

Mitarbeiter finden und binden

Geeignete Bewerber durch geschärftes Markenprofil / Demografiemanagement wird wichtiger

Von Claus Grimm

Was treibt die Personalchefs großer Logistikfirmen um? Auf dem Seehaftenkongress vergangene Woche in Hamburg gab es Antworten: Das „Employer Branding“ (Arbeitgeber als Marke) und Demografiemanagement.

„Attraktive Aufgaben“, Karriereperspektiven, gutes Betriebsklima – die Stellenanzeigen sind voll mit vielversprechenden Verlockungen für potenzielle Bewerber. Stimmt das aber auch alles? „Sie müssen herausfinden, was ihre Arbeitsplatzkultur anders und einzigartig macht“ rät Claudio Ingendaay, Diplom-Psychologe und Coach beim Great Place to Work Institute in Köln. „Wenn Sie das herausgefunden haben, sollte genau das auch in der Anzeige stehen.“

Ingendaay nennt als Beispiel Havi Logistics: „Die haben nach innen geschaut und sich festgelegt“. In der Tat. Besucher von www.havi-logistics.com finden klar formulierte Vorstellungen von der Unternehmenskultur: „Die persönlichen Werte jedes Einzelnen sollen mit der Wertewelt von Havi Logistics übereinstimmen.“ Mit dieser Anforderung wird Havi sicher nicht jedermanns Liebling, betont Ingendaay. Das ist auch gar nicht anzustreben. Arbeitgeber sollten klar Position beziehen, dann können potenzielle Bewerber prüfen, ob ihnen das gefällt.

Ecken und Kanten zeigen. Eine Firma, die ihr Profil gegenüber Mitarbeitern und Bewerbern zu einer einmaligen Marke entwickelt (Employer Branding), bekommt besser passende Mitarbeiter und arbeitet produktiver. Ingendaay empfiehlt den Firmenchefs, ihre Ecken und Kanten ruhig offen zu

zeigen und auch zu definieren, welche Mitarbeiter nicht in die Firma passen. Es kämen dann zwar weniger Bewerbungen, aber dafür geeignetere.

Für die Markenprofilierung sollten vier Fragen beantwortet werden:

- Erkennen die Bewerber ein authentisches Profil?
- Wissen die Mitarbeiter, wofür der Arbeitgeber steht?
- Wie glaubwürdig erleben die Bewerber einen Arbeitgeber?
- Erlebt ein Mitarbeiter Tag für Tag die Werte, für die ein Arbeitgeber steht?

Eine Firma, die diesen Weg schon gegangen ist, siedelt mit Hauptsitz in Osnabrück und heißt Hellmann. Deren Personalchef Stefan Wimmer, gleichzeitig Jurist und Compliance-Verantwortlicher, hat die Welt jenseits der Firmengrenze längst im Kalkül. In den kommenden Jahren werden die Menschen eine Firma im Internet ebenso bewerten wie einen Arzt, Rechtsanwalt oder Ferienort, prognostiziert der Personalchef. Mitarbeiter sprechen über die Firma im Verein oder hinterlassen Einträge in Web-Foren. All dies sind Bühnen, auf denen die „Marke Arbeitgeber“, oder hier die „Marke Hellmann“, gespiegelt wird.

Aber es sind nicht nur neue Kommunikationskanäle und Personalführungsmodelle, die zur Profilschärfung beitragen. „Die gesellschaftliche Entwicklung macht das Demografie-

management zur substanziellen Herausforderung“, sagt Dieter Schumacher, seit 2000 Personalleiter bei der BLG Logistics Group in Bremen.

Seine Handlungsfelder hat er identifiziert: Talentmanagement, das Management alternder und vielfältiger Belegschaften sowie das Finden und Binden von Mitarbeitern. 17 Prozent



Nachwuchsprogramme halten besser als ein Lasso.

der Arbeitnehmer bei der BLG sind Frauen, „ein Anteil, der viel zu gering ist“, sagt Schumacher. Ein Rezept bei der BLG heißt, im Führungskräfteentwicklungsnachwuchsprogramm einen breiteren, vielfältigeren akademischen Hintergrund zuzulassen. Dabei kommen automatisch mehr Bewerbungen von Frauen. Im derzeitigen Programm liegt der Frauenanteil bei 46 Prozent.

Frauenquote steigt. Arno Schirmacher, Personalchef bei der Hamburger Hafen und Logistik AG, stellt fest, dass es einfacher wird, Frauen für technische Berufe zu interessieren. Sein Kollege Schumacher kann bestätigen, dass Frauen in Bewerberauswahlverfahren (Assessment Center) zunehmend besser abschneiden und qualifiziertere Bewerbungen vorlegen als Männer.

Schumacher hat für sich eine klare Reihenfolge erkannt. Erst die Praxis, dann die Image-Werbung. Zur Praxis gehören Nachwuchsprogramme – auch für zunächst nicht ausbildungsreife und bildungsferne Kandidaten im Projekt „PortWork“. Um die wird in Bremen fleißig geworben, im Jugendradio und auf Bustouren. Schumacher erkennt aber auch die Grenzen von derlei Ansprachen: „Personal-Marketing ist wichtig, ohne eine gesunde Arbeitsplatzkultur bleibt das letztlich Schall und Rauch.“

Weihnachtsfeier ist voll durchreguliert

Recht Mitarbeiter haben keinen Rechtsanspruch auf eine Weihnachtsfeier. Wenn die Firma die Feier als „Mitarbeiterversammlung mit Anwesenheitspflicht“ deklariert und dafür entsprechende Überstunden anfallen, kann der Betriebsrat die Veranstaltung untersagen lassen, weil es sich um eine vorübergehende Verlängerung der Arbeitszeit handelt. Darauf weist die D.A.S. Rechtsschutzversicherung hin.

Handelt es sich um eine festliche Mitarbeiterversammlung mit Rede während der Arbeitszeit, müssen Angestellte mitfeiern oder arbeiten. Gleiches gilt für das am letzten Nachmittag angesetzte gemeinsame Teetrinken in der Abteilung. Nehmen so viele Kollegen daran teil, dass es für die Zurückgebliebenen unmöglich wird, ihre regulären Aufgaben zu erfüllen und kann ihnen auch keine andere zumutbare Arbeit zugewiesen werden, dann dürfen sie nach Zustimmung des Vorgesetzten nach Hause gehen. Soll außerhalb der Arbeitszeit und außerhalb der Arbeitsstätte gefeiert werden, besteht keine Teilnahmepflicht.

DVZ 2.12.2010 (gm)

www.partner4logistics.de

Personalprofis für die Logistik

Neuer Studiengang für E-Commerce

Kooperationen An der FH Wedel bei Hamburg wird vom Wintersemester 2011/2012 an ein neuer Studiengang „E-Commerce“ starten. An das Bachelorstudium (sieben Semester) können die Studenten ein dreisemestriges Masterstudium anschließen. Kooperationspartner ist der Versandhändler Otto Group, der einen Lehrstuhl stiften wird. Ein Kooperationsvertrag über finanzielle und inhaltliche Förderungen ist unterschrieben.

Der Studiengang kombiniert Inhalte der Studiengänge Wirtschaftsinformatik, Medieninformatik und Betriebswirtschaftslehre und hat keine besonderen Zugangsbeschränkungen. Ziel des Studiums ist eine tiefgreifende Ausbildung in den Kernbereichen IT und E-Commerce. Daneben sollen spezifische Praxiskompetenzen im Onlinehandel vermittelt werden.

Der Bachelorstudiengang sieht zwei Praxisphasen vor. Sie können in jedem Unternehmen geleistet werden, das einen Bezug zum E-Commerce hat. Die Studieninhalte sind auf die Otto Group stark zugeschnitten, sollen aber auch für andere Arbeitgeber mit einem Vertriebszweig im E-Commerce geeignet sein.

DVZ 2.12.2010 (gm)

www.fh-wedel.de

Internationaler Bachelorstudiengang startet

Fachrichtung Logistics and Transportation / Dachser stiftet Professorenstelle / Keine Studiengebühr



Stifter, Professoren und Studenten auf der Eröffnungsfeier des neuen Studiengangs.

Mit einer feierlichen Eröffnungsveranstaltung an der Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin ist Ende Oktober der erste englischsprachige duale Studiengang für Logistik mit 21 Studierenden aus zehn Ländern an den Start gegangen.

Im Rahmen einer Kooperation mit der HWR Berlin hat der Logistikdienstleister Dachser für diesen Studien-

gang eine Professorenstelle gestiftet. Bernhard Simon, Geschäftsführender Gesellschafter von Dachser, sagte, Deutschland müsse intensiv in die Mitarbeiterentwicklung investieren, wenn das Land seine Leistungsfähigkeit auf dem Logistiksektor auf dem heutigen Niveau halten wolle. Die globale Wirtschaftsverflechtung mache es erforderlich, schon im Studium eine internationale Ausrichtung zu wählen.

Das Studium hat zwei wesentliche Markenzeichen. Erstens können die 21 deutschen und ausländischen Studienanfänger aus zehn Nationen bereits im Studium Erfahrungen in der interkulturellen Zusammenarbeit sammeln. Zweitens kommen die an der Hochschule gelernten theoretischen Grundlagen in den jeweils angeschlossenen Praxisphasen in ihrem Partnerunternehmen zur Anwendung. Die Studierenden haben außerdem die Möglichkeit, ein Semester an einer der Partnerhochschulen der HWR Berlin im Ausland zu studieren. Das Studium läuft vollständig in englischer Vorlesungssprache und führt in sechs Semestern zum Bachelor of Arts mit 210 Punkten im Rahmen des European Credit Transfer and Accumulation System (ECTS).

Ausbildungspartner des Studiengangs sind Logistik-, Industrie- und Handelsunternehmen, die Wert auf eine qualitativ hochwertige und zielgerichtete Ausbildung mit dem konsequenten Wechsel zwischen The-

orie und Praxis legen. Die HWR Berlin kann interessierte Unternehmen noch als Ausbildungspartner aufnehmen. Studiengebühren erhebt die HWR nicht.

Die Studienanfänger aus zehn Ländern wurden begrüßt von Thomas Schulz (Bereichsleiter Personal, Dachser Kempten), HWR-Studiengangleiter Prof. Harald Gleißner, Guy le Joly (Personalleiter, Dachser France), Bernhard Simon (Geschäftsführender Gesellschafter, Dachser), Andreas Zaby (HWR) und Sabine Gehrig (Geschäftsführerin, IHK Berlin).

DVZ 2.12.2010 (gm)

www.hwr-berlin.de

Dunkel, Vögel & Associates

Personalberatung für Transport und Logistik

www.dunkelvoegele.de

www.transportjobs.de

Logistik-Fachleute?

Finden Sie unter www.dvz.de. Denn wir stellen alle Stellengesuche aus der DVZ kostenfrei für 4 Wochen ins Netz!



Ausführliche Informationen und Buchungen unter:

Telefon: 040 / 23714-127
E-Mail: anzeigen@dvz.de

Fax: 040 / 23714-123
www.dvz.de/media

www.dvz.de