

AUSBILDUNG

Bildungsscheck: Peter Draxl
und Christina Poppmeier SPARPremiere für Spar
Bildungsscheck

Der Verein studium@spar hat erstmals Bildungsschecks in Höhe der Studiengebühren an zwölf seiner Mitglieder vergeben. „Wir möchten eine Vorreiterrolle im Bereich der Mitarbeiter-Aus- und Weiterbildung einnehmen“, sagt Christina Poppmeier, Vorsitzende des Vereinsvorstandes. Die Bildungsschecks sind nur ein Teil der umfassenden Aktivitäten des Vereins: Neben Teilzeitjobs, Praktika, Unterstützungen bei Diplomarbeiten oder Dissertationen möchte er Plattform sein, um Kontakte zu knüpfen. Mitglieder können nicht nur Spar-Mitarbeiter werden, die sich berufsbegleitend weiterbilden wollen, sondern auch Studenten, die kein Naheverhältnis zum Unternehmen haben. Eines der Mitglieder, die einen Bildungsscheck erhielten, ist Peter Draxl, der 20 Stunden pro Woche in einer Grazer Spar-Filiale arbeitet und nebenbei sein Studium der Rechtswissenschaften an der Karl-Franzens-Universität absolviert. „Ich finanziere mit der Arbeit mein Studium und profitiere von den flexiblen Arbeitszeitmodellen“, sagt Draxl. Unterstützt werden handels- und wirtschaftsrelevante Studien wie BWL oder Rechtswissenschaften, aber auch Psychologie mit Schwerpunkt Arbeitspsychologie. „Die Mitglieder müssen die finanziellen Unterstützungen nach dem Abschluss nicht zurückzahlen“, sagt Josef Huber, Geschäftsführer des Vereins. In der Steiermark absolviert das Projekt einen Testlauf, Kooperationen in anderen österreichischen Universitätsstädten sind bereits angedacht.

www.studiumatspar.at KARIN RIESS

Bei Ihnen
arbeite
ich gern!

Employer Branding: Wer sich um eine attraktive Arbeitgebermarke, bemüht, hat mehr Chancen, ebensolche Mitarbeiter zu finden. Die besten Tipps für den Start.

Hans Bachinger
leitet die Plattform
„Menschen-im-
Vertrieb“ und ist
Experte in Sachen
Employer Branding
STUHLHOFER/WOLF, KK

BIRGIT PICHLER

Stichworte, die einem die Arbeitsmarktsituation der nächsten Jahre bewusst machen, gibt es genug – von Facharbeitermangel bis geburtenschwache Jahrgänge. Unterm Strich bleibt eines: Unternehmen werden sich künftig kräftig ins Zeug legen müssen, um gute Mitarbeiter zu bekommen.

Besser, man kümmert sich schon jetzt aktiv darum, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren und von anderen Mitbewerbern abzuheben. Starter-Tipps für erfolgreiches Employer Branding.

Jeder kann's. Zunächst: Die Positionierung eines Unternehmens hängt nicht vom Standort ab. „Natürlich hat man einen Nachteil, wenn das Unternehmen in einer entlegenen Region beheimatet ist“, räumt Employer-Branding-Experte Hans Bachinger ein. „Aber auch in der Region kann ich mich als kleiner attraktiver Arbeitgeber positionieren.“ Wichtig dabei: Die Zielgruppe der potentiellen Mitarbeiter immer im Fokus behalten.

Bewusstsein. Am Anfang sollte man sich



als Unternehmer wohl selbst einen Spiegel vorhalten. Denn: „Auch, wenn der Nutzen erkannt wird und man aber nicht so handelt, bringt eine Kampagne nichts, da mögen noch so viele in der Firma daran glauben. Der Eigentümer muss es vorleben.“

Unternehmenskultur. Alles, was nach außen wirkt, muss natürlich auch nach innen gelebt werden. Bachinger: „Top ist ein Chef, der voll hinter seinen Mitarbeitern steht.“ Wer stolz darauf ist, in diesem Unternehmen zu arbeiten, trägt das nach außen. Das spricht sich herum und zieht automatisch neue Arbeitskräfte an.

Vertrauen. „In dem Moment, in dem Vertrauen gelebt wird, kann sich innerhalb der Mitarbeiter eher ein Teamgedanke bilden, als wenn von oben herab Misstrauen herrscht“, kritisiert Bachinger. Damit werde nicht nur das Verhältnis von Mitarbeiter und Arbeitgeber getrübt, auch die Kollegen untereinander fühlen sich nicht lange wohl. „Jeder Chef bekommt die Mitarbeiter die er verdient.“

Kommunikation. Wie informiere ich, meine Mitarbeiter? Welche Informationsroutine gibt es überhaupt? „Kom-