

BAUPRAXIS



Was tun, wenn der Arbeitsmarkt leergefegt ist?

Das Auftragsvolumen ist hoch, doch der Mangel an gut ausgebildeten und im Schweizer Markt erfahrenen Fachkräften bremst die konjunkturelle Entwicklung der Büros. Der Wettlauf der Unternehmen um die besten Köpfe ist in vollem Gang. Dabei sind Unternehmen mit gezielten Strategien und innovativen Rekrutierungsmodellen den anderen einen Nasenlänge voraus.

TEXT Claudia Willi

FOTO thinkstockphotos

Die «Grossen» haben es in den letzten Jahren vorgemacht: Sie konnten durch Firmenkäufe oder Fusionen ihre Zahl an Spezialisten erhöhen. Dieser Weg ist auch für kleinere KMU begehbar. Es macht in einem strapazierten Marktumfeld durchaus Sinn, dem Fachkräftemangel mittels Kauf eines Unternehmens oder gar Verkauf des eigenen Unternehmens (bei operativer Weiterführung) zu begegnen. Das gilt insbesondere für Kooperationen mit Mitbewerbern, durch die spannende Synergien geschaffen werden können.

Kompetenzen bündeln

Die Möglichkeit des Executive Search, durch die geeignete (Kader-)Kandidaten im direkten Wettbewerbsumfeld rekrutiert werden, ist eine Befürchtung, aber auch eine

Chance für KMU der Planungsbranche. Oftmals haben wechselwillige Spezialisten aufgrund ihrer hohen Präsenzzeit keine Zeit und Musse, sich ernsthaft mit einem Stellenwechsel zu befassen. Diese kann man gezielt «abholen». Solche Kandidaten wechseln die Stelle kurz- oder mittelfristig ohnehin. Warum also nicht schneller sein und davon profitieren? Es empfiehlt sich, den zeitaufwendigen und umfangreichen Research in professionelle Hände zu geben.

Auch Kooperationen sind denkbar; im Spitalwesen funktionieren sie schon gut: Mit dem Austausch von Spezialisten zwischen verschiedenen Unternehmen lassen sich Kosten sparen und Know-how sichern, weil gute Leute mit neuen Herausforderungen motiviert am Stammsitz bleiben.



Claudia Willi

Die Autorin hält ein Diplom der Wirtschaftsuniversität Wien und einen Master of Business Communications der HSW Luzern. Seit 2006 ist sie Partnerin und Geschäftsführerin der Knellwolf + Partner AG, die sich auf die Personal- und Managementberatung von Planungs-, Bau- und Immobilienfirmen spezialisiert hat. www.knellwolf.com

Personalmarketing

Gerade mittlere und grössere Unternehmen der Branche, die mehrere Vakanzen zu besetzen haben, sind aufgrund ihrer Grösse in der Lage, innovative Lösungen zu entwickeln. Besonders geeignet ist ein eigens für das jeweilige Unternehmen erstelltes Personalmarketing-Konzept. Das Unternehmen ist dadurch für neue Mitarbeitende attraktiver und steigert auch seinen Wert für bestehende Arbeitnehmende. Betrachtet man die Suche nach neuen Mitarbeitenden – so wie die aktive Kundenakquisition auch – als Verkaufsprozess, so macht die Verbindung von personalpolitischen mit imagebildenden Argumentarien durchaus Sinn. Eine der wirkungsvollsten Massnahmen, um zukünftige Mitarbeitende vom eigenen Unternehmen zu überzeugen, ist eine «Personalmarketing-Broschüre». Anders als die gängigen Image-Broschüren stellen diese nicht Kunden oder Bauherren, sondern den Mitarbeiter ins Zentrum. Und dies zeigt Wirkung! Im Banken- und Versicherungssektor sind die Broschüren zur Mitarbeiterrekrutierung schon etabliert, aber auch bei kleineren Unternehmen und Budgets in der Baubranche kann eine solche gezielte Werbung um qualifizierte Mitarbeitende hilfreich sein. Die Anwender solcher Broschüren schwören drauf: Sie sind die Personalmarketing-Massnahme der Zukunft. ■