



Dem Personalengpass entgegenwirken

Verkehrte Welt: Während sich bei Banken, Versicherungen oder in der Industrie die Bewerbungs dossiers stapeln, ist es in der Baubranche schwieriger denn je, gute Fachkräfte zu finden. Doch es gibt Möglichkeiten, dem Engpass langfristig entgegenzuwirken – zum Beispiel mit gezieltem und branchenspezifischem Personalmarketing.

Text: Claudia Willi, Knellwolf + Partner AG, Zürich

Ein fachlich versierter und erfahrener Mitarbeitender kann heute innerhalb der Branche aus zig annähernd gleichwertigen Jobs und ähnlichen Unternehmungen auswählen. Es gilt, sich hier mit seinem Unternehmen gezielt hervorzuheben, und die Mitbewerber im Kampf um die besten Fach- und Führungskräfte hinter sich zu lassen.

Wirkung von Personalmarketing-Broschüren

Eine der wirkungsvollsten Massnahmen, um zukünftige Mitarbeitende vom eigenen Unternehmen zu überzeugen, ist die Erarbeitung einer so genannten «Personalmarketing-Broschüre». Anders als die gängigen Image-Broschüren stellen Personalmarketing-Broschüren den Mitarbeitenden ins Zentrum. Und dies zeigt Wirkung, wie auch Urs Ochsner, CEO B+S AG, Bern, bestätigt: «Interessenten spüren die Wertschätzung.» Ochsner betont weiter, wie wichtig es ist, «immer wieder neue Wege zu gehen» – gerade auch bei der Personalsuche. B+S arbeitet seit rund

einem Jahr erfolgreich mit solchen Broschüren. In anderen Branchen – wie im Banken- und Versicherungssektor –, aber auch bei grossen Unternehmen wie SBB oder Alstom, werden schon seit langem verschiedene Broschüren zur Gewinnung der jeweiligen Mitarbeiter-Zielgruppe erfolgreich eingesetzt.

Massgeschneiderte Broschüren

Wie eine Broschüre aussieht – Art, Umfang, Aufbau, Inhalt – hängt von Grösse, Zielvorstellungen und Budgets des jeweiligen Unternehmens ab. Bei einem grösseren Unternehmen macht es Sinn, pro Mitarbeiter-Zielgruppe je eine eigene Broschüre auszuarbeiten, um die verschiedenen Interessen – je nach Alter, Ausbildungsstand, Führungsanspruch usw. – abzubilden. Aber auch bei kleineren Unternehmen bzw. Budgets macht eine solche Werbung um qualifizierte Mitarbeitende durchaus grossen Sinn. Geht es nach den Anwendern solcher Broschüren, sind sie eine zentrale Personalmarketing-Massnahme der Zukunft. ■

Tipps

Stellen Sie sich zentrale Fragen, wie: Welche Mehrwerte können wir unseren Mitarbeitenden bieten? Wie möchten wir uns als Arbeitgeber darstellen? Worin unterscheiden wir uns von unseren Mitbewerbern? usw.

Erstellen Sie eine auf Ihr Unternehmen massgeschneiderte Broschüre, seien Sie authentisch.

Holen Sie sich professionelle Begleitung von aussen, die die Spezifika der Branche kennt.

Verwenden Sie die Personalmarketing-Broschüre auch gezielt zur Imagepflege Ihrer bestehenden Mitarbeitenden.

Professionelles Personalmarketing – in 3 Schritten

Schritt 1: Bedarf erkennen innerhalb des Unternehmens

Schritt 2: Workshop Brainstorming Inhalt und Mehrwert

Schritt 3: Erarbeitung gezielter Personalmarketing-Massnahmen (z. B. Broschüre)