

»Die Leidenschaft für das Handwerk NACH AUSSEN TRAGEN«

In seinem Buch „Die Strategien der Top-Arbeitgeber im Handwerk“ schaut sich Mitarbeitergewinnungsexperte Jörg Mosler vier Betriebe genauer an, die keinen Fachkräftemangel kennen. Wir haben mit ihm über seine Erkenntnisse und Erfahrungen gesprochen.

Interview **Niklas Ramminger**

handwerk magazin: Ihr neues Buch ist bereits das vierte zum Thema Mitarbeiter- und Azubigewinnung. Ist es aktuell so schwierig wie nie, neue Fachkräfte zu finden?

Jörg Mosler: In den letzten zehn Jahren, seitdem ich das Thema intensiv begleite, ist die Akquise von Fachkräften definitiv immer schwieriger geworden. Die Azubigewinnung ist ein wenig leichter, aber nicht weniger anspruchsvoll. Was ich in diesem langen Zeitraum aber auch beobachtet habe: Obwohl das Problem schon lange erkannt ist, wenden viele Unternehmer Strategien an, die seit Jahren nicht mehr funktionieren. Leider ist das Beschweren über den Fachkräftemangel immer noch wesentlich verbreiteter als der Wille, etwas dagegen zu machen.

Plump gefragt, wie funktioniert überhaupt Mitarbeitergewinnung?

Mitarbeiter gewinnen funktioniert dann, wenn ich mich als Arbeitgeber gut aufstelle, also eine gute Arbeitgeber- und Ausbilderqualität habe und das dann auch nach außen verkaufen kann. Das sind die zwei wichtigen Bausteine und wir haben bei beiden Komponenten definitiv noch Bedarf. Gerade im Handwerk haben wir im zwischenmenschlichen Bereich, aufgrund der kleinen Teamgrößen, ein Pfund, welches wir aber nur selten nutzen, weil wir es nicht verkauft bekom-

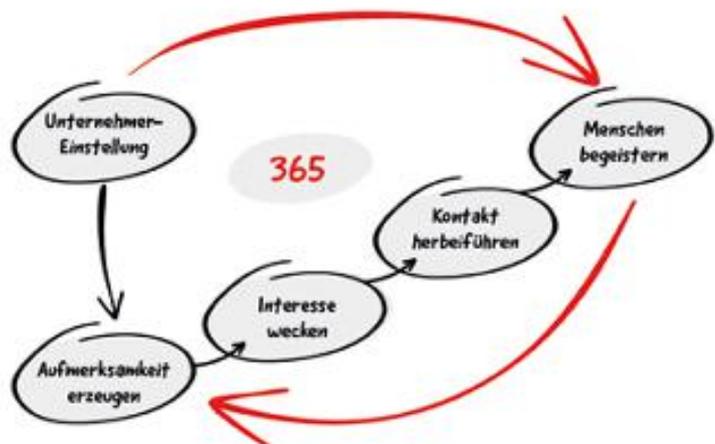
men. In meiner bewährten „5-Punkte-Strategie“ habe ich versucht, die beiden Überthemen Arbeitgeberqualität und Sichtbarkeit in ein Schema zu pressen. Diese habe ich insoweit aufgedröselnt, dass man daraus konkrete Handlungen und To-dos machen kann, obwohl auch diese fünf Punkte sehr eingedampft sind. In diesen Punkten stecken jeweils viele Umsetzungsschritte. Die kreislaufartige Struktur soll veranschaulichen, dass das Thema Mitarbeitergewinnung nicht beendet ist, wenn ich einen Mitarbeiter gefunden habe, sondern immer am Leben gehalten werden muss.

Der erste Schritt ist die „Unternehmer-Einstellung“. Was meinen Sie damit?

Die Grundlage ist, sich wirklich ernsthaft zu fragen, wer bin ich und was ist mir wichtig? Da sagen viele: „Um Gottes willen, das ist mir zu spirituell“, aber das, was ich nach außen verkörpere, ist das, was am Ende des Tages wieder zu meinem Unternehmen zurückkommt. Danach klopfe ich meine Arbeitgeberqualitäten ab. Wie ist die Stimmung in meinem Team? Wie ist die Bezahlung? Wie sind die Aufstiegsmöglichkeiten? Das ist im Endeffekt mein Produkt, welches ich vermarkte und verkaufe.

Die 5-Punkte-Strategie

Die Strategie veranschaulicht, wie Unternehmer Arbeitgeberqualität und Sichtbarkeit vereinen. Der Ausgangspunkt der Strategie ist dabei der Unternehmer selbst. Seine Persönlichkeit ist der entscheidende Punkt für die Mitarbeiter- und Azubigewinnung.



»Wer sich gut und sicher aufstellen möchte, macht das nicht in zwei Wochen, sondern in zwei Jahren.«

Für **Jörg Mosler** ist Kontinuität der wichtigste Aspekt in Sachen Mitarbeitergewinnung.

Vita Jörg Mosler

Seinen beruflichen Ursprung hat Jörg Mosler im Handwerk. Als gelernter Dachdeckermeister war er 16 Jahre im Handwerk aktiv, davon viele Jahre als Firmenchef. Mittlerweile ist er als internationaler Vortragsredner unterwegs und Bestsellerautor. Seit nunmehr zehn Jahren beschäftigt sich Mosler mit dem Thema Mitarbeitergewinnung im Handwerk und unterstützt Betriebe bei allen Fragen rund um das Gewinnen von Talenten. Darüber hinaus betreibt er den Podcast „Workers Cast“ ([handwerk-magazin.de/workerscast](#)) und ist zudem aktiver Blogger.

Wie sehen die nächsten Schritte aus?

Bevor ich anfangs Werbung zu schalten, überlege ich mir: „Was ist mein vorhandenes Potenzial?“ Und das sind die Mitarbeiter und Azubis, die ich bereits habe. Gute Leute kennen in der Regel gute Leute, das ist relativ profan, aber so ist es nun mal. Habe ich meine Mitarbeiter wirklich

komplett darüber informiert, wen wir suchen und zu welchen Bedingungen? Auch Kunden können ein Faktor sein. Wenn ich zufriedene Kunden habe, warum frage ich diese nicht einfach mal direkt: „Wir suchen für nächstes Jahr wieder einen Azubi, kennst du jemanden?“ Und auch wenn ich Werbung schalte, schaue ich, welche Kontakte ich bereits habe, die meine Stellenanzeige auf Social Media teilen können. Wichtig ist, die Faktoren zu nutzen, die ich im und um das Unternehmen habe.

Wird Mitarbeitergewinnung in den Betrieben meist zu spät angegangen?

Das ist ein Hauptmerkmal beim Fachkräftemangel im Allgemeinen. Wie bei jedem anderen Investment, muss ich erst mal investieren. Zuerst gebe ich, bevor ich „nehmen“ kann. Beim Thema Mitarbeitergewinnung ist das „Nehmen“, dass ich die Mitarbeiter und Azubis bekomme, die wirklich zu meinem Unternehmen

passen. Und damit sind wir beim größten aller Probleme von Unternehmern: das Zeitproblem. Häufig ist der Chef der Flaschenhals für alle Themen und hat kaum Zeitressourcen, sich dauerhaft mit der Mitarbeiterakquise zu beschäftigen. Wenn ein Mitarbeiter aber länger ausfällt oder unerwartet kündigt, dann ist der Unternehmer auf eine kurzfristige Lösung angewiesen, die im Endeffekt immer teurer und riskanter ist.

Was hat Sie bei den Gastbeiträgen überrascht oder Ihnen imponiert?

Das ist natürlich schwierig, da alle vier sehr spannende Unternehmerpersönlichkeiten sind. Wenn ich zum Beispiel an Spezialgerüstbau Gemeinhardt von Dirk Eckart und Walter Stuber denke: Ich wusste, dass sie intensiv „Blogging“ betreiben, aber dass sie 13 verschiedene Blogs führen und über 1.000 Blogbeiträge geschrieben haben, war mir neu. Sie machen das mit einer wahnsinnigen Kontinuität und das bringt eben auch Erfolg.

Was mir imponiert hat, war die Aktion von Eugen Penner, Geschäftsführer von der ZEP-Team GmbH, der bei einem Fußballspiel mit seinem Kran dastand, den Leuten das Spiel von oben gezeigt hat und währenddessen mit den Menschen im Kran ins Gespräch kam. Das ist dieses Pure, was das Handwerk ausmacht. Die Nähe zu den Menschen – darauf kommt es an. Wir sind nicht Siemens oder Coca-Cola, aber wir sind regional verwurzelt mit den Menschen und deren Geschichten. Und das ist eben das, was diese Unternehmer im Buch wirklich par excellence praktizieren.

hm

niklas.ramminger@holzmann-medien.de



Digitaler Stammtisch

Bei unserem interaktiven Stammtisch: „Die Strategien der TOP-ARBEITGEBER im Handwerk“ am 19. Februar 2024 mit Jörg Mosler und den vier Top-Arbeitgebern können Sie Ihre Fragen stellen, sich inspirieren und motivieren lassen (mehr Infos siehe S. 77). Jetzt anmelden!

handwerk-magazin.de/toparbeitgeber