

Marketingkonforme Nachwuchsrekrutierung im Zeitalter sinkender Auszubildendenzahlen

Wesentliches Kapital jedes Unternehmens sind seine Mitarbeiter. Was aber ist zu tun, wenn es an Auszubildenden mangelt – vor allem an geeigneten Auszubildenden? Gerade das Bankengewerbe leidet zudem an einem eher altmodischen und konservativen Ruf... Ein systematisches Personalmarketing scheint vonnöten zu sein, und Teil davon ist auch ein moderner und fairer Anwerbungs- und Auswahlprozess. Die Erfahrungen der Städtischen Sparkasse Bremerhaven zeigen, wie ein gut konzipiertes und transparent gestaltetes Assessment Center gerade für diese junge Zielgruppe zum positiven Personalimage beitragen kann.

Problemaufriss

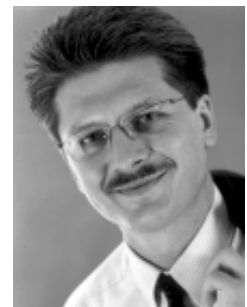
Die deutschen Großbanken haben in den vergangenen Monaten angekündigt, dass Mitarbeiter in bisher nicht gekannter Größenordnung entlassen werden sollen. Vordergründig stellt sich dabei die Frage, wie viele Mitarbeiter eine Bank letztlich benötigt. Diese Diskussion über die „richtige“ Mitarbeiterzahl wird jedoch sehr einseitig und kurzfristig geführt, da zumeist nur auf eine Reduzierung der Kosten fokussiert wird. Die Sicht auf die notwendigen langfristigen Entwicklungen wird so allerdings verstellt – es muss dringend eine Antwort auf die Frage gefunden werden, welche Investitionen wir heute tätigen müssen, um zukünftig ertragbringend zu wirtschaften.

Eine der entscheidenden Kostengrößen im Bankengewerbe ist die Qualifikation des Personals. Aus einer langfristigen Perspektive ergibt sich die Frage: Wie viel Qualifikation braucht eine Bank? Hier gilt es, eine richtige und in die Gesamtstrategie des Unternehmens eingebundene Investitionsentscheidung zu treffen. Und dies bedeutet, bewusst in die Personalrekrutierung, Personalentwicklung und ein regional ausgerichtetes Personalmarketing zu investieren.

Betrachtet man vor diesem Hintergrund die Situation des Mitarbeiternachwuchses, so stellt sich das Problem, dass in der gesamten Branche nicht nur die Anzahl potenzieller Auszubildender, sondern auch deren Qualität abnimmt.

- Wie lässt sich der steigende Anspruch an die Qualifikation der Mitarbeiter in einer Zeit des sinkenden Angebots an geeigneten Auszubildenden erfüllen?
- Macht hier ein Assessment Center (AC) für die Auswahl von Auszubildenden Sinn?

*Dipl.-Ök. Waldemar Nowak,
Direktor Geschäftsfeld
Entwicklung und Produktion,
Städtische Sparkasse Bremer-
haven*



*Dipl.-Handelslehrer Dirk Rich-
ters, Referent Ausbildung,
Städtische Sparkasse Bremer-
haven*



*Dipl.-Vw. Christopher Ranft,
Berater am ift – Institut für
Unternehmensberatung und
Training, Köln
Christopher.Ranft@ift-
cologne.de*

