

Über Fachkräfte und Fische

Die Experten von „Das-Handwerk-Digital“ haben es sich zur Aufgabe gemacht, Handwerksbetriebe in Digitalisierungsfragen zu unterstützen. Boris Simon ist Vorstand der Clever Group AG und hat die branchenorientierte Digitalberatung zusammen mit Frank Schöllkopf, Geschäftsführer von S3-Media GmbH, ins Leben gerufen. Wir durften in ein Online-Seminar der Initiative hineinschnuppern und verraten Ihnen, wie der Fachkräfte-Fang im Internet(z) gelingt.



Mit dem Expertennetzwerk von „Das-Handwerk-Digital“ surfen Sie gekonnt im Netz.

Wenn es in einem Teich viele Angler, aber wenig Fische gibt, dann müssen Angler besondere Köder auswerfen.

Boris Simon

Mit harten Fakten eröffnet Boris Simon den Workshop „Fachkräfte – Neue Wege gehen in 2023“: „Es sind rund 160.000 Fachkräfte, die dem Handwerk momentan fehlen. Dementsprechend haben zwischen 40 und 50 Prozent der Betriebe unbesetzte Stellen.“ Die Problematik des Themas könne man sich wie folgt vorstellen: „Wenn es in einem Teich viele Angler, aber wenig Fische gibt, dann müssen die Angler ganz besondere Köder auswerfen, denn die Fische sind übersättigt.“ Betriebe müssen sich also ganz schön etwas einfallen las-

sen, um die umworbenen Fachkräfte für sich zu gewinnen. Dafür sei es wichtig, potenzielle Bewerber genau zu kennen; das heiße auch zu wissen, welche Ansprüche die einzelnen Generationen auf dem Arbeitsmarkt haben: „Wir müssen unseren Fischen ihren Lebensraum so angenehm wie möglich gestalten. Arbeitsmodelle müssen für junge und ältere Mitarbeiter gleichermaßen attraktiv sein.“ An Digitalisierung führe aber kein Weg mehr vorbei.

„Wer rekrutiert, muss auf den ersten Blick hervorstechen. Stellenanzeigen sollten individuell und mit einer Prise Humor gestaltet sein.“ Zudem empfehle es sich, gleich mehrere Köder auf dem Arbeitsmarkt auszuwerfen. Das Zauberwort: Multi-Posting. „Eine Recruiting-Software wie Join veröffentlicht die Stellenanzeige in mehreren Jobbörsen gleichzeitig. So lässt sich mit wenig Aufwand mehr Reichweite generieren.“

Frank Schöllkopf, S3-Media GmbH, erklärt, wie die Firmen-Homepage dabei helfen kann, auf sich aufmerksam zu machen: „Eine Homepage ist die digitale Visitenkarte eines Unternehmens. Sie sollte nicht nur dazu verwendet werden, Kundenaufträge an Land zu ziehen. Eine Homepage ist für Bewerber oft der erste Berührungspunkt mit dem Unternehmen. Deshalb sollte sie immer gepflegt und topaktuell sein.“

Elias Nepomutzky, Geschäftsführer von PN 21, erklärt, warum Sichtbarkeit allein aber nicht ausreicht: „Auf Social Media müssen die Unternehmen die Fachkräfte direkt abholen, in den Feed der potenziellen Bewerber flattern. Doch auch auf Facebook und Instagram gilt die Faustregel: Wer den schmackhaftesten Köder auswirft, fängt den Fisch.“

Weitere Informationen gibt es unter [das-handwerk-digital.de](https://www.das-handwerk-digital.de).