

Wie ein Handwerksbetrieb das richtige Personal findet



In einem „Bewerber-Workshop“ wird potentiellen Mitarbeitern „auf den Zahn“ gefühlt. (Foto: Vaillant)

Die ersten 100 Tage – das ist bei Politikern die Zeit, in der sich „Neue“ in Positionen und Aufgaben einarbeiten. Anders ergeht es Mitarbeitern im Handwerk: Die Bewährung beginnt bereits am ersten Tag. Schnell entscheidet sich so, ob das „Bauchgefühl“ des Arbeitgebers richtig war. Wer in seinem Betrieb jedoch auf „Nummer sicher“ gehen möchte und beim Bewerber Wert auf Objektivität im Auswahlprozess legt, wer neben dem Fachwissen des Bewerbers auch Voraussagen über das zukünftige Verhalten im Kundenkontakt des neuen Mitarbeiters machen möchte und wer sich obendrein noch sicher

sein möchte, dass der neue Mitarbeiter für die angebotene Position auch optimal motiviert ist, dem rät Verkaufs- und Personaltrainer Ewald W. Schneider zum „Bewerber-Workshop“.

Mehr als Gefühl

„Der Zeit- und Kostenaufwand ist dabei um ein Vielfaches geringer als bei anderen Verfahren der Bewerberauswahl“, ist sich der Experte sicher. Generell gilt für einen Handwerksbetrieb, dass die regionalen Tageszeitungen als Anzeigenmedien kaum noch taugen. „Sie sind schlicht zu teuer und zu wenig effizient“, sagt Schneider. Besser

seien heute professionelle Online-Portale, wie beispielsweise www.stellenanzeigen.de.

Generell gilt jedoch: Die Anzeige braucht vor allem einen kommunikationsstarken Ansprechpartner, der faktisch 24 Stunden telefonisch erreichbar ist. Denn bereits am Telefon erfolgt die Motivation des (guten) Bewerbers, sich ernsthaft für den Arbeitgeber zu interessieren. „Das ist definitiv kein Job für Nebenbei“, so Schneider. Die Einzelinterviews sollten dann in entspannter Atmosphäre stattfinden, und zwar abseits der klassischen Fragestellung: „Was haben Sie denn bisher so gemacht“. „Der Arbeitgeber sollte diese Phase des Gespräches unter »vier Augen« als Informations- beziehungsweise als Verkaufsgespräch definieren. Die Einstellung muss lauten: Wir verkaufen unsere Leistungsfähigkeit als Unternehmen an die besten Bewerber. Erst dann komme die entscheidende Phase: Die Einladung zu einem »Bewerber-Workshop«.“

Wie funktioniert ein „Bewerber-Workshop“?

„Als Personalberater läuft ein »Bewerber-Workshop« bei mir wie folgt ab: Nachdem ich vorab mit 10 bis 15 potentiellen

Bewerbern Einzelgespräche in meinen Geschäftsräumen geführt habe, lade ich fünf bis sieben der aussichtsreichsten Bewerber für eine Position in die Geschäftsräume meines Kunden zu dem Bewerber-Workshop ein, bei dem auch immer mindestens zwei Entscheider meines Auftraggebers anwesend sind“, berichtet Schneider. Der Workshop dauert bis zu acht Stunden. Eine Zeit, während der den Bewerbern so sehr „auf den Zahn“ gefühlt werde, dass anschließend die richtigen Entscheidungen getroffen werden können.

„Interessanterweise kommen meine Kunden dann zu der gleichen Entscheidung wie ich, obwohl sie morgens zur ersten Kaffeepause noch eine andere Einschätzung hatten. Wichtig ist auch, dass ich meinen Auftraggebern vorab keinerlei Einblick in die Bewerbungsunterlagen gewähre. Sie sollen möglichst vorurteilsfrei in den »Bewerber-Workshop« gehen“, so Schneider. Nach eigenen Angaben hat das Verfahren den Personalberater in zwanzig Jahren noch nie im Stich gelassen: „Über 90 Prozent aller eingestellten Bewerber erfüllen später auch die Erwartungen meiner Kunden.“ ■

www.ewald-w-schneider.de

