

## Fachkräftemangel? Kennen wir nicht

### Zur Person:

Walter Stuber, Geschäftsführender  
Gesellschafter



### Zum Unternehmen:

Gemeinhardt Gerüstbau Service  
GmbH

[www.gemeinhardt-service.de](http://www.gemeinhardt-service.de)

Branche: Bau

Mitarbeiter: 42

Alle klagen über den Fachkräftemangel. Wir nicht. Warum? Weil wir alle Register ziehen, um uns als Unternehmen bekannt zu machen und für potenzielle Bewerber interessant zu werden. Von unserem Umsatz stecken wir 7,2 Prozent in Werbung, darin enthalten sind 5 Prozent für's Recruiting.

Unser Unternehmen baut Spezialgerüste zur Sanierung von komplizierten Bauwerken und Brücken. Hinzu kommt die Marke „Schutz in Perfektion“, die Schutzhüllen für Industrieanlagen und Bauwerke anbietet. Außerdem haben wir die Marke „Mutmacher“, in der wir neues unternehmerisches Denken propagieren und so auch neue Mitarbeiter gewinnen. Unser jüngstes Projekt ist eine Waschstraße für Gerüste und mobile Teile – doch dazu später mehr.

Was tun wir nun konkret, damit die Bewerber bei uns Schlange stehen? Dazu ein paar Beispiele. An einer Oberschule haben wir eine Patenschaft für die siebte Klasse übernommen. Die Schülerinnen und Schüler erleben vier Jahre lang pro Jahr vier Events, die ihnen auf sympathische Weise das Handwerk näherbringen. Wir unterstützen Kindergärten in unserer Region rund um das sächsische Roßwein mit Geld- und Sachleistungen. Wir haben unsere Mitarbeiter gefragt, in welchen Vereinen sie aktiv sind – und jedem dieser Vereine 500 Euro gespendet.

Das Internet verbreitet unseren Namen und unsere Unternehmenskultur. Und das nicht nur bei Facebook und Instagram, sondern seit Sommer 2022 auch bei TikTok, wo wir bereits 10.000 Follower haben. Dort erzählen beispielsweise unsere Mitarbeiter in jeweils sechs Sekunden, warum sie gerne bei Gemeinhardt arbeiten. Das wirkt stärker als jeder Werbeflyer. Seit Herbst 2022 betreibe ich einen wöchentlichen Podcast, in dem ich über aktuelle Themen spreche, zum Beispiel über die „Servicewüste Deutschland“. Blogbeiträge und das Platzieren von Artikeln über uns in Medien sind langbewährte Praxis, das ZDF hat schon mehrfach bei uns gedreht.

Hätten Sie mir vor zehn Jahren gesagt, ich würde mal so unkonventionelle Wege im Business gehen – ich hätte Sie ausgelacht. Doch dann traf ich die Leute von tempus, und das hat alles verändert. Von Jürgen Frey, der uns bis heute intensiv und inspirierend begleitet, haben wir radikale Kundenorientierung gelernt. Prof. Dr. Jörg Knoblauch hat mich in meiner Unternehmerpersönlichkeit umgekrempelt: vom Tyrannen zu einem Chef, der seinen Mitarbeitern zuhört und sich um ihr Wohl kümmert.

Vielleicht ist ein Geheimnis unseres Unternehmenserfolgs, dass mein Kompagnon Dirk Eckart und ich begeisterungsfähig sind. Wir lieben neue Ideen und zögern nicht, sie umzusetzen. Oft mit Risiko, manchmal mit verblüffenden Ergebnissen. So hatte ich nach einer Reise mit tempus ins Silicon Valley den Plan, eine Waschstraße für Gerüstteile einzurichten. Gesagt, getan – mit 200.000 Euro ließ sich die Anlage bauen. Doch dann ein herber Rückschlag: Zum einen mussten wir feststellen, dass unser Gewerbegebiet nicht ausreichend mit Strom für so eine Waschstraße versorgt war. Zum anderen erzeugte die Anlage zu viel Lärm. Also nahmen wir noch einmal 250.000 Euro in die Hand, um beide Probleme zu lösen.

Eine Fehlinvestition? Das befürchteten wir zuerst. Im Nachhinein zeigte sich aber, dass wir unser Geld kaum hätten besser anlegen können. Denn inzwischen reinigen wir nicht nur unsere eigenen Gerüste, sondern auch für andere – was gar nicht der ursprüngliche Plan war. Doch der Nutzen ist für unsere Kunden immens: Die Gerüste sehen nach der Reinigung nicht nur großartig aus, was ihren Wiederverkaufswert erhöht. Sie sind auch deutlich leichter, weil festklebender Putz ein ordentliches Gewicht hat. Nun lassen sie sich also besser transportieren. Wir sind heute sehr glücklich, dass wir diese Waschstraße haben.

Mit den Themen Kundenorientierung, Digitalisierung und Büro-Kaizen® hat uns die Firma tempus auf Spitzenniveau gebracht. Bei den Schulungen merkten wir, dass für uns am effektivsten Inhouse-Seminare in Kombination mit Einzelcoachings sind. Denn dann wird von Anfang bis Ende über unsere spezielle Situation im Unternehmen gesprochen. Und durch die individuelle Betreuung kommt jedes Teammitglied sehr viel schneller sehr viel weiter, als das durch einen Seminartag an einem anderen Ort je möglich wäre.

Mit einem Topteam fällt es uns auch leichter, unser Geschäftsmodell zu verbessern. Hatten wir 2018 noch rund 500 Aufträge abgewickelt, sind es heute nur noch halb so viele – bei höherem Umsatz! Unser Ziel ist es, pro Jahr nur noch 100 oder weniger Aufträge anzunehmen, mit denen wir unsere Kunden begeistern können und bei denen die Marge stimmt.

Klar, wir brauchen Gewinne. Aber es geht weder uns noch unseren Mitarbeitern ausschließlich ums Geld. Bereits zweimal konnten wir eine zertifizierte Gemeinwohlökonomie-Bilanz erstellen. Wirtschaften für ein gutes Leben, nach diesem Prinzip handeln wir. Für unsere Mitarbeiter bedeutet das, dass wir ihnen einige Benefits anbieten. Sie können über die Firma ein E-Bike oder ein E-Auto leasen. Sie bekommen alle zwei Monate einen 40-Euro-Gutschein zum Einkauf bei einem regionalen Biolandwirt. Außerdem geben wir einen Nichtraucherbonus von monatlich 50 Euro (Azubis: 20 Euro) für alle, die die Finger von den ungesunden Glimmstängeln lassen. Mit flexiblen Arbeitszeitmodellen sowie wahlweise einem monatlichen freien „Haushaltstag“ oder einer Lohnerhöhung tragen wir unterschiedlichen Bedürfnissen Rechnung.

Die Corona-Pandemie konnte uns kaum etwas anhaben. Da wir das Büro schon vorher komplett digitalisiert hatten, arbeiteten unsere Leute einfach von zu Hause. Wir führten Betriebsversammlungen per Zoom ein – und das klappte so gut, dass wir das bis heute beibehalten haben, was die Mitarbeiter sehr schätzen.

Sie sollen aber nicht den Eindruck gewinnen, bei uns liefe alles perfekt. Trotz unseres Einsatzes, den Arbeitsalltag für unser Team erheblich zu verbessern, ist es uns noch nicht gelungen, die Great-Place-to-Work-Auszeichnung zu erhalten. Da müssen wir also noch nachlegen. Dagegen haben wir es geschafft, als „exzellentes Unternehmen“ drei EFQM-Sterne zu erhalten.

Mein Ziel bleibt die höchste Unternehmensauszeichnung, die man in Deutschland bekommen kann: der Ludwig-Erhard-Preis. Dazu werde ich weiterhin die kompetente, loyale und stets mitdenkende Unterstützung von tempus brauchen. Ich habe meinen Leuten schon mit einem Augenzwinkern gesagt, dass ich die Firma sofort verlasse, wenn wir den Preis gewonnen haben. Nun bin ich gespannt, wie eilig sie es haben, mich „loszuwerden“.