ANZEIGE

Die vergebliche Suche nach dem karierten Maiglöckchen

Personalgewinnung und -bindung auf dem angespannten Fachkräftemarkt

Die Anwerbung von geeigneten Fach- und Führungskräften ist für mittelständische Unternehmen ein wahrer Kraftakt. Die Fachkräfte sind in vielen Branchen rar gesät, der Wettbewerb um die besten Talente ist groß. Noch immer suchen viele Mittelständler die eine Persönlichkeit, die eins zu eins auf die ausgeschriebene Stelle passt und keine der geforderten Kompetenzen vermissen lässt. Dadurch bleiben wichtige Stellen häufig Monate, mitunter sogar Jahre unbesetzt. Für die Unternehmen ist das ein hoher Preis. Doch wie kommen Mittelständler an die so dringend benötigten Fach- und Führungskräfte?

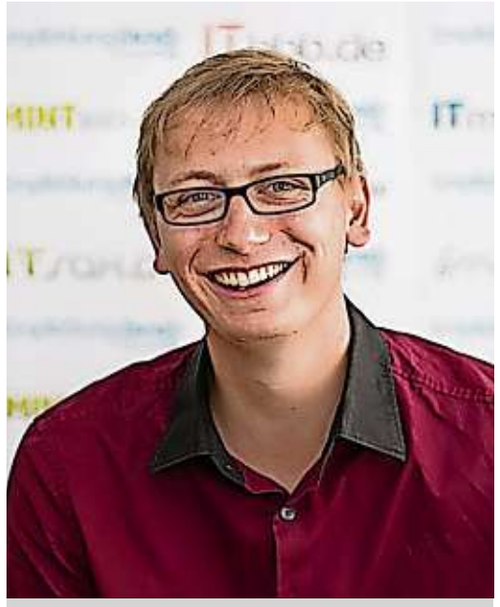
„Unternehmen steht heute eine Fülle verschiedenster Rekrutierungskanäle zur Verfügung. Von klassischen Stellenanzeigen auf Jobbörsen und in der Tageszeitung über die Beauftragung von Headhuntern bis hin zur aktiven Ansprache auf Social-Media-Kanälen oder modernen Formen wie dem Recruitainment. Sie müssen sich darüber im Klaren sein, wie sie ihre Zielgruppe am besten ansprechen können“, sagt Akos Toth. Er leitet das Community Management bei pludoni, einem Dresdner Unternehmen, das vielfältige Dienstleistungen im Personalwesen und Recruiting anbietet. Dabei berät er vor allem Mittelständler bei der Personalgewinnung und -bindung. „In meiner Arbeit stelle ich fest, dass sich die Mitarbeiterempfehlung zum wichtigsten Rekrutierungsmittel für Unternehmen entwickelt hat“, so Akos Toth.

Unternehmen steht heute eine Fülle verschiedenster Rekrutierungskanäle zur Verfügung. Von klassischen Stellenanzeigen auf Jobbörsen und in der Tageszeitung über die Beauftragung von Headhuntern bis hin zur aktiven Ansprache auf Social-Media-Kanälen oder modernen Formen wie dem Recruitainment.

Vor diesem Hintergrund hat pludoni den Empfehlungsbund entwickelt: Eine besondere Rekrutierungsplattform, der 369 überwiegend mittelständische Unternehmen aus ganz Deutschland angehören. Wenn ein Unternehmen aus dem Empfehlungsbund feststellt, dass ein Bewerber nicht geeignet ist, kann es ihn an ein anderes Unternehmen der Community weiterempfehlen. „Anstatt der hundertsten Standard-Absage bekommt der Bewerber ein wertschätzendes Empfehlungsschreiben mit dem Hinweis, auf der Plattform nach einer neuen Stelle zu suchen. Dort trifft er auf Unternehmen, von denen er möglicherweise nie etwas gehört hat. Viele Mittelständler gehören dem B2B-Umfeld an. Da ist die Bekanntheit auf dem Arbeitsmarkt recht bescheiden. Dem begegnen wir mit einer Solidargemeinschaft. Jedes Unternehmen in der Community macht auf die anderen aufmerksam und stärkt zeitgleich das eigene Image, da es positiv mit der Empfehlung verbunden wird“, berichtet Akos Toth.

Doch was ist, wenn der händeringend gesuchte Maschinenbauingenieur alles mitbringt, jedoch nicht in C# programmieren kann? „Berufsbilder wandeln sich bereits heute mit einer rasanten Geschwindigkeit. Die Personalrekrutierung vieler Mittelständler ist zudem nicht mehr zeitgemäß. Die Unternehmen müssen sich von der Suche nach dem karierten Maiglöckchen verabschieden“, sagt Akos Toth. Und weiter: „Wenn der Markt die gewünschte Expertise nicht hergibt, müssen Unternehmen selbst aus- und weiterbilden.“ Die Weiterbildung genießt als personalpolitisches Instrument der Fachkräftesicherung bei vielen Mittelständlern einen hohen Stellenwert. Aus Sicht des Personalexperten Akos Toth wird diese Bedeutung in Zukunft noch weiter wachsen. Heutzutage sei für Unternehmen nicht nur entscheidend, was ein Kandidat bereits kann, sondern dass er bereit ist, sich neues Spezialwissen gemeinsam mit dem Unternehmen anzueignen. „Wenn der Kandidat eine bestimmte Kompetenz nicht mitbringt, dann sollte ich ihm die Möglichkeit geben, diese in meinem Unternehmen zu schulen. In der Regel haben Bewerber daran auch Interesse. Unternehmen müssen lediglich die richtigen Weichen stellen“, so Akos Toth.

Weiterbildungsprogramme können mittelständische Unternehmen selten aus eigener Kraft stemmen. Dazu benötigt es die Unterstützung durch kompetente Partner und Einrichtungen, wie die Dresden International University (DIU) – die Weiterbildungsuniversität der TU Dresden. Deren vorrangig akademische Programme sind speziell auf die Bedürfnisse von Fach- und Führungskräften mittelständischer Unternehmen zugeschnitten. Die DIU gibt Orientierung in der neuen, dynamischen Arbeitswelt und vermittelt ein breites Portfolio an Expertenwissen – damit der Mittelstand nicht weiter vergeblich nach dem karierten Maiglöckchen sucht.



Info

Akos Toth leitet das Community Management beim Dresdner Personalberater und Softwarehersteller pludoni. Zum Unternehmen kam er 2010 durch die Empfehlung eines Mitarbeiters. Der damalige Student der Wirtschaftsinformatik begann als Software-Entwickler und unterstützte pludoni bei der Entwicklung zahlreicher Portale wie ITsax.de, dem HR-Analyse-Service Canaleo oder dem IT-Gehaltsbenchmark Jobwert.info. 2013 wechselte Akos Toth ins Community Management des Unternehmens, das er seit 2016 leitet. Seit 2019 steht er zusammen mit seinem Kollegen Prof. Jörg Klukas dem Arbeitskreis „Personalgewinnung und -bindung“ des Branchenverbandes Silicon Saxony vor.

ANZEIGE

(DIU) – Weiterbildungsuniversität der TU Dresden

„Wir sehen uns selbst als Mittelständler“

Sein gesamtes Berufsleben über begleitet Prof. Dr. Joachim Niemeier (64) mittelständische Unternehmen bei der Einführung digitaler Strategien und moderner Formen der Zusammenarbeit. Seit Anfang des Jahres ist er zweiter Geschäftsführer der Dresden International University (DIU) und weiß aus eigener Erfahrung: Die Ressource Weiterbildung ist entscheidend für die Zukunft des Mittelstandes. Im Interview spricht er über die aktuellen Herausforderungen mittelständischer Unternehmen und die Auswirkungen auf das Angebot der DIU.

Professor Niemeier, Sie haben in Ihrer beruflichen Laufbahn viel Erfahrung mit der Führung von mittelständischen Unternehmen gesammelt. Welche sind die größten Herausforderungen, die Mittelständler angehen müssen, um erfolgreich zu bleiben?
Mittelständische Unternehmen konnten häufig deshalb über Jahre erfolgreich wachsen, weil es Führungskräfte gab, die sich sehr gut im technischen Bereich auskennen und das Unternehmen vorangebracht haben. Im Laufe der Zeit haben diese Unternehmen jedoch festgestellt, dass es zudem mehr und mehr auf Managementkompetenzen ankommt. In dieser Hinsicht besteht ein enormer Qualifizierungsbedarf.
Außerdem muss heute jedes Unternehmen seine Ableitungen aus der Diskussion über die Transformation der Arbeitswelt durch die Digitalisierung ziehen. Die Mittelständler werden nicht umhinkommen, sich darauf einzulassen und sowohl auf Führungs- als auch auf Mitarbeiterebene Kompetenzen für neue Arbeitsweisen auszubilden. Dann ist da noch der rasche technologische Fortschritt, der immer neue Berufsbilder hervorbringt. Früher haben die Mitarbeiter etwas gelernt oder studiert, das als Berufsqualifizierung ein Leben lang ausreichte. Dieses Modell verliert mehr und mehr an Bedeutung. Lernen und Arbeiten verschmelzen vielmehr immer weiter miteinander – gerade in mittelständischen Unternehmen. Arbeitnehmer müssen heutzutage flexibler sein und auf unterschiedlichen Wegen Kompetenzen erwerben. Der Arbeitgeber wiederum hat dafür die entsprechenden Angebote zu schaffen. Es erfordert durchaus Mut, in die Weiterbildung seiner Mitarbeiter zu investieren. Vor allem auf dem angespannten Fachkräftemarkt in den neuen Bundesländern ist dies allerdings eine wichtige Investition in die Zukunft.

Mittelständische Unternehmen konnten häufig deshalb über Jahre erfolgreich wachsen, weil es Führungskräfte gab, die sich sehr gut im technischen Bereich auskennen und das Unternehmen vorangebracht haben. Im Laufe der Zeit haben diese Unternehmen jedoch festgestellt, dass es zudem mehr und mehr auf Management-kompetenzen ankommt.

Stichwort Weiterbildung: Der Umbruch in der Arbeitswelt hat auch Auswirkungen auf den Erwerb neuer Kompetenzen. Welche Trends lassen sich bei Weiterbildungen beobachten?
Der Trend geht zunehmend in die Richtung, dass Interessenten individuell kombinierbare Bildungsbausteine suchen. Die Lernenden fragen also keine vollständigen Studiengänge mehr nach, sondern benötigen zahlreiche unterschiedliche Einzelmodule und Lerneinheiten. Diese müssen nicht unbedingt bei einem einzigen Anbieter absolviert werden. Auf Weiterbildungseinrichtungen wie die DIU kommt somit die Aufgabe zu, diese mit anderen Partnern erworbenen Kompetenzen zu zertifizieren und in einen regulären, vollwertigen Abschluss zu überführen.

Das Angebot der DIU richtet sich vornehmlich an die mittelständische Wirtschaft. Wie stellen Sie sicher, dass Ihr Angebot für diese Unternehmen relevant ist?
Unser Ansatz ist es, sehr früh in der Planungsphase mit den Unternehmen zusammenzuarbeiten und deren Erwartungen einzubinden. So bleiben wir nahe an unseren Zielgruppen und stellen sicher, dass unser Angebot für den Mittelstand einen hohen Mehrwert bringt. Vor allem Themen wie Data Science und Künstliche Intelligenz, moderne Formen der Zusammenarbeit und die veränderten Anforderungen an Führungsmodelle spielen in den Unternehmen eine große Rolle. Das greifen wir auf und überführen es in unser Studienangebot. Wir wollen vor allem Kompetenzen für das digitale Unternehmen der Zukunft anbieten. Im Gegensatz zu den großen Universitäten sieht sich die DIU selbst als Mittelständler. Dadurch sind wir flexibler bei der Gestaltung unseres Angebotes und der Etablierung neuer Lernformate und -umgebungen.

Welche Vorzüge bieten die akademischen Programme der DIU gegenüber herkömmlichen Kursen und Seminaren?
Durch die Anbindung an die TU Dresden ist die DIU einer hohen Qualität der Lehre verpflichtet. Dazu kommt ein direkter Zugang zu aktuellen Forschungsergebnissen, die unmittelbar in die Inhalte der Lehrveranstaltungen einfließen. Die DIU ist dadurch zentrale Anlaufstelle für akademisches Wissen, das die Studierenden direkt im Berufsleben anwenden können. Unser Angebot ist besonders attraktiv für berufstätige Studierende, denen ein hohes Maß an individueller Planung ermöglicht wird. Dadurch wird sehr viel mehr selbstgesteuertes Lernen möglich, was sich stark mit den Bedingungen der Arbeitswelt verknüpft.

Dresden International University
Freiberger Str. 37, 01067 Dresden
Tel.: +49 351 40470 - 00
Fax: +49 351 40470 -110
info@di-uni.de, www.di-uni.de

Info

Prof. Dr. Joachim Niemeier ist seit Januar 2020 zweiter Geschäftsführer der Dresden International University (DIU). Von 1995 bis 2005 leitete er als Geschäftsführer die Geschicke des Digitaldienstleisters T-Systems Multimedia Solutions in Dresden und initiierte das Dresdner Zukunftsforum. 2004 wurde Joachim Niemeier von der Universität Stuttgart, an der er promovierte und seit 1984 Lehrbeauftragter für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Organisation ist, zum Honorarprofessor ernannt. Anschließend war er lange Jahre als Unternehmensberater für Groß- und mittelständische Unternehmen im Bereich der digitalen Transformation tätig und unterstützte unter anderem Daimler, Bosch und die Deutsche Telekom bei der Einführung von neuen Arbeits- und Lernkonzepten.