

Netter Chef gesucht

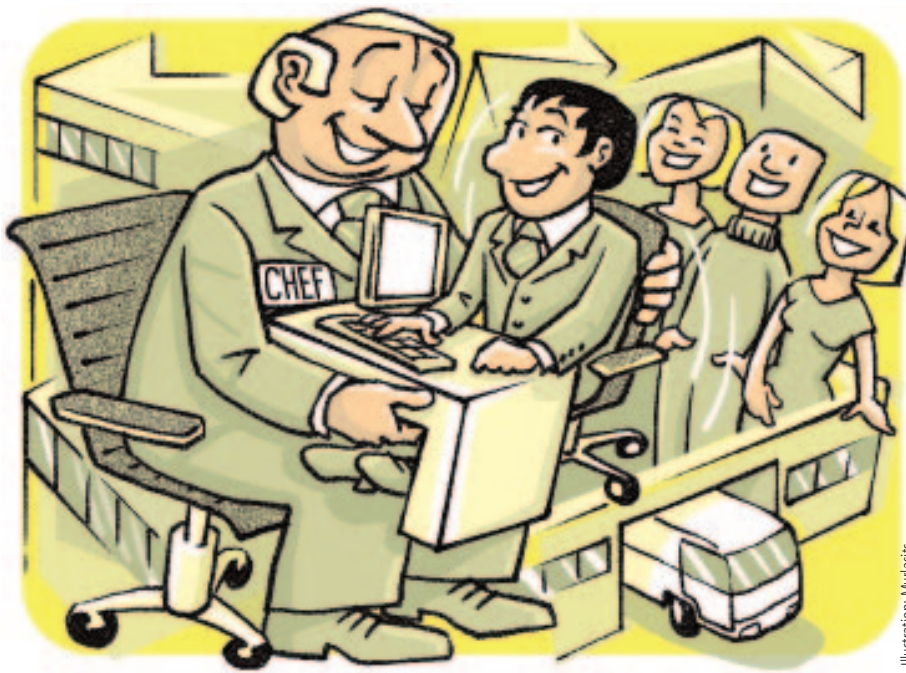


Illustration: Muriäsis

Wenn die geburtenschwachen Jahrgänge greifen, werden Arbeitskräfte knapp – zumindest qualifizierte. Wie Sie als KMU trotzdem die besten Mitarbeiter kriegen können.

VON MAG. FRIEDRICH RUHM

► **R**und 200 Bewerbungen für einen schlecht bezahlten Anfangsjob – die meisten Arbeitgeber wöhnen sich im Paradies und können auf dem Arbeitsmarkt aus dem Vollen schöpfen. Soll der gesuchte Mitarbeiter aber eine bestimmte Qualifikation besitzen, wird das Angebot auch heute schon deutlich dünner. Das wird sich durch die – eben nicht – nachdrängenden geburtenschwachen Jahrgänge noch verstärken. Vor allem kleinere und mittlere Unternehmen, die nicht mit einem großen Namen glänzen können, müssen sich anstrengen, um auf dem Arbeitsmarkt Chancen auf Topleute zu haben. Was Mitarbeiter so wünschen, weiß Dr. Walter Emberger von der Salzburger Emberger + Partner Managementberatung aus drei Gründen: Erstens hat er an den Fachhochschulen in Salzburg und Erding bei München unmittelbar mit dem Nachwuchs zu tun,

zweitens berät er Firmen unter anderem im Bereich Strategieentwicklung und drittens ist er im Rahmen der Studie „Employer of Choice – Attraktive Arbeitgeber“ genau dieser Frage nachgegangen. Bei der Befragung von 1.320 Berufskandidaten stellte sich heraus, dass KMUs durchaus gute Chancen auf gute Mitarbeiter haben. Denn auch wenn die meisten Befragten in einem Konzern arbeiten wollen, bei der präferierten Größe der Firma liegen mit elf bis 250 Mitarbeitern KMUs eindeutig vorne. Und am allerwichtigsten ist ohnehin das Arbeitsklima.

In der Schule für sich Werbung machen

Wie aber kommuniziert man Jobkandidaten, dass man ein gutes Arbeitsklima zu bieten hat? „Die Investition in ein gutes Betriebsklima spricht sich durch Mundpropaganda schnell und wirksam herum“, rät Emberger, „vor allem innerhalb der Branche.“ An zweiter Stelle in der Hitparade der ge-

suchten Eigenschaften eines Arbeitgebers liegt der Verdienst. Um hier gegen Konzerne zu punkten, sollten KMUs auf langfristige Perspektiven setzen. Emberger: „Die meisten Bewerber schauen nur auf das Einstiegsgehalt, weil nur das kommuniziert wird.“ Auf Platz drei folgt abwechslungsreiche Aufgabenstellung, die bei „High Potentials“ sogar ganz vorne liegt. Emberger: „Das sind die Top vier Prozent. Auf die stürzen sich alle Firmen.“ Um hier gegen große Namen eine Chance zu haben, müssen KMUs versuchen, sich bekannter zu machen. Emberger: „Dazu braucht es keine Plakatwerbung. Das geht auch über Praktika in den Schulen, über Diplomarbeiten oder auf Jobmessen. Das kann ein KMU genauso wie ein Konzern.“ So beurteilen laut Studie Schüler und Studenten mit Ferialpraxiserfahrung Arbeitgeber wesentlich anders als solche ohne. Emberger: „Wichtig ist dabei, dass sie bei den Praktika gefordert und nicht geschont wurden.“

Wir sind nicht groß, aber . . .

Von der Beurteilung hängt auch die Sympathie des Unternehmens ab – diese wird geprägt von der Außenwirkung und ihren Repräsentanten. Bei der Entscheidung für einen Job wollen junge Mitarbeiter vor allem den direkten Vorgesetzten kennen und im Team arbeiten. Schließlich findet sich auf Platz fünf der Arbeitgeber-Hitparade der Wunsch, Ideen umsetzen zu können und möglichst schnell Verantwortung zu übernehmen. Dabei sind kleinere Unternehmen mit ihren flacheren Hierarchien und kürzeren Entscheidungswegen eindeutig im Vorteil. Emberger rät KMUs daher vor allem zu mehr Selbstbewusstsein: „Sprechen Sie gegenüber Bewerbern direkt an, was diese an Bedenken haben könnten, beispielsweise: ‚Wir sind nicht groß, aber bei uns sind Sie näher am Kunden und an der Geschäftsführung . . . Sie erhalten rascher Verantwortung . . . Wir sind flexibler als Große . . .‘“

Und man sollte nicht nur ans Rekrutieren neuer Mitarbeiter denken. Als attraktiver Arbeitgeber kann man auch die Fluktuation deutlich senken und damit erheblich Geld sparen.

