

Betriebsführung

Die Firma wird zum Talentschuppen

Bei der Personalsuche empfiehlt es sich, vor externen Ausschreibungen die Belegschaft einzubinden.

VOLKER MAIHOFF

Immer wieder sind Meldungen zu lesen, dass fleischerhandwerkliche Betriebe schließen müssen, weil es an qualifiziertem Personal mangelt. Bevor Qualitätseinbußen in Kauf genommen und die Kunden nicht mehr so bedient werden können, wie diese und die Inhaber der Metzgereien es erwarten, wird lieber geschlossen.

Eine Entwicklung, die viele Ursachen hat. In dem aktuellen Buch „Die neue Macht der Mitarbeiter“ heißt es: „Noch in diesem Jahrzehnt

werden Unternehmen geschlossen werden. Und zwar nicht, weil es an Kunden fehlt, sondern an den richtigen Mitarbeitern.“ Im Einzelhandel ist es längst soweit.

Gesucht sind kreative Möglichkeiten, um ohne aufwendige und teure Personalsuchmaßnahmen den richtigen Mitarbeiter zu finden.

Insbesondere in Fleischereien mit mehreren Filialen sollten die Betriebsinhaber und Metzgermeister die Möglichkeit nutzen, in den eigenen Reihen Ausschau zu halten. Denn vielleicht befindet sich ja im Büro ein Mitarbeiter, der das Zeug zum „begnadeten Verkäufer“ hat.

Brach liegende Potenziale entdecken

Das ist angesichts der Personalknappheit in den Fleischer-Fachgeschäften kein leichtes Unterfangen. Es lohnt sich aber zu prüfen, ob es

hinter dem Schreibtisch nicht ein unentdecktes Talent gibt, das im Kundenkontakt und hinter der Ladentheke besser aufgehoben wäre.

Keine Metzgerei kann es sich leisten, unerkannte Talente in Positionen verkümmern zu lassen, in denen die Menschen ihre Fähigkeiten nicht einsetzen können. Das käme einer fahrlässigen Potenzialvergeudung und Verschwendung brachliegender Fähigkeiten gleich.

Passen Mitarbeiter und Arbeitsplatz zusammen?

Allein schon deswegen sollte der Betriebsinhaber regelmäßig prüfen, ob die Anforderungsprofile seiner Arbeitsplätze mit den Qualifikationsprofilen der Mitarbeiter übereinstimmen. Mit „Talentschuppen Fleischerei“ ist auch gemeint, dass Mitarbeiter und Arbeitsplatz zusammenpassen.

Ein Nebeneffekt: Dies trägt zur Mitarbeitermotivation und -bindung bei: Die Angestellten fühlen sich wertgeschätzt und ernst genommen. Denn sie sehen, dass dem Chef daran gelegen ist, jeden Mitarbeiter dabei zu unterstützen, sein Potenzial am Arbeitsplatz zu entfalten. Der Inhaber kann seine eigenen Mitarbeiter als „Botschafter“ seines Handwerksunternehmens nutzen. Was heißt das? Wenn die Beschäftigten zufrieden sind und gern für ihren Chef arbeiten, sind sie bereit, das in ihrem Verwandten- und Bekanntenkreis zu kommunizieren.

Begeisterung schwappt ins Privatleben über

Es ist wie bei Empfehlungen durch Kunden: Wenn eine überzeugte Mitarbeiterin im Kreis ihrer Freundinnen mit Begeisterung von ihrer Arbeit in der Wurstküche oder im Büro erzählt, motiviert dies eine der Zuhörerinnen eventuell, sich um eine vakante Stelle zu bewerben.

Mitarbeiter entwickeln solche Initiativen allerdings selten von sich aus. Daher spricht der Chef das Thema am besten während der Teambesprechung an und gibt so den Anstoß, dass die Mitarbeiter in ihren Netzwerken verbreiten, dass „ihre Metzgerei“ auf der Suche nach einem neuen Kollegen ist.

Vielleicht können und wollen seine Leute ihre Augen und Ohren offen halten, ob es in ihrem Umfeld Mitarbeiter gibt, die bei ihrem derzeitigen Arbeitgeber unzufrieden sind, vor dem Absprung stehen und daher Interesse daran haben, sich den „Talentschuppen Fleischerei“ einmal anzuschauen. | afz 11/2018

Der Autor ist Verkaufs-/Führungskrafttrainer und Business-Coach für Vertriebsstrategie, Verkaufstraining und Mitarbeiterführung. www.maihoff.de



Wer hat die besten Ideen im fleischerhandwerklichen Unternehmen? Bei Mitarbeiterbesprechungen können unerkannte Talente entdeckt werden. Foto: contrastwerkstatt / fotolia.com

Sicher unterwegs: BGN bietet Fahrradtrainings an

MANNHEIM

Die Zahl der Mitarbeiter, die mit dem Fahrrad oder E-Bike zur Arbeit fahren, steigt. Radfahrer tun etwas für sich und für ihre Arbeitgeber, denn sie sind fitter und produktiver als jene, die mit dem Pkw oder Bus kommen.

Die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) sieht diesen Trend zum Radfahren als Mobilitätsalternative grundsätzlich positiv. Allerdings ist das Unfallrisiko auf zwei Rädern

wesentlich höher als auf vier. Auf einen verunglückten Autofahrer kommen laut ADAC-Statistiken mehr als acht Radfahrer. Das Risiko für Radler, bei einem Straßenverkehrsunfall zu sterben, ist fünfmal höher als für Autofahrer.

Deshalb fördert die BGN die Sicherheit von Fahrradfahrern im Straßenverkehr. Die BGN-Trainings, ausgerichtet in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Verkehrssicherheitsrat (DVR), vermitteln sicheres Fahren und Verhalten besonders in kritischen Situatio-

nen. Denn Radfahrer können ihre Sicherheit im Straßenverkehr durch ihr eigenes Verhalten erhöhen und so auch das anderer Verkehrsteilnehmer beeinflussen.

Weitere Informationen dazu gibt es im Internet unter www.sicher-unterwegs-bgn.de, Stichwort „Fahrrad-Seminar“.

Die BGN mit Sitz in Mannheim ist seit 1885 die gesetzliche Unfallversicherung für die Unternehmen der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie, des Hotel- und Gaststättengewerbes, des Bäcker- und Kon-

ditorenhandwerks, der Fleischwirtschaft, von Brauereien und Mälzereien sowie von Schausteller- und Zirkusbetrieben. Alle Beschäftigten in diesen Betrieben sind kraft Gesetzes bei Arbeitsunfällen und Berufskrankheiten bei der BGN versichert – zurzeit rund 3,5 Millionen Menschen in mehr als 400 000 Betrieben. Zum 1. Januar 2011 hatten sich die Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gaststätten und die Fleischerei-Berufsgenossenschaft zur BGN vereinigt.

red | afz 11/2018

TV Tipp

Herkules:

Tradition im Trend

Magazin | Wurst als Praline, Milchkanne als Designersitzmöbel und hippe Schafmilchseife zur Hautpflege: Handwerk muss nicht bieder und langweilig sein, im Gegenteil: Wer aktuell noch mit Tradition bestehen will, der braucht neue Ideen, spezielle Konzepte und ausgefallene Produkte. In seiner wöchentlichen Erlebnis-Reportage zeigt „Herkules“ drei trendige Jung-Handwerker aus Hessen.

Dienstag, 20. März 20:15 Uhr, hr Fernsehen

Die Lebensmittel-Mafia – wie gepanschte Nahrung in unsere Läden kommt

Reportage | Organisierte Kriminelle haben ein neues Geschäftsfeld gefunden: Gefälschte Lebensmittel. Alles, was einen guten Namen und einen hohen Preis hat, wird gepanscht: Schinken, Mozzarella, Olivenöl, Balsamico, Spirituosen. Dabei schreckt die Lebensmittel-Mafia vor nichts zurück: Vergiftungen und sogar der Tod von Konsumenten werden billigend in Kauf genommen. Welche Gefahren drohen deutschen Verbrauchern?

Dienstag, 20. März 21:00 Uhr, ARD-alpha

nachtsicht –

Die Zukunft des Essens

Talk | Schätzungen zufolge werden im Jahr 2050 rund neun Milliarden Menschen auf der Erde leben und die Ressourcen werden knapp sein, auch die Nahrung. Ist Essen aus einem 3-D-Drucker eine Lösung oder wird man ressourcenschonender Heuschrecken anstatt Rinder züchten? Und gibt es eine Alternative für die derzeit drastisch überfischten Meere? Um diese und andere Fragen dreht sich das Gespräch mit der Ernährungswissenschaftlerin und Food-Trend-Expertin Hanni Rützler und dem Insektenkochbuch-Autor Adrian Kessler.

Dienstag, 20. März 21:45 Uhr, ARD-alpha

Abenteuer Leben: So geht Burger!

Magazin | Beim Burger-Riesen McDonald's gehen weltweit pro Sekunde mehr als 75 Burger über die Theken. Trotzdem gehen sie in keiner der knapp 40 000 Filialen nie aus. Alle Zutaten sind immer ausreichend vorhanden – egal, wie groß der Ansturm ist. Wie ist das möglich?

Dienstag, 20. März 23:25 Uhr, Kabel eins