

# Alumni-Netzwerke gegen den Fachkräftemangel

Von Joachim Kary

Im besten Fall sind ehemalige Fachkräfte Botschafter und Multiplikatoren eines Unternehmens. Mittelständler, die in einem Alumni-Netzwerk Kontakt zu ihnen halten, können von ihren Empfehlungen in Zeiten des Fachkräftemangels profitieren. Im besten Fall kehren die Ehemaligen selbst zurück.



Quelle: Istock

Schon lange haben Banken und Beratungsunternehmen den Wert ehemaliger Mitarbeiter für sich entdeckt. Systematisch bleiben sie über Onlineplattformen, Veranstaltungen für die ehemaligen Fachkräfte sowie Newsletter und Zeitschriften in Kontakt. Im deutschen Mittelstand gibt es nur wenige Unternehmen, die über ein solches Netzwerk verfügen, dabei ist die Bedeutung der ehemaligen Mitarbeiter den Geschäftsführern durchaus bewusst.

Im Jahr 2010 wurden einer Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) zufolge rund ein Viertel aller Stellen über persönliche Netzwerke besetzt. Bei kleineren Unternehmen waren es rund 50 Prozent der Stellen. „Ehemalige Fachkräfte sind Botschafter eines Unternehmens“, erklärt Susanne Ransweiler von We Me Communications. Empfehlen Fachkräfte ihren ehemaligen Arbeitgeber einem Freund, Bekannten oder Kollegen ist das die beste Werbung.

## Netzwerken gegen den Fachkräftemangel

Nur weil mittelständische Unternehmen keine klare Alumni-Strategie für die ehemaligen Fachkräfte haben, heißt das aber nicht, dass sie diese Möglichkeit als eine Strategie gegen den Fachkräftemangel nicht kennen. Die Strukturen im deutschen Mittelstand sind anders. In kleineren mittelständischen Unternehmen kennen Geschäftsführer die Fachkräfte meist persönlich. Wie beispielsweise Wolfgang Herges, Chef und Eigentümer der Stahl- und Blechbau GmbH. „Ich telefoniere häufig mit ehemaligen Mitarbeitern und frage, wie es ihnen geht“, sagt er. Ist die Belegschaft größer, wird dies immer schwieriger. Es gibt aber einfache Lösungen.

Der Aufbau eines E-Mail-Verteilers ist der einfachste Weg für kleine Unternehmen. In regelmäßigen Abständen erhalten die ehemaligen Mitarbeiter Informationen über die Entwicklung des Unternehmens sowie über offene Stellen. Sinn ist es, so nicht nur ehemalige Fachkräfte anzusprechen, sondern auf sie als Multiplikatoren zu setzen. Dass sie also Stellenausschreibungen an Bekannte und Freunde weiterleiten.

Aufwändiger, aber noch immer kostengünstig, ist die Gründung von Gruppen in sozialen Netzwerken wie Xing, Facebook oder LinkedIn. Wer allerdings hier nicht Mitglied ist, wird auch keine Informationen erhalten. Voraussetzung für ein funktionierendes Alumni-Netzwerk ist die genaue Analyse der ehemaligen Mitarbeitergruppe. „Damit ein Netzwerk funktioniert, müssen Unternehmer genau wissen, über welche Medien die Zielgruppe erreichbar ist und welche Informationen sie erhalten wollen“, erklärt Ransweiler.

Teurer und aufwändiger ist der Aufbau einer eigenen Plattform. Zwischen 5.000 und 70.000 Euro kostet die Programmierung eines eigenen Netzwerkes. Der Zugriff ist dann ohne Mitgliedschaft weltweit möglich. Eine Zwischenlösung könnte die teilweise Öffnung des Intranets für ehemalige Mitarbeiter sein. Ein virtuell abgetrennter Raum ist für die Mitglieder des Alumni-Netzwerkes freigeschaltet. Diskussionen und Austausch sind hier möglich. Gezielt kann das Unternehmen hier auch Neuigkeiten verbreiten und Stellen ausschreiben. „Wichtig ist“, erklärt die Beraterin, „dass die Netzwerke von den Unternehmen gepflegt und am Leben erhalten werden.“

## Kein Fachkräftemangel dank Boomeranger

Ehemalige Fachkräfte können aber nicht nur Multiplikatoren und Werber für ein Unternehmen sein. Als Boomeranger, also Rückkehrer in ein Unternehmen, können sie auch Teil der Anti-Fachkräftemangel-Strategie sein. Herges erklärt: „Ich kenne die Mitarbeiter, sie kennen die Aufgaben und Anforderungen sowie die Unternehmenskultur.“ Entscheidet sich eine Fachkraft zurückzukehren zu seinem ehemaligen Arbeitgeber, bedeutet dies für das Unternehmen eine erhebliche Ersparnis. Aufgrund der geringeren Werbungskosten sowie der kürzeren Einarbeitungszeit sind Boomeranger bis zu zwei Drittel günstiger als die Rekrutierung einer Fachkraft, zu der noch kein Kontakt besteht.

Die Wiedereinstellung eines Boomerangers kann aber auch Probleme mit sich bringen. In der Zeit der Abwesenheit haben sich Prozesse und Hierarchien verändert. Hier kommt ein weiterer Vorteil der Alumni-Netzwerke zum Tragen: Bespielen Mittelständler diesen Kanal regelmäßig, sind auch die ehemaligen Fachkräfte immer über Beförderungen und strukturelle Veränderungen informiert.

Der schnelle Weg zum Alumni-Netzwerk

Name	Wie es funktioniert	Für wen	Aufwand/Nutzen	MuM-Urteil
E-Mail-Verteiler	Unternehmensnews werden regelmäßig über E-Mail-Verteiler versendet	Kleinere Unternehmen mit wenig ehemaligen Mitarbeitern	gering/überschaubar	Einfach, aber wenig nachhaltig
Newsletter	Newsletter speziell für Mitarbeiter	alle Mittelständler	Gering/hoch	Einfach, aber nachhaltig
Stammtisch	Regelmäßige Treffen für Ehemalige	Jede Unternehmensgröße	Mittel/hoch	Nur als zusätzliches Instrument
Social-Media	Eigene Gruppe auf Social-Media-Plattform	Jede Unternehmensgröße	Mittel/hoch	Gut, aber Ehemalige müssen Mitglied der jeweiligen Plattform sein
Intranet	Eigener Ehemaligen-Bereich im Intranet	Unternehmen mit Intranet	Gering/hoch	Sehr gute Lösung, wenn Intranet vorhanden
Plattform	Aufbau einer eigenen Plattform	Unternehmen mit sehr vielen ehemaligen Mitarbeitern	Sehr hoch/hoch	Teuer, aber nicht immer notwendig

<http://www.marktundmittelstand.de/nachrichten/strategie-personal/alumni-netzwerke-gegen-den-fachkraeftemangel/?src=jok>