

Position



Kunde

All for One Steeb AG

Seite
Rubrik

16

Ausgabe
01.12.2014/Nr. 12/2014

Medienart Printmedien
Medientyp Fachpresse
Erscheinungsweise 10 x jährlich
Branche IT Management allgemein
Bundesland Überregional
Nielsengebiet nicht zugeordnet

Auftrags-Nr. 13612
Kunden-Nr. 31272
Thema-Nr. 051.069

Suchbegriff(e) 1. All for One, -Steeb AG

Verlag MEDIENHAUS Verlag GmbH, 51427 Bergisch Gladbach, Bertram-Blank-Straße 8, Tel.: 02204 9214 0, Fax: 02204 9214 30
E-Mail: info@medienhaus-verlag.de, URL: www.medienhaus-verlag.de

Redaktion IT-Mittelstand Redaktion, 51427 Bergisch Gladbach, Bertram-Blank-Straße 8, Tel.: 02204 9214 0, Fax: 02204 9214 30
E-Mail: redaktion@itmittelstand.de, URL: www.itmittelstand.de

Publikation	Auflage *		Reichweite** (in Mio.)	Medien-Nr.
	verkauft	verbreitet gedruckt		
IT Mittelstand	1.230	19.970 20.163 ¹	0,11 ^a	9844

Quelle(n): * 1. IVW ** a. gewichtet

© Copyright des Artikels liegt beim Verlag



NICHTS GEHT OHNE PERSÖNLICHES GESPRÄCH

PERSONALARBEIT IM MITTELSTAND

Im Interview erläutert Jasmin Kraetz, Teamleiterin Human Resources bei dem Webdienstleister Netpioneer, wie man als mittelständisches Unternehmen hart umkämpfte Fachkräfte für sich gewinnen kann.

ITM: Frau Kraetz, wie können Mittelständler ihre Mitarbeiter auf Dauer an sich binden und so eine Abwanderung zu vermeintlich attraktiveren Großunternehmen vermeiden?

JASMIN KRAETZ: Die Zusatzleistungen eines mittelständischen Unternehmens sollten nach Möglichkeit mit denen eines Großunternehmens mithalten können. Gleichzeitig müssen sie jedoch flexibel sein, so dass man auf jeden Mitarbeiter und seine aktuel-



„Arbeitgeber sollten etwa im Rahmen von Social-Media-Veröffentlichungen die Privatsphäre ihrer Mitarbeiter nicht vergessen“,

betont **Jasmin Kraetz**, HR-Teamleiterin bei Netpioneer.

len Bedürfnisse eingehen kann. Speziell kleinere Unternehmen können oft mit höherer Flexibilität und geringeren Hierarchien punkten. Und wenn Mitarbeiter spüren, dass sie etwas bewegen können, dass sie geschätzt werden, ihr Einsatz zählt und sie ihre Stärken und Vorlieben einbringen können, dann ist das zumeist die effektivste Bindung ans Unternehmen.

ITM: Welche Dinge sind den Mitarbeitern heutzutage wichtig? Welche Rolle spielen Vergütung und Work-Life-Balance?

KRAETZ: Es kommt immer auf die Situation des einzelnen an. Um individuelle Bedürfnisse zu kennen, führen wir daher mit Mitarbeitern, die dies wünschen, regelmäßig persönliche Gespräche. Dabei arbeiten wir u.a. mit den „Moving Motivators“ aus dem Buch „Management 3.0 Workout“ von Jürgen Appello, um herauszufinden, was die Person antreibt: Sind gerade Status und

Anerkennung wichtig, braucht der Mitarbeiter neue Herausforderungen, möchte er Verantwortung übernehmen, wünscht er sich flexiblere oder geregelte Strukturen? Je nach Situation sind unterschiedliche Dinge wichtig, daher ist es nicht sinnvoll, Bindungsprogramme nach dem Gießkannenprinzip zu erfüllen.

ITM: Welche Informations- und Kommunikationstechnologien sind heutzutage in einer Personalabteilung unerlässlich?

KRAETZ: Personalinformationssysteme mit elektronischen Personalakten und Möglichkeiten zur Selbstverwaltung sind wichtig. Auch ein interner Blog und gegebenenfalls weitere digitale Kanäle sind für die Mitarbeiter sowie den Austausch untereinander erforderlich. Unersetzlich ist aber nach wie vor das persönliche Gespräch. Das gilt ganz besonders in Unternehmen, die eine überschaubare Größe haben und in denen man jeden Kollegen kennt.

ITM: Stichwort Mitarbeiterrekrutierung: Wie können Mittelständler in Zeiten von Fachkräftemangel Personal für sich gewinnen?

KRAETZ: Man sollte versuchen, die eigenen Mitarbeiter zu Rekrutieren zu machen. Das gelingt z.B. indem diese in Nutzergruppen aktiv sind, wo sich entsprechende Kontaktmöglichkeiten ergeben. Aber auch indem man potentielle Bewerber mit zielgruppengerechten Angeboten anspricht – von Workshops über Schnuppertage bis hin zu Stammtischen. Inzwischen spielen Bewertungsportale wie Kununu eine immer wichtigere Rolle. Daher muss man vor allem ein attraktiver Arbeitgeber sein – dann kommen auch die passenden Bewerber.

ITM: Welche Funktion haben spielen soziale Medien bei der Mitarbeitersuche?

KRAETZ: Um die eigene Bekanntheit zu erhöhen, bestimmte Zielgruppen anzusprechen und die Glaubwürdigkeit zu erhöhen – etwa durch Fotos in sozialen Netzwerken, auf denen man einen Einblick ins Unternehmen zulässt, oder auch durch gute Bewertungen auf entsprechenden Portalen –, spielen soziale Medien eine wichtige Rolle. Dennoch bin ich der Meinung, dass die persönliche Kommunikation, sei es auf Veranstaltungen oder durch positive Aussagen der eigenen Mitarbeiter, durch nichts zu ersetzen ist.

ITM: Worauf sollte man als Arbeitgeber bei seiner Präsentation und Kommunikation in sozialen Medien vor allem achten?

KRAETZ: Die Kommunikation muss zielgruppengerecht sein und zum jeweiligen Kanal passen. Dabei sollte man aber dennoch darauf achten, dass die Botschaften, die man als Unternehmen sendet, konsistent sind. Außerdem sind Aktualität und Authentizität wichtig. Nie vergessen sollte man auch die Privatsphäre der Mitarbeiter, d.h., ohne deren Zustimmung sollten keine Fotos von ihnen oder persönliche Informationen über sie gepostet werden. ➔

INA SCHLÜCKER

KURZ-MELDUNGEN

ERP

AUTOMATISIERTE PRODUKTIONSLOGISTIK

Die SAP-Branchenlösung „All for Automotive“ der All for One Steeb AG sorgt beim Automobilzulieferer Aspöck Systems für weniger Aufwand bei der Planung von Fertigungsprozessen.