

„NUR ZU JAMMERN, IST ZU WENIG“

Stefan Graf, CEO des Bauunternehmens Leyrer + Graf, über Mitarbeiter als Qualitätsfaktor, den Fachkräftemangel und was die Firmenkultur am Arbeitsmarkt bedeutet.



ARBEITGEBER UNTER DRUCK
„Bauen kann schnell jemand“, sagt Stefan Graf.

Portfolio: Was unternimmt Ihr Unternehmen, um gute Mitarbeiter zu finden – und auch zu halten?

Graf: Wir arbeiten an verschiedenen Achsen daran, um unseren Status als attraktiver Arbeitgeber zu stärken und weiter auszubauen. In diesem Jahr haben wir auch eine neue Imagekampagne gestartet, die unsere Mitarbeiter in den Mittelpunkt stellt. Dabei werden unter anderem unsere Werte wie Verlässlichkeit, Sicherheit, Handschlagqualität und Professionalität transportiert. Wir sind überzeugt, dass unsere Mitarbeiter ein ganz entscheidender Qualitätsfaktor sind, deshalb haben wir den Fokus auch in der Kommunikation darauf gelegt.

Portfolio: Ist es schwieriger geworden, gute Mitarbeiter zu finden?

Graf: Ja, definitiv. Wir sind wie jedes andere Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen. Das Thema ist kein branchenspezifisches, sondern ein demografisches und damit eine gesellschaftliche Herausforderung, der sich niemand entziehen kann.

Portfolio: Apropos Herausforderung: Tun Firmen genug, um für Arbeitnehmer attraktiv zu sein, oder dominieren noch alte Einstellungen?

Graf: Natürlich fehlt mir der genaue Einblick in andere Unternehmen, aber wenn dem so ist, dann besteht Handlungsbedarf. Wir tun in jedem Fall einiges, um ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, und gehen aktiv auf das Thema zu. Nur zu jammern, ist zu wenig, man muss seinen Beitrag leisten und sich an die ändernden Marktanforderungen anpassen.

Portfolio: Welche Rolle spielt die Firmenkultur für Produktivität und für die Attraktivität am Arbeitsmarkt?

Graf: Die Unternehmenskultur ist ein wesentlicher Pfeiler der Unternehmensführung und damit des wirtschaftlichen Erfolgs. Je härter ein bestimmter Markt umkämpft ist, wie aktuell der Arbeitsmarkt, umso wichtiger sind die Werte. Die Unternehmenskultur prägt ein Unternehmen entscheidend – und zwar sowohl untereinander als auch im Umgang mit den Kunden. Wenn ich mich in einem Unternehmen wohl fühle, dann bin ich mit viel mehr Freude und Leidenschaft bei der Arbeit. Wie in unserem Fall – bauen kann schnell jemand, aber es geht darum, die menschlichen Systeme zu verstehen und Rahmenbedingungen zu schaffen, damit sich Mitarbeiter wohlfühlen.

wenn eine Stelle besetzt werden musste, handelt es sich heute um einen fortwährenden Prozess. Sich ständig selbst präsentieren, mögliche Chancen im Auge behalten, den Markt fortlaufend sondieren – das gilt für beide Seiten, also für Arbeitgeber und für Arbeitnehmer. Für Xing, das 14 Millionen Mitglieder (davon eine Million in Österreich) zählt, ist der Stellenmarkt inzwischen ein wichtiges Standbein. Und es ist typisch für das neue Recruiting, dass es nicht nur um das bloße Anbieten offener Stellen geht, sondern um eine umfassende Darstellung als Arbeitgeber, um die Suche nach potenziellen Kandidaten: Jedes zweite Unternehmen spricht auch abseits konkreter Jobangebote zukünftige Mitarbeiter an. Tatsächlich ist der Aufbau von „Talent Pools“, um es in der Sprache der HR-Experten auszudrücken, unverzichtbar. Die werden dann etwa mit Nachrichten aus dem Unternehmen versorgt. Auch die Plattform LinkedIn, die im deutschsprachigen Raum zunehmend beliebter wird, nutzt die Gunst der Stunde und bietet unter anderem Gehaltsvergleiche an; seit Kurzem können sich Mitglieder von Branchenkollegen Ratschläge holen, vor allem in Sachen Karriere. Neben den Business-Plattformen LinkedIn und Xing nutzen Unternehmen aber auch andere Social-Media-Kanäle, um sich als Arbeitgeber zu präsentieren und neue Mitarbeiter zu erreichen – allen voran Facebook und Twitter. „Es ist heute wichtig, dass die Unternehmen aktiv handeln, also rausgehen und Talente finden“, sagt Jutta Perfaul-Strilka – und hat einen Vorschlag parat: „Es müsste einen Chief Talent Officer geben, denn diese Thematik wird immer wichtiger für Betriebe.“

Xing hat im vorigen Jahr das österreichische Start-up Prescreen gekauft: Das 2013 in Wien gegründete Unternehmen hat eine Software für das Recruiting entwickelt, die von rund 350 Unternehmen verwendet wird – und zwar vom KMU bis zum Großkonzern à la Beiersdorf. „Unsere Bewerbungsmanagement-Lösungen umfassen den gesamten Prozess von der Bewerbung bis zur Aufnahme im Unternehmen bzw. einer Absage“, erläutert Constantin Wintoniak, einer der Gründer und CEO von Prescreen. Das Recruiting soll dadurch rascher, effizienter und – zumindest zum Teil – automatisiert werden.