

## Die Suche nach neuen Mitarbeitern gestaltet sich für die Betriebe im Kammerbezirk schwierig. Vereinzelt fehlt es an einem strategischen Vorgehen, sich als attraktiver Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb zu positionieren.

**Ganze 78 Prozent der Betriebe im Kammerbezirk der Handwerkskammer Dortmund stoßen auf Probleme bei der Personalsuche. Häufig werden die Möglichkeiten, sich nachhaltig als attraktiver Arbeitgeber darzustellen oder Auszubildende aktiv anzusprechen, zu selten genutzt.**

In Zeiten des Fachkräftemangels und bei immer weiter steigenden Studierendenquoten wird es für Unternehmen immer wichtiger, neben der Entlohnung zusätzliche Anreize für die eigenen Mitarbeiter zu schaffen, um sich von anderen Unternehmen abzugrenzen. Arbeitgebermarke lautet das Schlagwort, hinter dem sich eine Vielzahl von Maßnahmen und zusätzlichen Anreizen für die eigenen Mitarbeiter verbirgt. Gerade das Handwerk kann hierbei mit vielen Dingen wie örtlicher Nähe, abwechslungsreicher Arbeit oder dem Gefühl zu „wissen was man geleistet hat“ punkten. Doch nutzen die Betriebe die Vorzüge auch, um aktiv Bewerber anzusprechen oder die eigenen Mitarbeiter zu motivieren?

Um diese Fragen zu erörtern, wurde im Frühjahr 2018 neben der Konjunkturumfrage der Handwerkskammer Dortmund unter allen teilnehmenden 782



Betrieben eine Sonderumfrage zum Thema Personalmanagement durchgeführt.

### Mitarbeiter gesucht!

Von den befragten Betrieben hatten im Befragungszeitraum von Februar bis März 57 Prozent offene Stellen in ihrem Betrieb zu verzeichnen. 43 Prozent dieser Stellen entfallen auf Handwerksgelesen, 25 Prozent auf Auszubildende, 22 Prozent auf Personen mit anderer Berufsausbildung und 10 Prozent auf Handwerksmeister, Techniker oder Ingenieure. In den vergangenen 12 Monaten haben 60 Prozent der Betriebe neue Mitarbeiter eingestellt. Es entsteht allerdings der Eindruck, dass diese Quote auch noch deutlich höher hätte ausfallen können, denn 78 Prozent

geben an, Schwierigkeiten bei der Personalsuche gehabt zu haben. Bei 38 Prozent blieben die Stellen trotz intensiver Bemühungen offen.

### Attraktive Arbeitgeber

Daher ist es für Betriebe umso wichtiger, von potentiellen Bewerbern als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Wie Abbildung 1 zeigt, legen die Handwerksbetriebe in diesem Zusammenhang bereits viel Wert auf eine moderne technische Ausstattung ihrer Mitarbeiter (60 Prozent), freiwillige übertarifliche Leistungen (51 Prozent) und familienfreundliche Maßnahmen (49 Prozent). Darüber hinaus ist die Organisation und Durchführung von Teamevents mit 16 Prozent diejenige Maßnah-

me, die bei den meisten Betrieben aktuell geplant ist.

### Handwerk und Familie

Unter familienfreundlichen Maßnahmen verstehen die Betriebe überwiegend flexible Arbeitszeitmodelle (42 Prozent) und die problemfreie Ermöglichung von Elternzeit bzw. Pflegezeit für Angehörige (23 Prozent). Bei der Ermöglichung von Home Office oder Betreuungsangeboten für Mitarbeiter-Kinder sehen 91 Prozent bzw. 95 Prozent der befragten Betriebe hingegen keinen Bedarf. Die Veranstaltung von Familientagen im Sinne von „zeig deiner Familie deinen Arbeitsplatz“ wird bei immerhin 10 Prozent bereits praktiziert und stößt bei weiteren acht Prozent auf offene Ohren.

### Fachkräfte sichern

Doch eine starke Arbeitgeber-

marke ist natürlich nur eine Möglichkeit, um Fachkräfte zu sichern und eine, die nachhaltig bei den Betrieben Wirkung zeigt. Eine weitere Maßnahme, von der die Handwerksbetriebe überzeugt sind, ist die Aus- und Weiterbildung: bei 63 Prozent der Betriebe wird bereits jetzt die Fort- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter und bei 46 Prozent die eigene Ausbildung verstärkt. Weitere 12 bzw. 19 Prozent haben dies geplant. Daneben setzten die Handwerksbetriebe vor allem auf die Agentur für Arbeit bzw. gewerbliche Vermittler (43 Prozent), ihre älteren Mitarbeiter (41 Prozent) und Mehrarbeit im Betrieb (40 Prozent). Während online Jobportale immerhin noch von 28 Prozent genutzt werden, sind überregionale Stellenausschreibungen (12 Prozent) oder Fachkräfte aus dem Ausland (sechs Pro-

zent) kaum ein Thema bei den Handwerkern.

### Chance Azubimarketing

Auch bei der Suche nach Auszubildenden vertrauen 40 Prozent der Betriebe auf die Unterstützung der Agentur für Arbeit, durch die sie im Idealfall direkt einen neuen Auszubildenden finden. Nur 23 Prozent nutzen die Ausbildungsstellenvermittlung der Handwerkskammer. Im Ausbildungsbereich fehlt es aber noch häufig an Maßnahmen, die langfristig zu neuen Ausbildungsinteressenten führen. So sind nur 13 Prozent auf Messen oder Veranstaltungen aktiv und 12 Prozent wählen eine zielgruppen-gerechte Ansprache, wie beispielsweise in den sozialen Netzwerken. Auf Studienabrecher oder Abiturienten konzentrieren sich lediglich fünf Prozent der Handwerksbetriebe. Dies erscheint besonders deswegen erstaunlich, weil die enge Zusammenarbeit der Betriebe mit den Schulen eines der positiven Ergebnisse der Befragung darstellt: Bereits 30 Prozent engagieren sich in Schulkooperationen und zehn Prozent haben dies zukünftig geplant. Unterstützung beim Personalmanagement finden interessierte Betriebe bei der Ausbildungs- und Unternehmensberatung der Handwerkskammer.

