

„DER MENSCH IM MITTELPUNKT“

340 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das ganze Jahr über, 500 zur Saison: Bei Bründl, einem Sporthändler mit 26 Filialen in neun Orten, genießt das Thema „Menschen bei Bründl“ seit Jahren allererste Priorität. Inhaber Christoph Bründl hat sein Führungsteam auf dieses Differenzierungsmerkmal eingeschworen. Elisabeth Rendl, die als Leiterin Personalentwicklung und Recruiting an vorderster Front steht, im Gespräch.

Text: Martina Müllner-Seybold. Fotos: Bründl

Gute Menschen für den Verkauf zu finden, ist ohnehin schwer, nun arbeiten Sie auch noch in Gebieten mit einer ausgeprägten Saison. Wie anders müssen Sie agieren, um jeweils zum Saisonstart ihr bekanntermaßen top-geschultes Personal am Start zu haben?

Das ist natürlich eine große Herausforderung, zu jeder Wintersaison müssen wir rund 100 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden, weil wir Wintersportspezialisten sind und viele Shops in Tourismusorten betreiben. In Ischgl zum Beispiel haben wir 70 Leute im Winter, 15 im Sommer. Da investieren wir stark in Benefits wie eine Mitarbeiterlodge, die wir gerade gebaut haben, sehr stylische Wohnräume, gratis Liftkarten, tolle Einkaufskonditionen, das ganze Verleihequipment gratis, Mittagessen, Events und Maßnahmen zum Teambuilding. Das macht den Unterschied – und ist gleichzeitig schon fast Voraussetzung. Wir fragen uns intensiv: Was bringt die Menschen zum Arbeiten in die Berge und was müssen wir tun, um dann für diese Leute der attraktivste Arbeitgeber zu sein? So haben wir zum Beispiel die Wochenarbeitszeiten verkürzt, auf Wunsch sind es nur vier Tage statt der üblichen sechs, weil wir einen hohen Anteil an Saisoniers haben, die sich Lebensqualität in Form eines schönen Winters in den Bergen schaffen wollen. Wenn die dann allerdings keine Zeit haben, ihrer Leidenschaft, dem Skifahren oder Boarden, entsprechend nachzugehen, sind sie nicht zufrieden. Und nur begeisterte Mitarbeiter begeistern unsere Kunden.

Verkaufen ist heute so viel mehr als Ware verteilen: Ihre Mitarbeiter treffen auf anspruchsvolle, vorinformierte Kunden, die ein Gespräch auf Augenhöhe führen wollen. Wonach also suchen Sie, wenn Sie neue Mitarbeiter suchen?

Wir suchen Menschen, die Menschen mögen, um sie im Verkauf zu begeistern. Menschen, die mit Kunden arbeiten wollen, weil wir bei Bründl ja nicht verkaufen, sondern Erlebnisse schaffen. Der Kunde muss willkommen sein und folglich muss der Mitarbeiter Spaß daran haben, jemanden willkommen zu heißen. Außerdem suchen wir Leute, die gewillt sind, sich zu entwickeln. In unserem Unternehmen steht jeder Karriereweg offen, man wird in der Persönlichkeitsentwicklung sehr unterstützt. Also brauchen wir Menschen, die Freude an dieser Möglichkeit haben. Wir sind wie ein Treibhaus: Ein Mitarbeiter wird bei uns wachsen und sich entfalten. Deshalb bieten wir keine Arbeits-, sondern Entwicklungsplätze.

Sie leitet die Personalentwicklung und das Recruiting bei Bründl: Elisabeth Rendl.



Wie gelingt es, gute Mitarbeiter zu halten?

Gelebte Werte, unsere Kultur und unser Spirit. Benefits, wie ich sie eingangs genannt habe, sind fast schon Standard. Unser größtes Bemühen ist es, aus Saisonstellen Ganzjahresstellen zu machen, aber da wir in winterlastigen Regionen sind, wird das niemals zur Gänze gelingen. Was uns stolz macht, ist, dass so viele Saisoniers wiederkommen.

Was sind ihre erfolgreichsten Recruiting Tools? Machen die klassischen Stellenanzeigen für einen Arbeitgeber wie Bründl noch Sinn?

In Regionen, wo es viel einheimisches Personal gibt, machen klassische Printanzeigen nach wie vor Sinn. Natürlich immer unterstützt mit digitalen Maßnahmen. Und besonders bei Saisoniers setzen wir vor allem auf digitale Jobbörsen als auch Social Media, da sich diese meistens im Ausland befinden. Aber einer unserer größten Hebel ist der Mundfunk und natürlich unsere Aktion „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“. Denn nur wirklich zufriedene Mitarbeiter fragen Verwandte oder Bekannte, ob sie nicht ins Bründl-Team kommen wollen. Und wenn das klappt, ist die Prämie, die der Mitarbeiter bekommt, tausend Mal besser investiert und vor allem günstiger als jede Stellenanzeige.

Die Menschen haben bei Bründl absolute Priorität, sie ist in der Führungsmannschaft entsprechend prominent verankert. Was ist Ihre Definition von erfolgreicher Personalarbeit?

Der Mitarbeiter steht bei Bründl im Mittelpunkt und dieses Mantra begegnet Ihnen auf allen Ebenen im Unternehmen. Christoph Bründl, der Inhaber, ist vom Thema fast schon besessen und betont immer wieder, dass die Menschen im Unternehmen das wahre Vermögen sind. Denn im stationären Handel kaufen Menschen auch nur von Menschen. Wenn in diesem Moment die Chemie stimmt und unsere Mitarbeiter perfekt geschult und auf unterschiedliche Kunden vorbereitet sind, dann schaffen wir Erlebnisse, die positiv verbreitet werden. Damit wir das schaffen, haben wir für unsere Bründl-Akademie ein außergewöhnliches Budget für unterschiedlichste Seminare. Wir entwickeln unsere Mitarbeiter fachlich als auch persönlich weiter. Das Programm reicht von Kommunikations- und Verkaufsseminaren über Flirt-Trainings, Achtsamkeitstagen bis hin zum Naturworkshop, der jedes Jahr das Wintersaison-Kick-off für alle unsere Mitarbeiter ist. Dies sind unsere allerbesten Investitionen, machen sich bezahlt und sprechen sich herum. Im Bewerbungsgespräch hören wir immer wieder, dass das die Motivation war, sich bei uns zu bewerben.

Verstehen Sie, wenn Mitbewerber in wirtschaftlichen Schwierigkeiten immer erst am Personal sparen?

Unser Chef definitiv nicht. Denn dann machen wir genau das Gegenteil. Hier zu sparen, ist für ein Unternehmen die Spirale nach unten. Ein gutes Beispiel war die Wirtschaftskrise 2008, als alle anderen bei Personal gespart, Schulungen und Ausbildungen gestrichen haben, damals hat Christoph gesagt: Genau jetzt legen wir noch eines drauf und stocken unser Budget für die Menschen auf. Eine hervorragende Entscheidung, wie sich in den Jahren danach bis heute gezeigt hat. ■