

Personalsuche: Fachkräftemangel kostet den Mittelstand Wachstum und bremst wichtige Transformationsprozesse aus

Mehr Mut zum Marketing

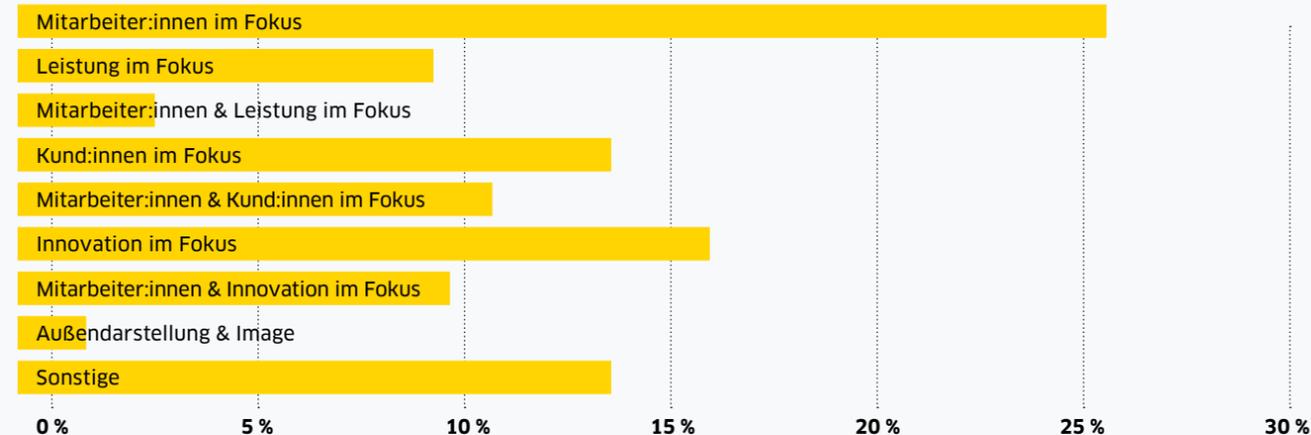
EXKLUSIVE STUDIE Ohne ein intensiveres Employer Branding drohen Fachkräfte und junge Talente am Mittelstand vorbeizuziehen: Unternehmen müssen ihre Sichtbarkeit auf dem Arbeitsmarkt steigern, wie eine aktuelle Untersuchung belegt.

Im intensiven War for Talents drohen mittelständische Unternehmen weiter hinter ihre größeren Mitbewerber zurückzufallen. Denn sie tun zu wenig für ihre Außendarstellung im Rahmen des Employer Brandings. Das ist ein Ergebnis der aktuellen Trendstudie „Das Mindset von Arbeitgeber:innen der Zukunft“, für die das Deutsche Innovationsinstitut für Nachhaltigkeit und Digitalisierung (DIND) Daten von 2.783 überwiegend kleineren und mittelgroßen Unternehmen (KMU) ausgewertet hat. Beim Recruiting stehen demnach für 48,9 Prozent der teilnehmenden Unternehmen die Mitarbeitenden im Fokus – das eigene Image promotet hingegen nur jedes Hundertste.

Somit bleiben viele KMU auf einem immer enger werdenden Arbeitsmarkt weitgehend unsichtbar. „Das kann zu Problemen bei der Suche nach Fachkräften und jungen Talenten führen“, sagt DIND-Geschäftsführerin Ines Woermann. Wenn Unternehmen ihren Bekanntheitsgrad nicht steigern, werde es zudem schwieriger, bewährtes Personal an sich zu binden und Abwerbewerksuche abzuwehren, warnt sie: „Die Wechselbereitschaft unter Angestellten ist groß.“ So habe bereits die DIND-Trendstudie „Job 2023: Bleiben, wechseln, Träume leben“ ergeben, dass „gut ein Viertel von ihnen aktiv eine neue Stelle sucht“. Laut Woermann trifft dies vor allem auf den Vertriebsbereich zu.

RECRUITING

Die Außendarstellung spielt im Mittelstand bei der Personalsuche derzeit so gut wie keine Rolle.



Quelle: DIND

IN DER FACHKRÄTFEFALLE

„Der Mittelstand kann so in eine Fachkräftefalle geraten“, sagt Woermann mit Blick auf den großen Wechselwillen auf der einen und ein mangelndes Angebot an Fachkräften auf der anderen Seite. Letzteres droht dramatische Ausmaße anzunehmen. Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW Köln) hat für das Jahr 2022 errechnet, dass es im Jahresdurchschnitt etwa 1.339.000 offene Stellen für qualifizierte Arbeitskräfte gegeben habe, denen nur 968.000 qualifizierte Erwerbslose gegenübergestanden hätten.

„Schon bei dieser groben Betrachtung fehlen also rein rechnerisch 371.000 Menschen, die eine mehrjährige Qualifizierung absolviert haben“, schreiben die IW-Forscher. Bei Abgleich der zu besetzenden Positionen mit der Qualifikation der Arbeitslosen ergebe sich sogar eine Lücke von 630.000 Fachkräften – „das entspricht etwa der Einwohnerzahl von Stuttgart“. Fazit ihrer Kurzstudie aus dem März 2023: Es gebe zwar nicht in jedem Beruf und nicht in jeder Region Fachkräftemangel – „aber er nimmt beständig zu und er wird sich demografisch bedingt weiter verstärken“.

Das IW Köln schätzt, dass durch die Alterung der Gesellschaft allein 2023 eine gute Viertel Million Beschäftigte dem Arbeitsmarkt entzogen würden. Nach und nach treten immer mehr aus der geburtenstarken Babyboomer-Generation in den Ruhestand. Kurzfristige Lösungen sieht das IW nicht – auch Lohnerhöhungen würden nicht weiterhelfen.

WERTVOLLE HILFE BEIM RECRUITING

Was also können Mittelständlerinnen und Mittelständler tun, um offene Stellen zu besetzen, damit ihre Unternehmen wachsen können oder wichtige Transformationsprojekte in Bereichen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit endlich angegangen werden? „Eine Möglichkeit ist die Stärkung des Employer Brandings“, sagt DIND-Geschäftsführerin Woermann. Es brauche mehr Mut zum (Eigen-)Marketing. Ein wertvolles Hilfsmittel dabei könnten Auszeichnungen sein wie das Siegel „Arbeitgeber der Zukunft“. Dieses Prädikat ermögliche erfolgreichen Unternehmen nach innen eine bessere Motivation und Bindung der Mitarbeitenden – und nach außen könnten sie beim Recruiting eindrucksvoll auf ihre Qualitäten aufmerksam machen.

Für Unternehmerinnen und Unternehmer, die vor allem nach jungen Talenten suchen, um ihren Betrieb zukunftsfest zu machen, hat Woermann noch einen Tipp: „Unsere Trendstudie hat ergeben, dass das Thema Sustainability bei der Personalsuche ebenfalls untergewichtet ist.“ Von zehn untersuchten Themenkomplexen erreichte es nur den zweitniedrigsten Rang. „Dabei nimmt die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz gerade unter Jüngeren immer mehr zu – und damit auch der Wert einer stärkeren unternehmerischer Ausrichtung auf Nachhaltigkeit“, so Woermann: „Hier besteht möglicherweise Aufholpotenzial.“



ÜBER DIE TRENDSTUDIE

Ausgewertet wurden Daten von 2.783 Unternehmen, die zwischen August 2022 und März 2023 am Smart Company Check des DIND teilgenommen haben. Die Untersuchung ist als Längsschnittstudie ausgelegt: Sie wird sukzessive fortgesetzt, um neue Trends im Recruiting identifizieren zu können.