

# Fachkräfte in ihrer Freizeit abholen

Nach zwei Jahren Corona droht der Wirtschaftsaufschwung in den Startlöchern stecken zu bleiben. Die größte langfristige Bedrohung für die Wirtschaft sind fehlende Fachkräfte, vor allem in Handwerk und Bauwirtschaft. Doch was kann man als Arbeitgeber\*in dagegen tun?

TEXT: ALEXANDER KAULICH, VALENTIN ZETTER

**W**as haben ein Stück Torte im Café, ein Fri-seurbesuch und der Traum vom Eigenheim gemeinsam? Sie werden immer teurer, und oft muss man länger darauf warten. Ein Grund: der Fachkräftemangel. Viele Baubetriebe haben volle Auftragsbücher, aber niemanden, der die Arbeit machen kann. Die Zahl fehlender Fachkräfte steuert in diesem Jahr auf einen Rekordwert zu. Eine Befragung des **Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft** im Auftrag der Wirtschaftskammer WKO ergab, dass 71 Prozent der heimischen Unternehmen derzeit offene Stellen haben. Insgesamt 272.000 Stellen können laut WKO-Hochrechnung überhaupt nicht besetzt werden. Am stärksten betroffen sind das Baugewerbe und die Bauindustrie sowie die Haustechnikbranche.

## Geduld gefragt

So erfreut sich beispielsweise die Baubranche seit Jahren an einer anhaltend guten Auftragslage, doch gleichzeitig ist in vielen Regionen der Arbeitsmarkt wie leergefegt. Wer dieser Tage sein Haus energetisch sanieren möchte oder eine Wärmepumpe einbauen lassen will, muss Geduld mitbringen. Denn nicht nur Baumaterial und Zubehörteile fehlen an allen Ecken, sondern oft auch jemand, der diese einbaut. Die Sanierungs-offensive ist in vollem Gange, doch gerade beim Thema Gebäudemodernisierung fehlen nicht nur Monteure\*innen, Elektriker\*innen und Heizungsbauer\*innen, sondern immer öfter auch Hilfskräfte. Der Fachkräftemangel – er wird zum Flaschenhals der Energiewende.

## Die kenne ich doch privat!

Für viele Betriebe ist fehlendes Personal schon jetzt das Kernproblem. Doch was kann man aktiv dagegen tun? Wir raten Unternehmen unter anderem, sich auf die sozialen Medien und andere Onlinekanäle zu stürzen. Wer Schritt halten will, muss auf sich aufmerksam machen und zukünftige Arbeitnehmer\*innen dort abholen, wo sie in ihrer Freizeit unterwegs sind. Unternehmen können nicht mehr nur mit großen Boni und Dienstwagen winken, sondern müssen mit inneren Werten und guten Benefits überzeugen. Die

Arbeitgeber\*innenmarke, also das, was das Unternehmen wirklich ausmacht, steht im Fokus.

Dabei kann man über die Social-Media-Kanäle das eigene Unternehmen präsentieren, den Arbeitsalltag zeigen, Mitarbeiter\*innen zu Wort kommen lassen und auch Werte transportieren. Das Wichtigste dabei ist, dass das Gezeigte mit der Realität übereinstimmt und nicht unrealistisch aufgehübscht wird. Das kann auch ein guter Moment zur Selbstreflexion und Entwicklung im Unternehmen sein, wenn man bemerkt, dass gewisse Aspekte nicht stimmig sind. Auch Unternehmensbewertungsplattformen sollten aktiv bespielt werden. Man sollte wissen, was über die eigene Firma dort steht, und diese Kritik, auch wenn sie manchmal sehr emotional ist, annehmen. Vielleicht ergibt sich daraus Verbesserungspotenzial.

Ist man so auf in den diversen Feeds der potenziellen Arbeitnehmer\*innen immer präsent, wird auch eine so verbreitete Stellenanzeige eher in Betracht gezogen. Schließlich „kennt“ man das Unternehmen schon, weiß, wofür es steht, und kann sich so auch eher vorstellen, dort zu arbeiten.

## Den Wandel nicht verschlafen

Fast 40 Prozent der Betriebe litten aufgrund fehlender Arbeitskräfte schon unter Umsatzeinbußen, lautet das Ergebnis einer Umfrage der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young. Es ist eine Krise mit Ansage. Der Nachwuchs fehlt seit langem überall, das Interesse an Lehrstellen sinkt jedoch stetig. Dazu kommt das Mismatch-Problem: Menschen wohnen nicht immer dort, wo es offene Stellen gibt, oder bringen nicht die passende Qualifikation mit.

Klar ist auch, dass die Arbeitswelt selbst einem tiefgreifenden Wandel unterliegt. Denn die Bewerber\*innenwünsche ändern sich rasant. Arbeitgeber\*innen müssen lernen, sich zunehmend selbst zu präsentieren, um im Kampf um die besten Köpfe mithalten zu können. Denn allein aufgrund der demografischen Entwicklung und der steigenden Zahl der Pensionierungen bleibt zu befürchten, dass sich der Fachkräftemangel in den nächsten Jahren noch einmal deutlich verschärfen wird. ■



AdOnly (2)

## ZU DEN AUTOREN

### ALEXANDER KAULICH UND VALENTIN ZETTER

sind Geschäftsführer des Recruitingunternehmens AdOnly, das sich darauf spezialisiert hat, die Vorteile von Social Media für Unternehmen zu nutzen, Recruiting-Kampagnen zu erstellen und Arbeitgeber\*innenmarken zu stärken.

[www.adonly.at](http://www.adonly.at)