

WIRTSCHAFTSRAUM

HANAU-KINZIGTAL

A portrait of a young man with light brown hair, a beard, and glasses, smiling. He is wearing a grey hoodie over a light blue t-shirt. The background is a server room with blue lighting and server racks.

Fachkräfte
im Vorteil



In der Wirtschaft geht es bekanntlich um Angebot und Nachfrage, um Nutzen, Bedürfnisse und Kosten. Wo würden Sie in diesen Zielkoordinaten Ihr Werben um mehr Reservisten aus der Wirtschaft verorten?

Sauer: Wir wollen mit unserer Umfrage (siehe Kasten) die Weiterbildungsbedarfe der Unternehmen abfragen. Nach der Auswertung wollen wir passende berufsbezogene Weiterbildungen anbieten, die nach Möglichkeit sogar zertifiziert sind. Wir wollen der Wirtschaft und den Arbeitnehmern einen echten Mehrwert bieten. Viele Fähigkeiten des Systems Bundeswehr sind den Unternehmen nicht bekannt – noch nicht. Um zwei Beispiele anzuführen: Die Bundeswehr ist nicht nur Deutschlands größter Klinikverbund, sondern auch die Airline Nr. 1. Übrigens bildet die Bundeswehr momentan in rund 250 Berufen aus. Dass staatsbürgerliche Selbstverständlichkeiten im Reservedienst nicht außen vor bleiben, bedarf dabei keiner detaillierten Erläuterung. Und wir sprechen durchaus über eine duale Weiterbildung.

Engel: Die Bundeswehr ist sehr komplex und breit aufgestellt. Wir brauchen Know-how aus allen Branchen – bis hin zum unternehmerischen Organisati-

onstalent. Gerade für Mittelständler im verarbeitenden Gewerbe bietet die Bundeswehr umfassende fachliche Ausbildungs- und Fortbildungsmöglichkeiten an, deren Kosten vollständig übernommen werden. Während der Freistellung werden Gehalt und Krankenversicherung übernommen. Berichtspflichtige Unternehmen können sich ihr Engagement nach Kriterium 18 des Deutschen Nachhaltigkeitskodex im GRI Reporting anrechnen lassen. Für die Reservisten ergeben sich weitergehende Möglichkeiten in der persönlichen Entwicklung und dem Erwerb karriererelevanter Fähigkeiten.

Ich möchte noch ein weiteres Feld kurz beleuchten: Wo sehen Sie im Zuge der Überwindung der Corona-Krise Potenzial für die Bundeswehr?

Engel: Die Infektionskrise hat verdeutlicht, wie eng die Träger von öffentlicher Verwaltung, Sicherheit und Gesundheitswesen zusammenarbeiten müssen. Dafür braucht es auch gesamtgesellschaftliche, personelle Reserven, um dies nachhaltig gewährleisten zu können. Auch für solche Einsätze benötigt die Bundeswehr deutlich mehr einsetzbare Reservisten, um in einem

Krisenfall ausreichend unterstützend tätig werden zu können.

Zurück zum Pilotprojekt: An wen können sich interessierte Unternehmen wenden?

Keimer: Geplant ist, dass das jeweilige zuständige Kreisverbindungskommando diese Aufgabe übernimmt. Noch ist nicht absehbar, ob wir dieser Aufgabe im aktuellen Zuschnitt, mithin nebenberuflich, gewachsen sein werden. Das ist ein Pilotprojekt, und wir stehen am Anfang eines Lernprozesses. Wir wollen die neuen Reservisten nach Möglichkeit da einsetzen, wo sie es wollen und wo es inhaltlich passt. Wichtig: Der Einsatz als Reservist bei der Bundeswehr ist und bleibt freiwillig.

Sauer: Gehen Sie davon aus, dass wir in den vor uns liegenden Monaten klar und strukturiert vorgehen werden. Bis wir die Umfrage zum Ende des Sommers ausgewertet haben, sollten sich interessierte Unternehmen an Hessen an Dr. Gunther Quidde wenden, Telefon 06181 9290-8111, E-Mail g.quidde@hanau.ihk.de. Der Hauptgeschäftsführer der IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern ist in den hessischen IHKs der erste Ansprechpartner rund um alle Sachverhalte zur Bundeswehr.

Kandidat gleich Kunde!

Der Talente-Magnet: Personalbeschaffer Markus Klimesch

Der Selbstversuch verlief ernüchternd. Zehn Bewerbungen geschrieben. 14 Tage gewartet. Anzahl der Rückmeldungen: null! „Setzen! Sechs!“, verteilt Markus Klimesch Schulnoten. Eine Überraschung ist für den 50-Jährigen das Resultat des Experiments jedoch nicht. Sein Urteil: Unternehmen investieren in die Pflege ihrer Kundschaft weitaus mehr Zeit und Engagement als in die Rekrutierung neuer Mitarbeiter. Die Diskrepanz sei enorm.

Sein Slogan ist eine einfache Gleichung: Kandidat = Kunde. „Wenn Firmen ihre Kandidaten genauso gut behandeln wie ihre Kunden, werden sie zum Talente-Magneten“, sagt Klimesch. Es handelt sich um einen einfachen Ansatz. In den Firmen sei das Basiswissen vorhanden, an der Umsetzung hapere es aber. Dann kommt der Personalbeschaffer ins Spiel. Niederlassungs- und Gebietsleiter, Disponent und im Projektmanagement zuständig für Rekrutierungsstrategien:

Zwei Jahrzehnte arbeitete der 50-Jährige für einen der weltweit größten Personaldienstleister. Seit 2018 ist der IHK-geprüfte Personalfachkaufmann selbstständig, berät und begleitet Firmen beim Beschaffungsprozess neuer Mitarbeiter – von der Analyse und Implementierung über die Beratung bei der Personalauswahl bis hin zur Gestaltung von Stellenanzeigen. Seine Dienstleistungen werden beispielsweise von der RKW Hessen GmbH bezuschusst. Klimesch

ist zudem Mitbegründer des I-p-U. Das Institut praxisorientierter Unternehmer (www.i-p-u.de), ein Zusammenschluss von Experten unterschiedlichster Fachgebiete, bietet eine ganze Palette an Seminaren für Führungskräfte an.

Der größte Fehler: Gehaltsvorstellungen

Der Fachkräftemangel ist groß. Und mit der Generation Z drängt ein anspruchsvolles Klientel auf den Arbeitsmarkt. „Unsere Generation wurde gelobt, wenn sie etwas Gutes getan hat. Die Generation Z will gelobt werden, weil sie da ist“, weist Klimesch auf die Veränderung hin. Der Leidensdruck der Firmen sei größer geworden, die Talentsuche eine „völlig neue Herausforderung“. Was tun? Für Klimesch beginnt das Dilemma schon bei der Stellenausschreibung. Online-Bewerbungssysteme seien oftmals zu kompliziert. „Die Interessenten brechen ab. Und wenn in einer Anzeige aussagekräftige Bewerbungsunterlagen gefordert werden, schreckt das selbst die Top-Performer ab.“ Ein kurzes Anschreiben, Lebenslauf und ein paar

Zeugnisse seien ausreichend, um einen Bewerber soweit beurteilen zu können, ob er als Kandidat infrage komme. Klimeschs Tipp: ein einfaches, schnelles Bewerbungsverfahren, eine sofortige Eingangsbestätigung und nach drei Tagen, bei Top-Jobs spätestens nach 14 Tagen, ein verbindliches Gespräch ausmachen – oder absagen.

Der größte Fehler einer Stellenausschreibung? Für den Experten für Personalrekrutierung eindeutig der Terminus „mit konkreten Gehaltsvorstellungen“. „Kein Bewerber möchte feilschen. Der Interessent steckt im Dilemma: Setze ich zu niedrig an, ärgere ich mich. Fordere ich zu viel, habe ich keine Chance“, sagt Klimesch.

Der Mensch, nicht die Firma

Wertschätzendes Verhalten, Verbindlichkeit, Transparenz und Vertrauen nennt Klimesch als Faktoren für ein offenes Einstellungsgespräch. „Es geht um den Menschen, nicht die Firma. Wenn der Chef 80 Prozent der Zeit nur über sein Unternehmen erzählt, läuft etwas falsch.“ Viele Arbeitgeber würden die Rekrutierung als zeitauf-

wändigen Kostenfaktor erachten, nicht als Chance, das Unternehmen voranzubringen. Am Ende bleibe oftmals auf beiden Seiten ein bitterer Geschmack – mit teils gravierenden Folgen, wenn das schlechte Management von Bewerbungen zu schlechten Bewertungen in den sozialen Medien führt.

In den Personalabteilungen sei es an der Zeit, das Schubladendenken zu beenden und die Scheuklappen abzusetzen. Veränderungen, selbst Krisen müssten als Chance verstanden werden: Corona wirbelt den Arbeitsmarkt durcheinander. Selbst Topkräfte stehen einem Jobwechsel offener gegenüber. Und der Virus-bedingte Lockdown spült viele Selbstständige zurück in das Angestelltendasein. Es gelte, die Potenziale abzurufen, Kampagnen zu führen, nur auf den ersten Blick ungewöhnliche Pfade zu gehen. „Die sozialen Medien sind ein gängiger Weg. Aber einer der besten Rekrutierungsprozesse führt über die eigenen Mitarbeiter. Und die Agentur für Arbeit ist immer noch die größte Jobbörse Deutschlands“, nennt Klimesch Beispiele. Die Jobbörse im Internet kostet Geld – warum nicht dem Angestellten eine Prämie für eine Vermittlung zahlen? Der örtliche Sportverein wird gesponsert, aber nicht als Quelle für Talente genutzt. Warum nicht ein Jobangebot bei den Bildungsträgern aushängen, wo man sich, so Klimesch, „den Apfel direkt vom Baum holen kann“?

Ob Corona oder Digitalisierung: Die Herausforderungen sind neu. Bestimmte Qualifikationen werden unverändert gesucht. Der Kampf um Fachkräfte setzt sich fort. Unternehmen müssen sich mit einem Label versehen, das es für Talente unwiderstehlich macht. Aber: „Ein Arbeitgeber muss sich nicht nur attraktiv darstellen, sondern auch attraktiv sein“, bilanziert der Talente-Magnet Markus Klimesch.



Bild: Topitsch

Der Talente-Magnet: Markus Klimesch gibt Hilfestellung bei der Suche nach Personal.

Jan Topitsch

Freier Journalist,
Hammersbach



www.markusklimesch.de