

Gemeinsam an der Zukunft bauen

Auf der Suche nach Nachwuchsfachkräften rückt auch bei Keller Grundbau Employer Branding in den Fokus. Business Unit Manager Andreas Körbler über das Suchen und Finden von Lehrlingen.

INTERVIEW: SONJA MESSNER

Fachkräfte fehlen an allen Ecken und Enden. Sich als attraktive Arbeitgebermarke zu positionieren kann einen wesentlichen Unterschied machen – das hat auch die Baubranche erkannt. Immer mehr Unternehmen setzen deshalb verstärkt auf Employer Branding. Auch das Spezialtiefbauunternehmen Keller Grundbau will bei der Suche nach Nachwuchsfachkräften neue Wege beschreiten. Andreas Körbler, Business Unit Manager Keller South East Europe & Nordics (SEN), über Employer Branding in Zeiten von Corona, Lehrlingsaktivitäten und persönliches Miteinander.

Employer Branding ist zwar aktuell ein Modewort, aber will man als Unternehmen damit Erfolg haben, muss es auch gelebt werden. Auch bei Keller Grundbau ist Employer Branding in den letzten Jahren stärker in den Fokus gerückt – welche konkreten Aktivitäten setzen Sie hier?

ANDREAS KÖRBLER: Als Keller Grundbau haben wir Employer Branding instinktiv immer schon betrieben. Wir waren und sind im engen Kontakt mit technischen Universitäten, Fachhochschulen und HTLs im In- und Ausland – einige unsere Kolleg*innen halten dort immer wieder (Gast-)Vorlesungen. Jedoch merken wir auch, dass es eine Veränderung in der Gesellschaft gibt, und wir versuchen immer weitere Kreise zu ziehen. Sie finden uns nun auch auf LinkedIn, wo immer wieder interessante Keller-Geschichten und Neuigkeiten aus der ganzen Welt zu finden sind, und auf unserem Youtube-Channel können Sie sehen, was auf unseren Baustellen – und nicht nur dort – passiert.

Es geht dabei aber auch um langfristige Bindung der Mitarbeiter*innen an das Unternehmen.

KÖRBLER: Es ist richtig, Employer Branding bedeutet nicht nur neue Mitarbeiter*innen zu werben, sondern vor allem die bestehenden zu binden. Dies geschieht bei uns in erster Linie durch Mitarbeiter*innen-Motivation und Wertschätzung. Selbstverständlich ist das nicht immer einfach, doch wir tun unser Bestes, das immer weiter voranzutreiben. Unser Augenmerk liegt auf unseren Werten wie Integrität, Zusammenhalt und Spitzenleistung. Und ich denke, dass diese Werte noch



Keller Grundbau

immer das sind, worauf junge Menschen schauen. Wir verstehen uns nicht als Konzern, wo jeder von uns nur eine Nummer ist, sondern als „konzerngeführtes Familienunternehmen“, wenn man das so sagen kann.

Gerade bei einer der Hauptzielgruppen – den Jugendlichen – ist das Image der Baubranche als Arbeitgeber noch ausbaufähig. Wo sehen Sie hier den größten Handlungsbedarf?

KÖRBLER: Das Thema Lehrlinge ist für uns ein sehr wichtiger Punkt. Ich denke, wir alle müssen damit beginnen, das Vorurteil aus der Welt zu räumen, dass die Baubranche „antiquiert“ ist. Dieser Gedanke schreckt viele Jugendliche ab, sich bei uns, und damit meine ich die gesamte Baubranche, zu bewerben. Nach außen hin scheint es vielleicht noch immer so, aber auch hier passieren viele Dinge im Hintergrund. Es wird viel automatisiert, die Kolleg*innen werden jünger, was wiederum neue, innovative Ideen hervorbringt. Unter dem Motto „Building your future together“ wollen wir die Jugendlichen dabei unterstützen, sich beruflich zu finden und weiterzuentwickeln. Selbstverständlich denken wir dabei auch an uns, denn wenn die Jugendlichen eine gute Ausbildung genießen und sich wohlfühlen, bleiben sie uns auch in Zukunft erhalten. Dadurch sichern wir uns die nächste Keller-Generation.

» Bei unserem ersten Lehrlingstag wollen wir Jugendliche und ihre Eltern mit unseren Ausbildnern und bestehenden Lehrlingen zusammenbringen. Dort können sie auch die Lehrberufe hautnah ausprobieren.

ANDREAS KÖRBLER,
BU MANAGER KELLER
SOUTH EAST EUROPE &
NORDICS (SEN)



Über welche Kanäle versuchen Sie, Jugendliche zu erreichen?

KÖRBLER: Wir haben heuer unsere eigene Lehrlingsseite auf unserer Website live geschaltet und sind sowohl über Schulen als auch online mit ihnen in Kontakt. Wir schalten verschiedene Kampagnen, die die Jugendlichen selbst, aber auch deren Eltern erreichen. Lehrlinge sind in den meisten Fällen noch minderjährig, sodass die Entscheidung oft zusammen mit den Eltern getroffen wird. Außerdem sind wir Teil des Ausbildungsverbunds „ABV mein Job“ im Bezirk Voitsberg und genießen dadurch große regionale Unterstützung. Heuer bieten wir zum ersten Mal vier Lehrberufe an. Dazu zählen die klassischen Keller-Lehrberufe wie Land- und Baumaschinentechnik*in, Mechatroniker*in und Metalltechniker*in, aber zum ersten Mal auch der Lehrberuf Finanz- und Rechnungswesenassistent*in. Darauf freuen wir uns schon sehr. Dabei hoffen wir, dass sich auch junge Damen bei uns bewerben, da wir jetzt schon welche in der Werkstatt ausbilden.

Haben die Jugendlichen überhaupt die richtigen Vorstellungen von einer Lehre in der Baubranche?

KÖRBLER: Um ihnen ein erstes Gefühl für die Berufe zu vermitteln, planen wir am 13. Mai zum ersten Mal in unserem internationalen Kompetenzzentrum in Söding einen Lehrlingstag. Dort wollen wir interessierte Jugendliche und ihre Eltern mit unseren bestehenden Lehrlingen und den Auszubildenden zusammenbringen, sodass sie an diversen Stationen die angebotenen Lehrberufe hautnah ausprobieren können. Dadurch können wir sicher sein, dass wir nicht nur Lehrlinge bekommen, sondern die richtigen Lehrlinge bekommen.

NEUE WEGE
Social-Media-Posts von Keller Grundbau für die vier Lehrlingsberufe, die in diesem Jahr angeboten werden.



Wenn ein angehender Lehrling nun vor Ihnen stehen und Sie fragen würde, warum er gerade zu Ihnen in die Firma kommen sollte: Wie lautet Ihre Antwort?

KÖRBLER: Während einer Lehre bei Keller steht der Lehrling immer Mittelpunkt, und wir kümmern uns um alle Belange der Jugendlichen. Neben der alltäglichen Arbeit bieten wir – soweit derzeit möglich – viele Freizeitaktivitäten an, aber es gibt auch einige Benefits, die nur auf unsere Lehrlinge zugeschnitten sind. Und das Wichtigste: Alle Lehrlinge haben ihre Ausbilder, die seit Jahrzehnten bei uns sind und ihre Arbeit noch immer im Alltag ausführen. Somit werden sie gleich mit der Praxis in Berührung gebracht.

In Zeiten von Corona ist das Recruiting aber sicher noch einmal schwieriger geworden.

KÖRBLER: Das stimmt natürlich. In diesem Punkt kann ich mich glücklich schätzen, eine junge und motivierte HR- und Communications-Abteilung zu haben. Die HR-Abteilung ist in dieser Zeit relativ schnell auf die Online-Version des Recruitings umgesprungen. Da hilft es, wenn man jüngere Kolleg*innen hat, die das sofort umsetzen können. Denn die Bewerber*innen kommen mittlerweile aus einer Generation, in der es „normal“ ist, Interviews per Teams zu halten.

Um erfolgreiches Employer Branding zu betreiben, muss man auch die eigenen Unternehmenskultur reflektieren und hinterfragen. Was war für Keller Grundbau Ihre Conclusio?

KÖRBLER: Wir sind seit Jahren flexibel, was unsere Baustellen angeht. Jetzt mussten wir auch in anderen Bereichen sehr schnell, sehr flexibel agieren. Wie bereits erwähnt, sind wir ein Unternehmen, das sehr viel von persönlichen Kontakten lebt. Dass es auch anders geht bzw. anders gehen muss, haben wir in den vergangenen zwei Jahren schnell reflektieren müssen. Wir haben gesehen, dass Homeoffice auch in der Baubranche möglich ist. Das Gleiche gilt für flexible Arbeitszeiten. Also werden diese Aspekte auch in der Zukunft weiter angeboten. Dennoch wollen wir versuchen, die traditionelle mit der modernen Arbeitsweise zu verbinden. Auch wenn wir mittlerweile sehr stark gewachsen sind, ist es für uns sehr wichtig, miteinander zu interagieren. Das geht nun mal nicht, wenn jeder zu Hause vor seinem Bildschirm sitzt. Die besten und effizientesten Gespräche führt man noch immer auf dem Gang auf dem Weg zur Kaffeemaschine oder auf den Baustellen, wo man mit unserem wahren Alltag in Kontakt tritt. ■