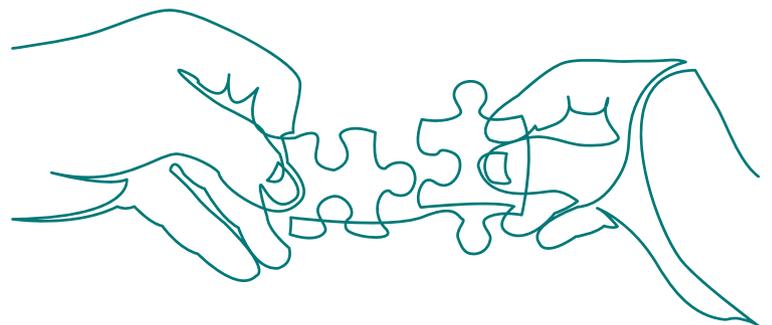


FAC HKR ÄFTE

RBW 
Die Wirtschaftsförderer.

Impulse aus dem
Wirtschaftsstandort
Rheinisch-Bergischer Kreis



**Der Rheinisch-Bergische Kreis, hervorragende Lage in der Metropolregion.
Fachkräfte und Unternehmen schätzen die Vorteile des Standorts.**



Wohnen und Arbeiten im Rheinisch-Bergischen Kreis

Mehr als 283.000 Einwohner, attraktive Arbeitgeber, familienfreundlich, Sport und Freizeit im Naturraum

Lernen und Entwickeln im Netzwerk

Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen, frühe Förderung, Unterstützung der Arbeitgeber, Netzwerke und Austausch

Im Rheinisch-Bergischen Kreis sind es vor allem die mittelständischen Betriebe, die die Wirtschaft prägen. Familienunternehmen mit langer Tradition stehen neben jüngeren Unternehmen, Start-ups und „Zugezogenen“. Sie alle vereint der Wunsch und Wille, ihren Erfolg nachhaltig zu sichern.

Im Mittelpunkt stehen dabei die Menschen, denn sie sind das Herz eines jeden mittelständischen Unternehmens. Das Engagement für die Mitarbeitenden ist dementsprechend hoch und vielfältig. Sehr individuell setzen die Unternehmen beispielsweise auf flache Hierarchien und hohe Entscheidungskompetenz des Einzelnen, auf ein familiäres Miteinander und hohe Wertschätzung, auf eine gesunde Unternehmenskultur.

Langjährige Betriebszugehörigkeiten bestätigen, dass das Engagement Früchte trägt. Junge Fachkräfte schätzen zudem die gute Arbeitsatmosphäre und den Teamgeist, wie eine Studie der Stiftung Familienunternehmen belegt. Beides in Kombination ergibt für die

Wirtschaft im Kreis eine hervorragende Basis für neue Ideen und daraus resultierende Innovationen.

Gemeinsam arbeiten die Akteure im Rheinisch-Bergischen Kreis daran, auch in einem sich ändernden Fachkräftemarkt vorn mit dabei zu bleiben. Die Wirtschaftsförderungen und ihre Partner unterstützen die Unternehmen darin, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Dazu gehören zum Beispiel die Ausrichtung von Ausbildungsmessen, um Schüler und Unternehmen in Kontakt zu bringen. Dazu gehört auch die Verleihung des Rheinisch-Bergischen Unternehmerpreises, der nicht nur „harte“ Kriterien, sondern auch soziales Engagement und Mitarbeiterführung bewertet.

Die Fachkräftekampagne „Kluge Köpfe arbeiten hier“ vernetzt attraktive Arbeitgeber und macht sie sichtbarer. Die Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW) koordiniert die Kampagne und steht dazu in engem Austausch mit den Akteuren am Arbeitsmarkt und den beteiligten Unternehmen.

„Die Unternehmenskultur, der Umgang miteinander, ist entscheidend!“



Volker Suermann
Geschäftsführer der
Rheinisch-Bergischen
Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW)

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Suche nach Fachkräften – auch nach den Krisen der letzten Jahre mittlerweile das Topthema für fast alle Unternehmen. Darum bedurfte es keiner langen Überlegung, ob wir die zweite Ausgabe der „Impulse aus dem Wirtschaftsstandort Rheinisch-Bergischer Kreis“ diesem Thema widmen. Den Status quo kennen Sie. Wir möchten Ihnen darum neue Lösungswege und gute Ansätze aufzeigen, an denen Sie sich orientieren können und die Sie für Ihr Unternehmen ganz individuell bewerten sollten.

Denn bei aller Best Practice bleibt die Unternehmenskultur einzigartig. Und darum geht es. Ihr Umgang miteinander im Betrieb ist entscheidend. Gehalt, Urlaubstage, Arbeitszeiten spielen eine Rolle. Aber den Unterschied machen andere Einflussfaktoren, wie die Unternehmen im Rheinisch-Bergischen Kreis erfahren.

Darüber berichten wir in dieser Ausgabe. Wir danken den Unternehmen, die uns dabei mit Zitaten und Beispielen unterstützen. Leider können wir nicht alle, die sich engagieren, zu Wort kommen lassen. Aber im Netzwerk der Mitmacher der Fachkräftekampagne „Kluge Köpfe arbeiten hier“ können Sie sich darüber austauschen. Wir laden Sie herzlich dazu ein. Bitte sprechen Sie uns an. Mit unseren Impulsen möchten wir Ihnen Erfahrungen, Denkanstöße und neue Ideen vermitteln.

*Ihr
Volker Suermann*

**Die zentralen Fragen sind:
Wie erhalte ich mehr Bewerbungen?
Wie spreche ich die „richtigen“ Bewerber an?
Was muss ich tun, um die Menschen an mein Unternehmen zu binden?**

„Wir sind offen für Quereinsteiger. Für uns kommt es darauf an, was ein Mensch mitbringt, zu bieten hat und worauf dieser Mensch Lust hat.“

Paul Oliver Franke,
Vorstand Auditum AG

Es geht nicht nur um Quantität!

Er kam nicht überraschend und er wird nicht über Nacht verschwinden. Der Fachkräftemangel trifft alle Branchen und fast alle Arbeitgeber. Über kurz oder lang wird jedes Unternehmen Zeit, Geld und Willen investieren müssen, um seine Zielgruppen auf dem Arbeitsmarkt zu erreichen und neue Ideen weiterhin umsetzen zu können.

Auf den folgenden Seiten beleuchten wir verschiedene Aspekte des Themas: Finden und Binden, Ausbilden und Qualifizieren – und als Klammer um alles die Unternehmenskultur.

Die klassische Stellenanzeige hat weitestgehend ausgedient. Eine Website für Karriere und der Auftritt in Social-Media-Kanälen ist für viele Unternehmen im Bergischen bereits selbstverständlich. Schnell muss es gehen mit der Bewerbung, mobil, unkompliziert und technisch einwandfrei. Bastian Hellmich von der Physiotherapie Plümpe, Schreiner & Hellmich nutzt dazu den Bewerberfunnel. Das ist ein Online-Tool, das mit einfachen Abfragen Kandidat und Unternehmen schnell zusammenbringt. Hellmich ist überzeugt, dass im Bewerbungsprozess so wenig Hürden wie möglich sein sollten, um schnell in den persönlichen Kontakt zu kommen. Die Elektro-Scheldt GmbH bietet auf

ihrer Karriereseite zum Beispiel ein Formular, in dem Bewerber nur Name, E-Mail und Telefonnummer anzugeben brauchen – niedriger kann die Hürde für einen Erstkontakt nicht sein.

Doch es geht nicht nur um Quantität. Selbst nicht um Qualität. „Anfangs haben wir die Leute gesucht, die etwas Bestimmtes konnten. Jetzt suchen wir uns Leute, die ins Team passen, und das ist inzwischen fast die erste Präferenz“, sagt dazu Dr. Thomas Fries von FormFactor FRT Metrology. Denn wer nicht passt, leistet meist weniger und bleibt auch nicht lange. Wer passt, aber (noch) nicht alles kann, kann sich jedoch mit einer guten Qualifizierungsstrategie weiterentwickeln.

Um die zu finden, die passen, braucht es längst nicht nur Geld und Benefits, sondern eine Fülle anderer Kriterien sachlicher und emotionaler Natur. Gesammelt finden sich diese in einer gelebten Unternehmenskultur, die auch nach außen in einem attraktiven Employer Branding kommuniziert wird. Über welche Kanäle potenzielle neue Fachkräfte angesprochen werden, ist wichtig, aber nur die Spitze des Eisbergs. Oder etwas provokant gesagt: Wer nichts über sich zu sagen hat, braucht auch keinen Instagram-Account.

Eine Anleitung mit der Garantie zum Gelingen gibt es – wie so häufig – beim Finden von Fachkräften nicht. Dazu sind die Kontexte in Unternehmen zu unterschiedlich und ist die Dynamik der Außenwelt zu groß. Es geht darum, die Möglichkeiten zu mehren. Welche Lösungen gibt es? Nicht jede Lösung wird für jedes Unternehmen passen, nicht jede wird überall umsetzbar sein. Und nicht jede wird zum erhofften Resultat führen, selbst wenn alles „richtig“ gemacht wurde. Also gilt es, auszuprobieren, zu handeln und auch mal etwas ganz anderes zu machen als das, was jahrelang gut funktioniert hat.

„Man muss feststellen, ob man zueinander passt, Fachkräftemangel hin oder her.“

Steuerberater Philipph Cürten,
Lighthouse Steuerberatung



QUERDENKEN UND QUEREINSTEIGER

Im Evangelischen Krankenhaus Bergisch Gladbach hat Julie Sturm mit 40 Jahren eine Ausbildung zur staatlich anerkannten Hauswirtschafterin begonnen. „Ehrgeiz, empathischen Umgang mit den Kollegen und Führungskompetenz“ erkannte Hauswirtschaftsleiter Sebastian Schneider bei ihr, als sie noch im Reinigungsservice arbeitete. Inzwischen ist die alleinerziehende Mutter stellvertretende Hauswirtschaftsleiterin und strebt die Meisterprüfung an. „Man ist nie zu alt, um etwas Neues auf die Beine zu stellen“, sagt sie.

EINSTIEG VOR DEM EINSTIEG

Probearbeiten bieten – wie auch Praktika – beiden Seiten die Chance, sich im Arbeitsalltag kennenzulernen. Für Simon Bach war es genau dieser Probetag bei P. J. Schulz, der ihn überzeugte, genau in diesem Unternehmen seine Ausbildung zum Industriekaufmann zu beginnen. „Da konnte ich spüren, dass es dort einfach menschlich zugeht im Miteinander und es einfach passt“, erklärt er seine Entscheidung. Bei HAMACHER Holzbau gehen die Bewerber ein bis zwei Tage mit auf die Baustelle. „Am Ende entscheidet das Team mit“, sagt Geschäftsführer Ulrich Hamacher.

PERSÖNLICHE NOTE

Man muss nicht alles machen, was alle machen. So setzt Sieg + Partner schon beim Erstkontakt auf das persönliche Gespräch statt schriftlicher Bewerbung. „Wir finden, das sind Dinge, die man am besten persönlich bespricht“, steht auf der Karriere-Website. Das „Team Mitarbeiter“ stellt sich dort bereits vor, begleitet durch den Bewerbungsprozess und steht auch danach beim Einstieg ins Team zur Seite. Und unter der Überschrift „Wenn du es doch lieber schriftlich magst“ geht auch das. Mit drei Eingabefeldern und einem Klick.

Zum Bleiben gehört mehr als Geld

Mitarbeiterbindung spielt im Umfeld von Fachkräftemangel eine immer bedeutendere Rolle. Der Personaldienstleister Hays nennt sie in seinem HR-Report 2023 Retention und prognostiziert: „Alle Unternehmen, die am Ende dieses Jahrzehnts als erfolgreich gelten, haben eine gute Retention-Strategie entwickelt. Ohne Ausnahme.“ Wer Mitarbeiter an sich bindet, muss keine neuen einstellen, lautet die einfache Faustregel. Fluktuation hingegen ist teuer, unproduktiv und mühsam. Aber was ist wichtig für die Mitarbeiter „von heute“?

Das Gehalt ist wichtig. Es liegt im Report als Bindungsfaktor auf Platz zwei (70 %), jedoch umgehend gefolgt von flexiblen Arbeitszeiten und der Vereinbarkeit von Beruf und Familie (Platz 1 verraten wir erst später). Die gicom AG bietet ihren Mitarbeitern seit einiger Zeit an, Teile ihrer Bonuszahlung gegen bis zu zehn zusätzliche Urlaubstage einzutauschen. Das Angebot wird rege genutzt. Geld ist nicht alles. Die Elektro Scheldt GmbH bietet gar unbegrenzte Urlaubstage und eine flexible Arbeitszeitgestaltung – so es in den Arbeitsalltag und das Aufgabenspektrum passt.

Um die viel beschworene Work-Life-Balance umzusetzen, braucht es eine möglichst flexible Arbeitszeitregelung, die verschiedene Lebenssituationen der Mitarbeitenden berücksichtigt. Sie ist das



Thomas Pletsch,
Geschäftsführer Dönges GmbH & Co. KG

Bindungsinstrument schlechthin. Das ist nicht neu. Neu ist der Gedanke der Vier-Tage-Woche. Sie sollte, mit allen Varianten, diskutiert werden.

Zur Arbeitszeit kommt der Arbeitsort. Homeoffice ist seit der Pandemie nahezu zur Selbstverständlichkeit geworden. Wer mobiles Arbeiten dort, wo es möglich ist, nicht zulässt, hat einen Wettbewerbsnachteil. Und das wird sich auch nicht mehr ändern. Dennoch gibt es viele Gründe, weiterhin in Büros zu arbeiten – insbesondere Kommunikation und Teamarbeit,

aber auch ungestörtes Arbeiten und technische Ausstattung. Seine Räumlichkeiten an diese neuen Bedingungen attraktiv anzupassen, verbessert die Arbeitsbedingungen und kann Motivation und Leistung der Mitarbeitenden erhöhen.

Was bleibt, ist eine Vielzahl einzelner Benefits, die sich schon beinahe inflationär erweitern. Ein paar Beispiele aus dem Rheinisch-Bergischen Kreis: Bei PRODATEC gibt es einen Ruheraum mit der Ansage: „Leg dich hier gerne zwischendurch aufs Ohr“, die GFO Kliniken bieten ein Dienstrad-Leasing, die Georg Musculus GmbH & Co. KG bietet den Mitarbeitern eine kostenlose Zahnarzt-Zusatzversicherung, bei HAMACHER Holzbau lässt sich ein Laufband vors Stehpult stellen und bei IQUL gibt es zum Beispiel Essensgutscheine und eine Popcornmaschine – inklusive „Popcorn-Führerschein“ durch die Geschäftsleitung. Dönges lädt die Mitarbeitenden ein zu Westernfest, Karaoke-Abend oder Beachparty am See.

Der Strauß der möglichen Benefits ist groß und bunt und jedes Unternehmen muss ihn selbst binden. Manchmal hilft viel viel, manchmal ist weniger mehr. Das Angebot sollte sich jedenfalls mit den Bedarfen decken. Benefits sind üblich und werden immer wichtiger – doch sie sind noch längst nicht alles, was Mitarbeitende an ihr Unternehmen bindet.

MOBILE LÖSUNGEN

„Heute an der Ostsee, morgen in der Lüneburger Heide – oder vielleicht doch lieber am Chiemsee? Alles ist möglich!“ So lautet das Angebot von GRANER + PARTNER Ingenieure, die ihren Mitarbeitern ein firmeneigenes Wohnmobil zur Verfügung stellen. Homeoffice wird hier bereits zu „Workation“, einer Verbindung von Arbeit und Urlaub. Mehr als eine Internetverbindung wird dafür nicht vorausgesetzt. Ebenfalls mit großem Auto unterwegs ist ein Physiotherapeut, der für das GRANER-Team regelmäßig in seinem „Physiomobil“ vor Ort Behandlungen anbietet. Und damit Frauchen und Herrchen mobiler und flexibler sind, können sie ihre Hunde mit ins Büro bringen – inklusive eines eigenen Gartenbereichs.

Tipp:

Firmenevents kann man übrigens auch ohne lange Anreise im Bergischen machen. Infos bei: www.dasbergische.de/firmenevents

„UNUNTERBROCHEN“ ARBEITEN

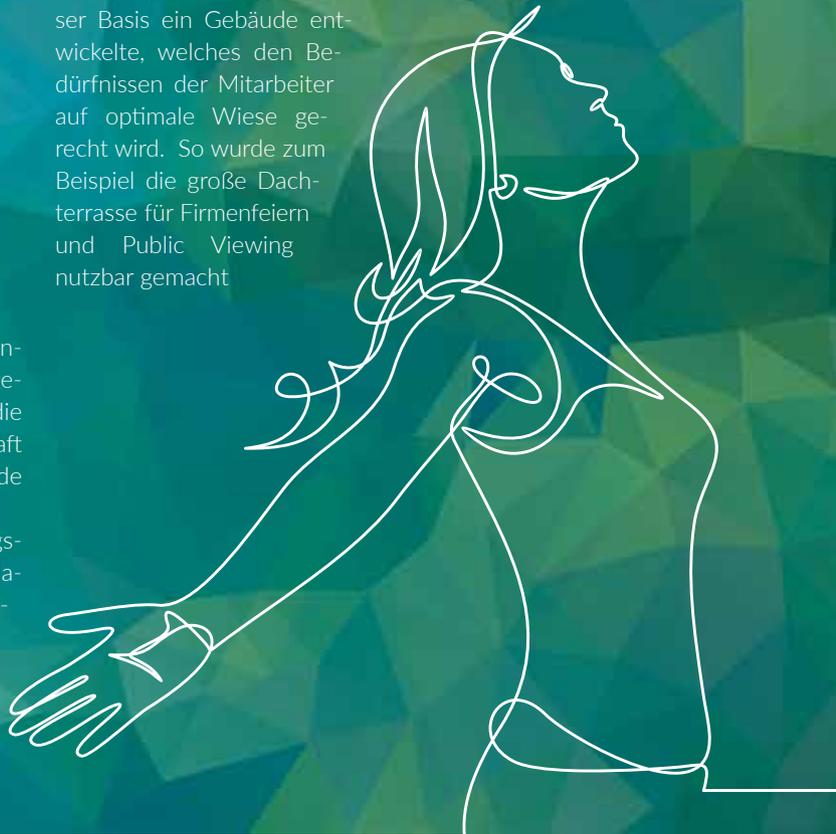
Auch die Rahmenbedingung, ungestört konzentriert arbeiten zu können, kann eine sehr geschätzte Leistung sein. Wer eine E-Mail an die Dellling & Eckardt Steuerberatungsgesellschaft mbH sendet, erhält an manchen Tagen folgende automatische Antwort:

„Liebe Mandant:innen, heute ist unser Leistungstag, und Sie können unsere Mitarbeiter:innen daher weder telefonisch noch per E-Mail erreichen. Wir bitten um Ihr Verständnis für diese Maßnahme, die effizienteres und effektiveres Arbeiten gewährleistet. Unsere erhöhte Produktivität ist auch Ihr Vorteil.“

Unterschieden ist die E-Mail von den beiden Inhabern.

RAUM FÜR BEGEGNUNG

Auf 590 Quadratmetern hat die Soennecken eG ein „Teamhaus“ für ihre Mitarbeitenden in der Logistik geschaffen. Es steht für Pause und Erholung, für Miteinander und Ins-Gespräch-Kommen. Im Verwaltungsgebäude hat Soennecken bereits vor fünf Jahren das „WorkLab“ erbaut. Seither wird es rege genutzt, um sich zu besprechen, im Team zusammenzukommen, Workshops und Events zu veranstalten. Im Teamhaus sind neben Sanitäranlagen, einer Küche und einem großen, hellen Gemeinschaftsraum auch separierbare Flächen kreativ gestaltet: mit Ledersofas und Hängesessel zum Chillen und stilvollen Ecken für Kaffee, Klatsch und Besprechung. Die Wände ziert Graffiti-Kunst. „Es ist eine Frage des Respekts und der Wertschätzung, dass wir unseren gewerblichen Mitarbeitenden eine vergleichbare Aufenthaltsqualität ermöglichen wie den Teams der Verwaltung“, betont Vorstandsvorsitzender Dr. Benedikt Erdmann. Die Mitarbeitenden waren an der Gestaltung von Beginn an beteiligt. Ihre Vorschläge wurden vom Architektenamt aufgenommen, das auf dieser Basis ein Gebäude entwickelte, welches den Bedürfnissen der Mitarbeiter auf optimale Weise gerecht wird. So wurde zum Beispiel die große Dachterrasse für Firmenfeiern und Public Viewing nutzbar gemacht.



Kompetenzen entwickeln, ausbilden und befähigen

Die eigenen Mitarbeitenden zu qualifizieren, ist zu einem der wichtigsten Faktoren geworden, um auch in Zukunft erfolgreich zu sein. Das hat insbesondere drei Gründe. Erstens: Die große Mehrheit der Mitarbeitenden will sich weiterentwickeln. Wer es nicht darf, geht. Zweitens: Um ein Unternehmen in einem höchst dynamischen Umfeld resilient zu machen, wird lebenslanges Lernen zum Überlebenswerkzeug. Und drittens: Wenn die eigenen Mitarbeiter die passenden Kompetenzen entwickeln, müssen weniger neue auf dem Markt gesucht werden.

Die Ausbildung hat im Mittelstand nach wie vor einen hohen Stellenwert. Sie bietet die Chance, langfristig eine loyale Fachkraft zu binden, die gut ins Team passt und genau das kann, was im Unternehmen gebraucht wird; vom gesellschaftlichen Beitrag mal ganz abgesehen.

Aber viele Verantwortliche berichten von veränderten Herausforderungen in der Ausbildung. Ausbilder und Jugendliche haben verschiedene Sichtweisen und Haltungen. Daran wird sich eher nichts ändern. Sinnvoll ist es, die Ausbilder auszubilden: in Kommunikation und Konfliktlösung zum Beispiel, ihnen mehr Zeit und andere Methoden an die Hand zu geben.

„Bei uns arbeiten mehrere Generationen gleichzeitig für ein und

dasselbe Ziel, wenn auch mit zum Teil völlig unterschiedlichen Herangehensweisen, Intentionen und Hintergründen. Jüngere Generationen profitieren von der Erfahrung älterer Menschen und auch die Äteren lernen von den Jungen und verlieren so nicht den Anschluss an den Zeitgeist“, so Peter Pakulla von der Pakulla GmbH,

Was die Entwicklung der Mitarbeitenden angeht, haben sich die Rahmenbedingungen geändert: Karrieren verlaufen immer seltener im „Leiter“-Prinzip, sind weniger planbar, weil Hierarchien wegfallen und sich Aufgaben und sogar ganze Berufsbilder schnell verändern können. Zudem werden neues Wissen und neue Fähigkeiten zeitnah benötigt – egal ob in der IT, der Produktion oder in der Kanzlei. Statt die Entwicklung zu managen, geht es immer mehr darum, sie zu ermöglichen. Das heißt, Strukturen und Räume zu schaffen, in denen die Mitarbeitenden selbstverantwortlich lernen und agieren können – und auch müssen.

Dazu gehört: Verantwortung übertragen, regelmäßiges wie spontanes Feedback (das gelernt sein will), Zugang zu relevantem Wissen inklusive der Bereitstellung von Zeit und Mitteln dafür. Teamlernen, neue Methoden, kurze Lerneinheiten; Austausch und Zusammenarbeit sind ebenso hilfreich wie eine gute Fehlerkultur.

„Ich denke, jeder Mensch ist seit seiner Geburt ein kleines Genie. Als Führungskraft sollte man sich dies stets bewusst machen.“

Julius Kapune, Julius Möbel

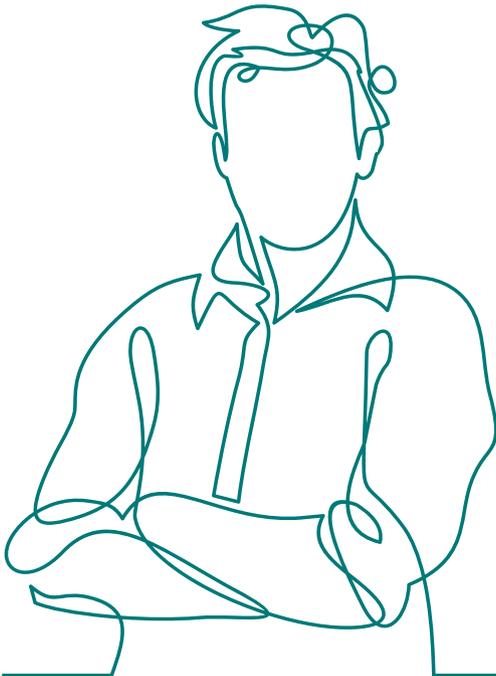
AZUBI-TAUSCH

Damian Hafenrichter macht eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei Adels-Contact, Stefanie Ferebauer ein duales Studium beim IT-Dienstleister MAIT. Die Betriebe arbeiten zusammen und haben den Azubi-Tausch ausprobiert.

Mit Erfolg! „Unser Auszubildendenaustausch ermöglicht den jungen Menschen, in Bereiche reinzuschneppern, mit denen sie so bei uns nicht in Berührung gekommen wären. Das ist für sie eine spannende Erfahrung“, berichtet André Rumpff, Geschäftsführer der Adels-Contact GmbH & Co. KG.

VON MENSCH ZU MENSCH

Der Garten- und Landschaftsbaubetrieb Sieg + Partner hat ein Patenmodell für Azubis und neue Mitarbeiter, damit „niemand als der Neue allein in der Ecke steht“. Der Azubi-Freitag ist ein Ergebnis der Mitarbeiterbefragung und dient dem Feedback durch den Vorarbeiter.



MENTOREN ALS BEGLEITER

Da sein, Arbeitsabläufe vorstellen, zuhören, Fragen beantworten, praktische Ratschläge geben – das sind die Aufgaben von Mentoren bei der Lighthouse Steuerberatung. Egal ob Berufseinsteiger oder alter Hase – jeder neue Mitarbeiter bekommt von der ersten Stunde an einen Mentor zur Seite. „Dabei achten wir stets darauf, dass die Charaktere harmonieren und sich gut ergänzen“, sagt die Personalverantwortliche Claudia Staib. Der Mentor teilt sich mit dem neuen Kollegen ein Büro. „Es geht nicht darum, dass der oder die Neue innerhalb von zwei Wochen alle Prozesse verinnerlicht hat und keine Unterstützung mehr benötigt“, sagt Claudia Staib. Wir möchten einfach eine gute Atmosphäre schaffen, in der man Fragen ohne Scheu stellen kann, offen mit Fehlern umgeht und in der Feedback in jede Richtung ausdrücklich erwünscht ist.“

RAUS AUS DER BANK – REIN IN DEN KUHSTALL

Perspektivwechsel bei der VR Bank eG Bergisch Gladbach-Leverkusen: Im dritten Ausbildungsjahr wechseln die Azubis für eine Woche die Seiten und sammeln Erfahrungen bei Firmenkunden ihres Arbeitgebers: in der Eventbranche, der Verkehrsmittelreinigung oder auch auf dem Bauernhof. Statt Finanzdienstleistungen zu verkaufen, stehen dann schon mal morgens um sieben 200 Kühe bereit, die Einstreu und Futter begehren. „Wir möchten mehr vermitteln als reines Fachwissen“, erläutert Raphael Franken, Bereichsleiter Personalmanagement. „Die Auszubildenden sollen die Bedarfe unserer Kunden aus erster Hand kennenlernen und Impulse für die berufliche und persönliche Weiterentwicklung erhalten.“

LERNEN ETABLIEREN

Es gibt zahlreiche Beispiele im Rheinisch-Bergischen Kreis, in denen Lernen fest verankert in den Strukturen ist, und zwar über Berufsschule und externe Seminare hinaus. In der hauseigenen Isotech-Akademie können Mitarbeitende jedes Seminar besuchen, das sie möchten – egal ob zu Technik, Vertrieb oder Persönlichkeitsentwicklung. Gleiches gilt für die „Miltenyi University“ von Miltenyi Biotec, die Seminare, Onlinetrainings und -videos anbietet. Bei joke Technology gibt es das „Jokeneum“, ein technisch voll ausgestatteter Raum, in dem alle Mitarbeitenden in ihrer Arbeitszeit üben und forschen können.

Digitale Kompetenzen gefragt



Mehr als neun von zehn Auszubildenden sehen persönlichen Weiterbildungsbedarf in der Vermittlung digitaler fachspezifischer Kompetenzen.



Knapp zwei Drittel der Auszubildenden möchten bei der Vermittlung von Selbst- und Sozialkompetenzen dazulernen. Unter den Berufsschullehrern ist es nur gut die Hälfte.

Quelle: iwd 2021

Kultur als Klammer

Werte authentisch leben



Eine intakte Unternehmenskultur ist nicht Gedöns, sondern Voraussetzung für profitables Wirtschaften“, schrieb die Wirtschaftswoche bereits vor zehn Jahren. Eine positive Unternehmenskultur ist es auch, die Mitarbeitende ans Unternehmen bindet. Daher sei hier nun verraten, was im HR-Report der Hays AG unangefochten auf Platz eins steht: die Kultur, und zwar mit 82 %. Dort steht sie zwar bereits seit Jahren, doch gab sich Hays überrascht, dass bei über der Hälfte der Arbeitnehmer die emotionale Verbundenheit über Kommen und Gehen entscheidet. Das ist neu.

Unternehmenskultur sind Normen, Werte, Verhaltensweisen und Selbstverständlichkeiten, die sich im Laufe der Zeit (meist unbewusst) im Unternehmensteam bilden. Sie ist

das, was jeden Tag (vor-)gelebt wird. Wie wird kommuniziert, zusammengearbeitet, geführt? Wie wird mit Konflikten umgegangen, wie mit Fehlern? In was wird investiert, wel-

che Lernkultur herrscht? Sind Veränderungen willkommen oder werden sie eher abgelehnt?

Alles nicht messbar? Richtig. Messbar sind aber KPIs wie Krankentage, Fluktuation, Produktivität pro Mitarbeitenden und die Reputation als Arbeitgeber. Wer hier dauerhaft unterdurchschnittlich abschneidet, hat in aller Regel ein Problem mit der Kultur.

Kultur beginnt mit Haltung – insbesondere gegenüber den Mitarbeitenden. „Es geht doch überall nur um Wachstum“, sagt Norbert Vogel, Geschäftsführer der PRODATEC GmbH. „Wir sind mit der Firmengröße zufrieden. Wir verdienen jeden Monat das benötigte Geld und die volle Verantwortung für unsere Anzahl Menschen zu übernehmen, reicht uns völlig.“ Nachhaltige Bezie-

*„Nur wer bei aller
Ernsthaftigkeit auch
mit Spaß bei der Sache
ist, sich selbst und seine
Pläne verwirklichen
kann, macht einen
guten Job!“*

Michael Eckardt, Delling & Eckardt
Steuerberatungsgesellschaft mbH

hungen seien wichtiger. Viele Mitarbeitende arbeiten bereits Jahrzehnte im Unternehmen. Nachhaltige Beziehungen stehen auch für Udo Fielenbach, Geschäftsführer von joke Technology, im Fokus. „Dafür spielt bei uns der Freiheitsgrad bei Entscheidungen eine große Rolle“, sagt er. Um Selbstständigkeit zu entwickeln, braucht es Handlungsspielräume, gutes Feedback und vor allem Vertrauen – einer der wichtigsten Werte einer gesunden Kultur.

Identifikation, Leistung und Spaß entstehen nur dann, wenn die Unternehmenskultur zur Persönlichkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter passt. „Ich brauche Häuptlinge, keine Indianer – und ich habe auch nur solche Menschen“, sagt Fielenbach. „Wenn die sich eingeeignet fühlen, gehen sie.“ Andere brauchen vielleicht Indianer und sicherlich gibt es auch Mitarbeiter, die sich in der Häuptlingsrolle überfordert fühlen.

Aber genau um diese Fragen geht es: Wer bin ich und wofür bin ich da? Und damit sind wir beim Employer Branding, das die Kultur bewusst in Worte fasst und diese dann dafür nutzt, sich langfristig – nach innen und außen – ganzheitlich zu positionieren. Eine Arbeitgebermarke verkauft keine freien Stellen, sondern einen Arbeitgeber und sie spielt eine zentrale Rolle im Erwartungsmanagement. Einen entscheidenden Haken gibt es jedoch dabei: Wird die Kultur nicht authentisch kommuniziert, geht der Schuss nach hinten los. Neue wie gestandene Mitarbeitende werden enttäuscht und genervt abwinken. Insbesondere die Führungskräfte sind hier in der Pflicht, die kommunizierten Werte des Unternehmens aktiv vorzuleben: „Live what you preach.“



82 % der Manager

betrachten die Unternehmenskultur als Wettbewerbsfaktor.

87 % der Mitarbeiter

glauben nicht an die propagierte Unternehmenskultur ihres

Unternehmens: Fast neun von zehn Mitarbeitern betrachten sie nur als

Alibiveranstaltung.

(Kununu 2021)

KULTUR: #ECHTIRRE

„Culture eats Payment for breakfast“, sagt Michael Witzel, HR-Chef bei der gicom AG, in Anlehnung an das Zitat von Management-Ikone Peter Drucker – nur dass bei Drucker die „Strategy“ gefrühstückt wurde. Im Bewertungsportal Kununu schreibt ein Mitarbeiter eine 4,3 Sterne Top-Bewertung: „Großartige Unternehmenskultur, interessante Projekte und Persönlichkeiten, steile Lernkurve bei mittelmäßiger Bezahlung.“

Vor vier Jahren begann gicom mit einem konsequenten Employer Branding. Seit letztem Jahr ist das Unternehmen Leuchtturmbeispiel für KMU im „Praxishandbuch Employer Branding“. „Wir haben uns gefragt: Was macht uns einzigartig?“, sagt Witzel. Heute stellt sich das Unternehmen bei potenziellen Bewerbern zum Beispiel so vor: „Manche würden sagen, wir haben einen an der Klatsche. Das ist nicht völlig von der Hand zu weisen, denn ganz normal sind wir tatsächlich nicht. Wir nennen das #echtIRRE!“

Die gicom wirbt mit einem Mix aus hoch anspruchsvollen Themen, Eigenverantwortung, Weiterentwicklung und einem, so der HR-Leiter, „teils rabenschwarzen Humor“. Es sei „eine Portion Entdeckergeist und Wahnsinn, die durch das Unternehmen wabert. Die, die darauf Lust haben, das sind die, die wir brauchen. Die anderen passen am Ende des Tages sowieso nicht.“

Nach außen kommuniziert gicom über Social Media, Website und Recruiting-Kampagnen, zum Beispiel für ein Traineeprogramm für Studienabgänger. Auf einer eigenen Landingpage erzählen Mitarbeiter in Videos über ihre Arbeit, die Kultur und sich selbst. „Identifikationspotenzial bieten“, nennt es Witzel. Ergebnis: 90 qualitative Bewerbungen, 30 im Gespräch, sechs eingestellt. „Fünf sind geblieben und haben richtig Bock“, sagt Vorstand Hans-Jakob Reuter. Gekostet hat die Eigenproduktion knapp 4.000 Euro. „Im nächsten Jahr machen wir das mit den Softwareentwicklern. Die, die sich sonst gerne unter Kapuzenpullis verstecken, geben freiwillig ihr Gesicht und ihre Persönlichkeit preis, um für uns zu werben“, sagt Reuter.

„Das war kein Quick Win“, fasst Michael Witzel zusammen. „Wir haben vier Jahre investiert, aber in die richtige Richtung. Studien zufolge macht Unternehmenskultur etwa 30 Prozent des Umsatzerfolges aus.“ Zur Investition gehörte auch die Neugestaltung einer Büroetage durch die Mitarbeitenden. Im entstandenen Loungeroom prangt in 2,20 Meter großen Buchstaben an der Wand: #echtIRRE.

Rheinisch-Bergischer Kreis: Übergang Schule – Beruf erfolgreich gestalten

Im Bereich „Koordinierter Übergang Schule – Beruf“ widmen sich die Partner der Initiative Zukunft RHEIN-BERG unter anderem aus den Bereichen Schule, Verwaltung, Politik, Bezirksregierung, Wirtschaft, Kommunen, Arbeitsmarkt- und Wirtschaftsförderung sowie Gewerkschaft der Aufgabe, jungen Menschen eine gute Bildungsperspektive in der Region zu ermöglichen und einen erfolgreichen Übergang in den Arbeitsmarkt zu bieten. Dazu wurden Instrumente entwickelt, um Jugendlichen frühzeitig praktische Einblicke in die Arbeitswelt zu ermöglichen. Über Portale für die Berufsfelderkundung sowie für Schul- und Ferienpraktika wird ein einfacher und schneller Kontakt zwischen Schülern und Betrieb möglich. Im Projekt „fast lane!“ touren Azubis durch die Schulen der Region und überzeugen durch authentische Berichte über ihre Ausbildung. Das Onlinebewerberbuch dreht das gewohnte Schema der Ausbildungsplatzsuche um. Hier können die Unternehmen Jugendliche nach ihren gewünschten Kriterien suchen und sie direkt über das Onlinebewerberbuch kontaktieren.

<https://www.rbk-direkt.de/uebersicht-betriebe.aspx>

Kluge Köpfe für und in Rhein-Berg

Bereits im Jahr 2017 wurde die Initiative „Kluge Köpfe bewegen – Fachkräfte für den Rheinisch-Bergischen Kreis“ gegründet. Partner der Initiative sind der Rheinisch-Bergische Kreis, die Rheinisch-Bergische Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW), die Industrie- und Handelskammer zu Köln, die Kreishandwerkerschaft Bergisches Land, die Handwerkskammer zu Köln, die Bundesagentur für Arbeit – Agentur für Arbeit Bergisch Gladbach, das Jobcenter Rhein-Berg, die Fachhochschule der Wirtschaft Bergisch Gladbach (FHDW) sowie der Deutsche Gewerkschaftsbund Region Köln-Bonn (DGB). Die Koordination und Umsetzung obliegt der RBW.

Mittlerweile ist ein Netzwerk aus zahlreichen Unternehmen aller Branchen entstanden, das sich über Themen wie Arbeitgebermarke, Mitarbeiterbenefits, Recruiting via Social Media und vieles mehr austauscht. In der Kampagne „Kluge Köpfe arbeiten hier“ unterstützen die Partner der Initiative attraktive Arbeitgeber darin, sichtbar zu werden. Schauen Sie mal rein:

www.kluge-koepfe-arbeiten-hier.de

www.kluge-koepfe-bewegen.de

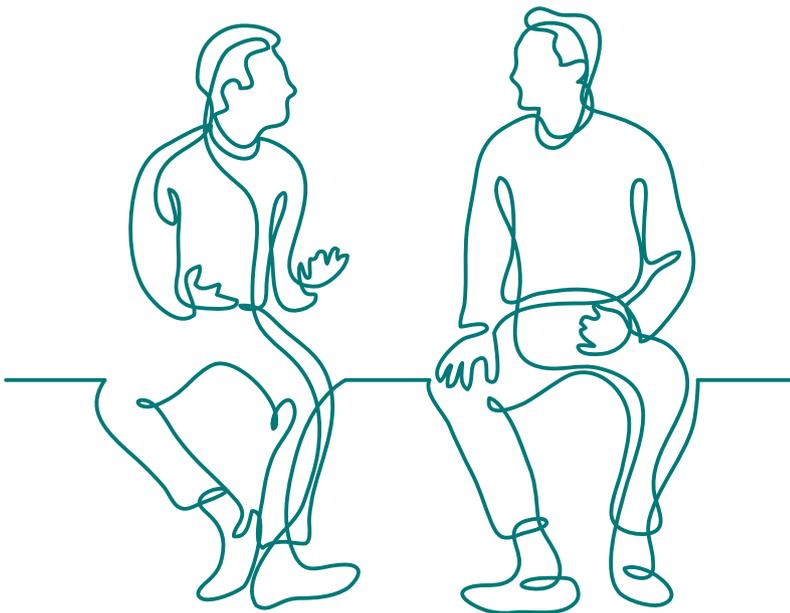
Jobcenter Rhein-Berg: Chancen geben

Mit dem neuen Bürgergeld hat die Qualifizierung einen noch höheren Stellenwert und das Jobcenter kann seine Unterstützung noch zielgerichteter einsetzen. Neben der Existenzsicherung werden viele Menschen, die nicht genügend Sprachkompetenz für den deutschen Arbeitsmarkt haben, gemeinsam mit dem Bundesamt für Migration und Flüchtlinge durch Integrations- und Sprachkurse so weit unterstützt, dass sie in Ausbildung und Arbeit gehen können. Die Möglichkeiten reichen von der Förderung für Pkw- oder Lkw-Führerscheine, Fort- und Weiterbildungskurse zu vielfältigen Themen bis hin zur Unterstützung und Begleitung bei abschlussorientierten Ausbildungen.

Das Jobcenter unterstützt außerdem die Arbeitgeber bei der Personalsuche und berät zu den Fördermöglichkeiten. Auf diesem Weg trägt das Jobcenter mit dazu bei, gemeinsam mit seinen vielen Partnern das große Problem der Arbeits- und vor allem der Fachkräfte anzugehen.

www.jobcenter-rhein-berg.de





Agentur für Arbeit: Fachkräfte als notwendige Ressource

Gut qualifizierte Fachkräfte sind der wesentliche Erfolgsfaktor für die Zukunftsfähigkeit einer Region. Sie entscheiden damit auch über die Lebensqualität der Menschen in dieser Region. Wir alle merken, dass es schwieriger wird, Handwerker zu bekommen – oder dass Lieferfristen für Waren immer länger werden. Die Gründe sind vielfältig – ebenso die Möglichkeiten, gegenzusteuern. Die Agentur für Arbeit bietet Beratung und Unterstützung bei der Aus- und Weiterbildung von Arbeitskräften an. Sie informiert zu Fördermöglichkeiten und beruflichen Weiterbildungsmöglichkeiten, um Fachkräfte gezielt zu qualifizieren.

Sie unterstützt bei der Gewinnung von Nachwuchskräften und berät Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Personalstrategien zur Fachkräftesicherung. Hierzu werden Informationsveranstaltungen und Workshops angeboten, in denen Unternehmen wertvolle Tipps und Empfehlungen erhalten.

www.arbeitsagentur.de/vor-ort/bergisch-gladbach/unternehmen

„Fachkräfteoffensive NRW“ – die Regionalagentur Region Köln als strategischer Partner

Mit der Verabschiedung des Strategiepapiers „Fachkräfteoffensive NRW – Gemeinsam. Stärken. Fördern“ demonstriert die Landesregierung NRW ministeriumsübergreifend den Schulterschluss im Umgang mit den Herausforderungen im Kontext der Fachkräftethematik.

Demografischer Wandel, grüne und digitale Transformation, inländische Potenziale und gleichberechtigte Teilhabe, Potenziale aus dem Ausland – die großen gesellschaftlichen Herausforderungen können nur bewältigt werden, wenn gemeinsam Anstrengungen am Menschen, orientiert an seinen Potenzialen und Bedarfen, intensiviert und Beschäftigungspotenzial durch neue und zusätzliche Maßnahmen erhöht wird.

Gemeinsam mit Unternehmen, Kammern, Verbänden, Sozialpartnern sowie der Arbeitsverwaltung möchte die Regionalagentur Ideen zur Fachkräftesicherung und -gewinnung für die Region Köln weiterentwickeln und umsetzen und plant für Januar 2024 einen Fachkräftekongress mit dem Arbeitsminister Karl-Josef Laumann und Akteuren der Region. Seien Sie gespannt und bleiben Sie informiert!

www.regionalagentur-region-koeln.de/

www.mags.nrw/

[fachkraefteoffensive-strategie](#)

 **FACHKRÄFTE
OFFENSIVE NRW**
Gemeinsam. Stärken. Fördern.

Die Wirtschaftsförderer

Ansiedlung oder Erweiterung. Wir sind an Ihrer Seite.

Ob bei der Suche nach Gewerbeflächen oder in Genehmigungsverfahren, wir sind Ihr (Behörden-)Scout. Wir kontaktieren, wir vermitteln, wir arbeiten an den Rahmenbedingungen des Standorts.

Wir wandern mit Ihnen durch den Förderdschungel.

Immer up to date und in engem Kontakt mit Beratungsinstitutionen und Fördergebern. Wir prüfen, welche Fördermittel sich für Ihre Bedarfe eignen, und begleiten Sie auch auf dem Weg zur Antragstellung.

Innovations- und Start-up-Förderung. Es wächst zusammen, was zusammengehört.

Nicht nur, aber auch. Wir denken Innovation ganzheitlich. Mit den Unternehmen, mit Start-ups und mit unserem Expertennetzwerk aus Hochschulen und Forschungseinrichtungen.



Volker Suermann
Geschäftsführer



Bianca Degiorgio
Fachkräftesicherung und -marketing



Silke Ratte
Prokuristin, Standortmarketing/PR



Slawomir Swaczyna
Innovations- und Start-up-Förderung,
Fördermittel



Lisa Bartkowiak
Nachhaltig Wirtschaften



Natascha Ern
Sekretariat, Teamassistentin



Unternehmen entwickeln und Nachfolge gestalten – ein Must-have!

Unsere Ziele sind der Erhalt und das gesunde Wachstum der Unternehmen am Standort, so individuell wie Ihr Betrieb. Darüber sollten wir sprechen.

Topthema Fachkräfte. Wir stehen an Ihrer Seite.

Wir möchten Sie unterstützen. Dazu haben wir eigene Ideen, tauschen uns aber auch im großen Netzwerk der Arbeitsmarktakeure aus. Nutzen Sie unsere Kenntnisse, unsere Kontakte und unsere Angebote!

Wir wollen unseren Beitrag zu einer lebenswerten Zukunft leisten.

Darum bündeln wir alle Themen rund um den Begriff „Nachhaltig Wirtschaften“. Und die sind umfangreich. Gerne tauschen wir uns mit Ihnen über die Inhalte, Herausforderungen und Lösungen aus.

Informieren, vernetzen, austauschen.

Die besten Ideen entstehen im Rundumblick. Diesen bieten wir Ihnen mit unseren Veranstaltungen, im RBW-Newsroom, im RBW-Blog, in unserem monatlichen Newsletter, in den sozialen Medien und natürlich im persönlichen Austausch. Treten wir in Kontakt!



Das Team der Rheinisch-Bergischen Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW) ist für Sie da. Branchenübergreifend sind wir Ihr Sparringspartner. Ihre betriebs- und standortrelevanten Fragestellungen sind bei uns in den richtigen Händen.

Wir möchten Sie unterstützen und haben dazu die Expertise in verschiedenen Handlungsfeldern. Langjährige Erfahrung, gute Kenntnisse und Kontakte setzen wir für Sie ein.

Wir arbeiten in Netzwerken und kennen den Wirtschaftsstandort Rheinisch-Bergischer Kreis wie unsere Westentasche. Wir schaffen Verbindungen mit und zu den Unternehmen. Wir handeln gemeinsam mit unseren Gesellschaftern aus Kreis, Kommunen und örtlichen Kreditinstituten. Wir kümmern uns individuell, schnell und flexibel.

rbw.de

Herausgeber:
RBW

Redaktion:
Silke Ratte (v. i. S. d. P.)
Karin Grunewald

Gestaltung:
Werbeagentur LAWRENZ
www.qualitaeter.de

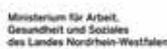
Druck:
Gedruckt mit Biofarben auf
Papier aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern



Rheinisch-Bergische
Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH (RBW)
Friedrich-Ebert-Straße 75
51429 Bergisch Gladbach
Telefon: +49 2204 9763-0
info@rbw.de

September 2023

Mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Europäischen Union



Mit freundlicher Unterstützung:

Regionalagentur
Region Köln



Weil wir Fachkräfte wertschätzen ...



... zeigen wir attraktive Arbeitgeber verschiedenster Branchen aus dem Rheinisch-Bergischen Kreis. Wir geben Einblicke in interessante Arbeitsplätze vor Ort und stellen Jobs sowie Karrierechancen vor. Unternehmen aller Branchen können bei der Fachkräftekampagne „Kluge Köpfe arbeiten hier“ mitmachen und bekommen so die Gelegenheit zu präsentieren, was sie als Arbeitgeber auszeichnet. Folgen Sie uns in den sozialen Medien und besuchen Sie unsere Website!



www.kluge-koepfe-arbeiten-hier.de

Wir danken unseren Premiumpartnern der Kampagne:

avea

reloga