeitenden aus einem großen Pool an Bewerbungen aussuchen konnte, sind vorbei.

Vor allem kleine und mittlere Unternehmen stehen vor der großen Herausforderung, passendes Personal zu finden. Da die für ein entsprechendes Marketing zur Verfügung stehenden Ressourcen meist knapp sind, sollten Recruiting-Maßnahmen gut durchdacht sein.



### Ohne ein gewisses Maß an Aufwand geht es nicht

Das alleinige Schalten einer Stellenanzeige führt nur noch in den seltensten Fällen zum Erfolg. Daher bedarf es auch in kleinen Unternehmen einer langfristigen und wohlüberlegten Strategie, um dauerhaft wettbewerbsfähig zu bleiben. Genauso wie ein Unternehmen um Kundschaft für seine Dienstleistungen oder Produkte wirbt, muss es auch um potenzielle Bewerberinnen und Bewerber werben. Nur ist das Produkt in diesem Fall das Unternehmen selbst, mit all dem, was es seinen Mitarbeitenden bietet.

Arbeitsuchende entscheiden, bei welchem Unternehmen sie sich bewerben und wo sie zukünftig arbeiten möchten. Daher ist es für Unternehmen und Betriebe besonders wichtig geworden, all ihre „positiven Eigenschaften“, die sogenannten Arbeitgeber-Attraktivitätsmerkmale, nach außen zu tragen. Wie dies geschieht und welche Kanäle hierfür am geeignetsten sind, ist je nach Unternehmen unterschiedlich. Doch eins ist für alle gleich: Das, was nach außen getragen wird, muss authentisch sein, sonst kommt es wie ein Bumerang zurück und kehrt seine Wirkung ins Gegenteil um.

### Recruiting und Personalbindung sind untrennbar miteinander verzahnt

Personalrekrutierung beginnt also immer im Unternehmen selbst. Das Unternehmen muss sich zunächst die Frage stellen: Was macht mein Unternehmen für Mitarbeitende attraktiv? Womit kann sich mein Unternehmen von anderen abheben? Womit kann es gegenüber anderen punkten?

Die Antworten hierzu können ebenso vielfältig wie einfach sein: Es kann die besonders flexible Arbeitszeit, das besonders gute Unternehmensklima, aber auch der kostenfreie Parkplatz sein. Wichtig ist, hier nicht einfach das zu nennen, was andere auch schreiben, sondern das, was das Unternehmen wirklich ausmacht. Nur so findet man die Mitarbeitenden, die wirklich zum Unternehmen passen und auch langfristig bleiben.

Aber wie kommt man zu diesen Attraktivitätsmerkmalen? Der einfachste Weg ist derjenige, die eigenen Mitarbeitenden einzubeziehen. Dies kann in Form einer kurzen Mitarbeiterbefragung oder in kleinen Workshops, beispielsweise mit den Mitarbeitenden eines Arbeitsbereichs, erfolgen. Eine weitere Möglichkeit ist die Bildung einer Projektgruppe „Arbeitgeber-Attraktivität“, die sich aus Mitarbeiten-

den unterschiedlicher Arbeitsbereiche zusammensetzt und sich mit diesem Thema im Unternehmen beschäftigt. Der Vorteil ist, dass hier meist eine bunt gemischte Gruppe unterschiedlichen Alters und unterschiedlicher beruflicher Hintergründe zusammenkommt und so das Unternehmen aus ganz verschiedenen Blickwinkeln beleuchten kann. Auch tragen diese Personen ihre Fragen und ihre Motivation wieder in die Arbeitsbereiche hinein. Dies führt rein durch die Beschäftigung mit dem Thema wie von selbst schon zu einer engeren Mitarbeiterbindung.

Natürlich kann es dabei auch vorkommen, dass Themen aufpoppen, die nicht so gut laufen. Aber auch das bietet die Chance, diese Probleme frühzeitig zu erkennen und anzugehen, bevor es zu einer Fluktuation von Mitarbeitenden kommt.

Sind die Punkte gefunden, die das Unternehmen für Mitarbeitende attraktiv machen, gilt es zu überlegen, wie diese nach außen transportiert werden können. Es stellen sich Fragen wie: Wo werden potenzielle Bewerberinnen und Bewerber auf das Unternehmen aufmerksam? Wie erfahren sie davon, dass es das Unternehmen überhaupt gibt und dass dort Mitarbeitende gesucht werden?

Auch bei der Beantwortung dieser Fragen können die eigenen Mitarbeitenden am besten helfen. Sinnvoll ist es, sich mit den zukünftigen Kolleginnen und Kollegen der gesuchten Bewerberinnen und Bewerber auszutauschen. Wie sind sie damals auf das Unternehmen aufmerksam geworden? Wo würden sie nach Stellenausschreibungen schauen? Diese Vorgehensweise, Mitarbeitende direkt in die Bewerbersuche mit einzubinden, bringt einen weiteren Vorteil mit sich: Sie beschäftigen sich automatisch mit der Frage, wie sichtbar das Unternehmen nach außen ist und wo es Optimierungsmöglichkeiten gibt. Dies führt wiederum zu einer engeren Bindung und die Mitarbeitenden werden bestenfalls selbst zu Werbenden für das Unternehmen. Ein effektiveres Recruiting-Tool gibt es nicht.

### Die Bekanntheit eines Unternehmens spielt häufig bei der Arbeitsplatzwahl eine Rolle

Eine Person bewirbt sich umso eher bei einem Unternehmen, je öfter sie von ihm schon in einem positiven Zusammenhang gehört oder gelesen hat. Von daher sind flankierende Maßnahmen wie zum Beispiel Beiträge in Fachzeitschriften, Sponsoring bei Sportveranstaltungen oder soziales Engagement in verschiedensten Bereichen

durchaus sinnvoll. Immer mit der Frage im Hinterkopf: Wo erreiche ich potenzielle Bewerberinnen und Bewerber?

Ab dem Eingang eines Bewerbungsschreibens heißt es dann: Die Attraktivitätsmerkmale, die in der Stellenanzeige suggeriert wurden, müssen jetzt auch für die Bewerbenden erlebbar werden. Dies beginnt mit einer schnellen und freundlichen Antwort auf den Bewerbungseingang, erstreckt sich über einen gut organisierten Bewerbungsprozess bis hin zu einer optimalen Vorbereitung des ersten Arbeitstags, an dem der Arbeitsplatz der neuen Mitarbeiterin oder des neuen Mitarbeiters passend eingerichtet ist.

### Innerhalb der ersten 72 Stunden im neuen Unternehmen fällt bei frisch eingestellten Mitarbeitenden die Entscheidung, ob sie bleiben wollen oder nicht

Auch das soziale „Onboarding“ des Neulings in den ersten Tagen und Wochen ist von großer Bedeutung für eine langfristige Mitarbeiterbindung. Hierzu gehören das Kennenlernen und ein Gespräch mit der Führungskraft über die gegenseitigen Erwartungen, die Vorstellung der Teammitglieder und im besten Fall auch die Zuweisung einer Patin oder eines Paten, die oder der der neuen Kollegin oder dem neuen Kollegen in den ersten Wochen mit Rat und Tat zur Seite steht.

#### Demografie Netzwerk Saar (DNS)

Das Projekt bietet kleinen und mittleren Unternehmen im Saarland aus unterschiedlichen Branchen konkreten Austausch und Lösungsansätze zur Stärkung der Arbeitgeber-Attraktivität. Ein speziell hierzu entwickelter KMU-Check Arbeitgeber-Attraktivität identifiziert die für ein Unternehmen wichtigen Handlungsfelder und hilft ihnen, die eigene Arbeitgeber-Attraktivität gezielt zu verbessern. [www.demografie-netzwerk-saar.de](http://www.demografie-netzwerk-saar.de)

#### Agentur Saarland Attractive – Find Work & Stay

Die Agentur ist Wegweiser und erste Anlaufstelle für alle, die im Saarland arbeiten und leben möchten. Gleichzeitig bietet sie für Unternehmen ein Unterstützungsangebot zu den Themen Fachkräftegewinnung und -sicherung. Als kostenlosen Willkommensservice stellt die Agentur Fachkräften und Studierenden eine individuelle und persönliche Beratung in Sachen Arbeit, Bildung, Leben und Kultur im Saarland zur Verfügung und hilft kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) beim Zuzug neuer Mitarbeitender in die Region. [www.saarland-attractive.de](http://www.saarland-attractive.de)

All dies sind Faktoren, die ein Unternehmen für Mitarbeitende attraktiv machen und sie sind gleichzeitig Stellenschrauben, an denen jedes Unternehmen, gleich welcher Größe, drehen kann.

Kommen neue Mitarbeitende nicht aus der direkten Umgebung des Unternehmens, sondern müssen für den neuen Arbeitsplatz zuziehen, ergeben sich daraus meist noch weitere Punkte, die für einen gelungenen Start und eine langfristige Bindung wichtig sind: passender und finanzierbarer Wohnraum, ein gutes Betreuungs- und Schulangebot für Kinder oder auch der soziale Anschluss in Vereinen und Gruppen. Hierauf hat das Unternehmen nicht immer Einfluss und die Unterstützung neuer Mitarbeitender in diesen Fragen ist zeitaufwändig. Im Saarland wurde genau zu diesem Zweck die Agentur Saarland Attractive geschaffen. Sie unterstützt kleine und mittlere Unternehmen beim Zuzug neuer Mitarbeitender in die Region, durch individuelle Beratungsangebote und die Vermittlung passender Ansprechpersonen.

Eine Investition in die Verbesserung der Arbeitgeber-Attraktivität des eigenen Unternehmens zahlt sich langfristig also doppelt aus: sowohl bei der Mitarbeiterbindung als auch beim Mitarbeiterrecruiting. Es lohnt sich, hierfür entsprechende Ressourcen im Unternehmen zu schaffen.



**Ricarda Jarolimeck** ist Projektleiterin des Projekts „Agentur Saarland Attractive – Find Work & Stay“ bei [saarland.innovation&standort e. V.](http://saarland.innovation&standort.e.v.) (saaris). [ricarda.jarolimeck@saaris.saarland](mailto:ricarda.jarolimeck@saaris.saarland)