



## Gehen dem Odenwald die Fachkräfte aus?

Verbände und Unternehmen fordern offensives Standortmarketing ein

VON MANFRED GIEBENHAIN

**Odenwaldkreis.** Der ungedeckte Bedarf an qualifizierten Fachkräften ist allgegenwärtig, so auch ein Problem der Betriebe im Odenwaldkreis. Hier kommt hinzu, dass die Region von außen viel zu gering als attraktiver Industrie- und Wirtschaftsstandort wahrgenommen wird. Die Industrievereinigung Odenwaldkreis (IVO) und viele Unternehmen erwarten von der Politik, dass der Standort verstärkt kommuniziert und beworben wird.

Was Thorsten Muntermann, Geschäftsführer bei Koziol, äußert, gilt für eine Vielzahl Odenwälder Unternehmen: „Koziol hat einen guten Ruf, trotzdem stellen wir fest, dass es immer schwieriger wird, passende Bewerber zu finden. Die Zahl der Initiativbewerbungen nimmt ab und die Zahl der Bewerber um Ausbildungsstellen oder duale Studiengänge ebenfalls.“

Unter diesen Bedingungen leiden viele Handwerksbetriebe, die Industrie und Dienstleister in der Region. Darunter befinden sich etliche attraktive Arbeitgeber mit einer Vielzahl an Berufsbildern. Viele Unternehmen sind weltweit tätig, technologisch hoch spezialisiert und benötigen Fachkräfte, Führungskräfte, Spezialisten und natürlich Auszubildende.

### Arbeitsplatzangebot

Der Odenwaldkreis wird von den Nachbarregionen Aschaffenburg bis zur Bergstraße und vor allem in den Metropolen Rhein-Main und Rhein-Neckar, vorwiegend als angenehmes Ausflugsziel wahrgenommen. Was fehlt, ist der Blick auf das vielfältige Arbeitsplatz- und Karriereangebot. Vorteile wie die Nähe zur Natur mit ihren familienfreundlichen Lebensbedingungen und das gute Bildungsangebot kommen nicht ausreichend zur Geltung.

Claus Gilke, Geschäftsbereichsleiter Aus- und Weiterbildung bei der IHK Darmstadt, macht zwei Faktoren für die sich deutlich verschlechternde Entwicklung verantwortlich: „Schulabgänger vor allem mit Hochschul- und Fachhochschulreife verlassen den



Gute Ausbildungs- und Karrierechancen machen den Odenwälder Arbeitsmarkt attraktiv.

Odenwald zum Studium und kommen nicht zurück. Sie stehen nicht mehr als betriebliche Nachwuchskräfte zur Verfügung. Gleichzeitig fällt es Fach- und Führungskräften von außerhalb äußerst schwer, in den Odenwald zu ziehen, da die benachbarten Metropolregionen Rhein-Main und Rhein-Neckar Alternativen bieten, denen gegenüber der Odenwald als unattraktiv gilt.“ Deutlich erschwerend kommt die demografische Entwicklung hinzu, die weiter sinkende Schülerzahlen erwarten lässt.

### „Employer Branding“

Dieser Entwicklung entgegen wirken wollen die Unternehmerverbände Südhessen durch gezielte Maßnahmen. Die IVO begrüßt und unterstützt dabei die Gründung von Schulpartnerschaften von Unternehmen und einen Ausbau dualer Studiengänge.

„Das duale Studium bietet Studierenden die Chance, in der Region zu bleiben und es bietet Unternehmen die Möglichkeit, qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig zu binden. Durch die enge Verzahnung von Theorie und Praxis erhalten die Studierenden eine umfassende, unternehmensspezifische Ausbildung und die Unternehmen bekommen Zugang zu aktuellem Hochschulwissen“, erläutert Wolfgang Drechsler, Geschäfts-

führer der Verbände, das Engagement. Das allein wird aber nicht reichen. Die Unternehmen müssen nach Meinung von Drechsler im Wettbewerb um den Mitarbeiternachwuchs auch ihr „Employer Branding“ (das Entwickeln und Pflegen der Arbeitgebermarke) ausbauen, Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf treffen, die Gesundheits- und Altersvorsorge ihrer Mitarbeiter im Blick behalten und allen Altersgruppen ausreichend Zeit für Weiterbildung einräumen, um als Arbeitgeber attraktiv zu bleiben.

Von dem neuen Standortmarketing erwartet Thorsten Muntermann unter anderem, dass eine zentrale Online-Plattform eingerichtet wird, auf der Interessenten schnell und unkompliziert sehen können, welche Firmen es gibt, was sie anbieten und wer Ansprechpartner ist. Potentielle Bewerber wie Schulabgänger, die einen Beruf erlernen wollen oder Jobwechsler, die einen Karrieresprung machen möchten, müssen erst einmal auf den Wirtschaftsstandort Odenwald aufmerksam gemacht werden. Hier hat die IVO bereits mit der Ausbildungsbörse hervorragende Vorarbeit geleistet. Mitglieder sind aufgerufen, verstärkt ihre Ausbildungsangebote einzustellen: [www.ivo-ausbildung.de](http://www.ivo-ausbildung.de). <<

## Industrievereinigung Odenwaldkreis

Netzwerk der Odenwälder Wirtschaft

### Unternehmensportrait

## Familienfreundlichkeit zahlt sich aus

Altenpflegeheim Haus Bonum erhält Auszeichnung

VON PETER ARNDT

**Michelstadt.** Das Altenpflegeheim Haus Bonum in Michelstadt ist einer der Sieger beim Wettbewerb „Familienfreundliche Betriebe im Odenwaldkreis“. Überzeugt haben unter anderem seine flexiblen Dienstpläne.

Aus dem Chefbüro ist fröhliches Kindergeplapper zu hören, das in Nörgeln umzukippen droht. Eine junge Altenpflegerin ist gekommen, um ihren Arbeitsvertrag zu unterschreiben und hat ihren zweijährigen Sohn dabei. Er wird langsam ungeduldig, aber den Leiter des Altenheims Haus Bonum, Peter Arndt, bringt das nicht aus der Ruhe. „Kinder sind im Haus Bonum gern gesehene Gäste und werden durch die Mitarbeiter unterstützt und mitbetreut“, sagt er.

### Dienstplan nach Wunsch

Dass die Pflegeeinrichtung in Michelstadt auch bei den Arbeitszeiten Rücksicht auf die Bedürfnisse von Kindern nimmt, war für die neue Mitarbeiterin der Grund, dorthin zu wechseln. Die Alleinerziehende hat nur vormittags einen Betreuungsplatz für ihr Kind. Doch nachmittags grundsätzlich frei zu haben, war bei ihrem vorherigen Arbeitgeber nicht möglich. „Bei uns geht das mit Leichtigkeit“, sagt Peter Arndt. Auch der häufigen Bitte von Eltern, vorzugsweise an Wochenenden zu arbeiten, wenn die Kleinen bei Oma und Opa sind, kommt das Haus Bonum gern nach. Das Projekt „Muttis im Nachtdienst“ ist ebenfalls sehr beliebt und wird oft als langsamer Wiedereinstieg in den Job genutzt. Bei der Dienstplangestaltung werden Wünsche so gut wie möglich berücksichtigt. Möglich ist das laut Arndt auch, weil die Altersstruktur im Team gemischt ist und andere Mitarbeiter viel Verständnis für junge Mütter haben, die auf bestimmte Dienstzeiten angewiesen sind.

### „Vieles selbstverständlich“

„Familienfreundliche Arbeitszeiten, Angebote zur Kinderbetreuung und eine Firmen- und Führungskultur, die Wert legt auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie – das waren einige der Kriterien, auf die wir bei der Preisvergabe geachtet haben“, sagt Maren Frangen vom IHK-Geschäftsbereich Standortpolitik. Die IHK Darmstadt hat den Wettbewerb „Familienfreundliche Betriebe im Odenwaldkreis“ unterstützt, der vom Lokalen Bündnis für Familie ausgeschrieben wurde.

Einer der Preisträger ist das Haus Bonum, in dem es rund 40 Stellen gibt, verteilt auf fast 70 Mitarbeiter – mehr als 80 Prozent davon Frauen. Um einen Dienstplan auszutüfteln, der für alle passt, setzt Peter Arndts Assistentin Vladimira Barton auf die Unterstützung eines Computerprogramms. „Aber vor allem sind viel Kreativität und guter Teamzusammenhalt gefragt. Bei uns ist schon vieles selbstverständlich, was andere Arbeitgeber vielleicht noch nicht normal finden“, sagt der Heimleiter. Angesichts der harten Konkurrenz um examinierte Altenpflege-Fachkräfte

te ist er sicher: „Wir haben nur eine Chance, wenn wir maximal familienfreundlich sind.“

### Die Preisträger

Beim Wettbewerb „Familienfreundliche Betriebe im Odenwaldkreis“ wurden undotierte Preise in drei Kategorien vergeben, für kleine, mittlere und große Betriebe. Bei den Firmen mit bis zu zehn Mitarbeitern überzeugte die Metzgerei Kirchschrager in Erbach. Unter den Unternehmen mit bis zu 100 Beschäftigten siegte das Altenpflegeheim Haus Bonum in Michelstadt. Als familienfreundlichster Betrieb mit mehr als 100 Angestellten wurde die Firma Jäger Direkt geehrt, die in Reichelsheim elektrotechnische Produkte

herstellt. Der Preis soll künftig alle zwei Jahre vergeben werden.

Die Initiative „Lokale Bündnisse für Familie“ wurde vor acht Jahren vom Bundesfamilienministerium gestartet. Ziel ist, Netzwerke zu knüpfen, an denen Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft beteiligt sind.

Kernthemen sind Vereinbarkeit von Familie und Beruf, verlässliche Kinderbetreuung und unterstützende familienfreundliche Infrastruktur sowie zunehmend auch die Vereinbarkeit von Erwerbstätigkeit und Pflege. An rund 660 Standorten bundesweit gibt es mittlerweile Lokale Bündnisse für Familie, unter anderem im Odenwaldkreis, in Darmstadt und im Kreis Darmstadt-Dieburg. <<



Die Auszeichnung als familienfreundlicher Betrieb nahm Geschäftsführer Peter Arndt vom Altenpflegeheim Haus Bonum (links) vom Ersten Kreisbeigeordneten Oliver Grobeis entgegen.

### Termine

## IVO Aktuell

### 9. OSBIT Odenwälder Studien- und Berufsinformationstag

5. November, Odenwaldhalle Michelstadt

7.45 Uhr Begrüßung  
8.00 Uhr Vortrag

### Impressum:

Industrievereinigung Odenwaldkreis (IVO)  
Untere Seewiese 3  
64711 Erbach  
Tel.: 06062 3930  
Fax: 06062 913862  
E-Mail: [braun@medianet-world.de](mailto:braun@medianet-world.de)  
Internet: [www.ivo-odw.de](http://www.ivo-odw.de)

**Redaktion:**  
Jürgen Walther  
Hermann Braun  
Manfred Giebenhain

Die IVO verabschiedet sich mit dieser Ausgabe von ihren Lesern im odenwaldregional und bedankt sich für das Interesse. Alle Mitglieder werden in Zukunft über die Neuigkeiten aus der Odenwälder Wirtschaft mit einem Newsletter auf elektronischem Weg informiert. Wer in den Verteiler aufgenommen werden möchte, wendet sich an die Redaktionsadresse.

Ein besonderer Dank geht an die Leitung der OREG und die Mitarbeiter im Bereich Unternehmenskommunikation für die gute Zusammenarbeit bei der Zeitungserstellung.

**Fit für die Zukunft!**  
[www.ivo-ausbildung.de](http://www.ivo-ausbildung.de)

### Neue Mitglieder

## Weitere Eintritte

Kurzportrait Maxim Ceramics GmbH aus Michelstadt

VON MANFRED GIEBENHAIN

Ob Becher, Krüge, gefrostetes Glas, Kaffee-Sets, Krüge oder Verpackungen – es gibt nahezu nichts, was die Michelstädter Firma Maxim als Hersteller und Importeur von Werbekeramik nicht zu bieten hätte.

Wiederholt mit der „Goldenen Krone“ der Werbung in der Kategorie Hersteller für Werbegeschenke ausgezeichnet, vertreibt das vorwiegend auf dem



polnischen Markt tätige Unternehmen seine Produkte nur über den Werbetikelfachhandel. Im Produktprogramm unter der Marke PorcelLine verfügt Maxim Ceramics über 30 eigene Designs von Bechern und Tassen, die in ganz Europa vorgehalten und geschützt

sind. Im Tagesgeschäft verfügt die Firma über einen Lagerstand von mehr als 3,7 Millionen Bechern und Tassen bei einer Tagesproduktionskapazität von ca. 15.000 Stück. <<