

Fachkräftemangel in Zeiten der Wirtschaftskrise: Individuelle Personalsuche erforderlich

Ein Beitrag von Bastian Dörge, Personalgewinnungs-Experte.

Ein brisantes Thema, auch in Krisenzeiten, ist der Fachkräftemangel. Insbesondere in der Pflegebranche ist diese Tatsache bereits lange bekannt und hat sich auf weitere Branchen ausgedehnt. Zahlreiche Unternehmen befinden sich aktuell zudem in einer Art innerbetrieblichen Schiefelage. Es besteht somit ein Fachkräftemangel, der individuell gehandhabt werden muss. Personalgewinnungs-Experte Bastian Dörge unterstützt Unternehmen dabei, bei Personalengpässen die geeigneten Bewerber ausfindig zu machen. Er gibt als Tipp mit auf den Weg, sich auch in Zeiten der Krise nicht zu verstecken und dadurch potenzielle Mitarbeiter zu verunsichern. Denn genau während einer Krise kann ein bereits erprobtes Personalmarketing genau richtig sein.



Flexibel und agil handeln: Krisenzeiten gekonnt überstehen

Das passende Personalmarketing ist besonders auch in Krisenzeiten wichtig. Um dennoch weiterhin für Arbeitnehmer ein zuverlässiger Arbeitgeber zu sein, müssen mitunter die bereits gewohnten Personalmarketingstrategien der aktuellen Situation angepasst werden. Schleichen sich nämlich Unsicherheiten vonseiten der Arbeitnehmer ein, so zeigt

sich dies in einer sinkenden Arbeitsmoral. Vonseiten der Bewerber ist es ebenso häufig deutlich spürbar, wenn Unternehmen bezüglich der Personalgewinnungsprozesse einsparen. Denn besonders wenn die Budgettöpfe sinken und weniger Einnahmen zu verzeichnen sind, äußert sich dies häufig im Personalmanagement. Allerdings ist es genau dann an der Zeit, flexibel zu agieren und zuverlässige Mitarbeiter an der Seite zu haben, um als Unternehmen auch Krisenzeiten zu überstehen und zukunftsorientiert erfolgreich zu sein. Schließlich sind es kompetente Mitarbeiter, die wesentlich zum Unternehmenserfolg beitragen.

angenehmer Arbeitsplatz zur Verfügung steht und für eine positive Atmosphäre gesorgt wird. Ein attraktiver Arbeitgeber zeigt sich übrigens auch darin, inwiefern die Branche und das Unternehmen präsentiert werden. Interesse am Beruf und der Berufsausübung zu fördern, ist mitunter auch die Aufgabe von Arbeitgebern. Bewerber und Mitarbeiter können nur dann motiviert in den Berufsalltag starten, sofern Arbeitgeber nicht gänzlich in einen Krisenmodus verfallen. Deutlich leichter lässt sich ein Unternehmen aus der Krise führen, wenn bei einem bestehenden Personalengpass ein agiler Unternehmensprozess entgegensteht. Manchmal sind außerdem auch andere Personalgewinnungsstrategien von Vorteil, als sie bislang waren.

Aufklärung über interessante Arbeitsbereiche und Perspektiven

Wichtig ist es, Bewerber und Mitarbeiter aufzuklären. Ein Beispiel aus der Gesundheitsbranche: ein Dentallabor ist ein Arbeitgeber, welcher eine fachbezogene Nische füllt. Genau diese Besonderheiten können hierbei allerdings in den Vordergrund rücken, um dadurch die richtigen Mitarbeiter zu finden. Zudem Informationen darüber zu erteilen, was es für Berufsmöglichkeiten gibt, welche Perspektive ein Dentallabor bietet und welche Arbeitsbereiche möglich sind. Ebenso auch, inwiefern sich Mitarbeiter beruflich entfalten können. Genau eine solche Aufklärung über den Berufsbereich ist unerlässlich, um die passenden Mitarbeiter zu finden und Personalengpässe zu reduzieren. Dies steht zudem einem Verlust der Sichtbarkeit des Unternehmens entgegen, die ebenso in Krisenzeiten von besonderer Bedeutung ist. Mit einer klassischen Stellenanzeige in einer Zeitung oder auf Jobportalen kann man heute schon lange nicht mehr aus der Masse der Arbeitgeber herausstechen. Unternehmen müssen heutzutage mehr dafür tun, um ihre Jobs im Unternehmen zu „verkaufen“ und gegebenenfalls auch fachspezifische Jobs vorab besser zu bewerben, indem mehr Aufklärung über diese Jobs stattfindet.

Attraktivität des Unternehmens fördern

Die Attraktivität eines Unternehmens ist für Mitarbeiter und Bewerber gleichermaßen wichtig. Was bedeutet, dass auch in schwierigen Zeiten ein Unternehmen attraktiv sein muss. Dies lässt sich insofern umsetzen, indem Mitarbeitern ein

Nachwuchsförderung: Interne Handlungsweisen überdenken

Oft sind es interne Handlungsweisen, die einen Fachkräftemangel in Zeiten der Krise eher verstärken als ihn zu verringern. Insofern ist auch die Nachwuchsförderung in der Gesundheitsbranche ein Grund, um einem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Hierbei ist gleichermaßen die Aufklärung ein bedeutender Schritt zur Besserung der Lage. Die Gesundheitsbranche bietet schließlich auch jungen Bewerbern attraktive Gründe, sich für einen Gesundheitsberuf zu entscheiden. Manchmal sind lediglich Änderungen im Personalgewinnungsprozess wichtig. Jede Berufsbranche bringt für Auszubildende und Studenten bestimmte Vorzüge mit sich, die individuell und unternehmensbezogen herausgearbeitet werden müssen. Zweifellos spart es zudem auch Kosten ein, zuverlässige Mitarbeiter zu beschäftigen und dabei eine Win-win-Situation entstehen zu lassen.

Fazit

Indirekt eine gewisse Unsichtbarkeit des Unternehmens hinzunehmen, aufgrund von Sparmaßnahmen, bewirkt nicht selten genau das Gegenteil. Personalengpässe spielen hierbei eine entscheidende Rolle und können nur dann behoben werden, wenn eine deutliche Sichtbarkeit besteht und eine gewisse Kontinuität vonseiten des Unternehmens gegeben ist. Zudem zählt sich der Rückhalt von Arbeitgebern gegenüber ihren potenziellen Mitarbeitern aus: Sie entscheiden sich für das Unternehmen und arbeiten auch in Krisenzeiten engagiert und motiviert.



Bastian Dörge,
Personalgewinnungs-
Experte

freshtalents GmbH
Tel.: +49 511 87459140
info@freshtalents.de