

# Fachkräftemangel! Die Katastrophe naht! Jetzt handeln!

**Nicht nur auf allen Veranstaltungen und in allen Medien ist er Dauerthema, er belastet zusehends die Betriebe tagtäglich. Die Rede ist vom Fachkräftemangel. Für mich ist der Fachkräftemangel der strategische Engpass der Zukunft. Es wird soweit kommen – wodurch heute bereits der eine oder andere Betrieb betroffen ist – dass für die hohe Kundennachfrage nicht die benötigte Anzahl an Mitarbeitern vorhanden ist, um die Produkte zu verkaufen, zu produzieren bzw. zu montieren.**



Foto: Leinen

*Armin Leinen, Experte für Kundenbegeisterung und Mitarbeitermotivation, gibt seine langjährigen praktischen Erfahrungen in Impulsvorträgen an Handwerksbetriebe weiter.*

Die schlechte Nachricht vorab: Wir erleben derzeit nur die Spitze des Eisbergs, der Fachkräftemangel wird noch viel schlimmer, weil die älteren Fachkräfte in den nächsten Jahren in Rente gehen und von unten viel weniger Menschen folgen. Und von den jungen Menschen gehen viele studieren, anstatt sich im Handwerk zu etablieren. Die gute Nachricht: Man kann den Fachkräftemangel dennoch umgehen, dies verlangt aber einiges an Umdenken.

## Personal ist Chefsache

Zunächst: Fachkräfte zu finden ist absolute Chefsache! Dieses Thema kann man nicht delegieren. Arbeiten am Unternehmen ist die Kernaufgabe eines jeden Unternehmers. Gemeint ist damit, die strategische Ausrichtung des Unternehmens aktiv zu gestalten. Dazu zählen insbesondere die Anzahl und Qualifikation der Mitarbeiter.

Mal ehrlich, wann und wo haben Sie persönlich zuletzt aktiv um neue Mitarbeiter geworben? Viel zu viele werden sagen „gar nicht“

und geben dem Fachkräftemangel an sich die Schuld, ohne Lösungen zu haben. Allein auf Anzeigen in der Tageszeitung zu setzen, ist zu wenig. Außer Sie schalten eine Anzeige wie kürzlich erst erfolgt „Ich bin der schlechteste Chef, suche die schlechtesten Mitarbeiter bei schlechtestem Lohn“. Diese hat für sehr große Aufmerksamkeit und damit Bewerbungen gesorgt und ist bei vielen cool rübergekommen nach dem Motto, das muss ja ein cooles Unternehmen/cooler Chef sein, der sich sowas traut.

## Mit offenen Augen und Ohren

Einige Betriebe setzen derzeit auf Abwerben, das ist so ziemlich das Einfallsloseste, was man machen kann. Denn dabei verlieren letztendlich alle Betriebe, während die Bewerber weiter gestärkt werden. Man darf sich nicht wundern, wenn die Betriebe gegeneinander ausgespielt werden. Social Media, YouTube-Videos, Mitarbeiter- und Kundenempfehlungen und vor allem Augen und Ohren auf bei seinen eigenen persönlichen Einkäufen oder wenn Betriebe in der Region in Schieflage geraten oder Mitarbeiter in diesen Betrieben nicht weiterkommen, sind nur einige mögliche Maßnahmen, um die sich ein Chef persönlich aktiv kümmern kann und muss.

## Das beste Konzept entscheidet

Vom Fachkräftemangel sind auch die Mitbewerber betroffen. Das heißt, dass derjenige Betrieb gewinnt, der die besten Konzepte für neue Mitarbeiter hat. Ist man mit einem Bewerber in Kontakt, so muss schnell eine Entscheidung gefällt werden. Auch die Einarbeitung muss sehr kompakt und effektiv sein, damit er schnell produktiv arbeiten kann. Mittlerweile müssen sich Betriebe um die Gunst der Bewerber kümmern. Und dazu muss man Anreize schaffen und einen Sinn geben. Dies schafft man insbesondere, indem man sich Zeit für das Gespräch mit dem Bewerber lässt, ihn zusammen mit dessen Lebenspartner einlädt, ihm die Unternehmensgeschichte und die Philosophie eingehend erläutert. Der Bewerber muss schlichtweg das Gefühl haben, in diesem Betrieb ist es anders und besser. Auch der Kunde kauft nur, wenn er mehr Vertrauen in den Betrieb und

die für ihn verantwortlichen Menschen hat als in den Konkurrenzbetrieb.

## Als Marke positionieren

Stellen Sie sich doch mal die Frage, warum ein Bewerber gerade zu Ihnen kommen soll. Entscheidend ist also die eigene Marke als Arbeitgeber. In ein 08/15-Unternehmen wechselt man eben nicht gerne, da müssen schon besondere Dinge geboten werden. Der Lohn ist es übrigens nicht alleine. Wichtig sind Respekt, Teamgeist, die Möglichkeit der Weiterentwicklung und die Anerkennung von Leistungen. Die Marke bilden die derzeitigen Mitarbeiter. Entscheidend ist, ob sie sich negativ oder positiv über den eigenen Betrieb äußern. Denn deren Aussagen hören auch andere Menschen und warum sollte jemand zu einem Unternehmen wechseln, das nichts Besonderes bietet bzw. in dem es scheinbar nur Probleme gibt.

## Mitarbeiter als Markenbotschafter

Bevor man sich als Betrieb also um immer neue Mitarbeiter kümmert, müssen zunächst die eigenen Mitarbeiter zum Unternehmen durch Respekt, Teamgeist, Weiterentwicklung und Anerkennung gebunden werden. Dadurch werden sie automatisch zu Markenbotschaftern, indem sie von den positiven Dingen im Betrieb am Stammtisch bzw. ihrer Freizeit berichten und den eigenen Betrieb als Arbeitgeber weiterempfehlen. Mitarbeitern muss aber klar sein, dass Sie durch ihr Verhalten und ihre Aussagen im Außenkontakt sich gleichzeitig ihre künftigen Arbeitskollegen selbst raussuchen.

## Ideen von Mitarbeitern einholen

Zum Abschluss noch ein Tipp: laden Sie Ihre Mitarbeiter doch mal zu einer Besprechung ein und stellen sie denen genau diese beiden Fragen, „Warum lohnt es sich, bei uns zu arbeiten?“ und „Was könnte Menschen abhalten, sich bei uns zu bewerben?“. Seien Sie dabei unbedingt offen für Positives und für Kritik und wissen Sie nicht gleich alles besser. Fassen Sie die wichtigsten Dinge zusammen und erarbeiten Sie zusammen mit Ihren Mitarbeitern einen Plan, wie der Betrieb genügend Fachkräfte findet. Sie werden erstaunt sein, welche neuen und guten Ideen dabei rauskommen. Machen Sie die Fachkräftesuche zur Chefsache! ■

[www.arminleinen.com](http://www.arminleinen.com)