

Wissen

KMU und Arbeitgeberattraktivität

05. April 2023



In einem Betrieb mit wenigen Arbeitskräften hängt der Geschäftserfolg, mehr als bei Großbetrieben, von jedem einzelnen Arbeitnehmer ab. Für kleine Betriebe (z.B. die Medienagentur, der Handwerksbetrieb, die Steuerberatung usw.) ist es daher besonders wichtig, qualifizierte und motivierte Fachkräfte zu finden und zu binden. Der Arbeitsmarkt ist nahezu leergefegt, insbesondere im Handwerk. Die Fachkräfteherausforderung ist zu einem Dauerthema geworden. Während große Unternehmen Ressourcen und Kompetenzen für das Personalmarketing vorhalten und damit die **Arbeitgeberattraktivität** ausgestalten, fehlen derlei Aktivitäten in kleinen Unternehmen. Oftmals werden Webseiten und soziale Medien in Richtung Kunden werbewirksam ausgestaltet, doch wird es nicht für notwendig erachtet, sich parallel als potenzieller (attraktiver) Arbeitgeber zu positionieren oder die Personalsuche zu professionalisieren.

Womit können kleine Unternehmen beim Thema Arbeitgeber-Attraktivität trumpfen?

Es folgen Stärken, die viele Kleinunternehmen miteinander teilen. Diese Attribute können die Grundlage für weitere Anreize für das Finden und Binden guter Nachwuchs- und Fachkräfte sein:

Familiäres Betriebsklima: es herrscht ein guter Teamgeist und Zusammenhalt, man unterstützt sich, pflegt enge persönliche Beziehungen und feiert gerne zusammen.

Kooperativer Führungsstil: es besteht ein direkter Draht zum Entscheider, die Hierarchie ist flach, Entscheidungen werden schnell getroffen und der Führungsstil ist meist kooperativ. Informationen fließen schnell in beide Richtungen und die Mitarbeitenden sind eng eingebunden.

ROFFMANN

CONSULTING

Soziale Verantwortung: der Unternehmer sieht in seinem Handeln eine Lebensaufgabe, dementsprechend konsequent und nachhaltig ist sein Einsatz, auch wenn es um die Belange seiner Mitarbeitenden geht.

Eigenverantwortung: es kommt auf jeden Einzelnen an, dementsprechend hat der Einzelne auch meistens einen großen Entscheidungs- und Handlungsspielraum (Einflussmöglichkeiten), oftmals im direkten Kontakt zum Kunden.

Wertschätzung: der Einzelne wird ganzheitlich wahrgenommen, mit seinen Fähigkeiten und Ergebnisse aber auch als Mensch.

Agilität pur: Klein-Unternehmen verstehen es exzellent, sich flexibel auf die Anforderungen des Kunden einzustellen, dabei neue Wege zu gehen und neue Verfahren zu probieren.

Lokal verwurzelt: Klein-Unternehmen sind lokal stark verwurzelt, übernehmen lokale/regionale Verantwortung und engagieren sich sozial und gesellschaftlich in ihrem Umfeld.

Werte: der Wertekanon (Verlässlichkeit, Sicherheit, Fairness, Treue) ist eher traditionell ausgerichtet, was von vielen Beschäftigten generationenübergreifend honoriert wird.

Konjunktur: insbesondere Handwerksunternehmen profitieren von einer hohen Nachfrage. Das schafft Sicherheit und ermöglicht Handlungsspielräume im Personalmanagement sowie in der Weiterentwicklung der Mitarbeitenden.

Bei welchen Themen punkten die Kleinunternehmen weniger?

An dieser Stelle folgt nur eine schlagwortartige Auflistung ohne weitere Ausführung:

- Karriereperspektiven
- Entwicklungsmöglichkeiten
- Weiterbildungsmöglichkeiten
- Attraktive Vergütung und Sozialleistungen
- Internationalität

Wie kann das Thema der Attraktivität angegangen werden?

1. Es reicht oftmals, sich selbst klar zu werden, was die eigenen Stärken sind, für die man möglicherweise selbst betriebsblind ist, die das Unternehmen positiv vom Wettbewerb unterscheidet. Es gibt viele Anknüpfungspunkte, um das Thema der Arbeitgeberattraktivität im Unternehmen anzugehen. Folgende Fragen können Sie sich stellen:

- Warum arbeiten unsere Mitarbeiter gerne bei uns?
- Warum haben uns andere Mitarbeiter verlassen?
- Was sind unsere Stärken, was können wir bieten und was macht uns als Arbeitgeber besonders
- Welchen Nutzen bzw. welche Vorteile bieten wir bereits unseren Mitarbeitern?
- Wie wollen wir von außen bzw. vom Arbeitsmarkt gesehen werden?

Manchmal führt eine solche Analyse dazu, das eigene Betriebssystem zu verbessern oder einen Kulturwandel herbeizuführen.

ROFFMANN

CONSULTING

2. Diese Vorteile gilt es nach außen darzustellen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Instrumente dafür sind die Karriere-Webseite mit gut gemachten emotionalen Botschaften, O-Töne vom Unternehmer und den eigenen Mitarbeitenden, aussagekräftige Informationen zur Arbeitskultur und klare Stellenanzeigen mit einfachen Möglichkeiten zur Bewerbung oder Kontaktaufnahme. Letzteres eventuell in Verbindung mit einer Recruiting-Kampagne. Aber Vorsicht: nirgends wird so viel gelogen wie auf Karriereseiten. Es wird viel versprochen, aber nicht immer gehalten. Heben Sie nur das hervor, was tatsächlich existiert oder wahrgenommen wird.
3. Wenn Ihre Mitarbeiter zufrieden sind, dann sind das die besten Botschafter auf der Suche nach neuen Kollegen, ob im Familien- oder im Freundeskreis.

Fazit

Es reicht nicht nur gut zu sein, sondern es auch nach außen zu kommunizieren – Stärkung des Eigenmarketing. Es gibt viele Anknüpfungspunkte das Thema der Arbeitgeberattraktivität in den Kleinunternehmen anzugehen. Spätestens dann, wenn wieder Mitarbeiter gegangen sind, oder es schwer fällt, die Vakanz zu besetzen, sollte das Thema Arbeitgeberattraktivität ernsthaft angegangen werden.

Wie immer wünsche ich Ihnen viel Erfolg dabei.

Ihr Jörg Roffmann

Roffmann Consulting

Unternehmensentwicklung Mittelstand – Mensch & Organisation
www.roffmann-consulting.de