



Eine schicke Fabrikhalle, akzeptable Arbeitszeiten, ein anständiges Gehalt – das ist nicht alles, was gutes Personalmanagement ausmacht. Für Mitarbeiter spielt eine wertschätzende Unternehmenskultur eine große Rolle.
Foto: ddp

Die Werte zählen

Das CRF-Institute zeichnet „Top Arbeitgeber“ der Automobilbranche für vorbildliche Personalpolitik aus

Das Logo ist knallrot. Es prangt auf Stellenanzeigen, zielt die Firmen-Homepage und zeichnet ein Unternehmen als „Top Arbeitgeber“ aus. „Mit so einem Etikett kann man sehr schnell viel transportieren“, sagt Sonja Rittner. „Es hilft uns bei der Suche nach erstklassigen Mitarbeitern.“ Rittner ist zuständig für das Business Development bei der TWT GmbH, einem Autozulieferer aus Neuhausen bei Stuttgart.

Das kleine Unternehmen sucht dringend Ingenieure, Elektrotechniker, Physiker, Mathematiker, Informatiker – all jene Fachkräfte, die derzeit auf dem Arbeitsmarkt fehlen. „Beim Recruiting müssen wir mehr Bekanntmachungsarbeit leisten als große Firmen“, sagt Rittner. Am vergangenen Dienstag nahm sie in München das Gütesiegel „Top Arbeitgeber Automotive“ im Empfang.

Insgesamt 25 Unternehmen aus der Automobilwirtschaft können sich in diesem Jahr mit dem Etikett schmücken. Den ersten Platz im Gesamtranking belegte die **Fujitsu Semiconductor Europe** GmbH, gefolgt von TWT und der Brose Fahrzeugteile GmbH. Am Wettbewerb hatten Unternehmen aus allen Bereichen der Branche teilgenommen – vom jungen

Zulieferbetrieb über den familiengeführten Weltmarktführer bis zum bekannten Markenhersteller. Ermittelt wurden die Preisträger vom CRF-Institut, das neben einem allgemeinen Arbeitgeber-Wettbewerb seit fünf Jahren auch die besten Firmen aus der Automobilbranche ermittelt. (www.top-arbeitgeber.de)

Fitnessclub, Kindergarten, individuelle Weiterbildung – sieht so das Paradies aus?

Bewertet werden dabei die Arbeitsbedingungen, die ein Unternehmen seinen Beschäftigten bietet. Die entscheidenden Kategorien sind Vergütung, Work-Life-Balance, Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten und die Unternehmenskultur. Ute Stahl von der Strategieberatung A.T. Kearney, die das Verfahren mitentwickelt hat, hob bei der Preisverleihung die Bedeutung des Personalmanagements für den Erfolg eines Unternehmens hervor: „Gerade in der Automobilwirtschaft, die eine der europäischen Schlüsselindustrien ist, kann die weltweite Führungsposition in Zukunft nur

gehalten werden, wenn es den Unternehmen gelingt, die besten Mitarbeiter für sich zu gewinnen, zu halten und laufend zu qualifizieren.“

Welche Anstrengungen die prämierten Firmen unternehmen, um ihre Mitarbeiter bei der Stange zu halten, wurde in einer Gesprächsrunde mit vier preisgekrönten Personalverantwortlichen klar: Vom Fitnessclub über den Betriebskindergarten, von flexiblen Arbeitszeiten bis zur variablen Vergütung, von der Sozialberatung bis zur maßgeschneiderten Weiterbildung – so sieht das Arbeitnehmer-Paradies aus.

„Unsere Mitarbeiter sollen sagen: Man fühlt sich hier wie in einer großen Familie“, erklärt Axel Tripkewitz, Personalleiter bei **Fujitsu Semiconductor**. Das Unternehmen befragt seine Beschäftigten regelmäßig nach ihrer Arbeitszufriedenheit und unterzieht alle Führungskräfte im Turnus von anderthalb Jahren einem 360-Grad-Leadership-Feedback.

Wie wichtig ist bei alledem das Gehalt? „Das Gesamtpaket entscheidet“, sagt Katrin Menzner, die das Personalmarketing bei Brose leitet. „Geld ist wichtig, aber nicht alles“, ergänzt Jörg Hübner, Personalchef der Ferdinand

Bilstein GmbH, „es darf jedenfalls nicht zum Schmerzensgeld werden.“ Für ihn zählen die Werte, die Unternehmenskultur. „Wie kommen die Kollegen auf mich zu, wie werde ich eingearbeitet – darauf kommt es neuen Mitarbeitern an.“

Wer mitmacht, stellt klar: Personalmanagement wird bei uns ernst genommen

Vorbildliche Unternehmenskultur ist schwer zu messen. Und so sind gängige Arbeitnehmer-Wettbewerbe auch keine akademischen Analysen, sondern sie dienen in erster Linie als Marketing-Instrument. Ihre Ergebnisse sind nicht repräsentativ, das Erhebungsverfahren nicht streng wissenschaftlich, denn die Stichprobe ist klein und bildet keineswegs die gesamte Branche ab. Doch man kann davon ausgehen, dass sich nur solche Unternehmen einem Benchmarking stellen und bereit sind, hohe Gebühren für die Wettbewerbsteilnahme zu zahlen, die es ernst meinen mit einem guten Personalmanagement. Und die stolz sind auf ihr knallrotes Logo.

Jutta Pilgram