

Bei Real Bängen um viele Stellen

DÜSSELDORF/OLDENBURG/DPA – Metro-Chef Olaf Koch rechnet nicht mit dem Verlust von 10 000 Arbeitsplätzen durch die geplante Zerschlagung der Supermarkttöchter Real. „Die jetzt ins Spiel gebrachte Zahl ist nach meiner persönlichen Einschätzung zu hoch“, sagte Koch der „Wirtschaftswoche“. Koch betonte, der Konzern setze sich in den Verkaufsgesprächen „für vertragliche Regelungen ein, nach denen die Real-Mitarbeiter von den übernehmenden Einzelhandelsunternehmen weiterbeschäftigt werden“.

Der Metro-Gesamtbetriebsratsvorsitzende Werner Klockhaus hatte am Dienstag gewarnt, dass durch den geplanten Verkauf von Real fast jeder Dritte der noch vorhandenen 34 000 Arbeitsplätze bei der Metro-Tochter gefährdet sei. „Der Gesamtbetriebsrat rechnet mit etwa 10 000 Arbeitslosen“, sagte er.

Allein durch die im Zuge der Neuordnung zu erwartende Schließung von rund 50 Geschäften seien rund 6000 Arbeitsplätze bedroht. Weitere 4000 Stellen könnten in den Fachabteilungen der weitergeführten Geschäfte und in der Zentrale wegfallen.

Die Metro will die 277 Real-Märkte in Deutschland (darunter zwei in Oldenburg) möglichst bis Ende Januar an ein Konsortium um den Immobilieninvestor X-Bricks verkaufen. Die künftigen Eigentümer wollen aber nur einen kleinen Teil der Real-Märkte selbst betreiben. Der Großteil soll an andere Händler wie Edeka oder Kaufland weiterverkauft werden.

Schwerdtfeger stärkt Führung



Führungsteam: Clemens Schwerdtfeger (links) und Rainer Haske
BILD: PRIVAT

EMSTEK/RZK – Die stark gewachsene Dr. Schwerdtfeger Personalberatung in Emstek (Kreis Cloppenburg) verstärkt die Geschäftsführung: Rainer Haske, bislang Prokurist und Teamleiter Agrar, lenkt das Unternehmen fortan gemeinsam mit dem Gründer und geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Clemens Schwerdtfeger. Das Unternehmen (15 Mitarbeiter) hat sich in Nordwestdeutschland und in der Agrarbranche „als führender Ansprechpartner in Sachen Personalberatung etabliert“, wie es in einer Mitteilung hieß. Mit der Verstärkung solle die positive Entwicklung weiter vorangetrieben werden. Die Unternehmensspitze wird weiterhin durch Prokurist Dirk Grave ergänzt.

Generell wolle man sich noch stärker in der Agrar- und Ernährungsbranche engagieren, kündigte Schwerdtfeger an. Es geht um diskrete Rekrutierung, aber auch Fragen der Personal- und Managementdiagnostik sowie Vergütung.

Team-Bildung in der Seifenkiste

MITARBEITER Pommerel Live-Marketing aus Berne erhält Preis für Projekt mit Oldenburger Intax

Der Fahrzeug-Ausrüster Intax wollte die Kommunikation verbessern. Für ihr Konzept wurde die Agentur Pommerel bei einem Wettbewerb nun mit dem 2. Platz geehrt.

VON RÜDIGER ZU KLAMPEN

BERNE/OLDENBURG – Geht man im Oldenburger Gewerbegebiet Tweelbäke durch die Hallen des Auto-Spezialausrüsters Intax, fallen einem dort die vielen Sonderfahrzeuge auf: Taxis, Polizeiwagen oder auch Militärfahrzeuge, die für ihre Zwecke Folierungen oder spezielle Ausrüstung bekommen. Am sonderbarsten aber muten kleine Gefährte an, die an der Wand aufgehängt sind: „Seifenkisten“. Die Exponate seien quasi „Trophäen“ der Mitarbeiter, erläutert Intax-Geschäftsführer Marco Kimme, der das Unternehmen mit dem Eigentümer Jörg Hatcher führt, beim Rundgang – eine Erinnerung an einen ungewöhnlichen hausinternen Wettbewerb im Jahr 2018.

Diese kollektive Bastelarbeit bei der „Intax Innovative Fahrzeuglösungen GmbH“ hatte nun ein erfreuliches Nachspiel: Pommerel Live-Marketing aus Berne (Wesermarsch) wurde in Dortmund beim „International Festival of Brand Experience“ mit dem 2. Preis ausgezeichnet: dem „BrandEx Award“ – einem renommierten internationalen Kreativpreis für Live-Kommunikation. Den Preis gab es in der Kategorie: „Best Motivation/Best Mitarbeiter-Events“.

Kommunikations-Spezialist Pommerel hatte das teamfördernde Seifenkisten-Projekt beim Fahrzeugausrüster Intax entwickelt und umgesetzt. Anschließend reichte Firmenchef Reinhard B. Pommerel mit dem Projekt „Intax Racingteam 2018“ eine englischsprachige Bewerbung bei dem Kreativ-Wettbewerb für Live-Kommunikation ein.

„Mein Team und ich sind sehr glücklich und stolz auf diesen Preis“, meinte Agenturchef Pommerel nach der Preisverleihung. Es zeige sich, dass sich auch „eine kleine, agile Agentur mit gewitzten Kampagnen und gutem Management auf dem internationalen Event-Markt durchzusetzen weiß“.

Live-Kommunikation – was ist das eigentlich? Im Prinzip geht es um Instrumente der direkten und persönlichen Kommunikation mit einer Zielgruppe – darunter zunehmend inszenierte Veranstaltungen, auch Mitarbeiter-Events. Der Clou: das aktive Erlebnis der Teilnehmer.

Damit ist die Berner Agentur, die viele in der Region vor allem durch das Management großer Firmenveranstaltungen



Reinhard B. Pommerel (links) und Intax-Geschäftsführer Marco Kimme mit Seifenkiste und Trophäe

BILD: T. VON REEKEN

gen kennen, in einer topaktuellen Sparte von Mitarbeiter-Motivation und Teambuilding unterwegs: Während früher dröge Seminare mit hohem Sitzfleisch-Faktor vorherrschten, sollen die Teilnehmer heute etwas erleben.

„Live“ ist nachhaltig

„Ohne Live bringt es nichts“, sagt Pommerel. „Man muss etwas selbst gemacht haben. Das ist die beste Methode, um im Langzeitgedächtnis verankert zu werden.“ Für den gebürtigen Amsterdamer steht ohnehin fest: „Live dabei sein, mit allen Sinnen, und Erlebnis – das ist für viele Menschen geradezu der neue Wohlstand.“ Mit entsprechenden Emotionen könne man eben auch Mitarbeiter motivieren. Bei Intax sei das „besonders gut gelaufen“.

Inwiefern war dies für Intax interessant? Im Prinzip ging es in dem Oldenburger Unternehmen (115 Beschäftigte/15 Millionen Euro Umsatz) wie bei vielen anderen Firmen der Region zu: „Auch bei uns wurde früher sehr abteilungs-

orientiert gearbeitet“, erläutert Geschäftsführer Marco Kimme. Dabei war es im Alltag des immer breiter aufgestellten Unternehmens immer wichtiger, die Abläufe als Ganzes zu sehen, flexibler einsetzbar zu sein und an einem Strang zu ziehen, als Team. Beim Weg dorthin sollte es „mehr sein“ als üblich.

So kam man mit Pommerel Live-Marketing, das sich schon bei Firmen-Veranstaltungen bewährt hatte, auf die Idee für eine Event-Reihe zur Teambuilding. Dazu gehören u.a. gemeinsame Rennwagen-Reifenwechsel, ein Fahrertraining und auch der gemeinsame Bau von Seifenkisten.

Wie lief das im Zuge von „Intax Racingteam 2018“ dann konkret ab? Intax wollte seine Mitarbeiter in den Bereichen Lösungskompetenz, Kommunikation, Teamgeist und auch Identifikation mit der Firma stärken, und zugleich sollte das Thema Nachhaltigkeit, gerade auch im eigenen Unternehmen angesichts von viel Plastikmüll, kommuniziert werden. „Damit waren wir also lange vor

Greta am Start“, sagt Pommerel schmunzelnd.

Jeweils zehn Mitarbeiter machten sich an den Bau eines kleinen Fahrzeugs. Einige Teile wurden bereitgestellt, andere mussten mit sehr schmalen Budget (100 Euro) selbst organisiert werden. Sogar auf Schrottplätzen und in privaten Schuppen wurde gesucht, erzählt Intax-Geschäftsführer Marco Kimme. Manches kam aus dem Produktionsabfall.

„Da war viel Kreativität im Spiel.“ Fasziniert konnte er erkennen, wie unterschiedlich Teams vorgehen. Etwa: Einige machen sich sofort ans Werk, andere fertigen eine Zeichnung an.

Mehrere Teams am Start

Auf Plastik wurde meist ganz verzichtet – hier waren die Mitarbeiter schon besonders sensibilisiert, denn Pommerel hatte auch Vorträge und Trainings organisiert. Und so entstanden aus überwiegend gebrauchten Materialien in den „Racing-Teams“ binnen mehrerer Wochen in

der Freizeit die fantasievollen Seifenkisten.

Krönender Abschluss war ein Rennen der „heißen Kisten“. „Alle komplett unterschiedlich“, freute sich Kimme über das Ergebnis. Dann gab es Trophäen in verschiedenen Kategorien – wie etwa für Tempo oder Reichweite. Und, auch das ist bei einem modernen Teambuildingstraining möglich: Der Chef ging bei den Preisen leer aus.

Aber für ihn steht fest: „Das Bewusstsein für einen nachhaltigeren Umgang mit Ressourcen im Arbeitsalltag ist nach der Kampagne deutlich gestiegen.“ Und das Team sei im „Intax Racingteam 2018“ enger zusammengewachsen, die Kommunikation zwischen den Abteilungen habe sich verbessert.

Mit Maßnahmen wie diesen wollen die Oldenburger letztlich auch die weitere Mitarbeitersuche und ihre marktführende Position absichern. Immerhin heißt es bei Intax: „Es gibt kein Unternehmen, das Folierung und Umrüstung von Autos so aus einer Hand machen kann wie wir.“



Die Mitarbeiter von Intax beim Gruppenbild zur Abschlussveranstaltung an der Weser

BILD: MARCUS WINDUS



Voll engagiert bei der Sache: Wettrennen der nachhaltig produzierten „Seifenkisten“

BILD: MARCUS WINDUS

Minister Heil: Nicht überall die Stechuhr einführen

ARBEITSZEIT Deutsches Recht muss nach Urteil des EU-Gerichtshofes geändert werden

VON BASIL WEGENER

BERLIN – Die geplanten neuen Regeln zur strengerer Erfassung der Arbeitszeit in Deutschland sollen auch eine flexible Einteilung der Arbeit weiter ermöglichen. Es solle nicht überall die Stechuhr

eingeführt werden, sagte Arbeitsminister Hubertus Heil (SPD) am Mittwoch im Bundestag in Berlin.

Klar sei aber, dass deutsches Recht infolge eines Urteils des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) geändert werden müsse. Überprüfbar

Arbeitszeiten seien ein Bürgerrecht der Menschen, erklärte Heil.

Der EuGH hatte im vergangenen Mai eine Erfassung der Arbeitszeit verlangt. Laut einem Gutachten im Auftrag des Arbeitsministeriums sind auch eine Aufzeichnung etwa

in Papierform, eine Erfassung in elektronischer Form durch Computerprogramme oder über elektronische Zutrittsausweise möglich.

Das Gutachten stellte fest: „Das deutsche Recht kennt derzeit keine generelle Verpflichtung aller Arbeitgeber,

die gesamte Arbeitszeit ihrer Beschäftigten aufzuzeichnen.“ Bislang müssen in Deutschland nur Überstunden und Sonn- und Feiertagsarbeit dokumentiert werden. Die Vorarbeiten für die Umsetzung der EU-Rechtsvorgaben liefen, hieß es in Berlin.