

# Die Mitarbeiter im Fokus

29.10.2018



Thomas Bauer hat nach der Betriebsübernahme viel investiert, um die Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern. Foto: Handwerkskammer

## Unternehmer in Sachsen-Anhalt sehen sich zunehmend gezwungen, mehr zu tun, um Top-Mitarbeiter zu gewinnen.

Von [Janette Beck](#) >

Magdeburg | Wer als Unternehmer von heute an die Mitarbeiter von morgen denkt, hat die Zeichen der Zeit erkannt, meint zumindest Burghard Grupe, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Magdeburg. „Wer nichts tut, um gesunde und motivierte Mitarbeiter in seinem Unternehmen zu haben, wird über kurz oder lang Probleme bekommen. Der Fachkräftemangel wird zur

Wachstumsbremse Nummer 1“, erklärte Grupe bei einer Info-Veranstaltung der Handwerkskammer zum Thema Arbeitgeber-Attraktivität.

Der Ermsleber Thomas Bauer ist so ein Firmenchef, der in den letzten zwei Jahren das Image seines Betriebes aufpoliert hat.

Notgedrungen. Denn als der gelernte Kfz-Mechaniker 2017 die Mierwald GmbH Schönebeck übernahm, einen Betrieb für mechanische Metallbearbeitung, sah es mau aus. „Das Unternehmen hatte unter den Arbeitnehmern nicht den besten Ruf. Das wollte ich dringend ändern“, so der 40-jährige Chef.

### Identifizierung mit Unternehmen

Bauer krepelte mit Blick auf die Belegschaft die Ärmel hoch. Er steigerte den Grundlohn im Schnitt um 20 Prozent und führte ein Prämienlohnsystem ein. Beim Urlaub legte er vier bis sechs Tage drauf, machte für alle Mitarbeiter eine betriebliche Altersvorsorge möglich und baute neue Sanitärräume. Dass er jeden Mitarbeiter begrüßt und das persönliche Gespräch sucht, gehört in Bauers Augen zu einer guten Unternehmenskultur: „Die Jungs müssen gern zur Arbeit kommen und sich mit dem Unternehmen identifizieren.“

### Wonach die Mitarbeiter von morgen suchen

Was Arbeitnehmern wichtig ist: Eine aktuelle Studie des Marktforschungsinstitutes Infocast AG im Auftrag der Targo bank hat ergeben, dass fast zwei Drittel der Befragten (61 Prozent) das Gehalt als wichtiges Merkmal für die Arbeitgeberattraktivität sieht. Beinahe ebenso viele Studienteilnehmer (60 Prozent) legen auch einen großen Wert darauf, dass ihr Job langfristig gesichert ist. Für je 37 Prozent der Befragten waren indes die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie ein guter Unternehmensstandort wichtige Kriterien für eine Arbeitgeberattraktivität.

Gründe für Jobwechsel: Als Hauptgründe nannten die Befragten Mobbing (60 Prozent), Streitigkeiten mit dem Vorgesetzten und hohe Stressbelastung (je 45 Prozent). Weitere oft genannte Kündigungsmotive sind unbezahlte Mehrarbeit (40 Prozent) und eine schwache Gehaltsentwicklung (38 Prozent).

Persönliches Miteinander: Die Studie ergab, dass Respekt und Wertschätzung (62 Prozent) ebenso wie ein kollegiales Miteinander (56 Prozent) und ein gutes Verhältnis zum Vorgesetzten (51 Prozent) ein gutes Betriebsklima ausmachen. (jb)

## Bilder



Das Naturresort Schindelbruch in Stolberg: Nicht nur die Urlauber fühlen sich wohl, auch die Mitarbeiter finden in den Kempinski-Privat-Hotels gute...

Der Erfolg ist messbar: Die Auftragsbücher sind inzwischen voll, auch arbeitsuchende Fachkräfte klopfen immer öfter an Bauers Tür. Seit der Betriebsübernahme gab es sieben Neueinstellungen. Unter den 26 Mitarbeitern sind fünf Lehrlinge.

Auch für Simone Büssers, Sprecherin der Sitel GmbH, die jüngst mit dem Unternehmerpreis des Allgemeinen Arbeitgeberverbands der Wirtschaft für ihre vorbildliche Personalentwicklung geehrt wurde, sind die Mitarbeiter „das Herz unseres Unternehmens“. Als erste Anlaufstelle für Kundenanfragen stellen sie „die Basis für zufriedene Kunden und damit für unseren Erfolg dar“.

Der Anbieter im Bereich Callcenter, mit 1600 Mitarbeitern an den Standorten Dessau, Magdeburg und Wittenberg vertreten, kümmert sich nicht nur um eine umfassende Aus- und Weiterbildung, „auch die Wertschätzung jedes einzelnen Mitarbeiters liegt uns am Herzen“, so Büssers, die u. a. auf Maßnahmen in der betrieblichen Gesundheitsförderung verweist: „Die sitzende Tätigkeit bringt Bewegungsmangel mit sich. Wir steuern dagegen, organisieren Lauftreffs, unterstützen eine Mitgliedschaft im Fitnessstudio, bieten Yoga, ein gesundes Frühstück oder Smoothie-Days an“.

Fachkräfte und Azubis auf sich aufmerksam zu machen, wird in der digitalen Welt von heute und morgen zur Herausforderung, glaubt Stephan Dörrwand, Geschäftsführer der Werbeagentur „Frische Ideen“ in Magdeburg.

### Mitarbeiter als wertvollstes Kapital

Seine Erfahrung: Normale Stellenanzeigen in der Zeitung seien bei der jungen Klientel out: „Unternehmer müssen sich künftig über Social-Media-Plattformen für Bewerber und Mitarbeiter sichtbar machen: Frei nach der Devise: ‚Wir sind, sexy, wir sind attraktiv, wir suchen dich!‘“.

Beispiele, womit man mit Blick auf die Work-Life-Balance punkten könne, seien neben freiem Kaffee und Wasser für alle („Das ist in unsere Branche bereits ein Muss.“) flexible Arbeitszeiten, Jobsharing, Unternehmenskultur, Achtsamkeit, Verbindlichkeit, Ehrlichkeit ... Das A und O ist und bleibt aber Kommunikation, so der Werbe-Experte: „Die Mitarbeiter wollen gefragt werden, brauchen ein Feedback. Sie müssen sich wohlfühlen und das Gefühl haben, dass sie das wertvollste Kapital des Unternehmens sind.“

Hotelier Dr. Clemens Ritter von Kempinski sieht das genau so. Für ihn sind die Fachkräfte der „Kernschlüsselfaktor“ seines Unternehmens: „Qualifizierte, motivierte und zufriedene Mitarbeiter sind der Garant für eine hohe Gästezufriedenheit.“ Und damit gut fürs Hotelgeschäft im Südharz. Das Engagement für die 105 Mitarbeiter und 15 Azubis, wie Vergütung nach Haustarif, flexible Arbeitszeitmodelle, Mitarbeiterbefragungen, Boni, Wahlgeschenke, Gesundheits- und Sportangebote oder kostenfreie Verpflegung, hat auch die Deutsche Hotelakademie überzeugt. Sie kürte die Kempinski Privathotels, zu denen das Naturresort Schindelbruch sowie das Hotel Freiwerk in Stolberg gehören, mit dem Hospitality Award 2018 im Bereich Human Resources. Hoteldirektorin Susanne Kiefer sieht sich und ihr Team für die Kosten und Mühen der letzten fünf Jahre belohnt: „Es macht uns stolz, dass wir beweisen konnten: Wir in Sachsen-Anhalt können das auch!“

Das Geheimnis des Erfolges erklärt Ritter von Kempinski mit dem Firmen-Leitbild: „Geschätzt. Geschützt. Gerüstet – das wird von allen gelebt.“ Die Gastronomie und Hotellerie habe mit einem geschundenen Image zu kämpfen und leide besonders unter dem Fachkräftemangel. „Wer in unserer Branche Erfolg haben und sich als Arbeitgeber-Marke entwickeln will, braucht innovative Konzepte im Mitarbeiter-Recruiting.“