

Trier

## Wer Mitarbeiter sucht, muss sich anstrengen

24. Oktober 2019 um 16:32 Uhr | Lesedauer: 2 Minuten



Prof. Michael Jäckel, Vorsitzender der Wissenschaftsallianz und Präsident der Universität Trier, begrüßt die Gäste zum vierten Trierer Wirtschaftsforum. Foto: TV/Heribert Waschbüsch

**Trier. Das Wissenschaftsforum zeigt, wie kleine und mittlere Unternehmen aus der Region auch die Generation Y gewinnen können.**

---

Von Heribert Waschbüsch

---

In sämtlichen Konjunkturumfragen bestätigen die heimischen Betriebe, dass die Fachkräftesicherung und -anwerbung derzeit die größte Herausforderung ist. Aus diesem Grund bot die Wissenschaftsallianz bei ihrem vierten Wissenschaftsforum in der Arbeitsagentur Trier der Wirtschaft wissenschaftliche Anstöße und Anregungen an. „Das ist für unsere kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in der Region das zentrale Thema“, betonte Arbeitsagenturchef Heribert Wilhelmi bei der Begrüßung. Für den Vorsitzenden der Allianz, Uni-Präsident Prof. Michael Jäckel, ist die Zusammenarbeit von Wissenschaft und Praxis von großem Potenzial. „Wir wollen den Arbeitsmarkt noch stärker zu einem Profilelement an der Universität machen“, erklärte Jäckel. Dabei bietet sowohl die Universität wie auch die Hochschule den regionalen Unternehmen bereits eine ganze Reihe von Angeboten, wie die Vorträge und die Leistungsschau mit Projektpräsentationen zeigen.

Für die wenigen Unternehmen, die sich vor Ort informierten, eine Gewinn bringende Veranstaltung, wie Nicole Bösen (Bösen Pflanzenwelt) aus Trier fand. Sie habe sich Antworten auf Fragen wie: ‚Wie finde ich Mitarbeiter?‘ ‚Wie halte ich Mitarbeiter?‘ erhofft und bekommen. „Die Vorträge haben mich sehr positiv gestimmt. Ich nehme mit, dass den Mitarbeitern Wertschätzung wichtig ist, das offene Kommunikation und flache Hierarchien in einem Familienunternehmen wichtig sind.“

Prof. Udo Burchard von der Hochschule Trier hatte aufgezeigt, wie der Mittelstand die Generation Y (geboren zwischen 1980 und 1999) für sich gewinnen kann. Dabei sei diese Generation gar nicht so verschieden zu vorherigen Generationen. Doch deutlich ständen an der Spitze ihrer Wünsche die Arbeitsatmosphäre und Wertschätzung, die Work-Life-Balance und Arbeitsplatzsicherheit. Dies sei gerade für kleine und mittlere Unternehmen aus der Region eine Chance. Denn gegenüber der Arbeitgeber-Konkurrenz aus Luxemburg, wo tägliche Anfahrtszeiten von anderthalb Stunden fast üblich sind, könnte ein wohnortnaher Job in Sachen Work-Life-Balance punkten. Um überhaupt an die Generation Y heranzukommen, sei „die Webseite des Unternehmens das A und O“, erklärte Burchard. Und im Umgang mit diesen Mitarbeitern sei Wertschätzung besonders wichtig. „Schaffen Sie eine gute Arbeitsatmosphäre. Mit ‚nicht geschimpft, ist gelobt genug‘, halten Sie keine Mitarbeiter.“

Wenn bei den Untersuchungen und Vorträgen das Großherzogtum auch bewusst ausgeklammert wurde, „steht Luxemburg doch die ganze Zeit wie der Elefant im Raum“, sagte Prof. Katrin Muehlfeld von der Universität Trier. Ihr Rat an die Unternehmen, entwickeln sie eine eigene Arbeitgebermarke. „Wie im Marketing geht es doch darum, auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen.“ Wichtig sei dabei, eine eigene Unternehmensidentität aufzubauen und mit Inhalten zu füllen. „Dabei ist wichtig, dass Sie mit ehrlichen Botschaften werben“, sagte Muehlfeld. Wer also mit Home Office, flexiblen Arbeitszeiten oder beruflichen Weiterentwicklungen werbe, müsse die Versprechen auch einhalten. Und mit Blick auf den grenznahen Arbeitsmarkt empfahl die Expertin durchaus, den Arbeitnehmer nicht als Einzelperson zu sehen. „Dahinter steht oft eine Familie, Frau und Kinder.“ So könnte ein regionales Angebot, das der Familie den größten Vorteil biete, auch den höheren Verdienst in Luxemburg ausgleichen. Für Matthias Schwalbach, Geschäftsführer bei der Handwerkskammer, wichtige Tipps: „Wir müssen die Botschaft nur an die Betriebe bringen.“

