

Die Mitarbeiterzufriedenheit im Fokus

Mit neuen Tools sorgt Seak dafür, dass Mitarbeiter viel besser in die Planungsprozesse eingebunden sind

■ Wie können wir es als Arbeitgeber schaffen, ausreichend attraktiv für unsere jetzigen und für potenzielle neue Mitarbeiter zu bleiben? Diese Frage treibt nicht nur das Modehaus Garhammer in Waldkirchen um, wie Geschäftsführer Johannes Huber auf dem vergangenen BTE-Kongress 'Fashion-Emotion' aufzeigte, sondern auch viele andere Modehändler. Das kann Andreas Knüpfer, Geschäftsführer des auf Workforce Management spezialisierten Unternehmens Seak, bestätigen. Viele Kunden aus dem Handel, berichtet er im mb-Interview, fragen explizit nach Tools, mit denen nicht nur die Produktivität, sondern auch die Mitarbeiterzufriedenheit gesteigert werden kann.



Andreas Knüpfer,
Geschäftsführer Seak,
Reinbek bei Hamburg.

■ Wie können wir es als Arbeitgeber schaffen, ausreichend attraktiv für unsere jetzigen und für potenzielle neue Mitarbeiter zu bleiben? Diese Frage treibt nicht nur das Modehaus Garhammer in Waldkirchen um, wie Geschäftsführer Johannes Huber auf dem vergangenen BTE-Kongress 'Fashion-Emotion' aufzeigte, sondern auch viele andere Modehändler. Das kann Andreas Knüpfer, Geschäftsführer des auf Workforce Management spezialisierten Unternehmens Seak, bestätigen. Viele Kunden aus dem Handel, berichtet er im mb-Interview, fragen explizit nach Tools, mit denen nicht nur die Produktivität, sondern auch die Mitarbeiterzufriedenheit gesteigert werden kann.

mb: Bei Ihrem diesjährigen Auftritt auf der EuroCIS lag ein Fokus auf dem Thema Mitarbeiter-Service. Was verbirgt sich dahinter?

Andreas Knüpfer: Wir haben dort unsere Tools präsentiert, die nicht nur dazu beitragen, dass die Prozesse rund um die Personalplanung aus Unternehmenssicht effizienter gestaltet werden, sondern auch den Mitarbeitern mehr Transparenz, eine reibungslose interne Kommunikation bringen.

mb: Und welche sind das?

Andreas Knüpfer: Das ist zum einen das Tool Mobiler Dienstplan (MDP), das sicherstellt, dass die Mitarbeiter über ihr Smartphone den aktuellen Dienstplan einsehen können. So können sie jederzeit, also zuhause, auf dem Weg zur Arbeit oder auch während ihres Einsatzes auf der Fläche, unkompliziert über Änderungen im Dienstplan informiert werden. Über eine entsprechende Funktion können sie die Kenntnisnahme bestätigen,

sodass der Personalverantwortliche weiß, wer schon informiert ist. Das ist im personalintensiven Einzelhandel eine wichtige Arbeitserleichterung und vermeidet Missverständnisse.

mb: Und was verbirgt sich hinter dem MSP-Tool, das ebenfalls auf der Messe präsentiert wurde?

Andreas Knüpfer: Das ist das Mitarbeiter Service Portal, das die ortsunabhängige Verarbeitung von Urlaubsanträgen und Zeitkorrekturen ermöglicht. Das MSP ist eine webbasierte Anwendung, in der die Mitarbeiter selbst zum Beispiel Urlaubsanträge oder Zeitkorrekturen einstellen können. Sie werden dann automatisch über den Bearbeitungsstatus informiert.

mb: Gibt es weitere aktuelle Themen, mit denen die Händler auf Sie zukommen?

Andreas Knüpfer: Wir werden immer wieder auf das Thema Potenzialanalyse angesprochen. Händler möchten wissen, wo sie mit ihrer Personalplanung stehen und wo es Optimierungspotenziale gibt. Sie möchten auch wissen, wie sie diese erkennen können. Ein wichtiger Punkt ist, dass der aufgezeigte Rahmen von konservativ bis ambitioniert reichen darf – in jedem Fall aber realistisch sein sollte. Bezogen auf die Mitarbeiterent-



Das MDP-Tool ermöglicht den Mitarbeitern einen orts- und zeitunabhängigen Zugriff auf den aktuellen Dienstplan via Smartphone.
Foto: Shutterstock/Maria Savenko

wicklung können wir unseren Kunden zeigen, in welchen Feldern es sich anbietet, Mitarbeiter zu fördern und Leistungen zu entwickeln.

mb: Haben sich die Anforderungen, die an Ihre Lösungen gestellt werden, in den vergangenen Jahren geändert?

Andreas Knüpfer: Ja, auf jeden Fall. Ein großes Thema ist der Wunsch nach Nutzung unserer Lösungen auf mobilen Endgeräten, dem wir unter anderem mit dem MDP als mobiler Ergänzung unserer Einsatzplanung nachgekommen sind. Außerdem geht es natürlich darum, zu zeigen, dass die Digitalisierung nicht nur neue Möglichkeiten in der Kundenkommunikation bringt, sondern auch im Backoffice bei der Planung, in Organisation und interner Kommunikation großartige Vorteile bietet. Dabei müssen mehr als bisher die unterschiedlichen Interessen von Unternehmen, Kunden und Mitarbeitern berücksichtigt werden. Wir erleben, dass die Mitarbeiterorientierung in den Unternehmen immer ausgeprägter wird, um als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben. **UL**

Diesen und weitere Artikel aus der Serie 'BTE KompetenzPartner' finden Sie auch online unter www.bte-kompetenzpartner.de.