

# „GOLDSCHMIED GESUCHT“ WIRD NICHT MEHR REICHEN



*Unternehmensberater  
Walter Lehmkuhler über neue  
Wege zur Personalsuche.*

**Qualität, dafür stehen ja nicht nur die Marken, die man führt, sondern natürlich auch das eigene Personal. Da ist die Situation bekanntlich schwierig. Was empfehlen Sie Juwelieren? Wie sollen sie sich aufstellen? Wie kommen sie an gute Leute?**

**Walter Lehmkuhler:** Grundsätzlich empfehle ich den Unternehmen, sich langfristig zu orientieren, denn das ist ein Prozess, an dem man arbeiten muss. Dazu zählen Investitionsbereitschaft, innovative Kampagnen usw. Und mit Blick auf die gestiegenen Gehaltserwartungen muss man überlegen, die Margen entsprechend nach oben zu ziehen. Wenn sich die gewünschten Leute trotzdem nicht finden, lässt sich die Qualität insgesamt vermutlich gar nicht mehr halten. Leider schwinden in diesem Bereich Quantität und Qualität gleichermaßen.

**Wahrscheinlich ist es ja auch ein Prozess, dem Juwelier zu vermitteln, dass er für die Personalsuche wirklich investieren muss, oder?**

Richtig. Und wer das tut, der wird es auch hinbekommen. Da spielt dann auch die Option einer Vier-Tage-Woche eine Rolle. Und natürlich das Arbeiten im Team, denn dieses Diktieren von oben herab funktioniert nicht mehr. Die Leute wollen sich wohlfühlen, was ja auch verständlich ist. Das kann in Einzelfällen auch bedeuten, dass man das Geschäft montags oder auch noch dienstags schließen muss, um genügend Kapazitäten zu haben. Aber auch das kann produktiv wirken.

**Wie kann so eine innovative Kampagne aussehen? Welche Ansprachen und Kanäle sind vielversprechend?**

Wir machen das relativ breit über Social Media, gehen aber über Goldschmiedeschulen auch den direkten Weg. Die Kampagne muss aufmerksamkeitsstark sein, denn wer sie wahrnimmt, denkt auch darüber nach, den nächsten Schritt zu machen. Da gibt es natürlich viele verschiedene Ansätze über „Wir suchen Goldschmied“ hinaus.

**Also sind die Kampagnen individuell auf den Juwelier abgestimmt?**

Genau. Der Bedarf ist ja auch sehr unterschiedlich. Der eine ist im Bereich Anfertigung und Reparaturen gut, der andere hat eine eigene Kollektion mit im Portfolio.

**Welche Profile sind besonders gefragt?**

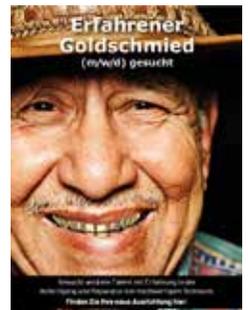
**Verstärkt Handwerk oder verstärkt Verkauf?**

Alles, wirklich alles. Wobei es im Verkauf vielleicht die besseren Möglichkeiten gibt, Seiteneinsteiger zu gewinnen, im Vergleich zu Goldschmieden oder Uhrmachern.

**Vom Verband der Goldschmiede haben wir erfahren, dass sie sich weniger Sorgen um den Nachwuchs machen als um die Ausbilder, von denen gerade viele in Rente gehen.**

Das ist ein weiterer Aspekt, richtig. Wer kann schon noch beispielsweise einen Juwelen-Goldschmied ausbilden? Als Unternehmen lassen sich die Umsätze letztlich nur durch Individualität oben halten. Ohne ein vernünftiges Handwerk zu kultivieren, ohne eigene Identität ist man komplett von Marken abhängig. Goldschmiede und Uhrmacher sind essenziell, um sich qualitativ am Markt zu profilieren.

*Interview: Christian Jürgens*



Aufmerksamkeitsstarkes Motiv für eine Kampagne zur Personalsuche

**„Diktieren von oben herab funktioniert nicht mehr. Die Leute wollen sich wohlfühlen, was ja auch verständlich ist.“**