

Arbeitskräftemarketing ist ein immer wichtigerer Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Denn der Fachkräftemarkt ist jetzt schon stark umkämpft, daher wird es immer wichtiger, sich von anderen Unternehmen abzuheben. Und in den kommenden 10 Jahren wird sich die Situation noch massiv verschärfen, wenn die Boomer-Generation pensioniert wird und nur 80% Junge in die Arbeitswelt eintreten werden. Es fehlen also demnächst 20% Arbeitskräfte. Jede 5. Stelle kann nicht besetzt werden.

Ja, künstliche Intelligenz und Prozesse können etwas davon auffangen. Aber ChatGPT wird in den kommenden Jahren z.B. noch kein Haus bauen können. Wenn Sie ein Unternehmen sind, das qualifizierte Arbeitskräfte gewinnen möchte, sollten Sie sich jetzt mit den Erkenntnissen des Fachkräftemarketings vertraut machen und diese unbedingt in Ihre Strategie einbeziehen. Stellen Sie sich die Frage, was unterscheidet uns von den Mitbewerbern, warum soll sich jemand für unser Unternehmen interessieren?

Das Unternehmenswachstum wird in Zukunft vom Fachkräftemarkt diktiert.

Interessanterweise ist das aber noch nicht bei allen Führungsetagen angekommen. Sie sehen das immer noch als ein Problem der Personalabteilung. Aber wie sieht die Mitarbeitersuche aus, wenn wir sie von der Seite der Geschäftsentwicklung betrachten? Ein realistisches Rechenbeispiel: Ein KMU macht jetzt 15 Mio Umsatz und beschäftigt 90 Mitarbeiter. Es will in 10 Jahren 23 Mio, also etwa 50% mehr Umsatz machen. Mit mehr Effizienz braucht es dazu «nur» 30 Mitarbeiter mehr. ABER – es wird nicht 30 Mitarbeiter finden müssen, sondern mit Pensionierungen, (tiefer) Fluktuation von 10 % werden es mindestens das Vierfache sein, also 120 neue Mitarbeiter. Wird das der Markt mit den herkömmlichen Rekrutierungsmitteln und Wegen hergeben? Was macht die Konkurrenz, wollen die nicht auch wachsen? Wie hoch werden die Kosten, wenn es zu Fehlbesetzungen kommt oder Schlüsselstellen nicht besetzt werden können?

Mitarbeiter sind ein Kostenfaktor?

Kann man so sehen. Aber keine Mitarbeiter zu finden, ist ein lebensbedrohlicher Risikofaktor für KMU. Und solange das HR beim CFO angesiedelt ist, bleibt auch die Einstellung, dass Personal vor allem Geld kostet. Aber in Zukunft sind Mitarbeiter kein Kostenproblem mehr, sondern als Human Capital eine wertvolle Kapital-«Anlage». Denn wer seine MitarbeiterInnen wirklich als das ansieht, was sie sind, nämlich die Zukunftssicherung eines Unternehmens, versteht den Wert



seiner Belegschaft. Und wird alles unternehmen, um sein Kapital zu schützen. Die meisten Firmen haben eine gute bis sehr gute Auftragslage. Das Problem ist zukünftig, diese Aufträge auch ausführen zu können. Darum versteht ein verantwortungsvoller CEO, dass er seine Ziele nur erreicht, wenn er es schafft, die besten Mitarbeiter zur Umsetzung zu finden und zu binden. Und dabei es ist wie bei den Kunden. Es ist ein Vielfaches teurer, neue Kunden zu gewinnen, als bestehende Kunden zu pflegen. Viele Firmen wissen alles über ihre Kunden. Aber wissen sie auch so viel über ihre MitarbeiterInnen?

Wie gross ist der Interessentenpool in Ihrem Unternehmen?

Wie sieht Ihr Talent Relationship Management aus? Vom Marketing und Verkauf wissen Sie, dass Entscheidungen, die einen grösseren Einfluss auf unser Leben haben, eine längere Vorbereitungsphase und mehrere Impulse benötigen. Warum sollte das bei Fachkräften bei deren Entscheidung zur beruflichen Veränderung anders sein? Erhebungen sprechen von 50 bis 80% veränderungsoffenen MitarbeiterInnen, von denen allerdings nur ein kleiner Teil proaktiv nach einem neuen Arbeitsplatz sucht. Was wäre, wenn von diesen zigtausenden Talenten nur ein paar erfahren würden, was Ihr Unternehmen alles für Ihre Teams macht?

Mitarbeitermarketing das «nur» darauf abzielt, qualifizierte Bewerber zugewinnen, greift viel zu kurz.

Das geht vorne rein und hinten mit grosser Enttäuschung (auf allen Seiten) wieder raus. Ausser Spesen nichts gewesen. Man muss bei der Kultur ansetzen, um Beziehungen aufzubauen. Unsere Erfahrung zeigt, wer als Unternehmen und als Vorgesetzte mit Werten und Vorbild führt und sein Team an der Entwicklung einer gemeinsa-

men starken Arbeitgebermarke teilhaben lässt, wird nicht nur Zeit und Kosten für die Einstellung neuer Mitarbeiter reduzieren, sondern Markbotschafter im Team gewinnen, die tausendmal anziehender wirken als jeder Headhunter und jede Kampagne! Zur tieferen Fluktuation kommt ein tiefer Krankenstand und motivierte MitarbeiterInnen, die mehr als nur ihre Arbeitszeit ins Unternehmen einbringen. Es sind nicht die Prozesse, die die Marktstärke eines Unternehmens verändern, sondern die engagierten Menschen darin.

Zukunftsforscher prognostizieren, dass nur noch 40-60% der Mitarbeiter dauernd festangestellt sein werden.

Das heisst, 4 von 10 Stellen werden projektspezifisch besetzt und diese Mitarbeiter nur auf Zeit Teil des Teams sein. Wenn die Kultur in Ihrem Unternehmen passt, dann kommen sie wieder, sonst wandern sie für immer ab. Diese 40% sind dauernd im Visier von Headhunter und sieht ihr projektbezogenes Engagement positiv und abwechslungsreich. Und deren Gehalt wird über Angebot und Nachfrage definiert...

Wenn es auf dem bisherigen Weg mit der Fachkräftegewinnung eher harzt, dann wäre doch ein neuer Ansatz ganz sinnvoll?

Darum haben wir ValueBoarding® entwickelt. Damit helfen wir unseren Kunden, eine starke, wertebasierte Arbeitgebermarke aufzubauen. Das fördert die Loyalität, zieht Top-Talente an und schafft langfristig eine täglich gelebte positive Unternehmenskultur, die das Engagement der Mitarbeiter fördert. Warum es sich lohnt, mit uns zusammenzuarbeiten? Weil wir als Profis Ihr Unternehmen von aussen wie potenzielle Fachkräfte beurteilen. Wir sind unvoreingenommen, können auf allen Stufen wirken und bringen die notwendigen Fachkenntnisse mit. Zudem können wir Aufgaben übernehmen, die zwar von den Unternehmen als wichtig erkannt wurden, aber im Tagesgeschäft aus Kapazitätsgründen dann doch nach hinten verschoben werden.

Wollen wir gemeinsam besprechen, wie Sie Ihr Unternehmen zukunftssicher machen?

Bernhard Seiffert · www.valueboarding.ch


NOSUF

OSTSCHWEIZER
UNTERNEHMERFORUM