

# AppSphere vs. Fachkräftemangel

## Design Thinking Workshop für Gerüstbau Burkart GmbH

### ÜBERSICHT

Die Klagen aus dem Handwerk über fehlende Fachkräfte sind unüberhörbar. In Zeiten, in denen die Auftragslage gut ist, fällt der Personalmangel besonders ins Gewicht. So erging es auch der Burkart Gerüstbau GmbH aus Karlsruhe. Innerhalb eines Design Thinking Workshops mit der AppSphere AG wurden die Auslöser der Problematik gesucht, die Herausforderungen angegangen und ein Gerüst für die konsequente Verbesserung der Situation geschaffen.



Die Burkart Gerüstbau GmbH wurde vor über 30 Jahren von Thomas Burkart gegründet und verzeichnete seitdem ein deutliches Wachstum. Nur vier Jahre nach Gründung, 1983, meldete Burkart eine GmbH an und verstärkte sich um Peter Burkart als geschäftsführender Gesellschafter. Das Unternehmen mit 125 Kollegen in Deutschland und Tochterfirmen in Frankreich, Polen und Kroatien bietet sämtliche Gerüstbauarbeiten, darunter auch Industrie-Gerüstbau, Schutzsysteme, Aufzugssysteme sowie Sonderkonstruktionen.

### AUSGANGSSITUATION

Ärmel hochkrempeln und los – so funktioniert das Handwerk in 90 von 100 Fällen. In Sachen Personalbeschaffung jedoch hilft das kaum, wenn es schlicht zu wenig Nachwuchs gibt. Während sich viele junge Menschen für die Universität oder eine weniger körperliche Tätigkeit entscheiden, stehen die Babyboomer kurz vor der Rente. Ausländische Fachkräfte wiederum verfügen zwar über eine Ausbildung, diese ist aber oft nicht anerkannt, was vermehrt zu Schwarzarbeit führt. Hinzu kommt enormer Konkurrenzdruck von Wettbewerbern und Unternehmen aus anderen Branchen, die ebenfalls körperliche Arbeit nachfragen. Für Burkart eine herausfordernde Situation – denn die Kunden möchten ihre Aufträge heute und zukünftig in zuverlässigen Händen wissen.

„*„Ich hätte nicht gedacht, dass solche Ergebnisse dabei entstehen. Wer Innovationen im eigenen Unternehmen vorantreiben möchte und nicht weiß wie, sollte definitiv Design Thinking nutzen! AppSphere bietet eine kompakte und effiziente Möglichkeit, die Methode kennenzulernen und zu durchlaufen!“* Peter Burkart, Geschäftsführer Burkart Gerüstbau GmbH



### HERAUSFORDERUNG

**Kenne deine Zielgruppe.** Um Menschen zu verstehen, muss man mit Menschen arbeiten. Deswegen stellte AppSphere eine zentrale Frage, die im Team beantwortet werden sollte: „Wie kann Burkart neue Arbeitskräfte finden und dabei als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden?“. Als Grundlage des Design Thinking Workshops wurden dabei neue Zielgruppen sowie deren Bedürfnisse sichtbar, die als „Challenge“ in einen ersten Prototyp auf Basis der Nutzerbedürfnisse potenzieller Arbeitskräfte flossen. Dabei war wichtig: Jeder darf jede Idee formulieren. Die Definition der künftigen Kollegen sowie deren Bedürfnisse und Persönlichkeiten erfolgte am Ende des Prozesses, um daraus neue Perspektiven und Handlungsmöglichkeiten in der Personalsuche aufzuzeigen.

## LÖSUNG

**Ergebnisse sammeln...** Durch dieses Vorgehen wurden bei Burkart Gerüstbau schnell verschiedene Herausforderungen sichtbar. Die erste heißt „Generation Z“. Vertreter dieser Generation suchen vornehmlich nach sinnstiftenden Tätigkeiten und verzichten lieber auf materiellen Erfolg und Wohlstand, als gegen die eigene Überzeugung zu handeln. Hinzukommt der wichtige Stellenwert der Lebenszeit, die auch die Arbeit einbezieht. Der Wunsch nach flachen Hierarchien, mehr Netzwerk denn Qualifikation, nach Lifestyle und Selbsterfüllung sowie nach Flexibilität sind zudem handlungsleitend.

Auch im Bereich der ausländischen Arbeitskräfte wurden echte Potenziale aufgedeckt: Ihre gute Ausbildung und ihr dennoch geringes Renommee bilden eine gute Option, um als Arbeitgeber bessere Lebensumstände für sie zu schaffen – und sie zu loyalen Team-Mitgliedern zu machen.

## ERGEBNIS

**...und Maßnahmen ableiten.** Durch den Design Thinking Workshop, den optimierten Prozessen sowie den abgeleiteten Handlungsempfehlungen kann es Burkart Gerüstbau gelingen, das Kollegium um Menschen zu bereichern, die besser zum Unternehmen passen.

Um die junge Generation anzusprechen, soll zunächst die Website intuitiver gestaltet und der Auftritt in sozialen Medien wie Snapchat und Instagram ausgebaut werden. Zudem sollten Eltern bzw. Familienmitglieder ebenfalls angesprochen werden, die die jungen Erwachsenen bei der Berufswahl meist unterstützen. Darüber hinaus können Mitarbeiter als Multiplikatoren gewonnen werden, denn wer Weiterbildungen wahrnehmen möchte, akzeptiert gewisse Rahmenbedingungen wie Vertragslaufzeiten o. ä.

Burkart Gerüstbau möchte künftig auch mit internationaler Kommunikation mehr erreichen – und zieht daher in Betracht, einen neuen Fokus zu setzen. Statt sich wie bisher und wie viele der

## KEY FACTS

- › Erarbeitung neuer Zielgruppen
- › Analyse der Zielgruppenbedürfnisse
- › Erstellung eines Ideenpools zur Gewinnung neuer Mitarbeiter
- › Entwurf einer neuen Kommunikationsstrategie
- › Entwicklung neuer Weiterbildungsmaßnahmen und Karrierechancen

Mitbewerber auf Osteuropa zu konzentrieren, können Portugal und Spanien in Augenschein genommen werden. Mehrsprachige Stellenausschreibungen und die Zusammenarbeit mit der deutsch-argentinischen Handelskammer könnten dabei der Anfang sein.

Auch die Attraktivitätssteigerung als Arbeitgeber – ebenso wie des Berufs – möchte sich Burkhart in der Zukunft gerne annehmen: Eine Unternehmens-App könnte den Austausch unter den Kollegen fördern und die Identifikation mit dem Betrieb stärken. Zudem würden ein Treuhandkonto, Prämien und echten Karriereperspektiven helfen, die Bindung an das Unternehmen zu stärken und somit die Fluktuation zu verringern.



Für weitere Informationen oder eine individuelle Beratung stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.