



RAINER NEHL

Kontakt:

info@tankstellenprofi.de
www.tankstellenprofi.de

Teil 2

ERFOLGREICHE Pächter- und Personalsuche

Sie haben den Anspruch, die besten Führungskräfte und Mitarbeiter zu gewinnen, die verfügbar sind? Sie wollen Mitarbeiter finden, die mit ihrem individuellen Profil Ihrem Standort das gewisse „Extra“ geben? Um genau zu wissen, wen Sie konkret suchen, empfiehlt sich eine Vorgehensweise in drei Schritten.

TEXT: RAINER NEHL FOTOS: RAINER NEHL, ADOBESTOCK (THOMAS REIMER)

♦ Sie suchen diejenigen Mitarbeiter, die Ihrem Unternehmen, Ihrem System und Konzept auf dem betreffenden Standort ein „Gesicht“ geben? Ihr Tankstellenstandort, Ihr Tankstellennetz, Ihre Marke soll sich von anderen Marktteilnehmern unterscheiden? Sie wollen Ihren Standort unterscheidbar von anderen machen, indem Sie ein gewisses Alleinstellungsmerkmal erschaffen. Sie wollen ihm auch mit Hilfe Ihrer Mitarbeiter ein Profil geben! Beachten Sie: Nur wenn Sie wissen, wen Sie konkret suchen, können Sie potenzielle Bewerber gezielt ansprechen sowie die am besten geeignete Person identifizieren und für Ihr Unternehmen gewinnen!

Die im Markt vorhandenen Tankstellenstandorte unterscheiden sich grundlegend in der Lage (Autobahn, städtisch, ländlich), in der zur Verfügung stehenden Grundstücks- und Shopfläche sowie in der baulichen Umsetzung und in den dort zur Verfügung stehenden Dienstleistungen. Im Rahmen eines strukturierten Ablaufs Ihrer Personalsuche sollten Sie zunächst die Besonderheiten des Standortes berücksichtigen, für den Sie suchen.

Erster Schritt: Standort-Profil
Machen Sie sich Gedanken darüber, wie der Tankstellenstandort strukturiert ist beziehungsweise zukünftig strukturiert sein soll, für den Sie einen Pächter, Stationsleiter oder Mitarbeiter suchen. Berücksichtigen Sie hierbei auch die gegebenenfalls vorhandenen Konzepte der Tankstellengesellschaft. Alle relevanten Kriterien fassen Sie in einem sogenannten Standort-Profil zusammen. Hierzu gehören zum Beispiel Antworten auf die folgenden Fragen: Wo liegt die Station und welches Einzugsgebiet hat sie? Welche regionalen Besonderheiten gilt es zu beachten? Welche Kundengruppen werden insbesondere angesprochen? Welche Warengruppen, Service- oder Dienstleistungsbereiche sollen gestärkt werden? Welche Dienstleistungen gibt es derzeit und welche soll es zukünftig ergänzend geben?

Erster Schritt: Standort-Profil

Zweiter Schritt: Stellen-Soll-Profil
Ermitteln Sie unter Beachtung der Standortgegebenheiten die Aufgaben und Funktionen und die dafür notwendigen Qualifikationen des zukünftigen Stelleninhabers, wie zum Beispiel: In welcher Position soll der zukünftige Mitarbeiter

Zweiter Schritt: Stellen-Soll-Profil
Ermitteln Sie unter Beachtung der Standortgegebenheiten die Aufgaben und Funktionen und die dafür notwendigen Qualifikationen des zukünftigen Stelleninhabers, wie zum Beispiel: In welcher Position soll der zukünftige Mitarbeiter

“

Nur wenn Sie wissen, wen Sie konkret suchen, können Sie die am besten geeignete Person identifizieren.

Rainer Nehl, Geschäftsführer

tätig werden? Welche Aufgaben soll er bei Vertragsbeginn und gegebenenfalls perspektivisch erledigen können? Welches sind die gewünschten Qualifikationen (zum Beispiel kaufmännische/verkäuferische Ausbildung) und die gewünschten Berufserfahrungen (zum Beispiel Verkaufs- und Kassenerfahrung, Kundenberatung, Leitungsaufgaben)? Welche Einkommensmöglichkeit besteht derzeit und perspektivisch? Bei

der Pächtersuche prüfen Sie ergänzend, welche finanziellen Größenordnungen zu beachten sind. Einerseits beim erforderlichen Eigenkapital für die Shopwaren und für die Agenturwarenabsicherung, andererseits beim zu erreichenden Unternehmergewinn. Und ebenso: Welcher Anfahrtsweg zum Standort ist für beide Vertragspartner akzeptabel? Nach Abschluss dieser Schritte haben Sie neben der inhaltlichen Komponente Ihrer zukünftigen Stellenanzeige bereits erste Hinweise zur regionalen Durchführung und eventuellen Abgrenzung ihrer Personalmarketing-Aktivitäten erhalten, ganz gleich, ob diese offline (analog/Print) oder online (digital) stattfinden sollen.

Dritter Schritt: Soll-Ist-Vergleich

Bewerten Sie die eingehenden Bewerbungen anhand des von Ihnen erstell-

ten Soll-Profiles, indem Sie einen Soll-Ist-Vergleich durchführen. Agieren Sie hierbei vorausschauend und bewerten Sie gleichermaßen die beim Bewerber gegebenenfalls vorhandenen Zusatzqualifikationen auf einen Mehrwert für Ihr Unternehmen hin. Prüfen Sie ebenfalls, inwiefern Sie Ihren Wunschbewerber zu den von Ihnen festgelegten Rahmenbedingungen für Ihr Unternehmen gewinnen können oder inwiefern Sie möglicherweise das gewünschte Soll-Profil anpassen müssen.

Kompatible Erwartungen

Ihre Personal- und Pächtersuche wird nur dann Ergebnisse erzielen, die auf Dauer erfolgreich sind, wenn die gegenseitigen Erwartungen beider Vertragspartner übereinstimmen beziehungsweise miteinander kompatibel sind. ■



Kunden steuern „ihre“ Tankstelle oft an, weil sie hier das gewisse Extra finden. Damit dies gelingt, geben Sie Ihrer Station ein besonderes Profil, auch mit Hilfe Ihrer Mitarbeiter.