



### 5 Schaffen Sie ein Wir-Gefühl

Hier steckt eine große Chance für kleine Unternehmen. Je weniger Mitarbeiter, desto schneller wirken sich Maßnahmen für eine Firmenidentität aus. Sie entsteht, wenn Mitarbeiter sich gegenseitig wertschätzen und unterstützen – unabhängig von Qualifikation, Alter, Herkunft oder Religion. Konkret wird dies bei der Wohnungssuche für neue Kollegen, beim Tausch von Schichten oder gemeinsamen Aktivitäten. Die Mannstaedt GmbH in Troisdorf legt daher Wert darauf, schon im ersten Kontakt mit Bewerbern authentisch zu sein. Sie gibt ihrer Belegschaft die Gelegenheit, die potenziellen neuen Kollegen kennen zu lernen. Ute Pellenz, Leiterin Ausbildung und Personalentwicklung: „Das gelingt häufig besser mit ein paar Praktikumstagen als mit einem Vorstellungsgespräch in teils steriler Büroatmosphäre. In einem Praktikum werden häufig die Weichen für einen erfolgreichen gemeinsamen beruflichen Weg gestellt!“

### 6 Fördern Sie Ihr Image als attraktiver Arbeitgeber

Machen Sie durch Corporate-Social-Responsibility

(CSR)-Maßnahmen in Ihrem Stadtteil positiv auf sich aufmerksam. Fördern Sie das naturwissenschaftlich-technische Interesse von Grundschulern über das IHK-Projekt TuWaS!, engagieren Sie sich für das Vereinsleben oder kommunizieren Sie Ihre Aktionen zu Umwelt- und Klimaschutz. So fördert die GreenGate AG, ein Softwareunternehmen aus Windeck, die IT-Kompetenz von Schülerinnen und Schülern am benachbarten Bodelschwingh-Gymnasium Herchen. Sie lernen so das Unternehmen kennen. Über ein Praktikum bekommen sie dann erste Einblicke in den Berufsalltag.

### 7 Texten und platzieren Sie Stellenausschreibungen richtig

Verzichten sie auf Textbausteine. Formulierungen wie „Leidenschaft, Offenheit und Zuverlässigkeit definieren unseren Qualitätsanspruch“ gehen völlig an der Zielgruppe vorbei, wenn Sie einen Busfahrer, Altenpfleger oder Kellner suchen. Einen Satz wie „Wir zahlen übertariflich“ verstehen die Bewerber nur, wenn sie den Tarif kennen. Und wer kennt den schon? Übrigens: Frauen lassen sich durch Wörter wie „offensiv, durchsetzungsstark, analytisch“ abschrecken. So sprechen Sie nur Männer an. Bauen Sie auf der

Startseite Ihrer Homepage einen Link „Jobs und Karriere“ ein. Vergessen Sie nicht, den konkreten Ansprechpartner für Bewerbungen zu nennen und seine E-Mailadresse anzugeben. Adressen wie bewerber@ oder info@ wirken zu anonym. Die BINSERV IT Solutions GmbH beispielsweise verzichtet auf Anzeigen in Printmedien. Markus Jakob, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, fand einen besseren Weg: „Der Markt für IT-Kräfte ist leergefegt. Dennoch gelingt es uns, Fachkräfte zu finden: Wir konzentrieren uns auf Online-Stellenbörsen, u. a. solche, die sich auf die IT-Branche spezialisiert haben. Besonders freut uns, wenn unsere eigenen Mitarbeiter uns als Arbeitgeber weiterempfehlen. Auf diese Art haben wir schon eine Reihe von IT-Experten und einen Azubi eingestellt.“

### 8 Bedenken Sie die Wünsche zu Mobilität

Parkplatz, Fahrradständer, Haltestelle, Jobticket – was können Sie Ihren Mitarbeitern bieten, um möglichst schnell und preiswert zur Arbeit zu kommen? Wer braucht einen Dienstwagen, wer hätte lieber ein Dienstfahrrad? Vom betrieblichen Mobilitätsmanagement profitiert auch Ihr Unternehmen. Dem Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung gGmbH in Dortmund zufolge sinken Unfallquote und Krankenstand, wenn Mitarbeiter auf sicherere Verkehrsmittel umsteigen.



7

*BINSERV-GFM Markus Jakob macht bei der Bewerbersuche gute Erfahrungen mit Empfehlungsmarketing.*



6

*Frank Lagemann (r.), Vorstand der GreenGate AG, fördert das IT-Interesse von Schülern des Bodelschwingh Gymnasiums.*

### 9 Pflegen Sie gute Kontakte

Ehemalige Mitarbeiter Ihres Unternehmens könnten kurzfristig einspringen, um Spitzen abzubauen. Das gilt für Ruheständler ebenso wie für junge Mütter und Väter. Bieten Sie Mitarbeitern im Erziehungsurlaub Weiterbildungen an und laden Sie sie zu Betriebsfeiern ein. Bauen Sie außerdem neue Kontakte auf, z.B. zu Hochschulen. So besuchten 100 Studierende der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg das Maschinenbauunternehmen Kuhne Group in Sankt Augustin, 30 ihrer Kommilitonen informierten sich bei der auf Schwertransporte spezialisierten Viktor Baumann GmbH & Co.KG in Bornheim. „Beide Veranstaltungen waren ein Schritt zu einer intensiven Verzahnung zwischen der akademischen Ausbildung an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und den Unternehmen vor Ort“, sagt Prof. Dr. Stephan Tank vom Fachbereich Wirtschaftswissenschaften.

### 10 Halten Sie die Augen offen

Die IHK hat errechnet, dass in Bonn/Rhein-Sieg in den nächsten fünf Jahren etwa 12.500 Unternehmen mit mehr als 75.000 Beschäftigten einen Nachfolger suchen. Gehört eines dieser Unternehmen zu Ihren Wettbewerbern? Dann ließen sich von dort nicht nur Kunden, sondern auch qualifizierte Mitarbeiter übernehmen.

Ursula Katthöfer,  
freie Journalistin, Bonn