**Stefan Fleissner:** Der Fachmedien-Experte wird beim Nachwuchscamp des Börsenvereins am 17. September einen Vortrag zum Thema „Vielseitig, innovativ, zukunftssicher. Fachmedien heute" halten

# „Vielseitige Entwicklungsperspektiven"

Für die Branche ist es immer wichtiger, junge Menschen für die Arbeit in Fachbuchhandlungen zu begeistern. **Stefan Fleissner**, Teamleiter der *Fachbuchhandlung Sack* in Düsseldorf und Köln, erklärt, wie sich die Lage in den letzten Jahren entwickelt hat

**Interview**

*Wie schwer ist es heute, Nachwuchs für den Fachbuchhandel zu finden?*

**Stefan Fleissner**: Sack Fachmedien befindet sich, wie seine Mitbewerber auch, in einem Transformationsprozess: Bis auf wenige Ausnahmen findet der Verkauf (schon länger) nicht mehr über eine Ladenfläche statt, sondern über das – klassisch bezeichnet – Rechnungsgeschäft. Der Umsatz mit Printprodukten wie Büchern, Fortsetzungen und Zeitschriften sinkt, im Gegenzug steigt der Umsatz mit digitalen Produkten wie Online-Datenbanken rasant. Früher waren die Läden der Spiegel des Unternehmens nach außen, heute ist es zum Beispiel für unsere B2B-Kunden das Onlineportal SackBusiness. Früher wurden interne Prozesse zum Teil mühsam händisch erledigt, heute wird digital und nach Möglichkeit automatisiert verarbeitet (ein Dauer-Projekt). Was für einen Nachwuchs suchen wir also? Das hinterfragen wir mit unserem strategischen HR Management laufend. Klar ist, dass wir definitiv keine Fachbuchhändler:innen mehr suchen. Auf der anderen Seite sprechen wir weiterhin in vielen Stellenanzeigen ausgebildete Buchhändler:innen an, die wir dann im Rahmen der Einarbeitung fit für das Thema Fachmedien, unser Portal SackBusiness und die digitalen Handelsprodukte machen.

Des Weiteren steuert auch der Rekrutierungsprozess selbst, wie schwer es ist,

Nachwuchskräfte zu finden: Daher hat unser HR-Management diesen stark vereinfacht.

*Wie hat sich die Lage über die letzten Jahre entwickelt?*

Im Zusammenhang mit Corona hatten wir einige Quereinstiege zum Beispiel aus der Veranstaltungsbranche, die gut funktioniert haben. Wir haben aber auch die Erfahrung gemacht, dass einige wieder zurück in „ihre" Branche gegangen sind, nachdem die Pandemie vorbei war. Ansonsten stimmen wir in den Chor mit ein, dass der Markt aktuell für Arbeitgeber eine Herausforderung ist. Aber das ist auch völlig OK so und das nehmen wir als Ansporn. Wir wollen die guten Leute. Was müssen wir dafür tun, um diese zu bekommen?

*Welche besonderen Herausforderungen ergeben sich gegenüber dem allgemeinen Sortiment?*

„Ich möchte gerne Buchhändler:in werden, weil ich (seit Kindestagen) gerne lese." So oder so ähnlich steht es in 90 Prozent der Bewerbungsschreiben, die wir für die Azubi-Stellen erhalten. Da können wir in der Stellenausschreibung auf Recht, Wirtschaft, Steuern und Medien statt Buch hinweisen wie wir wollen.

Jemand, der Buchhändler:in werden möchte, denkt an Bücher (logisch), und zwar an schöne Bücher wie Romane, Krimis, Kinderbücher, etc. Die potenziellen Azubis streuen ihre Bewerbungen und wir sind zunächst einmal mit Sicherheit nicht erste Wahl – die ist das allgemeine Sortiment. Die Erfahrung zeigt aber: Wir überzeugen dann im Bewerbungsgespräch und beim Probearbeiten.

*Inwiefern stehen Sie in Konkurrenz zum allgemeinen Sortiment?*

Da Buchhändler:innen in vielen Bereichen wie zum Beispiel dem Kundenservice weiterhin sehr gut zu uns passen, stehen wir immer in Konkurrenz zum allgemeinen Sortiment, zumal die Buchhändler:in wie oben geschildert primär Bücher im Kopf hat. In den Bewerbungsgesprächen, die wir führen, versuchen wir immer etwas von unserem Spirit und dem Transformationsprozess, der ja spannende (Mit-)Gestaltungsmöglichkeiten bietet, rüberzubringen. Ansonsten haben wir natürlich auch strukturell einige Vorteile gegenüber

> *„In den Bewerbungsgesprächen, die wir führen, versuchen wir immer etwas von unserem Spirit und dem Transformationsprozess, der ja spannende (Mit-)Gestaltungsmöglichkeiten bietet, rüberzubringen"*
>
> Stefan Fleissner

den Kolleg:innen im allgemeinen Sortiment, nicht zuletzt was die Arbeitszeiten angeht. Zudem sind die beruflichen Entwicklungsperspektiven im Fachmedienbereich vielseitiger: Zum Beispiel ist es möglich von der Buchhändler:in zum Key Account Manager:in aufzusteigen. Bei Sack arbeiten IT-Spezialist:innen und Vertriebs-Expert:innen, die ursprünglich Buchhändler:in gelernt haben und bei uns weiterentwickelt wurden.

*Gibt es auch eine Konkurrenz zu anderen Branchen?*

Ja. Und das ist eine Entwicklung des Fach- und Arbeitskräftemangels der letzten Jahre. Wir stehen mittlerweile nicht mehr nur in Konkurrenz innerhalb einer Branche, sondern zum Beispiel auch zu Kommunalen Arbeitgebern oder Branchen, die man bisher nicht als Mitbewerber qualifiziert hat. Employer Branding ist ein Thema, um das wir uns bei Sack stark kümmern.

*Was unternimmt Sack, um geeignete Auszubildende zu finden?*

Bei unseren Ausbildungsstellen zur Buchhändler:in wissen wir – wie oben geschildert –, dass wir vor allem im Bewerbungsgespräch oder sogar noch einen Schritt vorher im Erstkontakt überzeugen wollen. Der Faktor Zeit spielt ebenfalls eine Rolle. Wer gute Nachwuchskräfte finden will, muss schnell handeln. Darüber hinaus holen wir uns von unseren Azubis Feedback, um über die Ausbildungsstandards hinaus die individuellen Lernbedürfnisse zu berücksichtigen. Auch im Bereich Social Media ist viel Potenzial, um als Arbeitgeber auf sich aufmerksam zu machen. Hier haben viele Unternehmen noch Nachholbedarf.

*Welche Anforderungen hat Sack Fachmedien an potenzielle Auszubildende?*

Zunächst einmal bilden wir aus, um zu übernehmen. Daher ist es wichtig, als Unternehmen flexibel zu sein, um die einzelnen Transformationsphasen zu erkennen, darauf adäquat zu reagieren und bestenfalls sogar vorausschauend zu planen. Anders gesagt: die Anforderungen ändern sich von Ausschreibungsrunde zu Ausschreibungsrunde. Grundsätzlich wünschen wir uns bei Auszubildenden bestimmte Wesenszüge wie eine kommunikative Art und ein progressives Denken. Wissen, Fertigkeiten, Methoden, etc. werden dann im Rahmen der Ausbildung vermittelt. Es kommt auch ganz auf das Alter der Auszubildenden an. Es ist ein großer Unterschied, ob jemand mit 19 frisch von der Schule kommt oder mit Ende 20/Anfang 30 bereits berufliche Lebenserfahrung hat.

*Wie halten Sie die jungen Fachkräfte im Anschluss?*

Wir haben zuletzt Kolleg:innen in die wohlverdiente Rente verabschiedet, die bei Sack ihre Ausbildung absolviert und dann ununterbrochen im Unternehmen gearbeitet haben. Das war einmal, das Heute ist anders. Beim Offboarding hören wir häufig: „Es war einfach Zeit für etwas Neues." Das Neue ist dann meist auch eine Stelle in einer ganz anderen Branche. Uns ist klar, dass wir das „Weiterziehen" nur hinauszögern können, da dies ein gesellschaftlicher Trend ist. Von daher ist es entscheidend, internes Wissen gut zu dokumentieren, um den Wissensverlust bei Off- und Onboarding so gering wie möglich zu halten.

Um die jungen Fachkräfte dennoch möglichst lange im Unternehmen zu halten, ist neben Benefits wie Bonustagen & Co. vor allem eine Entwicklungsperspektive wichtig, die wir in Gesprächen mit unseren Mitarbeiter.innen konkretisieren, was immer individuell ist.

*Was versprechen Sie sich vom Nachwuchscamp?*

Ich bin froh, dass die Vielfalt der Branche – eben auch der Fachmedienhandel – abgebildet wird. Unsere Arbeit unterscheidet sich mittlerweile doch deutlich von der im allgemeinen Sortiment. Ich freue mich daher auf neugierige Azubis und viele spannende Gespräche.▪