

tempus. GmbH

## Zukunfts-Kongress Personal für den Mittelstand am 14.11. in Stuttgart

Ostwürttemberg | 05.10.2016



Prof. Dr. Jörg Knoblauch. Foto: tempus. GmbH

**Giengen/Stuttgart: „Die besten Mitarbeiter entscheiden über den Unternehmenserfolg“, sagt Personal-Berater Jörg Knoblauch. Doch wie finden und binden, wenn IHKs und Branchenverbände unisono über Fachkräftemangel klagen. Antworten geben Praktiker auf dem Zukunfts-Kongress Personal.**

Der Geschäftsführer der Giengener tempus. GmbH findet, mittelständische Unternehmen benötigen A-Mitarbeiter. Und zwar jede Menge davon. Denn sie sind Mutmacher, die überdurchschnittlich engagiert und erfolgreich sind. Sie übertreffen die gesteckten Ziele. Und sie schießen für ihre Chefs die entscheidenden Tore. Deshalb behauptet der schwäbische Unternehmer-Berater, dass das Einstellen herausragender Mitarbeiter die wichtigste Aufgabe von Chefs ist.

Doch was in der Theorie so simpel klingt, scheint an den aktuellen Begebenheiten zu scheitern. So sagt der Präsident der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK), dass zwei Fünftel der Unternehmen bei der jüngsten Konjunkturumfrage den Fachkräftemangel als Geschäftsrisiko bezeichnen. Zudem gäbe es noch mehr als 40.000 offene Lehrstellen, so Eric Schweitzer. Das betreffe vor allem die KMUs.

„Der Markt hat sich gedreht“, so Knoblauch – je nach Branche und Region bereits seit vielen Jahren. Allein Arbeit zu geben, reiche längst nicht mehr aus, um alle Stellen zu besetzen. Firmen müssen sich profilieren, um die besten Mitarbeiter

zu gewinnen. So ist Oberkochen landschaftlich wunderschön auf der Ostalb gelegen, aber nicht gerade die Region, in die Ingenieure und IT-Spezialisten mit ihren Familien streben. Trotzdem gelingt es Carl Zeiss, kontinuierlich Mitarbeiter zu gewinnen, weil sich das Unternehmen beispielsweise individuell um interessierte Studenten kümmert, indem es sie etwa zu Events über Fachthemen einlädt. Oder: Mitarbeiter diskutieren auf speziellen Internet-Plattformen über Probleme und Lösungen mit, um Kontakte zu potenziellen Mitarbeitern zu knüpfen, erzählt HR-Direktorin Miriam Eichler. Und schließlich werden den Partnern der Bewerber die Schokoladenseiten der Region gezeigt.

Nun ist Carl Zeiss ein bekannter Name. Aber das Unternehmen sorgt durch seine Innovationen auch dafür, dass dies so bleibt. Doch welcher Uniabsolvent kennt Easysoft? Der IT-Dienstleister hat sich auf Software für Seminarorganisation und Personalentwicklung spezialisiert. Die drei Geschäftsführer punkten bei Bewerbern unter anderem mit Work-Life-Blend. Im Metzinger Neubau ist eine Kletterwand über vier Stockwerke eingebaut. Tischkicker und Slackline verstehen sich von selbst. Es gibt einen Raum für Power-Napping und auf der Dachterrasse haben die 60 Mitarbeiter bereits den ein oder anderen Erfolg gefeiert.

„Um kreativ zu arbeiten, benötigen die Mitarbeiter einen klaren Kopf“, sagt Easysoft-Chef Andreas Nau, „den holt man sich schneller durch Bewegung, Spaß und Erholung statt weiter verkrampt auf den Bildschirm zu stieren.“ Damit gewinnt das Unternehmen nicht nur Arbeitgeber-Preise, sondern vor allem jährlich etwa 15 neue Mitarbeiter. Und das in einer Branche, von der der Branchenverband Bitcom sagt, dass 43.000 Spezialisten fehlen.

„Das Problem ist hausgemacht“, findet Markus Härlin. Vor die Wahl gestellt, sich zwischen einer renommierten, aber doch schwerfälligen Branchengröße oder einem modernen, flachorganisierten Unternehmen zu entscheiden, gehen speziell die jungen IT-Spezialisten in vier von fünf Fällen lieber zu hippen Unternehmen, denen die Zukunft zu gehören scheint, so der Hays-Bereichsleiter. Denn die alten Platzhirsche hängen nicht nur am kleingebundenen Krawattenknoten, sondern auch an ihrem drögen und schwerfälligen Image. Entsprechend schwierig ist es für sie, gute Mitarbeiter zu gewinnen.

Härlin schätzt, dass bestenfalls ein Viertel deutscher Unternehmen das Thema Employer Branding aktiv und ideenreich angeht. Ihm gefallen Lösungen wie von Zeiss Jena oder Easysoft. Denn: Unternehmen müssten sich den Bewerbern anpassen. Beispielsweise habe Berlin eine florierende Startup-Szene, die besonders erfolgreich bei 3D-Themen sei. Unternehmen wie die Deutsche Bahn benötigen dieses Know-how, um etwa Rüstzeiten zu reduzieren. Also bleibt Konzernen nichts anderes übrig, als derartige Startups zu unterstützen, denn in derartigen Unternehmensstrukturen arbeiten wollen die Gründer keinesfalls.

**Info:**

Um die besten Mitarbeiter geht es beim Zukunfts-Kongress Personal am Montag, 14. November, in der Stuttgarter Filharmonie. Experten und Praktiker aus dem Mittelstand berichten, wie sie ihre Spitzenarbeiter finden und im Unternehmen halten.

V.i.S.d.P.: [tempus. GmbH](#)