

# Gutes nicht als selbstverständlich ansehen

Für „mod“ ist Personalplanung „nachhaltig und unerlässlich“

VON HAUKE RUDOLPH

**Kleine und mittlere Unternehmen erzählen, was ihnen die Teilnahme am Arbeitgebermarketing-Workshop „Topas“ gebracht hat.**

**Einbeck.** Als Mittelständler in einer 30000-Einwohner-Stadt ist es für den kaufmännischen Dienstleister „mod“ nicht einfach, qualifiziertes Personal zu rekrutieren und in Einbeck zu halten. Das war der Grund für das Unternehmen, am Arbeitgeber-Marketingprojekt „Topas“ teilzunehmen.

IT-Services, Finanzen und Controlling sowie Personal-Services: Das sind die drei Geschäftsfelder von „mod“, für die Mitarbeiter mit klar definierten Qualifikationsprofilen benötigt werden. Doch die gibt es in Südniedersachsen nur begrenzt. „Zumal wir auch nicht ganz die Gehälter zahlen können, die in Großstädten üblich sind“, wie

Personalreferentin Katrin Stünkel sagt. „mod“ beschäftigt rund 100 Mitarbeiter bei einem Jahresumsatz von circa zehn Millionen Euro.

Im Laufe des Topas-Workshops wurden eine Menge Einsichten gewonnen. Darunter, was auch schon viele andere Unternehmen durch den Workshop erkannt haben: „dass wir bereits sehr viel richtig machen“, wie Susanne Spellerberg von der Unternehmenskommunikation bemerkt. So sei „mod“ ein familienfreundlicher Betrieb mit flexiblen Arbeitszeiten, unterschiedlichsten Teilzeitmodellen und Heimarbeit. Es gebe Kindergartenzuschüsse, ergonomische Bildschirmarbeitsplätze, flexible Gehaltsmodelle sowie regelmäßige Gespräche, in denen die Mitarbeiter Feedback erhielten sowie jedwede Form der Unterstützung angeboten bekämen. „Vertrauen verbindet“, betont Spellerberg, dieses

Prinzip werde gelebt. Allerdings unausgesprochen – und das sei der Knackpunkt.

Es habe sich nämlich ein Gefühl der Selbstverständlichkeit entwickelt, sowohl auf Seiten des Unternehmens als auch der Mitarbeiter. Der Firma sei nicht mehr bewusst gewesen, dass sie den Angestellten eine Menge biete, den Angestellten nicht mehr, dass sie eine Menge geboten bekämen. Durch die Teilnahme am Topas-Workshop sei das Bewusstsein dafür geschärft worden. Firma und Mitarbeiter entwickelten daraufhin eine „mod-Kultur-Cloud“, in der sie die einzelnen Bestandteile der Unternehmenskultur benannten.

Der Topas-Workshop habe aber auch neue Wege der Mitarbeiterfindung aufgezeigt, berichtet Stünkel. So habe „mod“ unter anderem Arbeitgeberprofile auf Kununu und Xing eingerichtet und in den sozialen Netzwerk Stellenanzeigen geschaltet. Allgemein achte die Firma stärker darauf, ihre Stellenanzeigen attraktiver zu gestalten und in einer ansprechenderen Sprache zu formulieren. Auch präsentiere sie sich häufiger auf Job-Messen in der Region und habe ein Video über den „mod“-Arbeitsalltag gedreht.

Derzeit ist das Unternehmen, das 1991 aus der KWS Saat ausgegliedert und 2004 von der Diplomkauffrau Anja Osterloh übernommen wurde, dabei, ein durchgängiges betriebliches Gesundheitsmanagement einzuführen. Eins stehe fest, betonen Stünkel und Spellerberg unisono: Eine langfristige, strategische Personalplanung sei „nachhaltig“ und nicht zuletzt deshalb „unerlässlich“.



Susanne Spellerberg und Katrin Stünkel (v.l.) von „mod“.

HR