

VERKAUFSFLÄCHE SUCHT MITARBEITER:INNEN

Der Fachkräftemangel ist weiterhin auf Rekordniveau. Welche Ursachen hat dieser Trend, und was könnte der österreichische Handel im Bereich **Employer Attractiveness** verbessern?

Text / Matthias Lehar

Auf den Fensterscheiben der Supermarktfiliale klebt ein großes Plakat, auf dem eine lächelnde Verkaufsmitarbeiterin zu sehen ist. Der Aushang informiert über offene Stellen im Unternehmen. Viele österreichische Handelsunternehmen suchen derzeit händeringend nach Lehrlingen und neuen Beschäftigten – ein bundesweites Phänomen, das sich durch die Corona-Krise verschärft hat.

Aktuell gibt es bundesweit 15.000 offene Stellen im Einzelhandel und mehr als 5.000 im Großhandel. Die vom Handelsverband veröffentlichten Zahlen sind bersorgniserregend. REWE sucht zurzeit fast 3.000 Mitarbeiter:innen, davon rund 1.600 für den stationären Einsatz in den Filialen. Vom Personalmangel betroffen sind Händler von Luxusartikeln genauso wie große Handelsunternehmen. Auch abseits der Verkaufsfläche gäbe es viele offene Stellen, weiß Alfred Berger von der Wiener

» **Der fundamentale Vorteil gegenüber Produktionsunternehmen sind die Filialen, wo der stationäre Handel auf potenzielle Mitarbeiter:innen trifft. In diesem Bereich passiert jedoch wenig.**

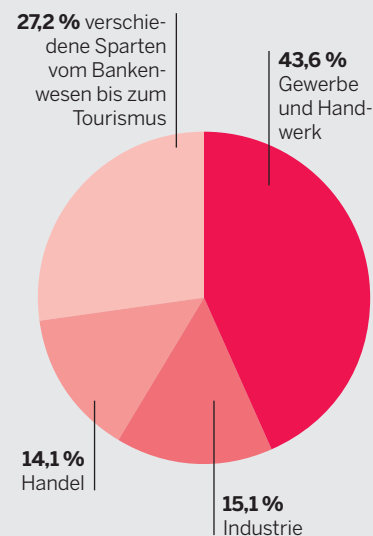
«

Alfred Berger
Kienbaum Consultants Austria GmbH

Lehrberufe

DIE BERUFUNG FINDEN

Mit 31.12.2021 teilten sich alle 107.593 Lehrlingsstellen nach Sparten folgendermaßen auf:



Consultingagentur Kienbaum: „In den Headquarters sucht der Handel genauso mit Hochdruck wie alle anderen auch. Egal ob HR, IT, Controlling, Finanz oder Produktion – da ist überall die gleiche Diskussion.“ Gesucht wird mit allen Mitteln und auf allen Kanälen – von Jobbörsen im Internet bis hin zu Einladungen von Schulklassen. Damit würde sich der Handel jedoch nicht von Mitbewerbern unterscheiden, so Berger: „Der fundamentale Vorteil gegenüber Produktionsunternehmen sind Filialen, wo der stationäre Handel auf potenzielle Mitarbeiter:innen trifft. In diesem Bereich passiert jedoch relativ wenig.“

Mit 31.12.2021 teilten sich alle 107.593 Lehrlingsstellen nach Sparten folgendermaßen auf: 43,6% in Gewerbe und Handwerk, 15,1% in der Industrie und an dritter Stelle der Handel mit 14,1% aller Lehrlinge. Die restlichen 27,2% verteilen sich auf verschiedene Sparten vom Bankenwesen bis zum Tourismus.

LEHRLINGE ALS ERFOLGSFAKTOR

Jedes Jahr beginnt von Neuem ein Wettkampf um jene Schulabgänger:innen, die eine passende Lehrstelle suchen. Die Konkurrenz ist groß, und der Handel hat im Vergleich zu den Mitbewerbern mit einem bestimmten Imageproblem zu kämpfen, wie Alfred Berger erklärt: „Geht es um eine Lehrausbildung im Einzelhandel, haben viele Lehrlinge bereits ein realistisches Bild, weil sie die Filialleitung ▶



► **Gesucht.** Mit finanziellen Anreizen und Karriereaussichten versuchen große Unternehmen den Lehrberuf im Handel schmackhaft zu machen.



▲ **Imagebildung.** Lehrstellensuchende lassen sich bei der Wahl ihres zukünftigen Lehrberufs von Stereotypen beeinflussen.

in den Geschäften sehen. Sie sehen also unmittelbar, wohin die Reise in diesem Lehrberuf führt. Das öffentliche Bild der Jobs im Handel ist außerdem, dass oft an Samstagen gearbeitet werden muss. Als Mechaniker macht man am Freitag Schluss. Ich glaube aber, dass der Handel dieses Bild durch eine andere Imageführung in etwas Positives drehen könnte.“

In Wien gehört der Handel zu den Wirtschaftsbereichen, die heute mehr Lehrlinge ausbilden als noch vor Beginn der Corona-Krise. Im Vergleich zu 2020 sind die Nachwuchskräfte um fast zwei Prozent gestiegen, im Vergleich zu 2019 sogar um 4,3 Prozent. Über diesen Trend kann sich der Handel freuen. Gut ausgebildete Fachkräfte gehören zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren eines Unternehmens.

Um junge Talente für sich zu gewinnen, bietet die REWE Group – Österreichs größter Arbeitgeber – eine Lehre mit Matura, die integrative Lehre sowie die Lehre nach der Matura (Duale Akademie) an. Nach Abschluss der Lehre können sich Lehrlinge weiterbilden und innerhalb der Unternehmensgruppe aufsteigen. Auch finanzielle Anreize für Lehrlinge sollen den Lehrberuf schmackhaft machen. Die Mittel reichen von Jahresbonifikationen

über Zeugnisprämien bis hin zur Vollfinanzierung des Führerscheins.

Unter den Lehrlingen im Handel klafft auch ein deutlicher Gender-Gap: Während die Einzelhandelskauffrau laut aktuellen Zahlen der häufigste Lehrberuf bei jungen Frauen ist (7.573 von 34.720 Lehrstellen im Jahr 2021), nimmt der Beruf des Einzelhandelskaufmanns unter Burschen nur die vierte Position ein (4.739 von 72.873).

7.573

Einzelhandelskauffrau
ist laut aktuellen Zahlen der häufigste Lehrberuf bei jungen Frauen (7.573 von 34.720 Lehrstellen im Jahr 2021).
Quelle: WKO

WORK-LIFE-BALANCE IM HANDEL

Im Lebensmitteleinzelhandel sind die Arbeitsbedingungen während der Pandemie nicht immer einfach gewesen. Die Regale mussten auch im Lockdown befüllt und Einkäufe eingescannt werden. Hinzu kam das verpflichtende Tragen von MNS- oder FFP2-Masken während der Arbeitszeit. Während viele Menschen seit Corona im Homeoffice arbeiten können und auch andere New-Work-Modelle an Bedeutung gewonnen haben, ist im stationären Handel die Flexibilität am Arbeitsplatz kaum ein Thema gewesen: „Es gibt für Maschinenbauerinnen und Maschinenbauer die Halle, für den Zimmermann die Baustelle und für den Einzelhandel die Verkaufsfläche. Nur in den Zentralbereichen ist das Homeoffice genauso vertreten wie überall sonst auch“, so Berger.

Einige Branchen, wie der Möbel- oder der Heimwerkerhandel, versuchen mit Beginn der Pandemie die Kundenschaft digital zu servicieren. „Auch der Kfz-Handel bietet seit Corona verstärkt Onlineberatungen an. Die Erfolgsquoten sind jedoch bescheiden, weil die Präsenz der Verkaufsberatung am Fahr-



▲ **Krisensicher.** Jobs im Handel gelten als sichere Arbeitsplätze. Auch Self-Checkout-Systeme werden Kassierkräfte so schnell nicht ersetzen.

zeug bevorzugt wird“, analysiert Berger. „Der persönliche Kontakt ist weiterhin ein sehr starkes Thema geblieben. Er lässt sich nur bedingt ersetzen. Im Styling-Bereich ist die digitale Kundenberatung beispielsweise als ergänzen-

» **Ein Mitarbeiter im Handel hat ein erfülltes Leben, weil er im Alltag Freude bereiten kann und Menschenkontakt hat. Das gibt es in vielen Sparten, wie zum Beispiel in der Produktion, nicht.**

«



Alfred Berger
Compensation & Performance Management
Kienbaum Consultants Austria GmbH

der Service denkbar. Da muss man aber auch kein qualifiziertes Personal von der Fläche abziehen, weil es sich um ein anderes Jobprofil handelt.“ Im Finanzdienstleistungssektor konnte der digitale Service hingegen mit Erfolg etabliert werden – Beratung bei einem Onlinetermin ist hier nichts Ungewöhnliches mehr.

Trotz allem kann der Handel bei der Work-Life-Balance ganz wesentlich punkten: „Ein Mitarbeiter im Handel hat ein erfülltes Leben, weil er im Alltag Freude bereiten kann und Menschenkontakt hat. Das gibt es in vielen Sparten, wie zum Beispiel in der Produktion, nicht. Das könnte noch mehr betont werden, also das aktive Handeln im Verkauf. Es ist ein schönes Gefühl, Kundenwünsche verstehen und realisieren zu können. Hier ist authentische Kundenberatung gefragt. Wenn Verkäuferin und Verkäufer von einem Produkt überzeugt sind, spürt das die Kundschaft. Bei der Work-Life-Balance geht es jungen Menschen außerdem immer öfter um das Thema „Purpose“, also um den Unternehmens- und den Daseinszweck. Da hat der Handel mit den Themen Nachhaltigkeit und Regionalität zwei Asse im Ärmel,“ sagt Alfred Berger.

MASCHINEN STATT MENSCHEN?

Neben Homeoffice, Co-Working-Spaces und Vertrauenskultur bezeichnet der Begriff New Work auch die Digitalisierung und die Automatisierung von Arbeitsprozessen, die dann nicht mehr von Menschen ausgeführt werden müssen. Anwendungsbereiche sind im Handel vorhanden: Schon jetzt ermöglichen Selbstbedienungskassen und Self-Checkout-Systeme das Bezahlen am POS-Terminal ohne Kassierkräfte. Wäre es nicht denkbar, dass die Maschine im Verkauf flächendeckend ausgerollt wird und die Arbeit der Mitarbeiter ersetzt? „Das Self-Scanning gab es schon vor 30 Jahren, da war die Angst groß, dass die Kundschaft nicht alles scannt. Das hat sich damals auch bewahrheitet. Inzwischen beobachten Kameras den Bezahlprozess“, so Unternehmensberater Berger. Dass in Zukunft nur noch Self-Checkout-Systeme an der Kassa anzutreffen sind, glaubt er nicht: „Der Kassiervorgang ist der letzte Kontakt mit der Kundschaft am Ende des Tages. Da kann ich den Schuh oder das Kleidungsstück, den ich gerade erworben habe, mit einem persönlichen Erlebnis versehen. Deshalb wird das Zahlen immer persönlich sein.“