



Foto: Maksym Hemejaron - stock.adobe.com

Verzweifelt auf Mitarbeitersuche? Kein Grund gleich zur Lupe zu greifen. Online findet sich neues Personal leichter – Dienstleister können die Suche erleichtern.

Mit Profis zur Fachkraft

Die Fachkräftesuche ist im Handwerk oft Chefsache. Das frisst Zeit, die viele gar nicht haben. Marc Weiß ging einen anderen Weg – erfolgreich.

DENNY GILLE

Mit einer Teamstärke von 16 Mitarbeitenden ist die Schreinerei Weißgeschreinert im Handwerk personell überdurchschnittlich gut ausgestattet. Ausbildung ist für das Unternehmen aus dem baden-württembergischen Pfullingen eine wichtige Säule, um die Personaldecke dauerhaft stabil zu halten. „Im Normalfall haben wir kontinuierlich drei Auszubildende – einen in jedem Lehrjahr“, berichtet Schreinermeister Marc Weiß.

Zwei Stellen schnell besetzt

Kommt es doch mal zu Abgängen – weil Mitarbeiter studieren wollen, wegziehen oder einen Tapetenwechsel suchen – muss Marc Weiß schnell reagieren. Denn er will vermeiden, dass sein Team durch Personallücken unnötig belastet wird. Bei der Suche nach Verstärkung hat der Unternehmer zuletzt auf den Fachkräftesuchservice des Tischlernetzwerks Topateam gesetzt. Ergebnis: Innerhalb eines Jahres konnte er so zwei Stellen neu besetzen.

Den Service gibt es seit 2021. „Bevor wir von dem Service erfuhren, hatten wir andere Dienstleister angefragt. Die hatten für die Fachkräftesuche

enorme Preise von mehreren Monatsgehältern aufgerufen“, erinnert sich Weiß. „Bei Topateam haben wir als Mitglied des Netzwerks dagegen einen fairen Preis bekommen.“

Erfahren hat der Betrieb von dem Service in einem internen Seminar des Netzwerks. „Es ist dann ziemlich schnell konkret geworden“, erinnert sich Weiß. Die erste Kampagne startete das Unternehmen im Dezember 2021. Schnell war ein Mitarbeiter gefunden, der nun seit Januar im Unternehmen arbeitet.

Eine halbe Stunde für den Inhalt

Die Werbekanäle konnte der Betrieb frei wählen. Weiß entschied sich für Fachkräftewerbung in den Social-Media-Netzwerken Facebook und Instagram. „Damit man damit Erfolg hat, muss man auf den Kanälen natürlich auch ein Profil haben“, sagt Marc Weiß. Zeitlich musste der Unternehmer nur etwa eine halbe Stunde in den Inhalt investieren. „Man füllt ein Formular mit den wichtigsten Eckdaten aus und liefert einige Stichpunkte und Halbsätze darüber, was unser Unternehmen als Arbeitgeber auszeichnet“, sagt Weiß. Auch die Fotos lieferte der Unternehmer. Aus diesen Inhalten baute der

„Im Normalfall haben wir kontinuierlich drei Auszubildende – einen in jedem Lehrjahr.“

Marc Weiß,
Schreinermeister

„Um Praktikanten zu gewinnen, müssen wir gar nicht mehr aktiv werden.“

Marc Weiß,
Schreinermeister

Dienstleister ansprechende Kampagnenposts mit Text und Bild.

Innerhalb kurzer Zeit hätten sich daraufhin zehn Bewerber gemeldet. Dass die Suchkampagne erfolgreich war, liegt laut Marc Weiß nicht zuletzt daran, dass er seinen Angestellten einiges bietet. Nicht nur gemeinsame Ausflüge und geregelte Arbeitszeiten verspricht der Unternehmer, auch finanzielle Annehmlichkeiten wie Weihnachtsgeld und eine betriebliche Altersvorsorge zählen zu den Leistungen des Betriebs.

Man muss als Arbeitgeber etwas bieten

Ein Faktor ist dem Unternehmer bei der Fachkräftesuche besonders wichtig: „Wir stellen nicht auf Biegen und Brechen ein. Uns ist sehr wichtig, dass die Leute menschlich ins Team passen“, sagt Marc Weiß. Ein wenig Probearbeit gehöre daher fest in den Einstellungsprozess des Unternehmens. Der letzte Bewerber sei dafür zwei Tage vor Ort gewesen, um einen Tag in der Werkstatt und den zweiten in der Montage zu arbeiten. So konnten die Teammitglieder sich auch ein Bild vom potenziellen neuen Kollegen machen. „Bevor ich dann einen Arbeitsvertrag unterschreibe, halte ich Rücksprache mit dem Team“, sagt Weiß. Im aktuellen Fall verlief das Kennenlernen sehr positiv. Der nächste neue Kollege fange zum Jahreswechsel an.

Und wie gewinnt Weißgeschreinert seine Azubis? „Wir bieten einfach kontinuierlich Schülerpraktika an“, sagt Marc Weiß. Weil das 2011 gegründete Unternehmen das bereits seit vielen Jahren so mache und Praktikanten mit positiven Erfahrungen in die Schulen zurückkehren, würden Lehrer den Betrieb gerne vermitteln. „Um Praktikanten zu gewinnen, müssen wir gar nicht mehr aktiv werden“, sagt Marc Weiß, „die kommen von allein“.



Foto: Topateam / Weißgeschreinert

Beispielbild aus den Kampagnenposts von Weißgeschreinert.