

NIEDERRHEIN. Der Begriff Fachkräftemangel ist in aller Munde. Auch am Niederrhein kämpfen Unternehmen mit dem Rückgang an Bewerbungen. Doch was können sie machen, um Arbeitnehmer für sich zu gewinnen und darüber hinaus auch zu halten? Über genau diese Fragen wurde bei der zweiten Durchblick Konferenz, durchgeführt von der Clever Führen GmbH und den Niederrhein Nachrichten, im See Park in Geldern ausführlich diskutiert.

Was für die Liebe gilt, kann für Unternehmen auch nicht so ganz verkehrt sein, ist sich Chadia Hamadé, Moderatorin der Durchblick-Konferenz, sicher: „Ich habe vor Kurzem ein Buch über die fünf Sprachen der Liebe gelesen. Diese sind: Lob und Anerkennung, Zweisamkeit, Geschenke, die von Herzen kommen, Hilfsbereitschaft und Zärtlichkeit.“ Auch wenn das eine oder andere auf den ersten Blick wenig mit Unternehmensführung zu tun zu haben scheint, erläutert Hamadé charmant die Zusammenhänge: „Unter Zärtlichkeit muss man nicht zwangsweise die Zärtlichkeit in einer Beziehung sehen, sondern kann das auch auf einen respektvollen Umgang miteinander beziehen.“

In der Tat sind die über 340 Teilnehmer gespannt, welche Impulse ihnen die zweite Durchblick-Konferenz im Hinblick auf das Thema Mitarbeitergewinnung liefern wird. Dass der Bedarf, den Arbeitsplatz attraktiv zu gestalten, da ist, macht Michael Jansen, anhand einiger Zahlen deutlich: „Im Jahr 2040 wird es zehn Millionen Fachkräfte zu wenig geben“, erklärt der Leiter der Abteilung Marketing und Ausbildung bei den Niederrhein Nachrichten. Per Handzeichen bestätigen die Teilnehmer der Konferenz, dass auch sie die Probleme der Mitarbeitergewinnung kennen.

„Als Chef war ich nicht länger von meinen Mitarbeitern gewünscht.“

Bodo Janssen, Unternehmer und Autor

Einer, der kurz davor stand, viele seiner Mitarbeiter zu verlieren, ist Bodo Janssen, der erste Redner der Konferenz. Er ist 2005 ins elterliche Unternehmen, der Hotelkette Upstalsboom eingestiegen und machte 2010 ein einschneidendes Erlebnis: „Das Ergebnis einer Mitarbeiterbefragung war, dass ich als Chef nicht länger gewünscht bin.“ Dieses Ergebnis erschütterte ihn so sehr, dass er ins Kloster ging, um sich selbst infrage zu stellen. Dort lernte er von berühmten Persönlichkeiten wie Pater Anselm Grün völlig neue Aspekte der Mitarbeiterführung kennen: „Nur wer sich selbst führen kann, kann auch andere führen“, beschreibt Janssen die „Königsdiziplin Mitarbeiterführung“. Er lernte, dass das Ziel der Führung sein muss, die Menschen zu stärken und die Umwelt dabei zu schonen. Der Unternehmer baute eine neue Unternehmensführung auf, die sich kontinuierlich auszahlte. Die Mitarbeiterzahlen stiegen stetig an, heute zählen 900 Upstalsboomer zu seinem Team. „Es geht nicht mehr nur um Leistung, sondern auch um die physische und psychische Gesundheit meiner Mitarbeiter“, so Janssen. Wichtig sei es, dass die Mitarbeiter einen Sinn in ihrem Tun erkennen würden. Diesen Sinn gab er seinen Mitarbeitern mit einem einzigartigen Projekt: Er baute mit seinen Mitarbeitern eine Schule in Ruanda im Rahmen der „Fly&Help“-Stiftung. Dass dieses Projekt auch für die Upstalsboomer ein enormer Gewinn war, bestätigte Dieter Hommers, langjähriger Mitarbeiter, der sich vor Ort mit Bodo Janssen und weiteren Kollegen in Ruanda ein Bild von der neuen Schule machen konnte.

„Unternehmen müssen etwas Menschliches haben“

Zweite Durchblick Konferenz für Ausbilder und Führungskräfte setzte sich mit den Themen Wertschätzung der Mitarbeiter und Attraktivität des Arbeitsplatzes auseinander



An der Podiumsdiskussion beteiligten sich (v.l.n.r.) Alexandra Biek, Johanna Hachmann, Bernd Dicks, Kerstin Budden und Moderatorin Chadia Hamadé.

Abschließend verdeutlicht Janssen anhand beeindruckender Zahlen die enorme Relevanz einer erfolgreichen Mitarbeiterführung: „97 Prozent der Führungskräfte glauben, dass sie einen guten Job machen, aber 86 Prozent der Angestellten kündigen, weil sie mit den Führungskräften nicht zufrieden sind.“

Teilnehmer der Durchblick Konferenz waren begeistert

Weezes Bürgermeister Ulrich Francken lobt den Input, der durch Janssens Vortrag gegeben wurde: „Klar, können wir als Behörde nicht alles eins zu eins so umsetzen, aber die Möglichkeit von Mitarbeitergesprächen ha-

be ich zum Beispiel 2008 schon eingeführt.“ Auch Hans-Josef Kuypers, Wirtschaftsförderer des Kreises Kleve, war begeistert: „Wir können als Wirtschaftsförderung zwar erste Impulse setzen, aber auf solchen Veranstaltungen kann man richtig in die Tiefe gehen.“

Einen Einblick in das Themen Markenbildung und -vermarktung gibt Paolo Anania. Der digitale Berater und stellvertretende Bundesvorsitzender von „Die Jungen Unternehmer“ erklärt den Teilnehmern anschaulich, dass es nicht mehr darum gehe, was verkauft werde, sondern warum: „Durch Emotionen kann so eine Beziehung zu den Käufern

aufgebaut werden“, erklärt Anania. Geklärt müsse dafür aber die Identitätsfrage innerhalb des Unternehmens sein: „Das ist die Grundlage, um Interaktionen zu gestalten.“ Die emotionale Bindung des Käufers zu einer Marke müsse der Grundansatz eines Unternehmens sein: „Es muss

„Die Marken sind nicht länger der Boss, sondern die Konsumenten.“

Paolo Anania, Gründer und digitaler Berater

einfach klar sein, dass die Marken nicht mehr der Boss sind, sondern der Konsument. Deshalb sollten Marken sich als sogenannte Möglichmacher sehen.“

Podiumsdiskussion: Arbeitgeberattraktivität

Bei einer Podiumsdiskussion widmeten sich Johanna Hachmann vom Kompetenzzentrum Frau und Beruf Niederrhein, Alexandra Biek, Saloninhaberin von Biek – die Friseure (Straelen), Bernd Dicks, Mitbegründer von Parookaville (Weeze), und Kerstin Budden, geschäftsführende Gesellschafterin der NR Metballbau (Straelen), mit Chadia Hamadé den Möglichkeiten einer

Attraktivitätssteigerung von Unternehmen. Hachmann erklärt, dass sich Unternehmer an das Leben der Mitarbeiter anpassen müssen: „Lebensereignisse wie Geburten oder auch die Pflege von Personen müssen beachtet werden.“ Dicks, der mit der Parookaville GmbH mittlerweile selbst ein Unternehmen mit 30 Personen leitet, spricht die Motivationen für Mitarbeiter an: „Bei uns gibt es zum Beispiel einen Kicker und eine Playstation im Sozialraum, aber auch moderne Büros und flache Hierarchien führen zur Attraktivität des Arbeitsplatzes.“ Auch Biek berichtet, dass ihre Mitarbeiter gewisse Freiräume haben:

„Im Sommer bauen wir zum Beispiel einen kleinen Pool auf.“ Einen Appell richtet Dicks an die zehn anwesenden Bürgermeister im Saal: „Infrastrukturmaßnahmen für die Region sind wichtig, um der Landflucht entgegen zu wirken.“ Als Beispiele nannte Dicks den Breitbandausbau und den öffentlichen Nahverkehr.

Die Frage nach dem Sinn der Arbeit und der Leidenschaft

Das Thema Schwangerschaften und Zurückkommen nach der Elternzeit hat sich auch Buden auf die Fahne geschrieben: „Wir haben verschiedene Modelle, denn jede Familie ist individuell.“ Dass nicht nur das Gehalt im Vordergrund steht, sondern auch ein gutes Umfeld, unterstreicht Hachmann: „Die Unternehmen müssen etwas Menschliches haben, um bei Arbeitnehmern zu punkten.“ Die soziale Komponente sei nicht zu unterschätzen. „Letzten Endes läuft es also auf die Frage nach dem Sinn des Tuns und der Leidenschaft für die Arbeit hinaus“, zieht Hamadé als Fazit der Runde.

„Veränderungsprozesse müssen frühzeitig kommuniziert werden.“

Guido Winkmann, DFB-Schiedsrichter

Interessante Einblicke in das (Berufs-)Leben eines Schiedsrichters gewährt Guido Winkmann. Der DFB-Schiedsrichter muss bei jedem Spiel seine Assistenten führen und kennt die Tücken: „Wichtig ist es vor allem, Veränderungsprozesse frühzeitig zu kommunizieren“, so Winkmann. Genauso wichtig sei der Umgang mit Fehlern: „Wenn ein gutes Verhältnis untereinander im Unternehmen herrscht, trauen sich Mitarbeiter auch, Fehler zuzugeben.“ Letzten Endes seien aber nicht nur in seinem Beruf, sondern auch allgemein, Auszeiten fundamental wichtig, um einen Job richtig ausführen zu können.

Die Möglichkeit zum Netzwerken wird nach dem offiziellen Programmende rege genutzt. Dominik Lemken, Prokurist und Leiter Projektmanagement bei Walther Faltsysteme und Sponsor der Durchblick-Konferenz, zeigt sich sehr beeindruckt vom Input: „Es war sehr inspirierend und auch wenn wir schon viel daran arbeiten, unsere Mitarbeiter glücklich zu machen, ist es immer sinnvoll, das eigene Handeln zu hinterfragen.“

Dritte Durchblick Konferenz am 20. März 2020

Auch die Organisatoren Michael Jansen und Nicolai Müller sind mit dem Verlauf der Konferenz sehr zufrieden: „Trotz einiger Unwägbarkeiten im Vorfeld der Veranstaltung bin ich dankbar, dass die Konferenz dank eines tollen Teams so stattfinden konnte, wie wir es uns vorgestellt haben. Bereits jetzt sind die Hälfte der Karten für nächstes Jahr in den ersten Tagen verkauft worden. Ich bin sehr zufrieden und voller Vorfreude auf die Durchblick 2020“, so Müller. Michael Jansen ergänzt abschließend: „Wir sind sehr glücklich, dass wir mit der Durchblick Konferenz ein Format geschaffen haben, dass es in der Art am linken Niederrhein noch nicht gibt. Das zeigen uns auch die vielen positiven Resonanzen unserer Gäste. Wie bereits zu Beginn erwähnt, werden die Themen Arbeitgeberattraktivität und Fachpersonal immer relevanter. Mit der Durchblick Konferenz im kommenden Jahr wollen wir Unternehmer erneut zu diesen Themen inspirieren und den Austausch fördern.“

Die dritte Durchblick Konferenz findet am 20. März 2020 statt. Karten sind online unter www.durchblick-konferenz.de/tickets erhältlich. Sarah Dickel



Dass viele der Teilnehmer „Wiederholungstäter“ waren, fand Nicolai Müller per Handzeichenabstimmung heraus.



Michael Jansen im Begrüßungsgespräch mit Moderatorin Chadia Hamadé.



Vom Ruanda-Projekt der Upstalsboomer berichtete Dieter Hommers. Fotos: Gerhard Seybert



DFB-Schiedsrichter Guido Winkmann berichtete vom Berufsalltag eines Schiedsrichters.



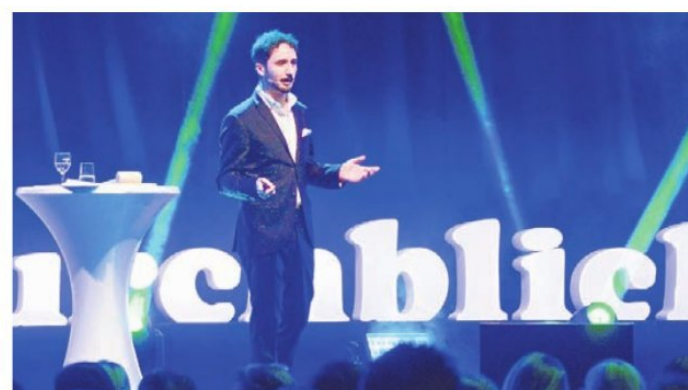
Nicolai Müller versteigerte ein Trikot von Gladbachs Fußballprofi Thorgan Hazard für den guten Zweck.



Als Goodie Bag gab es eine praktische Faltbox von Walther Faltsysteme mit Goodies der Sponsoren.



Aus gesundheitlichen Gründen war Bodo Janssen per Webcam aus Ostfriesland zugeschaltet. Die Teilnehmer der Konferenz waren trotz Janssens Erkältung sehr begeistert von seinem Input.



Paolo Anania gab den Teilnehmern einen Einblick in die Kräfte von Marken im digitalen Zeitalter.

Alle Fotos der Veranstaltung unter: www.durchblick-konferenz.de/2019