

So kommen Sie an gute Mitarbeiter

| Ralf R. Strupat

Stellen Sie sich für einen kurzen Moment das folgende Szenario vor: Die besten Schüler der örtlichen Schulen interessieren sich für eine Ausbildung bei Ihnen und geben unaufgefordert ihre Bewerbung ab. Währenddessen haben Sie schon Ihre Kontaktliste studiert und überlegt, welcher Ihrer Praktikanten inzwischen fit für den Arbeitsmarkt sein könnten. Zu schön, um wahr zu sein? Meistens äußern sich zahntechnische Labore auf der Suche nach Azubis eher so: „Man muss halt nehmen, was man kriegt.“ Bei der Entscheidung für einen Bewerber schließt man dann vielleicht einen Kompromiss („Wird schon noch!“), um schließlich kurz vor Ende der Probezeit ernüchert festzustellen: War halt wieder kein Glücksgriff ...

Wer als Kind Seefahrer- und Piratenfilme geliebt hat, kennt die folgende Szene: Eine zwielichtige Gestalt durchkämmt im Auftrag der Reederei dunkle Hafenkneipen, um neue Seeleute für ein Schiff anzuwerben. Mancher betrunkenen Matrose begreift erst auf hoher See, auf welches Himmelfahrtskommando er sich eingelassen hat und verflucht den Tag, als er auf den „Heuerbaas“ hereinfliegt. All das entspringt nicht etwa der Fantasie von Drehbuchautoren: Bis zu Beginn des 20. Jahrhunderts bediente sich mancher Heuermaat tatsächlich dubioser Methoden, um arbeitslose Seeleute an Bord zu locken – bis hin zum gefürchteten „Schanghain“, dem Kidnapping betrunkenen oder kurzerhand bewusstlos geschlagener Matrosen.

Mitarbeiterauswahl: Premiummarke sorgt für Sog

Wer heute wirtschaftlichen Stürmen trotzen will, tut gut daran, genau hinzuschauen, wen er an Bord nimmt. Zahntechnische Labore, die Begeisterung leben, suchen die Besten. Dabei geht es nicht allein um Sachkompetenz. Mindestens ebenso wichtig ist, dass ein neues Crewmitglied sich für den Unternehmensgeist begeistern kann. Wir haben tatsächlich einen „War for talents“, einen Krieg um die besten Talente. Statt auf großzügige Rumrationen setzen begeisterungsfähige Labore lieber auf Mundpropaganda, auf sorgfältige Auswahlverfahren und auf gezielte Nachwuchsförderung. Ihre Ausbildungsprogramme sind beispielhaft. Hier wird niemand zwischen Tür und Angel ein-

gestellt: Man nimmt sich die Zeit, genau hinzuschauen. Und man schenkt dem Bordmitglied in spe reinen Wein ein, was auf hoher See zu erwarten ist. Das lohnt sich: Hier wird nicht gemeutert, sondern begeistert mit angepackt! Locken Sie gezielt gute Bewerber an und nutzen Sie die verschiedenen Kanäle, um deutlich zu machen, worauf es Ihnen ankommt. Präsentieren Sie sich als ehrgeiziges Labor, das leistungsorientierten Mitarbeitern Spielräume und Entwicklungsmöglichkeiten bietet – kurz: als Premiummarke! Nebenbei bemerkt: Es schadet nichts, wenn Sie all jene von vornherein abschrecken, die keinen begeisternden, sondern vor allem einen bequemen Job suchen! Wer als Bewerber Ihr Labor betritt, sollte den besonderen Geist dort



spüren und sich herzlich willkommen fühlen. Setzen Sie sich auch hier hohe Ziele. Im besten Fall meint Ihr Bewerber abschließend: „Wissen Sie – unabhängig davon, ob ich die Stelle bekommen werde – das, was ich bei Ihnen erlebt habe, hat mich begeistert!“ Und wenn ein Bewerber, dem schon die Begrüßung, der Empfang etc. „merkwürdig“ vorkamen, der Mitarbeiterin noch auf dem Flur sagt: „Entschuldigung, ich bin mir nicht ganz sicher, ob Sie mich verwechseln, ich bin doch nur der Bewerber!“, sind das tatsächlich für alle Beteiligten Wow-Erlebnisse zum Thema Mitarbeiterbegeisterung.

Das Prinzip Hoffnung ...

... ist kein gutes Auswahlinstrument, wenn man exzellente Mitarbeiter sucht. Sie brauchen ein systematisches Rekrutierungsverfahren, das Ihre Einstellungspraxis weitmöglichst von Zufällen, trügerischem „Bauchgefühl“ und Ihrer persönlichen Tagesform befreit.

Ein gutes Bewerbungsverfahren ist:

- mehrstufig (um Fehlurteile zu minimieren),
- standardisiert (um Vergleichbarkeit sicherzustellen),
- stellenspezifisch/praxisorientiert (auf die Fertigkeiten und Fähigkeiten zugeschnitten, die später im Job tatsächlich gebraucht werden) und vor allem
- beGEISTerd!

Eine echte, gelebte BeGEISTERungskultur ist das beste Mittel, gute Mitarbeiter zu gewinnen. Menschen reden über ihre Arbeit, sowieso. Wenn Ihre Mitarbeiter beGEISTert von ihrer Arbeit erzählen – vielleicht nicht immer, aber eben immer öfter – ist das die beste Voraussetzung für eine Sogwirkung. Diese Sogwirkung können Sie verstärken, indem Sie Ihren Mitarbeitern deutlich sa-

gen: Wir sind eine gute Crew. Und wer ein tolles neues Crewmitglied kennt, sagt mir bitte Bescheid! Hinter all dem steckt ein wichtiges Erfolgsprinzip: Suchen Sie neue Mitarbeiter oder auch Azubis, bevor Sie diese brauchen! Schaffen Sie Kennenlernmöglichkeiten, Anlässe, bei denen zukünftige Mitarbeiter auf Ihr Labor aufmerksam werden, und umgekehrt Anlässe, bei denen

ANZEIGE

www.mywhite.de

Ein Fräszentrum,
das Ihr Handwerk versteht!



white

bissfest

5-Achs-Frästechnologie
für höchste Performance!

Telefon 03 71/52 04 97 50

Erfolgreiche zahntechnische Labore investieren längst intensiv in den eigenen Nachwuchs. Das beginnt bei der Bereitstellung von Ausbildungsplätzen und endet bei laborinternen Weiterbildungsplänen. Man kann eben nur ernten, was man zuvor gesät hat!

Sie auf vielversprechende Neuzugänge aufmerksam werden können. Auch kleinere zahntechnische Labore können dafür einiges tun:

1. Werbung an Schulen: Bieten Sie Führungen durchs Labor und Schülerpraktika an. Schicken Sie Ihre Azubis auf Werbetour – Sie können Gleichaltrigen am besten vermitteln, worauf es bei Ihnen ankommt. Knüpfen Sie gezielt Kontakte zu Lehrern, die Sie auf handwerklich geschickte Schüler aufmerksam machen.

2. Auszeichnungen und Preise: Nehmen Sie an Wettbewerben teil, in denen vorbildliche Ausbildungsbetriebe

ANZEIGE

LASERSINTERN - UNENDLICHE WEITEN UND INDIKATIONEN...



NEM GERÜSTE IN VOLLENDUNG.
Garantiert exzellente und konstante Ergebnisse. Gute Konditionen mit dem Plus an Service. Info: 040/86 60 82 23
www.flussfisch-dental.de

 **FLUSSFISCH**



und Unternehmen prämiert werden. Durch eine Teilnahme bekommen Sie nicht nur Anregungen für eine Optimierung Ihres Unternehmensalltags; Sie erwerben auch ein Gütesiegel, das Bewerber anlockt, wenn Sie zu den Gewinnern gehören.

3. Pressearbeit: Sorgen Sie dafür, dass die Lokalpresse über Sie berichtet. Dafür müssen Sie den Journalisten einen Anlass bieten. Neben Preisverleihungen sind etwa Firmenjubiläen, Publikumsstage, das Schaffen zusätzlicher Ausbildungsplätze, Aktionen in und mit Schulen, Sponsoring, Innovationen und ungewöhnliche Erfolge Anlässe für Artikel.

4. Unternehmenspräsentation: Im Zeitalter von Facebook und YouTube ist ein überzeugendes Unternehmensvideo ein wunderbares Rekrutierungsinstrument, insbesondere, wenn Sie jüngere Mitarbeiter ansprechen wollen. Ein solcher Kurzfilm sollte den GEIST Ihres Labors realistisch und anziehend widerspiegeln.

Ausbildung statt Einkauf: Ziehen Sie eigene Führungskräfte heran!

„Wir haben keine Zeit, um neue Mitarbeiter anzulernen. Sie müssen sich be-

reits auskennen“, sagen viele Chefs, die auf der anderen Seite aber „händeringend“ Fachleute suchen. Das erinnert ein wenig an die Geschichte vom Waldarbeiter, der sich schweißüberströmt an einem Baum abmüht und auf die vorsichtige Frage eines Passanten, warum er nicht erst die Säge schärfe, empört zurückgibt: „Dazu habe ich nun wirklich keine Zeit!“ Erfolgreiche zahntechnische Labore investieren längst intensiv in den eigenen Nachwuchs. Das beginnt bei der Bereitstellung von Ausbildungsplätzen und endet bei laborinternen Weiterbildungsplänen. Man kann eben nur ernten, was man zuvor gesät hat!

autor.



Ralf R. Strupat ist Umsetzungsspezialist für gelebte Mitarbeiter- und Kunden-Begeisterung. Der Buchautor (Das bunte Ei, Der Eiertanz) und Speaker begleitet mit seinem Team des BegeisterungsLandes Unternehmen aller Couleur auf dem Weg, schnell und dauerhaft eine neue Kultur zu etablieren. Dabei sieht er die Chef-Mitarbeiter-Kunden-Begeisterung als ganzheitlichen Ansatz – mit dem Ziel, dass Unternehmen sich von der Masse abheben, als buntes Ei zum Kundenmagneten werden.

kontakt.

Ralf R. Strupat
STRUPAT.KundenBegeisterung!

Kreuzstraße 9
33775 Versmold
Tel.: 0 54 23/4 74 27-0
www.begeisterung.de



Zuwachs
bei der
BEGO-Familie!

Jörg Fasel
Produktmanagement Materialien
BEGO Dental

Neu: WiroOne^{plus} Einstückguss-Einbettmasse

Die hat uns noch gefehlt ...!

- **Effektiv und wirtschaftlich:** Kein Extraguss für die Sekundärteile. Vorteil: Bis zu zwei Stunden Zeitersparnis für das Labor
- **Biokompatibel:** Nur eine Legierung für den Guss – ohne Klebe- oder Lotverbindungen. Vorteil: ein geringeres Allergierisiko für Patienten
- **Grazil:** Eine Gestaltung ohne Berücksichtigung von extra Lotflächen und Klebeelementen. Vorteil: ein angenehmes Tragegefühl im Mund des Patienten

Miteinander zum Erfolg.