

Gute Mitarbeiter sind der Lohn, wenn ein Steuerbüro Zeit und Mühe ins Auffinden und Anwerben geeigneter junger Leute investiert.

Nachwuchsgewinnung

Jeder will die Besten

Vielerorts nimmt die Zahl der Jugendlichen ab – und damit wird es für Kanzleien zusehends schwieriger, geeignete Nachwuchskräfte zu finden. Denn auch andere Branchen buhlen um fähige Bewerber. Entscheidend ist, ob Steuerberater zu kommunizieren vermögen, dass eine Ausbildung als Steuerfachgehilfin oder -gehilfe ein durchaus attraktiver Berufseinstieg ist.

„Als ich in der Dortmunder Kammer für eine Kanzlei an einem Stand war, musste ich die jungen Leute wie ein Kiez-Koberer anlocken, um ihr Interesse zu erwecken“, beschreibt StB Cordula Schneider, Kanzleiberaterin aus Dortmund, ihre Erfahrungen auf dem Absolventenmarkt. Dazu muss man wissen, dass Koberer der hanseatische Ausdruck für einen Türsteher ist, der Kunden von der Straße zum Besuch eines Lokals animiert. Die Kundenansprache ist dabei meist recht deftig.

Bei vielen Ausbildungsbörsen konkurrieren kleine Steuerkanzleien mit großen Arbeitgebern. „Der Kampf um talentierte Nachwuchskräfte ist extrem geworden – zu viel Konkurrenz“, sagt Cordula Schneider. Dennoch lohnt sich ihrer Meinung nach dieser klassische Weg immer noch.

Auch die regionalen Steuerberaterkammern setzen nach wie vor auf klassische Ausbildungs- und Studienmessen. „Wir beteiligen uns an überregionalen berufskundlichen Veranstaltungen und laden hierzu Berufsangehörige aus der jeweiligen Region ein, sich an der Betreuung des Kammerstands zu beteiligen“, sagt Detlef Radtke, Geschäftsführer für die Aus- und Fortbildung der Steuerberaterkammer Stuttgart. Was wann wo genau stattfindet, können Interessierte online nachlesen – etwa unter www.mehr-als-du-denkst.de, der Website der Ausbildungskampagne der Bundessteuerberaterkammer.

Provozieren, um zu interessieren

„Wir sind seit rund fünf Jahren gar nicht mehr auf solchen Messen“, erzählt hingegen StB Ralph Böttcher von der bundesweit tätigen DanRevision-Gruppe. Dem Betriebswirt aus Schleswig-Holstein sind deartige Veranstaltungen zu uniform, man gehe zu leicht in der Masse der Aussteller unter. Die Firmengruppe aus acht deutsch-dänischen Steuerberatungsgesellschaften geht lieber eigene Wege. „Wir hängen schon mal sehr provokante Poster in deutschen und dänischen Schulen auf“, erzählt StB Böttcher. Darauf ist – ganz

nach dem Prinzip „Sex sells“ – ein nackter Mann zusehen, spärlich bedeckt mit dem Slogan „How was your tax last night?“. Auf der Internet-Videoplattform Youtube zeigt DanRevision Imagefilme zu Kanzleiaktivitäten, etwa zur kanzleii internen „Oskarverleihung“ für erfolgreiche Ausbildungsabschlüsse.

Die Azubis durften zudem auch bei der Erstellung der Ausbildungsbroschüre mitwirken. „Unsere Youngsters gehen eigenständig an die verschiedenen Schulen im Umkreis von 50 Kilometern rund um unsere acht Standorte und erzählen dort aus ihrem Arbeitsalltag“, sagt StB Böttcher. Und sie veröffentlichen ihre ersten Kanzleierfahrungen im Internet auf Facebook, SchülerVZ und in anderen sozialen Netzwerken – „freiwillig, ohne Zensur“, so Böttcher.

Per Internet zu den Jugendlichen

„Für die Nachwuchssuche ist Social Media das Medium der Zukunft“, meint Angela Hamatschek, Kanzleiberaterin aus dem bayerischen Städtchen Kleinkahl. Die junge Generation sei mit dem Internet aufgewachsen. Dort erwische man sie am ehesten. Auf gedruckte Anzeigen reagiere sie hingegen kaum noch. „Sie lesen keine Zeitung, sie twittern“, so Hamatschek.

Aber auch über soziale Online-Netzwerke funktioniert die Nachwuchsgewinnung nur in Kombination mit anderen Kanälen, erklärt die Kanzleiberaterin. So könne beispielsweise via Facebook ein Hinweis auf einen Imagefilm auf Youtube gepostet werden. Selbstverständlich müsse dieser Film und die Stellenanzeige dann auch auf der Homepage zu sehen sein. In einem kanzleieigenen Blog könnten derzeitige Auszubildende zudem veröffentlichen, was in der Kanzlei so alles passiert. „Dabei ist es wichtig, die Sprache der Jugendlichen zu sprechen“, rät Hamatschek, die in den 80er-Jahren einst selbst Steuerfachangestellte gewesen ist. Man müsse sich schon etwas Witziges einfallen lassen, so die Marketingexpertin, zum Beispiel spannende Anreissprüche wie „Warum Paris Hilton in Deutschland keine Steuern zahlt“ oder „Deshalb ist Döner im Lokal teurer als zum Mitnehmen“. Was nach Hamatscheks Ansicht ganz hervorragend über soziale Netzwerke funktioniert, ist die klassische Mundpropaganda. Bestätigung kommt aus der Praxis. „Wir bitten unsere Mitarbeiter und Azubis regelmäßig, in ihrem Umfeld herumzuhören, wer Interesse an einem Praktikum oder einer Ausbildung als Steuerfachangestellte oder Steuerfachwirt hat“, berichtet StB Ralph Böttcher. Und das geschehe off- wie online. Herumgefragt werde im Bekannten- und

Tipps für die Suche nach Azubis

So bekommen Sie die Richtigen

Es gibt verschiedene Ansatzpunkte für erfolgreiche Nachwuchsakquise:

1. Zeigen Sie sich bei regionalen Jobveranstaltungen mit einem eigenen Stand.
2. Stellen Sie in verschiedenen Schulen regelmäßig Ihre Ausbildungsangebote vor.
3. Berichten Sie auf Ihrer Homepage über Ihre Ausbildungsmöglichkeiten.
4. Betonen Sie die Vorteile sowie die Einsatz- und Aufstiegsmöglichkeiten des Berufsstands.
5. Nutzen Sie Mundpropaganda in Ihrem Mitarbeiter- und Bekanntenkreis.
6. Setzen Sie die verschiedenen sozialen Netzwerke im Internet zur Nachwuchsgewinnung ein.
7. Schalten Sie online über die Kammern und Verbände Ihre Praktikums- und Ausbildungsangebote.
8. Präsentieren Sie Ihre Kanzlei nach außen attraktiv, authentisch und mit den ganz eigenen Besonderheiten.
9. Provozieren und erstaunen Sie Jugendliche durch ein modernes Image.
10. Fordern und fördern Sie den Nachwuchs.

Familienkreis sowie vor allem über Online-Netzwerke. „Was bisher nur mündlich ging, wird mit dem Internet auf eine viel breitere Basis gestellt“, sagt Angela Hamatschek. Ein typisches Internet-Grundprinzip gelte damit dann auch für die Nachwuchsgewinnung: Der Schnellere frisst den Langsamen.



Petra Uhe

ist freie Journalistin, Redakteurin und Inhaberin eines Medienbüros.

E-Mail:

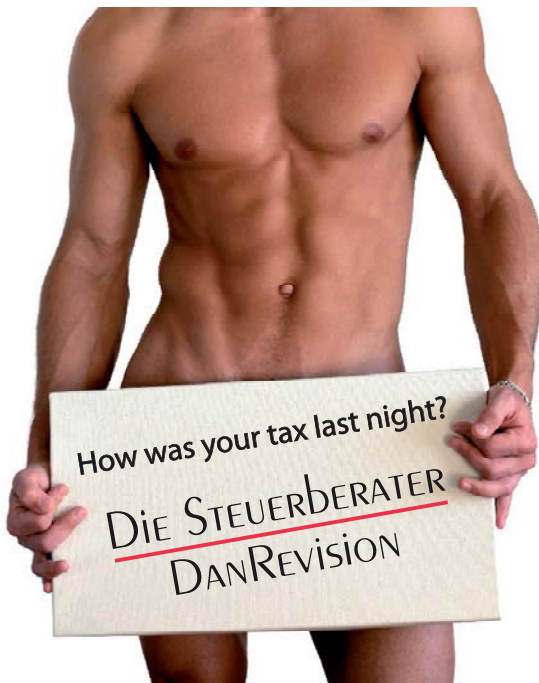
info@petra-uhe.com,
www.petra-uhe.com

Leidenschaft + Flexibilität + Begeisterung = DanRevision

Wenn du nicht darauf wartest...

motiviert zu werden, gern lachst und gern im Team arbeitest,

...dann passt du zu uns!



www.danrevision.com

Mit diesem Plakat wirbt die Kanzleigruppe DanRevision um Nachwuchsmitarbeiter.

„Mit etwas Esprit klappt sogar die Kombination aus klassischen und neuen Medien“, ergänzt Kanzleiberaterin Cordula Schneider. Sie rät, in der gedruckten Stellenanzeige auf eine Internet-Seite zu verweisen, wo Mitarbeiter offen aus ihrem Arbeitsalltag in der Kanzlei erzählen und sagen, warum sie sich für diesen Beruf entschieden haben.

Nachwuchssuche ist ein Marathon

Für die Dortmunder Kanzleiberaterin hat Nachwuchsgewinnung Marathoncharakter. „Interessenten schauen sich schon ein Jahr vor Ausbildungsbeginn nach attraktiven Angeboten um“, sagt sie. Bedeutsam seien daher die Außenwirkung einer Kanzlei und das Ansehen des Berufsstands insgesamt.

Die BStBK-Ausbildungsinitiative unter www.mehr-als-du-denkst.de versucht, das angestaubte Image aufzupolieren. Zudem werden darüber laut dem Geschäftsführer für die Aus- und Fortbildung der Steuerberaterkammer Stuttgart erfolgreich bundesweit Azubis und Praktikanten in Steuerbüros vermittelt. Und über einen anonymen Online-Test können Schüler prüfen, ob der Beruf für sie wirklich passt.

Ein ähnliches Portal verschiedener Interessenverbände aus dem Raum Berlin/Brandenburg will auch den Ruf der Steuerberatung verbessern: www.expertendiesichlohn.de. Mit Witz und Selbstironie räumt die Seite mit den Klischees von Paragrafenreitern, grauen Mäusen und Erbsenzählern auf.

Cordula Schneider zählt die Vorteile der Arbeit in Steuerkanzleien auf, die zu kommunizieren sich lohnt: „Es gibt eine ganze Menge kleinerer Kanzleien, die ihren Mitarbeitern sehr familienfreundliche Arbeitszeiten ermöglichen.“ Halbtags- und Homeoffice-Jobs seien gut machbar und gerade für Frauen interessant. Angehende Steuerfachangestellte und Steuerfachwirte könnten zudem meist in ihrer Region verwurzelt bleiben, so die Kanzleiberaterin. Und es werde mit moderner Büro-IT gearbeitet, was manchen sehr reize. Ambitionierten Aufsteigern böten sich attraktive Karrierepfade, etwa durch die Qualifizierung zum Steuerberater, durch den Einstieg als Partner oder den Wechsel zu großen Steuerberatungsgesellschaften. Diese Durchlässigkeit komme bei Jugendlichen gut an.

Motivierendes Umfeld ist attraktiv

„Wir suchen ständig engagierte, junge Menschen, die verschiedene Sprachen sprechen“, sagt StB Ralph Böttcher. Er weiß Motivation, Ehrgeiz und Tatendrang zu schätzen und will sie fördern. In der DanRevision-Gruppe bekommen daher laut Böttcher auch Praktikanten von Anfang an die Chance, sich voll einzubringen. „Unsere letzte Praktikantin schreibt mit einem Kanzleipartner gerade ein Fachbuch darüber, was ausländische Unternehmen erwarten, wenn sie in den deutschen Markt kommen“, erzählt Böttcher. Die Zeit der „GBH-Praktikanten“ – Geh mal! Mach mal! Bring mal! Hol mal! – müsse in der Tat vorbei sein, fordert auch Cordula Schneider. Der Berufsstand müsse bei jungen Leuten stattdessen mit seinen flachen Hierarchien, kleinen Teams sowie der schnellen Entscheidungsfindung punkten, denn der Nachwuchs wolle gefordert und gefördert werden.

Der Steuerberaterverband Berlin/Brandenburg etwa unterstützt in diesem Sinne Azubis kurz nach Ausbildungsbeginn mit gebührenfreien Seminaren. „Zusammen mit dem Verband für freie Berufe begleiten wir auch die Umsetzung des dualen Lernens“, erzählt Geschäftsführer Wolfgang Wehmeier. Dies solle die Kooperation von Schulen und Kanzleien fördern. „Sich zweimal im Jahr für zwei Stunden als ehrenamtlicher Beisitzer in Schulen zu setzen, ist sicherlich lästig“, sagt dazu Kanzleiberaterin Cordula Schneider, aber so halte man den Kontakt.

Ein Argument für den Nachwuchs ist nicht zuletzt die Vergütung. Erst vor wenigen Wochen habe die StBK Brandenburg eine Erhöhung der Ausbildungsvergütung empfohlen, um den Beruf attraktiv zu halten, so Wolfgang Wehmeier.