

Vorteile für Fachkräfte richtig kommunizieren

Text Christian Keller

Bild SMGV

Bestes Arbeitsmaterial, modernste Maschinen, betriebliche Altersvorsorge und gebührender Lohn können nur dann qualifizierte Bewerber anziehen, wenn diese davon erfahren. In diesem Artikel erfahren Unternehmerinnen und Unternehmer, wie ihr Betrieb für Fachkräfte attraktiv wird, indem sie ihre Benefits unter anderem online richtig kommunizieren und so Bewerber anlocken.



Die eigenen Mitarbeitenden sind die besten Botschafter des Unternehmens.

Insbesondere Handwerksbetriebe haben aktuell aufgrund des Fachkräftemangels Probleme, ihre vakanten Stellen zu besetzen – selbst wenn sie ihren Mitarbeitern die besten Arbeitsbedingungen bieten. Die Problematik liegt vor allem darin, dass die Betriebe ihre Vorteile falsch oder gar nicht kommunizieren.

Die besten Rahmenbedingungen am Arbeitsplatz können nur dann qualifizierte Bewerber anziehen, wenn diese auch davon erfahren. Es reicht nicht aus, die

Vorteile nur in der Stellenausschreibung zu erwähnen. Hier sind 6 Tipps für Unternehmerinnen und Unternehmer, die gute Fachkräfte anlocken wollen:

Tipp 1: Bilder sagen mehr als Worte

Ein Handwerksbetrieb kann seinen Mitarbeitenden noch so viele Vorteile bieten – werden diese nur als Nebenbemerkung aufgeführt, dann werden die Vorteile kaum wahrgenommen. Erwähnt der Betrieb die Benefits beispielsweise nur als Text auf der Website, fallen diese kaum auf. Daher bezieht sich der erste Tipp darauf, die Vorteile des Unternehmens mit aussagekräftigen Bildern zu unterstreichen.

Dabei bietet es sich besonders an, die eigenen Mitarbeitenden in Szene zu setzen – auf der eigenen Website, in den sozialen Medien oder in Werbeanzeigen. Schliesslich entsprechen die Mitarbeitenden der richtigen Zielgruppe. Wichtig hierbei ist es, den Nutzen und Vorteil «im Einsatz» zu zeigen. Das kann sowohl mit Bildern als auch in kurzen Videosequenzen umgesetzt werden.

Tipp 2: Einfache Formulierungen

Um die Zielgruppe anzusprechen, sollten Betriebe ausserdem darauf achten, dass ihre Vorteile nicht zu kompliziert formuliert sind. Insbesondere Massnahmen in den Bereichen Versicherungen und Vorsorge tendieren dazu, durch Fachjargon komplexer zu klingen, als sie es letztendlich sind.

Autor Christian Keller von Kellerdigital ist Experte für Personal-Onlinemarketing und berät Unternehmen.
www.kellerdigital.de

6 Tipps für Unternehmen:
Der Autor dieses Beitrags
in Aktion. (Bild: zVg)

So werden gerade junge Menschen auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz schnell eingeschüchtert – schliesslich sind ihnen viele Begriffe noch völlig fremd. Um das zu vermeiden, kann ein kurzes Video Abhilfe schaffen. Ein solches Video kann der Geschäftsführer selbst drehen und darin die Vorteile für die Mitarbeitenden erläutern.

Tipps 3: Geschichten erzählen

Bei einigen Massnahmen, darunter beispielsweise gesundheitsbezogene Zusatzversicherungen, besteht Klärungsbedarf. Hinzu kommt, dass einzelne Benefits innerhalb eines Unternehmens aufgrund von Ereignissen eingeführt wurden – beispielsweise nach einem Arbeitsunfall. Ebendiese Geschichten gilt es schön zu verpacken. Hierfür bieten sich Videoformate besonders an. So können einzelne Vorteile erläutert und hervorgehoben werden, der Bewerber baut eine emotionale Bindung auf und die Arbeitgebermarke des Unternehmens wird gestärkt.

Tipps 4: Mitarbeitende sprechen lassen

Um die richtige Zielgruppe zu erreichen, reicht es nicht, nur die Führungsebene zu Wort kommen zu lassen. Stattdessen sollten auch Mitarbeitende die Benefits eines Unternehmens beschreiben.

Bekommen die Angestellten beispielsweise Geschäftswagen oder E-Bikes, können sie in oder auf ebendiesen Fahrzeugen abgelichtet werden. Denn

Meister, Malerinnen, Gipser-Trockenbauer und Lernende sprechen alle ihre eigene Sprache und vermitteln so ihre Eindrücke authentisch und verständlich.

Tipps 5: Das Wichtigste hervorheben

Unternehmen sollten nur die wichtigsten Vorteile für ihre Mitarbeitenden nach aussen tragen, auch wenn sie eine ellenlange Liste an Benefits präsentieren könnten.

Lange Listen schrecken Interessierte mehr ab als sie anziehen. Ausserdem können die besonders ansprechenden Benefits in diesen Listen völlig untergehen. Daher empfiehlt es sich, aus der eigenen Liste an Vorteilen vier bis acht Punkte auszuwählen und diese genauer dazustellen.

Tipps 6: Digitalisierungsgrad beachten

Der Digitalisierungsgrad kann direkten Einfluss auf die Fachkräftegewinnung haben – und zwar in beide Richtungen. Ist ein Unternehmen eher traditionell aufgestellt und sucht aufgrund der Arbeitsstruktur Mitarbeitende über 40 Jahre, dann kann es sich durchaus positiv auswirken, wenn der Digitalisierungsgrad noch recht gering ist.

Wenn man als Unternehmen allerdings junge Fachkräfte anziehen will, die den Trend und auch die Arbeitserleichterung hinter der Digitalisierung erkennen, ist ein hoher Digitalisierungsgrad unabdingbar. In diesen Fällen ist selbstverständlich ein digitalisierter Arbeitsrapport nicht ausreichend. Schliesslich



sind voll integrierte Handwerker-Softwares auf den Tablets der Gipser-Polier- oder Kundenmalerinnen bereits jahrelang etabliert. Wird innerhalb eines Unternehmens jedoch echte Digitalisierung gelebt, kann das ein erheblicher Vorteil sein, um junge und qualifizierte Fachkräfte anziehen. ■

Fachkräftemangel im Maler- und im Gipsergewerbe

Auch der SMGV befasst sich mit dem Fachkräftemangel. Mit einer Umfrage unter den Mitgliedern hat er festgestellt, dass dieser auch im Maler- und im Gipsergewerbe existiert. Erste Ergebnisse sind an der Delegiertenversammlung im März 2022 kurz vorgestellt worden. Nun erarbeitet der SMGV Massnahmen gegen den Fachkräftemangel, die er den Mitgliedern zur Verfügung stellen wird.