

FACHKRÄFTEMANGEL IN DEUTSCHLAND



Interview mit Martin Gaedt

Autor, Keynote Speaker, Unternehmer und
Gründer von Provotainment GmbH

? Wie verorten Sie den Fachkräftemangel: Mythos oder Realität?

Ich halte den Fachkräftemangel als Bedrohungsszenario eindeutig für einen Mythos, der von verschiedenen wirtschaftlichen und politischen Akteuren aufgebauscht wird, um eigene Interessen durchzusetzen. Klar: Jedem Unternehmen, das sich neu gründet oder wachsen will, mangelt es zunächst an Fachkräften. Klar ist auch: Der Wettbewerb um die Fachkräfte hat sich in den letzten Jahren verschärft. Gut so! Denn damit rücken die Mitarbeiter endlich stärker in das Zentrum des Interesses. Diese Situation ist für viele Verantwortliche sicher neu, bislang wurde der Wettbewerb ja vorrangig um Kunden geführt – wobei kein Unternehmen oder Unternehmensverband bis heute auf die krude Idee kam, vor einem drohenden Kundenmangel zu warnen. Tatsächlich zeigen sich die Unternehmen beim Ringen um die Kunden enorm professionell und kreativ. Genau diese Professionalität und Kreativität lassen sie aber bei der Gewinnung oder Bindung von Mitarbeitern bislang oft vermissen.

? Welchen Handlungsbedarf sehen Sie auf Seiten der Unternehmen, um dem Fachkräftemangel wirkungsvoll zu begegnen?

Zunächst halte ich es für wichtig, dass die Unternehmen bei der Rekrutierung über das Schalten von Stellenanzeigen oder das Posten von Stellen auf Job-Portalen hinausdenken – und sich stattdessen in die Situation und den Bedarf der potenziellen Bewerber hineinversetzen. Die meisten der gesuchten Fachkräfte befinden sich bereits in einer Anstellung. Wie wahrscheinlich ist es also, dass sie in diesem Moment gerade aktiv die Stellenanzeigen durchforsten? Wer vor diesem Hintergrund erwartet, dass die Bewerber Schlange stehen bzw. nur auf eine passende Stellenanzeige warten, ist naiv.

Bei der Kundenakquise belassen es die Unternehmen doch auch nicht beim Schalten von Annoncen. Stattdessen versuchen sie, auf vielfältige Weise auf sich aufmerksam zu machen und den Bedarf der Kunden zielgenau zu adressieren. Es gibt zahlreiche Beispiele, die belegen, dass sich mit etwas Kreativität Fachkräfte erfolgreich rekrutieren lassen.

FACHKRÄFTEMANGEL IN DEUTSCHLAND

Sicher: Kreative Ideen für die Rekrutierung der Fachkräfte fallen nicht vom Himmel. Ihre Erarbeitung setzt voraus, dass man sich zunächst eingängig mit den potenziellen Kandidaten beschäftigt – also, um im Vertriebsjargon zu bleiben, zunächst den Kundenmarkt bzw. die Zielgruppen gründlich analysiert. HR-Verantwortliche verwenden heute viel Zeit und Energie darauf, eingehende Bewerbungen zu analysieren. Aber wie viel wissen sie über die Kandidaten, die sich bislang nicht bei den Unternehmen bewerben? Viel zu oft nichts!

Auch die beste Idee wird nicht fruchten, wenn das Betriebsklima nicht stimmt. Unternehmen, bei denen sich die Mitarbeiter gut aufgehoben fühlen und sie mit Freude der Arbeit nachgehen, fällt es in der Regel deutlich einfacher, passende Bewerber zu finden. Die Mitarbeiter selbst tragen dies über Plattformen wie kununu nach außen.

Tatsächlich aber gibt es immer noch viele Personalverantwortliche, die von solchen Plattformen nichts wissen, ihren Score dort nicht kennen bzw. ihn schlicht ignorieren.

Mehr noch: Wer als Unternehmen qualifizierte Bewerbungen erhalten möchte, der sollte mit den Bewerbern – einschließlich denjenigen, die nicht zum Zug kommen – wertschätzend umgehen. Das beginnt mit einer verbindlichen Kommunikation und reicht bis zu einem qualifizierten Feedback oder einer Weiterempfehlung an möglicherweise besser passende Unternehmen. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Bewerber von diesen positiven Erfahrungen in ihren Netzwerken berichten, ist sehr hoch. Vor diesem Hintergrund frage ich mich auch, warum sich nicht mehr Unternehmen bei ihren Bewerbern mit einem Präsent bedanken, das idealerweise noch mit dem Unternehmen in Verbindung gebracht wird.

Eine erfolgreiche Rekrutierung startet zudem nicht erst in der Phase, in der die Kandidaten aktiv nach einem Job suchen. Wer als Unternehmen Handwerker sucht bzw. über zu wenig Azubis im Handwerk klagt, der sollte die Ausbildung des Handwerks mit modernen Schulungsmaterialien unterstützen – so wie dies heute Brillux im Malereigewerbe tut. Und wer Spezialisten sucht, der sollte Fachwissen für Studenten anbieten. Die Bildungseinrichtungen – ob Berufsschulen, Hochschulen oder Universitäten – nehmen eine solche Unterstützung gerne an. Übrigens: Es gibt in Deutschland mit „Jugend forscht“ einen landesweiten Talentwettbewerb, auf dem die Spezialisten von morgen präsent sind. Als Unternehmen, das permanent auf der Suche nach Talenten ist, würde ich mich unbedingt dafür interessieren. Schließlich sollte man bei der Suche nach Bewerbern mal über den Tellerrand schauen. Die künftigen Handwerk-Azubis trifft man nicht allein in den Schulen, sondern auch an den Hochschulen und Universitäten. Die Zahl der Studienabbrecher spricht für sich. So findet man künftige Fleischverkäufer nicht nur an Berufsschulen oder an den Fleischtheken der Wettbewerber, sondern etwa unter Köchen, die sich einen geregelten Arbeitsalltag wünschen. Das macht sich Edeka gerade zunutze. An anderer Stelle werden Uhrmacher bei Zahntechnikern fündig und, und, und. Lassen Sie mich kurz zusammenfassen: Anstatt den vermeintlichen Mangel an Fachkräften zu beklagen, sollten die für deren Rekrutierung Verantwortlichen besser damit beginnen, die eingefahrenen Pfade zu verlassen, sich selbst weiterzubilden und über den Tellerrand zu schauen. Das hierfür notwendige Wissen findet sich nicht in den Standardlehrbüchern, ist aber verfügbar. Man muss nur aktiv danach suchen (wollen).

FACHKRÄFTEMANGEL IN DEUTSCHLAND

? Wie sollten Bildung und Politik idealerweise auf den Fachkräftemangel und die damit verbundenen Herausforderungen reagieren?

Die Politik sollte sich nicht von den Schlagzeilen zur vermeintlichen Bedrohung durch Fachkräftemangel leiten lassen – und die Schlussfolgerungen eingängiger Studien hierzu kritisch hinterfragen. Der Fakt etwa, dass es weniger Bewerbungen auf eine Stelle gibt, deutet auf mehr Wettbewerb um die Fachkräfte, aber nicht zwingend auf einen existenziellen Mangel an Fachkräften hin.

Von der Bildung wünsche ich mir mehr Realitätsbezug – sowohl bei den Inhalten als auch bei der Vermittlung des Wissens. Videotutorials oder Webinare bieten neue Möglichkeiten, Wissen zu vermitteln und hierbei auch potenzielle Fachkräfte zu erreichen, denen das Lernen mit klassischer Fachliteratur schwerfällt.

Um den Talenten eine bessere Orientierung zu bieten, sollten wir zudem darüber nachdenken, wie sich Berufe und Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung besser darstellen lassen. Die meisten Berufe kennen wir nicht wirklich. Unsere Vorstellung weicht extrem vom Berufsalltag ab – auch weil Berufe sich permanent verändern. Deshalb sollten viel mehr Praktika angeboten und genutzt werden.

Das Interview führte Dr. Andreas Stiehler.



Alle Ergebnisse zu unserer Studie finden Sie hier.