



WIE SIE DIE BESTEN FAHRER FÜR SICH GEWINNEN

**8 Tipps für Flottenbetreiber,
um Fahrertalente anzuwerben!**

KURZÜBERBLICK

TIPP 1

Ihr Profil als Arbeitgeber — 4

TIPP 2

Interesse bei geeigneten Kandidaten wecken — 6

TIPP 3

Eine neue Generation einstellen — 8

TIPP 4

Neuen Kandidaten eine Chance geben — 10



TIPP 5

Neue Mitarbeiter richtig willkommen heißen — 12

TIPP 6

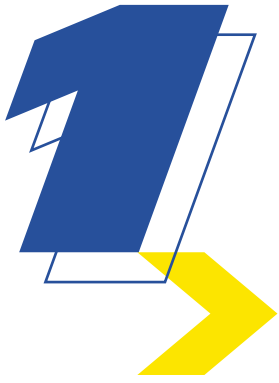
Fahrer effektiv unterstützen und betreuen — 14

TIPP 7

Berufswege klar aufzeigen — 16

TIPP 8

Austrittsgespräch gewinnbringend gestalten — 18



IHR PROFIL ALS ARBEITGEBER

Auf einem hart umkämpften Arbeitsmarkt ist es entscheidend, wie effektiv Unternehmen um potenzielle Neueinsteiger „werben“. Wenn Sie neue Mitarbeiter einstellen und halten wollen, müssen Sie Ihre Versprechen einhalten. Wichtig dabei ist, dass Sie zuerst die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens identifizieren.

SCHRITT 1: SIND SIE EIN GUTER ARBEITGEBER?

Beginnen Sie damit, sich und Ihr Unternehmen zu betrachten und **Ihr Profil als Arbeitgeber zu bestimmen.**

- Nehmen Sie sich Zeit, **über die Werte und die Ziele Ihres Unternehmens nachzudenken.** Was ist Ihnen besonders wichtig? Kundenservice, schnelle Lieferung, Unternehmenskultur? Wie bestimmen Sie Ihre Zeiteinteilung und den Einsatz Ihrer Ressourcen? Konzentrieren Sie sich darauf, das Wachstum Ihres Geschäfts voranzutreiben? Oder auf den Aufbau guter Beziehungen in Ihrer direkten Umgebung?
- Fragen Sie sich: Würde ich selbst für mein Unternehmen arbeiten wollen? **Bewerten Sie die Versprechen, die Sie Bewerbern und bestehenden Mitarbeitern geben vom Gehalt bis hin zu Sozialleistungen und Anreizen.** Halten Sie diese Versprechen regelmäßig ein?

Ein Mitarbeiter, der das Gefühl hat, dass seine Zielorientierung mit der seines Unternehmens übereinstimmt, engagiert sich stärker, ist dem Arbeitgeber eher treu und wird auch mit einer größeren Wahrscheinlichkeit Ihr Unternehmen anderen in seinem Netzwerk weiterempfehlen. Dies geht aus einer Umfrage von McKinsey¹ hervor.



SCHRITT 2: WODURCH UNTERSCHIEDEN SIE SICH VON ANDEREN?

Nach einer gründlichen Betrachtung ordnen Sie Ihre Ergebnisse nach Ihren Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken – auch als „SWOT-Analyse“ bekannt.

- Wenn Sie Ihre **Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken** genau kennen, werden Sie besser in der Lage sein, gute Fahrer zu halten und neue anzuwerben.
- Auf dieser Grundlage können Sie realistisch einschätzen, **wie Sie Ihr Geschäft führen, was Sie verbessern können und wie sich mögliche Chancen und Herausforderungen besser prognostizieren lassen.**
- Wie präsentieren Sie Ihre Stärken am besten, um bei zukünftigen Mitarbeitern Interesse zu wecken?
- Bieten Sie eine bessere Bezahlung oder bessere Sozialleistungen als andere? Bessere Strecken? Bessere Fahrzeuge?
- Wie könnten Sie mögliche Schwächen beheben und Ihre besten Fahrer zusätzlich motivieren?
- Sollten Sie eine bessere Ausrüstung bieten? Oder bessere Arbeitsbedingungen?
- Welche Chancen können Sie effektiv nutzen, um Ihre Flotte aufzubauen?
- Können Sie neue Technologien in Ihre Prozesse integrieren?
- Wie können Sie ein Risiko mindern?
- Informieren Sie sich auch darüber, was Ihre Konkurrenten potenziellen Mitarbeitern bieten und was diese vielleicht bereits besser machen!

SCHRITT 3: SPRECHEN SIE MIT IHREN MITARBEITERN UND HÖREN SIE IHNEN GENAU ZU

Als Nächstes stärken Sie auf sinnvolle Weise die Beziehung zu Ihren Mitarbeitern.

- **Verbringen Sie Zeit mit ihren Mitarbeitern**, individuell oder in kleinen Arbeitsgruppen, um wirklich zu verstehen, was sie motiviert und wofür sie sich engagieren. Was macht ihnen Sorgen oder welche möglichen Bedenken haben sie? Was motiviert sie dazu, bei Ihrem Unternehmen zu bleiben oder was könnte sie dazu bringen, sich anderweitig nach einer neuen Tätigkeit umzusehen?
- Prüfen Sie, **ob ihre Sichtweise des Unternehmens mit Ihrer eigenen Perspektive übereinstimmt.**

Wir haben europäische Flottenbetreiber befragt, wie sie ihre Mitarbeiter am besten kennenlernen - lesen Sie hier ihre Kommentare?:

“...es geht darum, aufrichtig zu sein und eine gewisse Fürsorge zu zeigen wir bemühen uns, etwa alle drei Monate ein gemeinsames Treffen oder einen Ausflug für unsere Mitarbeiter zu organisieren.”

— Inhaber eines französischen Transportunternehmens

“Wenn neue Fahrer bei unserem Unternehmen anfangen, laden Seniorchefs sie zum Mittagessen ein und ordnen sie für die ersten paar Wochen einem erfahreneren Fahrer als Mentor zu, um sie zu betreuen.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

(1) McKinsey-Umfrage „Individual Purpose“ („Die einzelnen Mitarbeiter und ihre Zielorientierung“), August 2020
(2) Studie von Ducker und Michelin im März 2022 mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahrermangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“)



2

INTERESSE BEI GEEIGNETEN KANDIDATEN WECKEN

Ihre Mitarbeiter sind das Fundament Ihrer Flotte. Sie müssen qualifiziert, motiviert und engagiert sein. Es kann schwierig sein, die passenden Bewerberinnen und Bewerber für Ihr Unternehmen zu finden. Diese Tipps sollen Ihnen helfen, das Thema anzugehen und konkrete Schritte erfolgreich umzusetzen!

SPAREN SIE VON VORNHEREIN ZEIT

Formulieren Sie zu Beginn eine **klare und integrative Stellenausschreibung**. Wenn Sie seit vielen Jahren dieselbe Stellenanzeige verwenden, könnte eine Überarbeitung hilfreich sein. Setzen Sie sich mit Ihrem Team zusammen und holen Sie verschiedene Meinungen ein, um eine aktuellere, relevantere Stellenausschreibung zu entwerfen.

- Sie sollte **kurz, prägnant und klar** sein.
- **Verwenden Sie integrative Ausdrucksweisen**. Studien¹ ergeben, dass die Verwendung einer gender-neutralen Ansprache (m/w/d) 42 Prozent mehr Bewerber anzieht als eine nicht-inklusive Anzeige. Vergessen Sie nicht: Etwa die Hälfte aller erfolgreichen Bewerbungen, kommen von Frauen!
- **Seien Sie von Anfang an ehrlich** und realistisch in Bezug auf Ihre Erwartungen und die Anforderungen der Tätigkeit, für die Sie geeignete Bewerberinnen und Bewerber suchen.
- **Formulieren Sie mitarbeiterorientiert** und heben Sie hervor, wie diese Tätigkeit zum Unternehmen, zum Markt und zum Team selbst beiträgt.

**EINE
GENDER-NEUTRALE
ANSPRACHE ZIEHT**

42%

**MEHR
BEWERBER AN'**



SEIEN SIE FLEXIBEL

Denken Sie daran, dass wir im digitalen Zeitalter leben und Ihre potenziellen Bewerber, insbesondere aus jüngeren Generationen, sehr viel online und mittels Video-Anrufen kommunizieren.

- **Die Vorauswahl von Bewerbern** per Telefon- oder Videogespräch spart allen Zeit.
- Einer Gartner²-Studie zufolge führten 86 Prozent der befragten Unternehmen ihre Einstellungsgespräche während der Pandemie per Videokonferenz durch. Dieser Trend besteht fort: 23 Prozent der befragten Unternehmen sind auch nach Lockerung der pandemiebedingten Einschränkungen vollständig zum Online-Einstellungsgespräch übergegangen³.
- Ein weiterer Trend nimmt zu, nämlich **die Befragung von Bewerbern per SMS**. Dies mag unpersönlich klingen, hat aber klare Vorteile. So können Bewerber zeitlich flexibel Fragen beantworten, ohne sich für ein Bewerbungsgespräch frei nehmen zu müssen. Auch wenn Sie selbst noch zu anderen Methoden für Vorstellungsgespräche tendieren, bedenken Sie, dass diese Formate besonders für diejenigen von Vorteil ist, die aktiv im Berufsleben stehen.
- **Vermeiden Sie zu viele Bewerbungsrunden.** Richten Sie Gesprächstermine so ein, dass Bewerber gleich mehrere Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen kennenlernen.

BEWERBEN SIE IHR UNTERNEHMEN UND IHRE KULTUR

Denken Sie auch daran, dass ein **Vorstellungsgespräch keine Einbahnstraße ist: Sie bewerten die Bewerber und die Bewerber bewerten Sie!** Nutzen Sie den Einstellungsprozess als Chance, um die bestgeeigneten Bewerber zu finden und diese zu überzeugen. Vermitteln Sie ihnen Ihre Unternehmenswerte, die Arbeitsumgebung, Ihre Unternehmenskultur und die angebotenen Sozialleistungen und Vorteile. Doch seien Sie aufrichtig und direkt, denn wenn Sie Ihre Bewerber einmal eingestellt haben, müssen Sie diese Versprechen auch einhalten. Dem US-amerikanischen Arbeitsministerium zufolge kann die Fehlbesetzung einer Stelle ein Unternehmen im ersten Jahr mindestens 30 Prozent des erwarteten Verdienstes dieser Neueinstellung kosten!

Wir haben Inhaber europäischer Transportunternehmen befragt, wie sie die passenden Kandidaten überzeugen lesen Sie hier ihre Kommentare⁴:

“Es ist eine Kombination aus Bezahlung und flexiblen Arbeitszeiten, insbesondere bei Flughafentransporten.”

— Inhaber eines deutschen Transportunternehmens

“Es kommt darauf an, sich von anderen abzuheben, da wir derzeit eine von den Arbeitnehmern bestimmte Marktlage haben. Sie müssen eine gute Anzeige formulieren und die Vorteile, die Ihr Unternehmen zu bieten hat, klar auflisten.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

“Zur Verbesserung unseres Einstellungsprozesses haben wir die Anzahl von Gesprächen für die Bewerber reduziert - von vier auf zwei.”

— Inhaber eines französischen Transportunternehmens

“Formulieren Sie Stellenangebote, die auf eine ‚Laufbahn im Transportmanagement‘ hinweisen und nicht nur eine Anzeige für einen Fahrer.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

(1) ZipRecruiter-Studie “millions of job ads” („Millionen Stellenanzeigen“) 2016 (2) Umfrage unter 334 Personalleitern, durchgeführt im April 2020, Gartner HR (3) HireVue 2021 Global Trends Report (Bericht zu globalen Trends) (4) Während der von Ducker und Michelin im März 2022 durchgeführten Studie mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahrermangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“) gesammelte Kommentare





EINE NEUE GENERATION EINSTELLEN

Transportunternehmen weltweit konzentrieren sich heute auf einen neuen Talentpool: Die Generation Z¹. Das sind junge Leute in ihren späten Teenager-Jahren und frühen Zwanzigern. Sie sind die erste Generation der „Digital Natives“; das heißt, sie sind ganz im Technologiezeitalter aufgewachsen. Diese jungen Mitarbeiter sind ständig online: in den sozialen Medien, beim Musik streamen, mit Videospiele... oder auf Stellensuche. Und genau dort lassen sie sich erreichen!

GRENZEN ZWISCHEN PRIVATEN UND BERUFLICHEN NETZWERKEN VERWISCHEN SICH

Plattformen, die einst als „soziale“ Netzwerke begannen, haben sich heute weit über Freunde, Witze und Urlaubsbilder hinaus entwickelt. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn und TikTok haben mittlerweile die Grenzen zwischen **sozialen Netzwerken für persönliche und berufliche Zwecke** verwischt. Während Ihre zukünftigen Mitarbeiter also privat im Internet surfen, suchen sie gleichzeitig auch nach Stellenangeboten.

RICHTEN SIE EINE HOMEBASE EIN

Auch wenn Ihre Unternehmenswebsite nicht Ihre einzige Kommunikationsplattform ist, ist sie doch das Herzstück Ihrer Online-Präsenz. Stellen Sie daher sicher, dass Ihre Homepage und Ihr Bewerbungsprozess für mobile Ansichten optimiert sind. Alle Ihre Social Media-Konten müssen wiederum mit Ihrer Website gekoppelt sein. Vergewissern Sie sich, dass diese alle nötigen Informationen für potenzielle Bewerber enthält, wie

- aktuelle Stellenausschreibungen
- Videos und Fotos zum Einstellungsverfahren
- eine Beschreibung des Unternehmens, einschließlich Sozialleistungen, allen Vorteilen und der Unternehmenskultur

96%

**DER JUGENDLICHEN
UND JUNGEN
ERWACHSENEN
BESITZEN EIN
SMARTPHONE²**



ÜBERZEUGEN SIE MIT EINEM AKTIVEN UND AUTHENTISCHEN SOCIAL MEDIA-AUFTRITT

Wenn Sie bisher noch keine **Präsenz in den sozialen Medien** haben, wird es Zeit, sich darüber Gedanken zu machen. Denn genau über diese Kanäle erreichen Sie die jungen Erwachsenen der Generation Z. Diese „Digital Natives“ verbringen rund sechs Stunden täglich in den sozialen Medien!³

- Posten Sie Videos von Mitarbeitern auf Ihrer Website und auf Social Media, die: persönliche Erfahrungen teilen, positive Aspekte ihrer Tätigkeit hervorheben und zählen, warum sie gerne für Ihr Unternehmen arbeiten.
- Bitten Sie Ihre Mitarbeiter, solche Postings zu teilen, um mehr Sichtbarkeit in der Lkw-Fahrer-Community zu erreichen.
- Erstellen Sie Mitteilungen, Fotos und Videos für potenzielle Bewerber, um den Alltag eines Transportunternehmens zu veranschaulichen, Karrierechancen aufzuzeigen und Ihre Unternehmenskultur und Ihre Sonderleistungen zu erklären.

VERÖFFENTLICHEN SIE IHRE STELLENANGEBOTE BEI SICH VOR ORT

- Werben Sie in Ihrer direkten Umgebung. **Veröffentlichen Sie Ihre Stellenangebote auf lokalen Online-Stellenbörsen.** In Frankreich bietet beispielsweise die App TruckFly seit Kurzem ein Online-Stellenportal, in dem Lkw-Fahrer Stellenangebote nach Region filtern und gezielter suchen können.
- **Treten Sie über Facebook mit potenziellen Bewerbern in Kontakt.** In Frankreich, Spanien und Deutschland gibt es bereits beliebte Online-Communities für Lkw-Fahrer.

AUF DIE WICHTIGSTEN PLATTFORMEN KONZENTRIEREN

Die Online-Nutzung der Generation Z unterscheidet sich von der älterer Generationen. So bewegen sich beispielsweise nur 30 Prozent auf LinkedIn; nahezu die Hälfte ist hingegen auf TikTok und eine noch größere Anzahl auf Instagram aktiv. Diese Social Media-Giganten passen sich stets den Bedürfnissen ihrer Nutzer an. So haben einige sogar bereits **Jobsuch-Tools in ihre Plattformen integriert.** TikTok hat unlängst eine Pilot-Version von TikTok Resumes veröffentlicht, mit der die Plattform weiter „als neuer Kanal für die Stellensuche und Bewerbung ausgebaut und verbessert werden“ soll. Arbeitssuchende können damit kurze, kreative und aussagekräftige Videoclips auf der Plattform aufnehmen, mit denen sie sich auf Stellenausschreibungen bewerben.

Wir haben Inhaber europäischer Transportunternehmen befragt, wie sie Mitarbeiter dieser neuen Generation anwerben - lesen Sie hier ihre Kommentare⁴:

“Eine starke Präsenz auf sozialen Medien ist effektiv. Wir verwenden Twitter, LinkedIn und Facebook, um neue Fahrer anzuwerben.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

“Wir veröffentlichen neue Stellenangebote für Fahrer auf unserer Website und setzen eine sehr gute Personalagentur ein. Ihre Stellenangebote müssen hervorstechen, denn zurzeit gibt es sehr viele Unternehmen, die nach Fahrern suchen.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

(1) Generation Z: geboren nach 1996 (2) GlobalWebIndex-Bericht, 2017 (3) YPulse-Bericht über Mobilgeräte- und App-Nutzerverhalten, 2021 (4) Während der von Ducker und Michelin im März 2022 durchgeführten Studie mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahrermangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“) gesammelte Kommentare





NEUEN KANDIDATEN EINE CHANCE GEBEN

Zweifellos bedingen verschiedene Faktoren den Fahrermangel, wie beispielsweise Wirtschaftslage, Pandemie, harte Arbeitsbedingungen und andere. Ein wichtiger Aspekt ist auch die mangelnde Diversität. In den USA beispielsweise sind Lkw-Fahrer überwiegend weiße Männer mittleren Alters – dem gegenüber stehen nur 12,4 Prozent Frauen und 23,4 Prozent Fahrer anderer ethnischer Zugehörigkeiten. Rund 60 Prozent der Fahrer sind 45 Jahre oder älter¹. Diese statistischen Daten lassen auf einen enormen Talentpool schließen, der bisher kaum erreicht wird: junge Fahrer und Frauen.

FRAUEN SIND DIE ZUKUNFT

Rund die Hälfte der Weltbevölkerung besteht aus Frauen; dennoch machen Frauen nur etwa zehn² bis 12,4 Prozent³ **der Lkw-Fahrer-Gemeinschaft aus**. Wenn Ihnen dieses Argument noch nicht reicht, dann vielleicht das: Eine Studie des American Transportation Research Institute⁴ hat ergeben, dass **Frauen tatsächlich sicherer fahren als Männer**. So erhalten Frauen beispielsweise mit 73 Prozent geringerer Wahrscheinlichkeit ein Bußgeld wegen Missachtung einer roten Ampel.

DIE GENERATION Y UND DIE GENERATION Z STEHEN BEREITS VOR DER TÜR

Angesichts dessen, dass die meisten Lkw-Fahrer 45 Jahre alt oder älter sind, sollte sich die Branche **darauf konzentrieren, jüngere Fahrer anzuwerben**. In den USA beispielsweise hat Präsident Joe Biden das „Safer Driver Apprenticeship Pilot Program“ eingeführt. Das Ausbildungsprogramm bietet Fahrern ab 18 Jahren die Möglichkeit, eine berufliche Laufbahn als Fernfahrer einzuschlagen (bisher war dies nur für Bewerber ab 21 Jahren zugänglich). Vielleicht ist es möglich, sich **mit einer Fahrschule vor Ort als Partner zusammenzuschließen, in Schulen bzw. Berufsschulen über die Laufbahn als Lkw-Fahrer zu sprechen oder auch selbst ein eigenes Ausbildungsprogramm Leben zu rufen**.

(1) U.S. Bureau of Labor, statistische Daten für Lkw-Transporte, 2021 (2) Freightwaves-Umfrage „Women in trucking“ („Frauen als Lkw-Fahrer“), 2019 (3) U.S. Bureau of Labor, statistische Daten für Lkw-Transporte, im Jahr 2020 (4) Studie des American Transportation Research Institute (ATRI), 2018 (5) Glassdoor-Studie, „Diversity & Inclusion Workplace Survey“ („Studie über Vielfalt und Integration am Arbeitsplatz“), September 2020 (6) Während der von Ducker und Michelin im März 2022 durchgeführten Studie mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahrermangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“) gesammelte Kommentare (7) Glassdoor-Studie, „Diversity & Inclusion Workplace Survey“ („Studie über Vielfalt und Integration am Arbeitsplatz“), September 2020



Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die heute ins Berufsleben eintreten, wünschen sich mehr denn je Vielfalt am Arbeitsplatz. 76 Prozent der befragten Arbeitnehmer⁵ betrachten **Diversität als ein entscheidendes Kriterium** bei der Stellensuche. Höchste Zeit, auf breiterer Basis nach neuen Bewerbern zu suchen und Ihre Fahrgemeinschaft zu diversifizieren!

Wir haben europäische Flottenbetreiber befragt, wie sie neuen Kandidaten eine Chance geben – lesen Sie hier ihre Kommentare⁶:

“Wir haben ein Schulungszentrum für junge Fahrer und haben bisher immer Auszubildende gefunden, wobei einige davon im Unternehmen bleiben.”

— ein deutscher Flottenbetreiber



76%

**DER BEFRAGTEN
ARBEITNEHMER BETRACHTEN
DIVERSITÄT ALS EIN
ENTSCHEIDENDES KRITERIUM
BEI DER SUCHE NACH EINEM
NEUEN ARBEITSPLATZ ⁷**



NEUE MITARBEITER RICHTIG WILLKOMMEN HEIßEN

Der Antritt einer neuen Stelle ist in jeder Branche eine große Umstellung. Doch für Lkw-Fahrer bedeutet dies oft eine komplette Änderung ihrer Arbeitsweise und Lebensgewohnheiten. Nehmen Sie sich daher ausreichend Zeit, um Ihre neuen Mitarbeiter richtig willkommen zu heißen und in Ihre Flotte zu integrieren. Das hilft nicht nur den Neueinsteigern, sondern hebt auch die Stimmung im gesamten Team.

EINE GUTE BEGRÜßUNG IST DAS A UND O

Auf den ersten Eindruck kommt es in jeder Situation an, auch am Arbeitsplatz! Wenn Ihre Neueinsteiger sich in Ihrem Unternehmen zu Hause fühlen sollen, konzentrieren Sie sich **von Anfang an darauf, sie zu integrieren und das Wir-Gefühl in ihrem Team zu stärken.**

- **Ordnen Sie Neueinsteigern erfahrene Mitarbeiter als Mentoren zu.** So ist es einfacher für sie, dieser Person alle Fragen zu stellen – ohne das unguete Gefühl, jemanden zu „nerven“. Dies fördert zudem das Eingewöhnen in die Unternehmenskultur und das Einfinden in die tägliche Routine.
- **Richten Sie ein Begrüßungssessen aus** mit mindestens einem erfahrenen Kollegen, besser noch mit dem gesamten Team. Planen Sie nach einiger Zeit weitere, bestenfalls regelmäßige Treffen, um Ziele zu setzen und Fortschritte zu besprechen. So vermitteln Sie Neueinsteigern das Gefühl, gut betreut zu werden und erhalten gleichzeitig wertvolles Feedback.
- **Posten Sie eine Begrüßung** auf Ihre Unternehmenswebsite oder Ihren Social Media-Plattformen, um Ihre neuen Mitarbeiter öffentlich vorzustellen! Dies regt zum persönlichen Austausch unter den Kollegen an – online wie offline – und schafft schnell ein stärkeres Zusammengehörigkeitsgefühl.

Wir haben europäische Flottenbetreiber befragt, wie sie neue Mitarbeiter aufnehmen lesen Sie hier ihre Kommentare³:

“Die Fahrer erwarten ein gewisses Niveau an Komfort - die Technik in der Kabine ist eine gute Möglichkeit, sie zu überzeugen, insbesondere was Unterhaltung und Kommunikation betrifft. Wir geben ihnen iPads.”

— ein französischer Flottenbetreiber

“Jeder, der in unserem Unternehmen einsteigt, bekommt ein neues Smartphone/einen Laptop, um eine einfache Kommunikation mit unseren Büros zu ermöglichen.”

“Wenn neue Mitarbeiter mit den richtigen Geräten ausgerüstet werden, schafft das Harmonie und eine positive Arbeitsatmosphäre.”

— ein britischer Flottenbetreiber

(1) Brandon Hall Group, Forschungsstudie „The True cost of a bad hire“ („Die wahren Kosten einer schlechten Neueinstellung“), 2015 (2) Gallup, „Warum die Onboarding-Erfahrung für die Bindung wesentlich ist“, nicht datiert (3) Während der von Ducker und Michelin im März 2022 durchgeführten Studie mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahrermangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“) gesammelte Kommentare



ERMÖGLICHEN SIE KOMMUNIKATION

Ihre Fahrer verbringen sehr viel Zeit in ihrem Lkw unterwegs, oftmals allein. Unterstützen Sie sie deshalb mit Geräten und Hilfsmitteln, die sie **glücklicher und zufriedener** machen – beruflich und persönlich.

- **Halten Sie sie auf dem Laufenden.** Geben Sie Neueinsteigern ein Handbuch oder einen Leitfaden zu Verfahrensweisen, technischen Leitlinien und Sicherheitsvorschriften an die Hand ein Dokument, auf das sie sich verlassen und berufen können. Schicken Sie ihnen auch regelmäßig Links zu Branchennachrichten, internen und externen Regelungen und Vorschriften und Aktualisierungen von Richtlinien, damit sie stets auf dem aktuellen Stand sind.
- **Helfen Sie ihnen, in Kontakt zu bleiben.** Dank der Technologie ist es heute so viel einfacher, mit der Fahrgemeinschaft, mit Familienangehörigen und Freunden verbunden zu bleiben! Denken Sie darüber nach, Ihren Mitarbeitern Firmengeräte, wie Smartphones, Tablets oder Laptops zur Verfügung zu stellen.
- **Bieten Sie ihnen Unterhaltung.** Die Nächte unterwegs können lang und bei mehrtägigen Einsätzen auch einsam sein. Da helfen Video- oder Musikstreaming-Abonnements, die Sie Ihren Fahrern zur Unterhaltung bereitstellen.

Auch wenn Umfragen¹ belegen, dass **ein richtiges Onboarding die Mitarbeiterbindung um bis zu 82 Prozent erhöhen kann**, investieren viele Arbeitgeber hier leider immer noch nicht. Tatsächlich sind nur 12 Prozent der befragten Arbeitnehmer der Meinung, dass ihr Unternehmen ein gutes Onboarding bietet². Folglich bewerten 88 Prozent der befragten Arbeitnehmer den Onboarding-Prozess ihres Unternehmens als verbesserungsfähig. Diesen Effekt können Sie für Ihre Flotte nutzen!





FAHRER EFFEKTIV UNTERSTÜTZEN UND BETREUEN

Wenn Sie neue Lkw-Fahrer eingestellt und eingearbeitet haben, möchten Sie natürlich auch, dass diese in Ihrem Unternehmen bleiben. Das funktioniert am besten, wenn Sie ihnen zeigen, dass Sie um ihr Wohlergehen bemüht sind – mit Worten wie mit Taten. Hier ein paar praktische Tipps:

KÜMMERN SIE SICH UM DAS KÖRPERLICHE WOHLBEFINDEN DER FAHRER

Einer australischen Studie¹ zufolge erkranken Lkw-Fahrer im Vergleich zum nationalen Durchschnitt nahezu viermal häufiger an drei oder **mehr chronischen Erkrankungen**. Rückenschmerzen, Fettleibigkeit und Muskel-/Skeletterkrankungen gehören dabei zu den häufigsten Gesundheitsproblemen. Dazu tragen folgende Faktoren wesentlich bei:

- Langes Sitzen hinter dem Steuer
- Mangel an gesunder Ernährung unterwegs
- Mangel an körperlicher Bewegung unterwegs

WAS SIE TUN KÖNNEN

Große Transportunternehmen **beschäftigen professionelle Trainer**: Diese unterstützen die Fahrer, sich Ziele für die eigene körperliche Fitness zu setzen und zu erreichen. Die Experten leiten gezielte Übungsstunden an und bieten Tipps zu Schlaf und Ernährung. Sie helfen auch, Fortschritte zu beobachten und motivieren die Fahrer dazu, ihre Ziele im Auge zu behalten. Einen Vollzeit-Trainer zu beschäftigen, ist für kleinere Unternehmen wahrscheinlich nicht realistisch, aber Sie könnten erwägen, **regelmäßige Informationsveranstaltungen zu verschiedenen Themen anzubieten**. Diese Trainings könnten als Präsenzsitzungen oder online stattfinden. Wenn sich Ihre Fahrer nur schwer zur Teilnahme motivieren lassen, können Sie diesen Prozess auch etwas spielerischer gestalten und z.B. Belohnungen für erreichte Ziele anbieten.



**EINER BRITISCHEN STUDIE ZUFOLGE²
VERZEHREN 60 PROZENT DER FAHRER DIE
MEISTEN IHRER MAHLZEITEN IM FAHRZEUG.
56 PROZENT BETRACHTEN SICH ALS
ÜBERGEWICHTIG.**

(1) In BMC Public Health veröffentlichte Studie „The physical and mental health of Australian truck drivers“ („Die physische und psychische Gesundheit von australischen Lkw-Fahrern“), 2022 (2) Umfragebericht über sicheres Fahren von Brake und Direct Line, 2018 (3) International Journal of Environmental Research and Public Health, „Sleep and Mental Health in Truck Drivers“ („Schlaf und psychische Gesundheit bei Lkw-Fahrern“), 2018 (4) Während der von Ducker und Michelin im März 2022 durchgeführten Studie mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahrermangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“) gesammelte Kommentare.



DENKEN SIE AUCH AN DIE MENTALE GESUNDHEIT

Fernfahrer verbringen viel Zeit unterwegs und das allein. Kurzstreckenfahrer, die hauptsächlich innerhalb ihrer Stadt oder Region im Einsatz sind, erleben hingegen eher Stress durch Verkehrsstaus und schwierige Situationen mit anderen Verkehrsteilnehmern. Einer europäischen Studie³ zufolge **leiden 13,6 Prozent der Berufsfahrer unter Depression**, 27,5 Prozent unter Schlaflosigkeit und 7,9 Prozent kämpfen mit Angstzuständen.

WAS SIE TUN KÖNNEN

Unterstützen Sie Ihre Fernfahrer, indem Sie regelmäßig Kontakt halten. Geben Sie ihnen die notwendigen Arbeitsmittel bzw. Kommunikationsmittel an die Hand, um mit ihrem Unternehmen, den Kollegen und ihrer Familie in Kontakt zu bleiben. Musik- oder Videostreaming-Dienste, die Sie für Ihre Fahrer abonnieren, bieten Unterhaltung während der langen Fernstreckeneinsätze. Für Kurzstreckenfahrer können Sie Schulungen anbieten, die sie beim Umgang mit Stress unterstützen, ob verkehrsbedingt, durch andere Verkehrsteilnehmer oder durch die allgemeine Arbeitsbelastung.

Denken Sie auch an Anerkennung – sie bewirkt viel! **Präsentieren Sie Ihre besten Fahrer** auf Ihren Social Media-Seiten mit Video-Kommentaren von Kollegen oder Vorgesetzten oder einem Foto – gerne mit einer Auflistung von Gründen, warum sie ihre Arbeit gern tun. Beziehen Sie das ganze Team mit ein und holen Sie **positives Feedback** über Ihren „Super-Star“ ein. Loben Sie Ihren Mitarbeiter intern (E-Mail) und öffentlich (Website, Social Media-Profil).

Wir haben Inhaber europäischer Transportunternehmen befragt, wie sie ihre Fahrer unterstützen und betreuen – lesen Sie hier ihre Kommentare³:

“Fernfahrer haben viele Schwierigkeiten zu bewältigen, wie lange Arbeitstage, lange Zeiten unterwegs (d. h. weg von zu Hause), mangelnder Respekt beim Be- oder Entladen ihrer Fahrzeuge beim Kunden sowie Risiken und Gefahren im Straßenverkehr.”

— Inhaber eines deutschen Transportunternehmens

“Wenn neue Mitarbeiter mit den richtigen Geräten ausgerüstet werden, dann schafft das Harmonie und eine positive Arbeitsatmosphäre. ”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

“...es geht darum, aufrichtig zu sein und eine fürsorgliche Art zu zeigen. Der Beruf des Lkw-Fahrers kann sehr einsam sein. Daher sollte man auch an die psychische Gesundheit seiner Mitarbeiter denken. Wir versuchen, etwa alle drei Monate gemeinsame Treffen für unsere Mitarbeiter zu organisieren, und wir haben eine Facebook-Seite, über die sie miteinander kommunizieren können.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

“Wir schaffen eine Arbeitsumgebung, in der unsere Fahrer sich glücklich und geschätzt fühlen! Dazu gehört es, dass wir zum Frühstück oder Mittagessen eine warme Mahlzeit anbieten, und wir haben einen speziellen Ausschuss für Team-Events und Ausflugsstage eingerichtet.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

“Wir haben ein offenes Ohr für Probleme – bei uns steht die Menschlichkeit an erster Stelle! Wir sind stets darum bemüht, für eine entspannte Arbeitsatmosphäre zu sorgen, in der sich alle wohlfühlen.”

— Inhaber eines deutschen Transportunternehmens



BERUFSWEGE KLAR AUFZEIGEN

Ein guter Mitarbeiter ist von unschätzbarem Wert – ob er hinterm Steuer sitzt, im Büro arbeitet oder neue Fahrer ausbildet. Stellen Sie unbedingt sicher, dass Ihre Neueinsteiger ebenso wie Ihre langjährigen Fahrer alle Möglichkeiten kennen, die ihnen in Ihrem Unternehmen zur Verfügung stehen. Das motiviert sie Tag für Tag und stärkt die Treue zu Ihrem Unternehmen.

BEGINN DER LAUFBAHN

Wenn Sie neue Fahrer in Ihre Flotte aufnehmen, empfiehlt es sich, ihnen **einen erfahreneren Fahrer als Mentor zuzuordnen**. Das hilft, sich in der neuen Position einzufinden. Mentoren können Neueinsteiger nicht nur fachlich begleiten, sondern sie auch über die beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten informieren.

Die meisten Fahrer werden zu Beginn ihrer Laufbahn als Fernfahrer einsteigen. Wenn sie zuverlässig arbeiten und sich bewährt haben, **dann können Sie sie auf zukünftige Einsatzmöglichkeiten** im Regional- oder Lokalverkehr hinweisen. Die Möglichkeit, im näheren Umkreis von zu Hause tätig sein zu können oder reguläre Arbeitszeiten zu haben, kann die Fahrer motivieren, ihre Tätigkeit im Fernstreckeneinsatz besser zu bewältigen, bis sie zur nächsten Karrierestufe aufsteigen können.

WECHSEL INS MANAGEMENT

Während die einen auf Achse glücklich sind, streben andere vielleicht langfristig eine Bürotätigkeit an, bei der sie ihre praktischen Erfahrungen als Fahrer einbringen können. Dazu gehören beispielsweise **Management-Funktionen oder Tätigkeiten im Versand**. Diese Entwicklung kann für Sie und Ihren Fahrer gleichermaßen von Vorteil sein. Ein ehemaliger Fahrer kennt den Liefertermindruck oder die einsamen Nächte unterwegs selbst. So hat er ein besseres Verständnis dafür und kann andere Fahrer effektiver motivieren. Andere Bürotätigkeiten können die Betreuung und Anleitung neuer Fahrer (Mentorrolle) oder eine Funktion als Vorgesetzter oder Büroleiter vor Ort sein. Erklären Sie Ihren Fahrern diese vielfältigen Chancen in ihrer beruflichen Laufbahn.

94%

**DER BEFRAGTEN
ARBEITNEHMER' GABEN
AN, DASS SIE LÄNGER BEI
EINEM UNTERNEHMEN
BLEIBEN WÜRDEN, DAS
IN IHRE BERUFLICHE
WEITERENTWICKLUNG
INVESTIERT.**

(1) ClearCompany, „employee development statistics“ (statistische Daten über die Mitarbeiterentwicklung), 2021
(2) Während der von Ducker und Michelin im März 2022 durchgeführten Studie mit dem Titel „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre“ („Umgang mit dem Lkw-Fahremangel und Übergang zum nachhaltigen Reifen“) gesammelte Kommentare



MACHEN SIE IHRE FAHRER FIT FÜR DIE ZUKUNFT

Unabhängig von ihrem jeweiligen Ziel ist es besonders wichtig, **einen klaren Zeitplan festzulegen**. So sehr es Mitarbeiter ermutigt, wenn Sie Aufstiegschancen erhalten, so schnell werden sie entmutigt, wenn sie das Gefühl haben, sich nicht schnell genug weiterzuentwickeln. Skizzieren Sie daher mit ihren Mitarbeitern einen klaren Berufsweg und sprechen Sie regelmäßig miteinander über die erreichten Fortschritte. Sind die Ziele bestimmt, stellen Sie einen Schulungs- oder Mentoringplan auf, um **sie bei ihrer beruflichen Weiterentwicklung zu unterstützen**.



Wir haben Inhaber europäischer Transportunternehmen befragt, wie sie ihren Fahrern Berufswege klar aufzeigen – lesen Sie hier ihre Kommentare²:

“Wenn neue Fahrer bei unserem Unternehmen einsteigen, laden Seniorchefs sie zum Mittagessen ein und ordnen sie für die ersten paar Wochen einem erfahreneren Fahrer als Mentor zu, um sie zu betreuen.”

— Inhaber eines britischen Transportunternehmens

“Die Fahrer erhalten regelmäßig Angebote für hochwertige Schulungen und Trainings.”

— Inhaber eines französischen Transportunternehmens

“Unsere Fahrer werden regelmäßig durch interne und externe Schulungskurse fortgebildet.”

— Inhaber eines deutschen Transportunternehmens



AUSTRITTSGESPRÄCH GEWINNBRINGEND GESTALTEN

Selbst bei bester Beziehung zwischen Arbeitgeber und Mitarbeiter kommt irgendwann die Zeit des Abschieds. Eine veränderte Familiensituation, ein kompletter Berufswechsel, eine neue Chance außerhalb des Unternehmens oder der Eintritt in den Ruhestand – Mitarbeiter scheiden aus vielfältigen Gründen aus. Ganz gleich, ob diese direkt mit der Tätigkeit oder gar nichts damit zu tun haben, oder ob die Wahrheit dazwischen liegt: Jeder Abschied bietet eine Gelegenheit für Sie und Ihr Unternehmen, daraus zu lernen und zu wachsen.

WÄHLEN SIE IHRE METHODE

Während manche Unternehmen **persönliche Austrittsgespräche** bevorzugen, entscheiden sich andere für **Online-Umfragen oder -Fragebögen**. Welches Format sich für Sie und Ihre Mitarbeiter am besten eignet, können nur Sie selbst wissen. Folgende Überlegungen können Sie jedoch, bei der Entscheidung unterstützen:

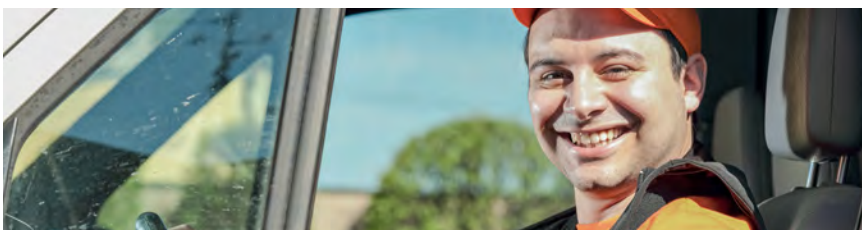
- **Persönliche Gespräche können sehr fruchtbar sein**, da sie die Möglichkeit bieten, genauer nachzufragen. Die Kehrseite: Möglicherweise wollen Mitarbeiter sich nicht oder nicht so detailliert im persönlichen Gespräch äußern. Manchen fällt es schwer, offen über ihre Tätigkeit oder ihre Beziehungen zu Kollegen Vorgesetzten oder zur Geschäftsleitung zu sprechen – besonders mit einem unmittelbaren Vorgesetzten.
- Umfragen und Fragebögen eignen sich sehr gut, **konsequente Fragen zu stellen** und ehrliche Antworten von Ihren Mitarbeitern zu erhalten. Der Nachteil: Sie können nicht nachfassen und müssen sich mit dem zufrieden geben, was am Ende auf dem Papier steht.



TIPP: SCHALTEN SIE EINE NEUTRALE PARTEI EIN, UM DAS GESPRÄCH ZU FÜHREN.



TIPP: ENTWICKELN SIE EIN GEFÜHL DAFÜR, WAS FÜR JEDEN EINZELNEN DIE RICHTIGE METHODE IST UND NUTZEN SIE BEIDE FORMATE SITUATIV – ODER AUCH IN KOMBINATION.





KONSEQUENTE NACHVERFOLGUNG

Ausscheidende Mitarbeiter können **eine ausgezeichnete Inspirationsquelle für Verbesserungsmöglichkeiten sein** – wenn Sie bereit sind zuzuhören! Die besten Austrittsgespräche resultieren in praktisch umsetzbaren Erkenntnissen. Also stellen Sie die richtigen Fragen – z. B. nach den Arbeitsbedingungen, den Unternehmensrichtlinien und dem Management. Dann folgt der wichtigste Schritt: Sobald Sie dieses Feedback erhalten haben, setzen Sie es um! Einer Studie¹ zufolge konnte weniger als ein Drittel der befragten Führungskräfte von Unternehmen eine einzige Maßnahme nennen, die infolge eines Austrittsgespräch umgesetzt worden wäre! Wenn Sie sich die Zeit nehmen, um solche Austrittsgespräche zu führen, dann sollten Sie die **Veränderungsvorschläge, die sich daraus ergeben, auch umsetzen!** Das ist nicht nur für Ihr Unternehmen von Vorteil, sondern zeigt zugleich anderen Mitarbeitern, dass ihr Feedback ernst genommen wird.

BLEIBEN SIE IN KONTAKT

Wenn Sie sich gütlich voneinander trennen, werden ehemalige Mitarbeiter manchmal sogar zu **ausgezeichneten Markenbotschaftern**. Wenn sie Ihr Unternehmen erwähnen, Ihre Führungspraktiken loben und von den guten Arbeitsbedingungen, Sozialleistungen und der Unternehmenskultur erzählen, hat das mehr Gewicht als jede Werbung. Je konstruktiver die Trennung verlaufen ist, desto besser spricht ihr früherer Mitarbeiter über Sie! Wenn ein Austrittsgespräch korrekt durchgeführt wird, kann es sogar zu einem neuen Einstellungsgespräch führen. Es empfiehlt sich, mit fleißigen, engagierten Mitarbeitern in Kontakt zu bleiben wer weiß, vielleicht kehren sie später sogar zu Ihnen zurück!



EINER GALLUP- UMFRAGE² ZUFOLGE KANN EIN KORREKT DURCHFÜHRTES AUSTRITTSGESPRÄCH:

- helfen, Ihre **Personalfuktuation zu verringern**
- ausscheidende Mitarbeiter in **Markenbotschafter** verwandeln
- einen Einblick vermitteln, was **Wettbewerber bieten**
- zu **einer Sammlung an Erkenntnissen beitragen**, aus denen Sie im Laufe der Zeit lernen können.

(1) Harvard Business Review, „Making Exit Interviews Count“ („Austrittsgespräche: gewusst, wie...“), 2016

(2) Gallup, „The Real Value of Getting an Exit Interview Right“ („Der wahre Wert eines korrekt geführten Austrittsgesprächs“), Juni 2018



