

BERUF & BILDUNG

IN KÜRZE

Schnupperwoche statt Praktikum für Jugendliche

Berlin. Jugendliche können mit der Aktion One Week Azubi potenziell interessante Ausbildungen kennenlernen. Dabei handelt es sich nicht um ein reguläres Praktikum. Stattdessen begleiten die Teilnehmer fünf Tage lang einen Azubi in einem Unternehmen und lernen so den Ausbildungsalltag aus erster Hand kennen. Hinter der Aktion steht das Start-up One Week Experience, das von der Bundesagentur für Arbeit unterstützt wird. Welche Ausbilder bei One Week Azubi mitmachen, erfahren Jugendliche unter www.oneweekexperience.de/azubi.

Gewöhnung an Lärm beim Job kann Hörschaden sein

Mannheim. Dauerlärm am Arbeitsplatz kann krank machen. Das ist auch dann so, wenn sich Berufstätige scheinbar an den Krach gewöhnt haben. Denn oft ist diese vermeintliche Gewöhnung schon Indiz für einen bleibenden Hörschaden, warnt die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik. Langfristig schadet ständiger Lärm nicht nur dem Ohr, auch Schlafqualität und Herz-Kreislauf-System können darunter leiden.

Fristlose Kündigung ist nicht so schnell erlaubt

Düsseldorf. Arbeitgeber können Angestellten auch wegen etwas kündigen, das abseits der Arbeit passiert ist. Fristlos darf die Kündigung aber nur unter bestimmten Voraussetzungen sein – selbst wenn der Mitarbeiter gegen Gesetze verstoßen hat, urteilten die Richter des Landesarbeitsgerichts Düsseldorf. Arbeitgeber müssen dann unter anderem die genaue Tätigkeit, Art und Schwere des Delikts sowie die Stellung des Mitarbeiters im Betrieb berücksichtigen. **Info** LAG Düsseldorf, Az.: 11 Sa 319/17

Der Kampf um die Besten

Um Fachkräfte zu gewinnen, müssen Firmen auf Bewerber zugehen – und ihren Stil finden

Von Jens Gieseler

Metzingen. Andreas Nau scheint alles richtig zu machen. Sein Unternehmen Easysoft, ein IT-Dienstleister für Software in den Bereichen Personalentwicklung und Seminarorganisation, wächst und wächst. 60 Angestellte arbeiten in dem Neubau am Ortsrand von Metzingen, einer 22 000-Einwohner-Stadt am Fuß der Schwäbischen Alb. Jährlich kommen etwa 15 neue Mitarbeiter hinzu, und die Unterlagen weiterer Interessenten stapeln sich. 1000 Fachkräfte haben sich allein in den vergangenen zwei Jahren fernab von Großstadtlair und Szenevierteln bei Easysoft beworben – und das in einem Berufszweig, dem laut Branchenverband Bitkom im vergangenen Jahr 55 000 Spezialisten fehlten, acht Prozent mehr als noch 2016. Was also bietet Easysoft?

„Um kreativ zu arbeiten, brauchen die Mitarbeiter einen klaren Kopf“, sagt Easysoft-Chef Nau, „den holt man sich schneller durch Bewegung, Spaß und Erholung, statt weiter verkrampt auf den Bildschirm zu stieren.“ Mit dieser Einstellung gewinnt das Unternehmen nicht nur Arbeitgeber-Preise, sondern trifft offensichtlich auch den Nerv der IT-Spezialisten.

Und so gibt es in der Firmenzentrale eine Kletterwand, außerdem stehen Tischkicker und für Balance-



Alle ziehen an einem Strang: Jedes Jahr veranstaltet Easysoft für Mitarbeiter ein Event mit Fotoshooting, die Bilder erscheinen im Unternehmenskatalog. 2017 ging es nach Vorarlberg. FOTO: EASYSOFT/MELLENTHIN

Übungen Slacklines zur Verfügung. In einen Raum kann man sich für ein Nickerchen, heute nennt man es Power-Napping, zurückziehen. Dazu gibt es für jeden Mitarbeiter einen Tag im Monat frei, für die eigene Entwicklung – und die der Firma. „Das schafft frische Ideen für Projekte“, heißt es im Firmenvideo.

Der Kampf um die besten Köpfe ist nicht nur eine Herausforderung für die IT-Branche. 56 Prozent der Unternehmen haben im Herbst 2017 den Fachkräftemangel als größtes Geschäftsrisiko bezeichnet, berichtet Eric Schweitzer, Präsident

der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK). Das betreffe vor allem kleinere und mittlere Unternehmen. „Der Markt hat sich gedreht“, sagt Personalberater Jörg Knoblauch, Geschäftsführer der Tempus GmbH aus Giengen. Allein Arbeit zu geben, das reiche nicht mehr aus. Firmen müssten sich profilieren, um gute Bewerbungen zu bekommen.

Das hat man auch in Oberkochen erkannt. Der Ort ist landschaftlich wunderschön auf der Ostalb gelegen, aber nicht gerade die Region, in die Ingenieure und IT-Spezialis-

ten streben. Trotzdem gelingt es dem Unternehmen Carl Zeiss, kontinuierlich neue Mitarbeiter zu gewinnen. Es geht früh auf Fachkräfte zu: Studenten werden zu Events eingeladen. Auch diskutieren Mitarbeiter auf Internet-Plattformen über Probleme und Lösungen mit, um so Kontakte zu potenziellen neuen Kollegen zu knüpfen, erzählt Personalchefin Miriam Eichler. Und schließlich werden den Ehepartnern der Bewerber die Schokoladenseiten der Region gezeigt.

Unternehmen müssen ihren eigenen Stil finden und sich zu einer Marke entwickeln, aber diese Botschaft ist in vielen Chefetagen noch nicht angekommen. „Das Problem ist hausgemacht“, findet Markus Härlein vom Personaldienstleister Hays. Speziell junge IT-Spezialisten gehen in vier von fünf Fällen lieber zu hippen Unternehmen, denen die Zukunft zu gehören scheint, sagt Härlein. Er schätzt, dass bestenfalls ein Viertel der deutschen Unternehmen das Thema „Employer Branding“ aktiv angeht. Berlin zum Beispiel habe eine Startup-Szene, die erfolgreich bei 3-D-Themen sei. Firmen wie die Deutsche Bahn benötigen dieses Know-how, um etwa Rüstzeiten zu reduzieren. Dem Konzern bleibe nichts anderes übrig, als die Startups zu unterstützen – denn in Strukturen wie bei der Bahn wollten die Gründer nicht arbeiten.

„Einen klaren Kopf holt man sich schneller durch Bewegung und Erholung.“

Andreas Nau
Chef von Easysoft