



Auf Arbeitsmärkten mit großem Stellenüberhang sind es die Arbeitnehmer, die die Wahlmöglichkeiten in der Hand halten. Und sie suchen sich die Jobs auch danach aus, ob sie zu ihrer persönlichen Lebensplanung passen. Shutterstock

Vollbeschäftigung: So finden Sie trotzdem die richtigen Mitarbeiter

RATGEBER: Worauf Unternehmen heute achten müssen und welche Kriterien entscheidend sind



von Hannes Mair,
Personalberater

Auch in Südtirol hat sich mittlerweile ein Wandel vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt vollzogen. Dennoch gibt es immer noch Unternehmen, die dies nicht so richtig wahrhaben wollen. Sie sind nach wie vor der Meinung, dass ihre „Bereitschaft“, einen Job zu vergeben, ausreichen würde, um Mitarbeiter zu gewinnen. Ganz das Gegenteil ist der Fall. Heute sind es meistens die Arbeitgeber, die sich bei den Arbeitnehmern bewerben müssen.

Unternehmen erwarten sich von ihren Kandidaten, dass sie sich auf das Vorstellungsgespräch gut vorbereiten: sich im Vorfeld detailliert informieren und neben einem professionellen Lebenslauf, Zeugnisse, Bescheinigungen, Referenzen oder andere Informationen zur Verfügung stellen. Dabei treten die Arbeitgeber aber selber bei denjenigen, bei

denen sie sich bewerben, nicht annähernd so professionell auf, wie sie es von ihren Bewerbern erwarten.

Und das hat in Wirklichkeit einschneidende Auswirkungen auf die Personalpolitik der Unternehmen. Je stärker die Nachfrage, umso höher steigt der Preis.

In einer „Boomregion“ wie Südtirol, ist damit längst nicht mehr nur die Vergütung gemeint. Auf Arbeitsmärkten mit großem Stellenüberhang sind es nämlich die Arbeitnehmer, die die Wahlmöglichkeiten in der Hand halten. Und diese entscheiden immer mehr nach ihren eigenen Kriterien: Wer bietet mir das Paket, das perfekt zu meiner persönlichen Lebensplanung passt?

Nichts versprechen, was man nicht halten kann

Für Unternehmen, die jahrzehntelang gewohnt waren, in einer Vergabeposition zu sein, bedeutet dies eine gewaltige Herausforderung. Und alle Zugeständnisse, die man im Kampf um die besten Talente macht, wirken sich direkt auf die bestehende Unternehmenskultur aus.

In diesem Zusammenhang wird immer öfter von „Employer Branding“ gesprochen. Dabei werden Spezialisten beauftragt,

aus dem Unternehmen einen attraktiven Arbeitgeber zu machen.

Aber aufgepasst: Dabei geht es nicht darum, die Unternehmenskultur in einem etwas besseren Licht erscheinen zu lassen, um auf die Schnelle den einen oder anderen Kandidaten zu ködern. Das kann nämlich mächtig in die Hose gehen. Denn bestimmte Informationen machen schneller die Runde, als man vermuten möchte. Es lohnt sich also nicht, Kandidaten etwas zu versprechen, was man nicht halten kann. Die Gesamtkosten eines Rekrutierungsprozesses sind einfach zu hoch, als dass sich das Risiko lohnen würde, den Kandidaten bzw. neuen Mitarbeiter aufgrund falscher Versprechungen nach kurzer Zeit wieder zu verlieren.

Was macht eigentlich eine „gute Unternehmenskultur“ aus?

Obwohl es zwischen den einzelnen Branchen oft auch bedeutende Unterschiede gibt, kann man dennoch behaupten, dass sowohl Respekt als auch Wertschätzung der Führungsmannschaft, deren Fähigkeit zur Selbstkritik aber auch eine entsprechende Kultur des gegenseitigen Vertrauens eine wichtige Basis dafür bilden, Mitarbeiter des Unternehmens auf gemeinsame Unternehmensziele einzu-

schwören.

Das kann aber nur mit ganz gezielten Investitionen im Personalbereich gelingen. Wer immer noch der Meinung ist, genau in diesem Bereich sparen zu können oder zu müssen, der trifft eine grobe Fehleinschätzung. Leider werden noch in zu vielen auch Südtiroler Unternehmen die Personalverantwortlichen zu stark als Verwalter und zu wenig als strategische und kreative Gestalter wahrgenommen. Für diese strategisch außerordentlich wichtige Tätigkeit, bedarf es aber der besten Köpfe im Unternehmen.

Im Digitalzeitalter muss man sich zudem auf neue Arten der Kommunikation mit seinem Kunden einstellen. Zudem sollte man sich damit abfinden, dass eine Kontrolle über bestimmte Zielgruppen, mehr und mehr verloren geht. Eine authentische, lineare und aussagekräftige Kommunikation wird aber auch in Zukunft seine Wichtigkeit beibehalten. Potenzielle Kandidaten wollen ein möglichst klares Bild über Visionen und Werte des Unternehmens, ihre neuen Kollegen oder aber Aufgaben gewinnen.

Wer als Arbeitgeber kein klares Profil hat, der darf sich auch keine Kandidaten mit Profil erwarten.