

Wie „sexy“ sind Bäcker als Arbeitgeber?

In Sachen Personalgewinnung und Mitarbeiterbindung wird ein souveräner Umgang mit der Digitalisierung als Zeichen der Zukunftsfähigkeit eines Bäckereiunternehmens gewertet. „Mitarbeiter wollen die Sicherheit, dass der zukünftige Arbeitgeber fit für neue Herausforderungen ist“, weiß unser Autor Horst Lempart.

„Wir backen mit Herz und Hand“ – diese oder eine ähnliche Botschaft steht auf jeder zweiten Brötchentüte als Bekräftigung der handwerklichen Backtradition eines Unternehmens. Der Verbraucher kauft halt ungerne „maschinell hergestellte Industrieware“. So weit, so gut, und für die Konsumenten mag das auch passen. Aber wie steht es um potenzielle Mitarbeiter?

Im ersten Teil dieser Serie zum Thema „Personal Recruiting“ (siehe *BM 1/2017*) habe ich von der „Generation Ü60“ gesprochen. Aufgrund des demographischen Wandels werden diese Berufsgruppe und das Potenzial der Rentner zukünftig eine große Rolle bei der Besetzung offener Stellen spielen. Wie aber werden Bäckereien auch für Auszubildende und jüngere Mitarbeiter interessant?

Die Antwort auf diese Frage fällt leichter, wenn man sich mit den Lebensgewohnheiten dieser Zielgruppe auseinandersetzt. Die heute 50-Jährigen sind die erste Generation, die über die Hälfte ihres Lebens im digitalen Zeitalter verbracht hat. Sie kennen zwar noch ein davor und danach, sind aber seit dem Erwachsenenalter wesentlich geprägt von der Digitalisierung in allen Lebensbereichen. Die Folgegeneration kennt ein Leben ohne Computer und Handy nicht mehr. Sie macht große Augen, wenn wir ihr vom Tastentelefon oder vom Telex erzählen. Sie fragt ihr Mobiltelefon, wenn sie das Kinoprogramm in Erfahrung bringen will. Was bedeutet das für Sie als Bäcker?

Digitale Medien als „Schaufenster“

2016 verfügten 70% der deutschen Unternehmen über eine eigene Homepage (*Quelle: www.statista.com*). Stellen Sie sich vor: Fast ein Drittel aller Betriebe verzichtet noch immer voll und ganz auf eine Internetpräsenz! Und ich befürchte, dass es im Bäckerhandwerk nicht besser aussieht. Was aber hinzukommt, und das ist mehr als eine Befürchtung: Die vorhandenen Internetauftritte sind in vielen Fällen derart statisch und wenig aktuell, dass kein Mensch Lust hat, sich auf diesen Websites länger zu bewegen oder gar wiederzukommen – also auch potenzielle Mitarbeiter nicht! Personalgewinnung über digitale Medien („Digital Recruiting“) ist jedoch der Anwerbekanal von heute und der Zukunft. Aushänge am Schaufenster, Stellenangebote in Anzeigenfriedhöfen oder Jobofferten auf der Brötchentüte – finden Sie das wirklich zeitgemäß? Wer sich ausschließlich so als Arbeitgeber präsentiert, vermittelt vor allem: Wir sind nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Für jüngere Arbeitssuchende bedeutet das: Dieser Betrieb hat sich nicht auf die Zukunft vorbereitet, der Arbeitsplatz ist womöglich unsicher – da suche ich lieber weiter.

Der Digitalisierungsgrad von Unternehmen bezieht sich nicht nur auf den Erfolg der Personalakquise. Auch das Bestandspersonal hat ein Auge da-



Immer vernetzt: Vor allem jüngere potenzielle Mitarbeiter bringen digitale Kompetenz mit, fordern sie aber auch vom Arbeitgeber ein.

rauf. Laut einer amerikanischen Studie mit 3 700 Teilnehmern würden 34% der Fachkräfte das Unternehmen verlassen, wenn der digitale Wandel nicht gelingt. 43% sind sogar der Meinung, dass es weniger an technischem Know-how mangelt als am Willen der Geschäftsleitung (*Quelle: Massachusetts Institute of Technology*).

Berufsbilder im (digitalen) Wandel

Wie gelingt der digitale Wandel in der Bäckerei? Welche Prozesse können digitalisiert werden? Digitalisierung heißt nicht nur, sich eine Homepage zu bauen und in den sozialen Netzwerken unterwegs zu sein. Moderne Kassensysteme, miteinander kommunizierende Maschinen, Bedarfsmeldesysteme innerhalb der Materialwirtschaft oder fein justierte Logistiklösungen sind Antworten auf die Fragen der Zeit. Hat man früher in den Autohäusern Mechaniker gebraucht, die den Motor auseinanderlegten, findet man heute Mechatroniker, Elektroniker und Bordcomputerspezialisten unter den Fachleuten. Wird der zukünftige Bäcker inhaltlich ein „Back-Operator“ sein müssen? Ich weiß es nicht, aber einiges spricht dafür. Lola Guldenberg hat auf dem jüngsten BÄKO-Workshop die „Bäckerei der Zukunft“ skizziert: „Die Grenzen von On- und Offline heben sich auf“ (siehe *„Die Digitalisierung ist längst da“* in *BM 1/2017*). Nebenbei: Bei der Bezeichnung „Bäckereifachverkäuferin“ frage ich mich, ob der Titel wirklich Lust macht auf eine Ausbildung. Vielleicht könnten die Kammer mal prüfen, ob das „Produktmarketing“ noch zeitgemäß ist ... Arbeitgebermarken tragen dazu bei, den zukünftigen Personalbedarf zu decken und die vorhandenen Leistungsträger an das Unternehmen zu binden. Dabei unterstützt der öffentlich wahrnehmbare Digitalisierungsgrad das Employer Branding ganz erheblich. Es ist kein Widerspruch, sich gleichzeitig modern zu präsentieren und den traditionellen Werten verpflichtet

Trappens Ultraschall Typ 900 automatic

Ultraschalltechnik der neuesten Generation hält auf einer freien Fläche von ca. 80 qm. Nagetiere fern.



Die „elektronische Katze“ erhalten Sie über Ihre BÄKO unter der Art.-Nr. 89 4962.

€ 89,00 zzgl. MwSt.

SASA GmbH, 69254 Malsch, Tel. 0 72 53 / 2 15 96, Fax. 27 85 56
e-mail: info@sasagmbh.de • www.trappens.de

zu sein. Es geht nicht um ein Entweder-oder sondern um das Sowohl-als-auch! Zukünftige Mitarbeiter möchten ihre Kompetenzen so einbringen können, dass sie bestmögliche Entfaltungsspielräume vorfinden. Das geht nur, wenn Sie vom Ansatz her denken wie Ihre Wunschkandidatin oder Ihr Wunschkandidat. Wenn Sie deren Gewohnheiten und Wünsche kennen, können Sie diese auch gezielt ansprechen. Finden Sie heraus: Wo sind Ihre Kandidaten unterwegs? Was ist ihnen besonders wichtig?

Kreative Netze knüpfen

Apple steht nicht nur als starke Marke für eine digitalisierte Welt. Wenn Sie einmal in Hamburg, Berlin oder München an einem Apple Store vorbeigekommen sind, haben Sie vielleicht eine wichtige Beobachtung gemacht: Vor den Läden scharen sich Menschenmengen, Junge wie Alte.

Warum? Dort steht ein offenes WLAN-Netz zur Verfügung. Dieser Service kostet Apple so gut wie nichts. Die Menschentrauben vor den Geschäften sorgen aber für eine unübersehbare Belegung des Eingangs. Hier werden Verbrauchergewohnheiten mit dem Verkauf zusammengeführt.

Das Unternehmen Apple steht für freies, offenes Denken und innovative Ideen. Da kommt man doch an einem offenen Netz fast nicht vor-



Auch Backwaren werden verstärkt durch die „digitale Brille“ betrachtet.

bei. Vielleicht kann ich Ihren traditionellen Apfelkuchen nicht mit einem „Apple-Cake“ vergleichen (Achtung: Markenrecht beachten, sollte Ihnen die Wort-Assoziation gefallen!).

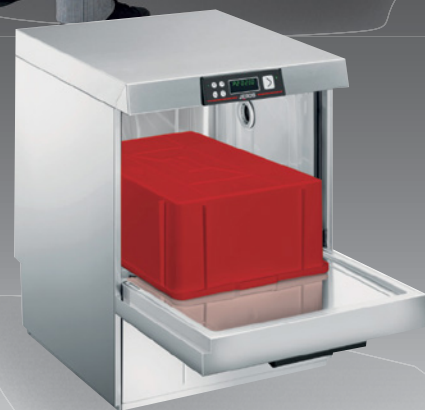
Doch Sie sollten unbedingt herausfinden, wofür Ihr eigenes Unternehmen steht, wenn es um das Anwerben neuer Mitarbeiter geht. Und dann kommunizieren Sie es – auch digital! **hl**

Fünf Ideen für ein digitales „Fresh-up“

1. Es gibt nichts Langweiligeres als eine Homepage, die vor fünf Jahren das letzte Mal angefasst wurde: Beleben Sie Ihre Homepage. Regelmäßige Blogs, aktuelle Veranstaltungshinweise, ein eigener Onlineshop, Videos aus dem Unternehmen und die neueste Medienberichterstattung können dazu beitragen. Auch eine eigene Rubrik „Karriere“ gehört hier hinein. Ein Musterbeispiel in dieser Hinsicht stellt Metzgermeister Claus Böbel aus Rittersbach dar. Ich bin sicher, hier stecken auch Ideen für Sie als Bäcker drin (www.umdiewurst.de).
2. Ermöglichen Sie „barrierefreie“ Bewerbungen. Dazu gehören beispielsweise Onlinebewerbungsportale. Reduzieren Sie sich dabei auf das Nötigste. Wenn Sie sich hier attraktiv machen und der Bewerber Kontakt aufnimmt, können weitere Informationen fließen. Halten Sie die Onlineformulare einfach und mobilgerätaefähig durch entsprechende Seitenprogrammierung („Responsive Design“).
3. Bilder sagen mehr als tausend Worte. Nutzen Sie daher die Kraft der bewegten Bilder. Ermöglichen Sie Einblicke in Ihren Betrieb, die Sozialräume und den Verkauf. Fragen Sie Ihre Mitarbeiter, ob ein Videoausschnitt des letzten Betriebsausflugs oder der Weihnachtsfeier ins Netz darf. Transportieren Sie Emotionen und veröffentlichen Sie immer wieder ein Stück Firmengeschichte. Menschen lieben Storys!
4. Nutzen Sie auch die Social-Media-Plattformen. Hier sollten Sie den Eventcharakter in den Mittelpunkt stellen und darüber auf sich aufmerksam machen: Veranstaltungen, Produktneuheiten, Testkundenaktionen etc. Verankern Sie Ihre Marke in den Köpfen der Leser!
5. Kommunizieren Sie Ihren „Digital Value“. Machen Sie Ihrer Zielgruppe möglichst oft klar, wie zukunftsfähig Ihr Unternehmen aufgestellt ist. Mitarbeiter wollen die Sicherheit, dass der zukünftige Arbeitgeber fit für neue Herausforderungen ist. Machen Sie die moderne Seite des traditionellen Handwerksbetriebs sicht- und erlebbar.

Ob Filiale oder Industrie JEROS bietet immer die richtige Hygienelösung!

- Gewerbespülmaschinen
- Geschirrspülmaschinen
- Kistenwaschanlagen
- Blechreiniger
- Hygienelösungen
- Kundenorientierte Lösungen



Internorga
17.-21. März
B6 328