

MV 01.11.2012

„Abschied nehmen von alten Denkmustern“

Business-Talk: Fachkräftemangel und die Rezepte der Unternehmen / Besseres Marketing für den Standort gefordert

rew- RHEINE. An der Bedeutung des Themas zweifelt inzwischen kein Personalchef mehr: Der Fachkräftemangel wird für viele Unternehmen mittelfristig die größte Herausforderung. „Wir müssen Abschied nehmen von alten Denkmustern“, forderte Diane Bitzel, im Vorstand der Apetito AG zuständig für den Bereich Personal, beim jüngsten Business-Talk in der Stadthalle. Die Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Rheine (EWG) sowie die Wirtschaftsvereinigung Steinfurt (WVS) hatten dazu eingeladen. Und allein die Teilnehmerliste machte deutlich, wie dringlich das Thema in den Geschäftsleitungen angesiedelt ist: Mehr als 130 Teilnehmer informierten sich drei Stunden in einer hochkarätigen Veranstaltung.

„Es brennt schon lichterloh. Bereits im Jahre 2025 werden wir bundesweit sechs Millionen Arbeitskräfte weniger haben“, sagte WVS-Geschäftsführer Werner Stegemann. Er gab damit die Zielsetzung für den Business-Talk aus: Die Akteure der heimischen Wirtschaft zusammenbringen und gemeinsam Ideen entwickeln, wie die Herausforderung bewältigt werden kann.

Moderatorin Bettina Thelen-Reloe griff die Vorgabe auf und brachte das Thema griffig auf den Punkt: „Wie können Unternehmen attraktiv sein und wie kann dieser Standort attraktiv sein?“

„Der Standort Rheine bietet Nachteile. Es gibt sicher einen Bedarf, die Region aufzupeppen“, sagte Holger Klinge, Personalchef bei KTR. Er nannte als Beispiel die Absage eines Bewerbers für eine leitende Position in seinem Unternehmen. Ausschlaggebend sei gewesen, dass die Familie sich gegen

die Region ausgesprochen hatte.

Der demografische Wandel zwingt nach Einschätzung von Apetito-Vorstand Diane Bitzel alle Unternehmen, sich als attraktive Arbeitgeber zu positionieren. „Employer branding“ lautet die Devise bei den Personalspezialisten. Das Thema biete viele Facetten, denen Apetito sich schon seit längerer Zeit stelle. So geht es darum, strategisch wichtige Mitarbeitergruppen an das Unternehmen zu binden sowie ein Wissens- und Ideenmanagement zu fördern. Bei Apetito gehört zum Beispiel ein Gesundheitsmanagement mit vielen Angeboten für die Mitarbeiter längst zur Firmenpolitik. „Junge Frauen wollen Familie und Beruf vereinen, und zwar ohne Diskussion. Das setzen die voraus, die kommen sonst gar nicht zu Ihnen“, sagte Bitzel weiter – und wagte die Prognose, dass sich diese Entwicklung noch verstärken wird.

„Der Markt dreht sich um. Die Hemmschwelle für Mitarbeiter, zu anderen Firmen zu wechseln, sinkt“, sagte Bitzel. Daher seien Aktivitäten, um Mitarbeiter zu binden, wichtig. Umdenk-Prozesse seien dringend angesagt. Denkmuster wie „Das mit der Demographie wird schon nicht so schlimm“ oder „Gute Leute haben wir noch immer gekriegt“ müssten in den Personalabteilungen aus den Köpfen verschwinden.

Dass der Fachkräftemangel auch längst in Rheine angekommen ist, machte Bitzel an einem Beispiel aus der Firma Apetito deutlich: „Wegen des Mangels an Berufskraftfahrern sind wir aktuell dabei, Kräfte aus Spanien zu gewinnen“.

Anhand einer Unternehmensbefragung stellte Manfred Janssen, Geschäftsführer



Mehr als 130 Teilnehmer waren zu der Veranstaltung zum Thema „Täler für die Region“ gekommen.

Fotos: Rapreger



Führte durch das Programm: Bettina Thelen-Reloe.



„Es brennt schon lichterloh“ sagte WVS-Geschäftsführer Werner Stegemann zur Brisanz des Themas.



Diane Bitzel: Ein Umdenken in den Firmen ist nötig.

der der EWG, klar, dass ein Viertel aller Unternehmen im Wirtschaftsraum Rheine jetzt schon Probleme hat, Fachkräfte zu bekommen.

Best-Practise-Beispiele kamen anschließend von vielen Vortragenden. Auf die Bedeutung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements verwies Ralf Hespung von der Firma MBH Maschinenbau. Dass die Azubis bei

Hardy Schmitz ihre Ausbildungsleiterin mit wichtigen persönlichen Fragen auch nach Feierabend und am Wochenende über den Facebook-Messenger oder per Whats-App erreichen, verdeutlichte Stephanie Najafi.

„Viele Argumente sprechen für Rheine. Rheine ist attraktiv. Man muss das nur auch richtig vermarkten“, sagte Josef Blömer, Geschäftsführer

bei DBA Deutschland („nur die“) auf die Frage, wie sein Unternehmen Personal für den Standort Rheine gewinnen. Auch Concept-X-Chef Ulf Gassner forderte, den Standort Rheine positiver zu vermarkten. „Der Standort ist nicht schlecht. Man muss an diesem nur vordergründig nicht positiven Image arbeiten und die positiven Seiten nach außen kommunizieren“, forderte er.

Der Business-Talk am Dienstag war nur ein Auftakt. Alle waren der Überzeugung, dass an diesem Thema weiter gearbeitet werden muss. „Es gibt eine hohe Identifikation mit diesem Standort. Wir werden jetzt Arbeitsgemeinschaften bilden und Vorschläge erarbeiten, was man konkret machen kann“, sagte Janssen.