



FASZINATION ELEKTRONIK

publish
industry
verlag



KARRIERE IN DER ELEKTRONIKINDUSTRIE

BILD-QUELLE: ISTOCK, ALFEXE

INTERVIEW MIT GUNTHER OLESCH
„Es mangelt an Qualifizierten,
nicht an Bewerbern“ S. 68

UMFRAGE ZUR MITARBEITERSUCHE
Die Arbeitswelt dem digitalen
Wandel anpassen..... S. 74

GEHALTSÜBERBLICK
Das verdienen Ingenieure und
Elektrotechniker..... S. 80

INTERVIEW MIT STEFAN HOITZ
„Das Lohngefälle nimmt
immer weiter ab“ S. 77



*Interview mit
Professor Gunther Olesch,
Phoenix Contact*

Gunther Olesch ist seit 1989 bei Phoenix Contact tätig. Als Geschäftsführer verantwortet er die Bereiche Personal, Informatik und Facility Management Engineering. Unter seiner Ägide setzt Phoenix Contact seit weit über einem Jahrzehnt auf Employer Branding und wurde infolgedessen mehrfach als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands ausgezeichnet.

Gunther Olesch ist außerdem langjähriger Lehrbeauftragter an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe. Darüber hinaus ist er Vorsitzender des Arbeitgeberverbands Lippe und Vorsitzender der Initiative für Beschäftigung OWL.

Ausbildung, Fachkräfte und der Wert von Employer Branding

„Es gibt keinen Mangel an Bewerbern, sondern an ausreichend Qualifizierten“

Viele Unternehmen können offene Stellen nicht wie gewünscht besetzen. Qualifizierte Arbeitskräfte sind Mangelware und zudem heiß umkämpft. Wir haben mit Professor Gunther Olesch, Chief Human Resources Officer bei Phoenix Contact, über die Schwierigkeit gesprochen, vielversprechende Bewerber zu finden. Er erklärt auch, weshalb Phoenix Contact nicht vom allgemeinen Fachkräftemangel betroffen ist und warum so manche Firma bis 2030 aussterben wird.

TEXT: Jessica Schuster, E&E BILD: Phoenix Contact

E&E: Eine Befragung des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK) hat ergeben, dass rund 31 Prozent der Unternehmen freie Lehrstellen nicht besetzen konnten. Wie schätzen Sie die Lage ein?

Gunther Olesch: Ja, diese Statistiken sind allgemein bekannt. Gottseidank gelten sie nicht für Phoenix Contact. Wir haben heute noch nicht so starke Probleme wie andere Unternehmen, wenn es etwa darum geht, Auszubildende zu bekommen. Momentan können wir alle Lehrstellen besetzen.

Wie viele Bewerber melden sich bei Ihnen?

Wir haben an die 1.200 Bewerbungen auf 100 Positionen, die wir ausschreiben. Einen Mangel an Bewerbern gibt es also nicht – vielmehr einen Mangel an ausreichend Qualifizierten.

Wie beurteilen Sie, ob ein Bewerber ausreichend qualifiziert für eine Ausbildungsstelle ist?

Wir machen eine Art Test, denn die Schulnoten müssen unterschiedlich beurteilt werden. Eine „Drei“ hier bedeutet eine „Zwei“ dort. Wir müssen ja wissen,

über was für ein Wissenslevel die potenziellen Auszubildenden verfügen. Die Noten geben häufig nicht die konkrete Leistungsfähigkeit wieder. Mit dem Test wollen wir bei den jungen Leuten herausfinden, wo es Nachholbedarf gibt und wo nicht. Durchgeführt wird das Ganze zudem in Gruppen, um auch das Sozialverhalten zu betrachten. Kommunikation ist eminent wichtig. Man spricht von emotionaler Intelligenz. Sie ist der entscheidende Faktor, auch für den beruflichen Erfolg. Ein enorm hoher IQ bringt nichts, wenn man sein Wissen nicht überbringen kann.

An welchen Fähigkeiten hapert es bei den heutigen Bewerbern am meisten?

Da wir ein technologisches Unternehmen sind, ist ein zentraler Punkt das Rechnen. Wenn man einen Abiturienten fragt: „Das Produkt kostet 300 Euro. Wie hoch wäre ein Rabatt von 15 Prozent?“ Dann kann es passieren, dass geschätzt wird. Dabei handelt es sich um einen einfachen Dreisatz. Ich finde, das ist Basiswissen. Den Satz des Pythagoras zu beherrschen, ist zwar schön und gut, doch den habe ich das letzte Mal benutzt, als ich in der Schule war. Den Dreisatz hingegen brau-

che ich permanent. Das Gleiche gilt für Deutsch. Für mich gehört es dazu, im Anschreiben an einen Kunden die Grammatik korrekt zu beherrschen.

Was können Unternehmen gegen solche Wissenslücken unternehmen?

Wir vermitteln so ein Basiswissen in unserem Zusatzunterricht für die Auszubildenden. Dort unterrichten wir beispielsweise Mathematik und Deutsch. Hier erwarte ich eigentlich, dass das von der Schule kommt, nicht von uns. Einige junge Menschen kommen mit der Haltung zu uns, alles zu wissen. Dann müssen sie die Maschine wirklich beherrschen und nicht nur darüber reden. In der Ausbildung werden sie geerdet. Damit übernehmen unsere Ausbilder Erziehungsaufgaben, die eigentlich die Schule und die Eltern übernehmen müssten.

Tauschen Sie sich mit anderen Unternehmen aus? Wie sieht es bei denen aus?

Ja, wir tauschen uns intensiv aus. Überall zeigt sich das gleiche Bild. Was wir uns von Schulen wünschen, sind Grundrechenarten in der Mathematik, Rechtschreibung in Deutsch und ein Unterrichtsfach darüber, wie ein Unterneh-

„Die Veränderungskompetenz wird immer wichtiger.“

men funktioniert. Ich selbst habe Abitur gemacht und hatte keine Ahnung, was der Unterschied zwischen Umsatzrendite und Deckungsbeitrag ist. Das muss man dann aber die ganze Zeit beherrschen, und es wird nicht unterrichtet!

Ist es heutzutage schwer, Schüler zu einer technischen Ausbildung zu bewegen?

Jungen weniger als Mädchen. Jungen arbeiten gerne mit Technik und sitzen gerne vor dem Computer. Mädchen zwar auch, sie nutzen die Technik jedoch mehr als soziales Netzwerk.

Wie erfolgreich sind Ihre Versuche, speziell junge Frauen für technische Berufe zu begeistern?

Wir machen sehr viel, um Mädchen technische Berufe näher zu bringen. Der Erfolg ist jedoch mäßig. Wenn wir einen Girl's Day veranstalten, sind die Mädchen im ersten Moment richtig begeistert. Am Ende wählen sie trotzdem oft einen anderen Weg. Diese 100 Positionen, die wir pro Jahr zu besetzen haben, sind zu 85 Prozent technisch und zu 15 Prozent kaufmännisch. Von letzteren 15 Prozent sind 80 Prozent Frauen; bei den 85 Prozent sind es dagegen nur 6 Prozent.

Ist das ein deutsches Phänomen?

Ich unterrichte an der Hochschule Ostwestfalen-Lippe internationale Gruppen. Aus Indien kommen 55 Prozent, aus China 50 Prozent Frauen aus technischen Branchen. Nur in Deutschland sieht es anders aus. Das ist unglaublich. In kaufmännischen Berufen gibt es viele Frauen, im Einkauf, Finanzwesen, in der Öffentlichkeitsarbeit oder dem Personalwesen. Doch sobald es um die Entwicklung von Technologie geht: hauptsächlich Männer.

Ein Großteil der jungen Leute scheint lieber auf Universitäten zu gehen, anstatt

einen handwerklichen Beruf zu erlernen. Ist das ein Versäumnis der Politik?

Nein, das ist kein Versäumnis, ganz im Gegenteil. Die Politik hat vor 15 Jahren gesagt, es gebe zu wenig Akademiker. Deswegen hat man viel Werbung für die Hochschulen betrieben. Jetzt ist das Pendel zu sehr in die andere Richtung ausgeschlagen, weil eine Stelle als Facharbeiter plötzlich nicht mehr interessant zu sein scheint. Wenn sich ein Facharbeiter allerdings weiterbildet, verdient er das Gleiche wie ein Akademiker. Das ist vielen nicht bewusst.

Sie haben allerdings auch studiert.

Akademikertun – das sage ich auch immer meinen Studenten – ist wie eine Eintrittskarte zu einem Theaterstück, dessen Hauptdarsteller, Regisseur oder Drehbuchautor sie sind. Macht was daraus! Ich zum Beispiel würde von meiner Ausbildung her gar nicht in dieses Unternehmen gehören. Ich bin Psychologin und in einem Hightech-Unternehmen in der Geschäftsführung für Information Technologies zuständig, für Facility Management und HR. Passt eigentlich gar nicht. (lacht)

Wie kann man wieder mehr junge Leute dazu begeistern, eine Ausbildung zu machen?

Dieses Pendel muss jetzt wieder in die Mitte zurückgeholt werden. Wir brauchen natürlich Facharbeiter, die zum Beispiel eine Maschine bedienen und warten, bei der ein Ingenieur auf Dauer sagt, er fühle sich unterfordert. Eine Maschine muss aber betreut werden; sie läuft nicht von selber. Daher machen wir an den Schulen sehr viel für eine Facharbeiterausbildung. Wir schicken unserer Ausbilder und auch unsere Auszubildenden in die Schulklassen. Gerade letztere sind ja viel glaubwürdiger, wenn sie 18, 19 Jahre

alt sind und sagen: „Das macht mir Spaß. Die Arbeit ist toll.“ Außerdem holen wir Schulklassen in das Unternehmen, damit sie sich die Ausbildung einmal ansehen können. Aber gleichwohl, wir alle, die Unternehmen wie auch die Politik müssen wieder Werbung für Facharbeiterpositionen machen. Das ist wichtig.

Gibt es ein Fachgebiet, für welches Sie gerade besonders intensiv nach qualifiziertem Personal suchen?

Primär sind wir ein Industrieunternehmen. Wir haben allerdings als Strategie festgelegt, stark in die Software und Digitalisierung zu investieren, weil es einfach die Zukunft ist. Dafür suchen wir natürlich Fachleute. Momentan bauen wir eine digitale Schnittstelle zum Kunden auf und brauchen daher Leute, die zum Beispiel auch bei Amazon oder Alibaba arbeiten. Denn die bringen die notwendigen Erfahrungen mit. Wir sind in dieser Welt nicht groß geworden.

Das heißt, dass Sie sich die IT-Kompetenz erst einmal zukaufen werden?

Wir haben in unserem Unternehmen IT-Kompetenz, aber nicht in dem Maße wie wir es in naher Zukunft brauchen werden. Es gäbe zwar die Möglichkeit, diese Kompetenz weiter selbst zu fördern. Dafür müssten wir unter anderem mehr Ausbilder einstellen. Das würde, wenn wir meinetwegen zehn eigene Leute ausbilden, wahrscheinlich rund fünf Jahre dauern. Ein neuer Mitarbeiter, der zuvor in einem IT-Unternehmen tätig gewesen ist, muss dagegen nur etwa ein Jahr eingearbeitet werden. Das heißt, das ist einfach schneller – vier Jahre schneller. Deshalb haben wir uns dafür entschieden.

Phoenix Contact ist nicht in einer großen Stadt beheimatet. Stellt Sie das vor Probleme, gute Fachkräfte zu finden?

„Das Wesentliche ist das Wohlfühlen, nicht das Geld.“

Wir haben zurzeit pro Monat 1.000 Bewerber. Für Phoenix Contact ist das also nicht so schwer. Das ist jedoch nicht ohne Grund so: Von den Produkten her sind wir außerhalb der Branche weitgehend unbekannt. Sie können uns noch nicht einmal im Baumarkt kaufen. Deswegen haben wir vor rund 15 Jahren angefangen, auf Employer Branding zu setzen. Schon vor 20 Jahren wusste man, wie die demographische Entwicklung aussehen wird. Damals hatte ich gesagt, dass wir viel stärker auf die Arbeitgeber-Attraktivität setzen müssen. Denn wir waren nicht Microsoft, Porsche oder BMW, die alle als tolle Marken mit tollen Hauptsitzen in den Städten empfinden.

Was haben Sie unternommen, um diese Attraktivität sicher zu stellen?

Wir haben angefangen, die Bedürfnisse der Mitarbeiter zu ermitteln. Wir waren eines der ersten Unternehmen, das damals Mitarbeiterbefragungen durchgeführt hatte. Viele führen Befragungen durch und sehen die Sache dann als erledigt an. Nichts ist fataler als das. Bei uns setzt sich jeder Vorgesetzte mit seinen Mitarbeitern zusammen und setzt Verbesserungsbedarf um, der aus den umfangreichen Analysen hervorging. Das sollte das Ziel sein. Alle zwei Jahre führen wir eine Mitarbeiterbefragung durch. 2019 ist es wieder so weit. Da wird man sehen, ob die Vorgesetzten ihre Ziele erfolgreich umsetzen konnten.

Wozu betreiben Sie einen solch hohen Aufwand?

Die Generationen Y und Z haben heute ein anderes Werteverständnis. Denn sie wollen nicht nur Karriere machen und Geld verdienen, sondern ein Arbeitsumfeld haben, in dem sie sich wohlfühlen. Überall lässt sich herausfinden, wer einen guten Ruf als Arbeitgeber hat: Facebook,

Xing und so weiter. Wir fragen alle jungen Menschen, die sich bei uns bewerben, wie sie auf Phoenix Contact gekommen sind. Die Antwort lautet: „Sie sind ein sehr guter Arbeitgeber.“ Dadurch bekommen wir die Leute; die Örtlichkeit spielt keine Rolle. Denn was nützt es ihnen, wenn sie in Berlin tätig sind und vielleicht auch gut verdienen, aber jeden Morgen mit Bauchschmerzen zur Arbeit gehen? Ein angenehmes Umfeld kann auch durch das höchste Gehalt und die schönste Stadt nicht ersetzt werden. Hinzu kommt noch, dass junge Menschen zwar schon gerne nach Berlin wollen, doch sobald Kinder dazukommen, wird es preislich schwierig. Hier draußen auf dem Land kostet ein allein stehendes Haus noch 300.000 Euro, doch in München steht eine eins davor. Das könnte auch ein Vorteil für unseren Standort sein.

Es geht vielen Bewerbern heute also nicht mehr unbedingt um ein besonders hohes Gehalt?

Das Wesentliche ist das Wohlfühlen, nicht das Geld. Wir wollen nicht, dass die Menschen bei uns für Geld arbeiten, sondern für Phoenix Contact. Das machen wir nicht nur aus Selbstzweck. Es gibt hierfür messbare Größen. Die Besetzungsquote: Im letzten Jahr konnten die deutschen Unternehmen nur 75 Prozent der qualifizierten Positionen besetzen – wir 95 Prozent. Die Fluktuation: Deutschlandweit liegt die Fluktuation bei 8,6 Prozent – bei uns liegt sie bei 0,9 Prozent. Der Krankenstand: Deutschlandweit liegt er bei 8,7 Prozent – wir hatten 2017 im Durchschnitt 4,8 Prozent.

Entscheidend für viele qualifizierte Bewerber ist also vor allem das gute Betriebsklima?

Ja, wir haben ein gutes Arbeitsumfeld und deswegen kommen die Leute zu uns.

Ich behaupte, bis zum Jahr 2030 werden viele Unternehmen aussterben, die keine gute Unternehmenskultur haben.

Wie meinen Sie das?

Die wenigen Hochqualifizierten können sich ihren künftigen Arbeitgeber einfach auswählen. Ich erlebe das heute schon an der Hochschule, an der ich den Master „Wirtschaftsingenieur international“ unterrichte. Ein Jahr bevor die Studenten fertig sind, haben sie bereits fünf Angebote und brauchen sich nirgendwo bewerben. Fünf Angebote als Wirtschaftsingenieur! Das ist vielen Unternehmen gar nicht bewusst. Sie warten ab und schalten erst Anzeigen, wenn sie Personal brauchen. Dann sind die besten Absolventen aber schon weg. Man muss viel früher anfangen. Deswegen engagieren wir uns auch bewusst an der Hochschule, denn hier können Sie die besten Leute rekrutieren.

Welche Fähigkeiten müssen Arbeitnehmer in Zukunft vor allem mitbringen?

Also, wenn ich von Kompetenzen spreche, wird vor allem eine deutliche Veränderungskompetenz wichtig werden. Was will ich damit sagen? Wenn jemand vor 30 Jahren einen Job angefangen hat, hat er ihn nach zehn Jahren ganz ähnlich gemacht. Heute erleben wir durch die digitale Transformation einen permanenten Wandel. Deswegen ist es wichtig, dass man bereit ist, sich auch zu verändern und nicht zu sagen: „Ich habe das jetzt gelernt. Das will ich jetzt so weitermachen.“ In fünf Jahren macht man vielleicht nicht etwas völlig anderes, aber man macht es in abgewandelter Weise. Lernbereitschaft, das ist etwas, was sehr, sehr entscheidend für die Zukunft ist. Man muss aufgeschlossen sein. Und noch eine Kompetenz: Man muss neugierig für Neues sein. □

Die Zukunftskonferenz für die Digitalisierung der Industrie

INDUSTRY.forward

am 7. Juni 2018 in Berlin

Business Model Innovation,
Digitalisierung der Kundenschnittstelle,
New Work – die Geschäftsprozesse der
Zukunft gestalten!

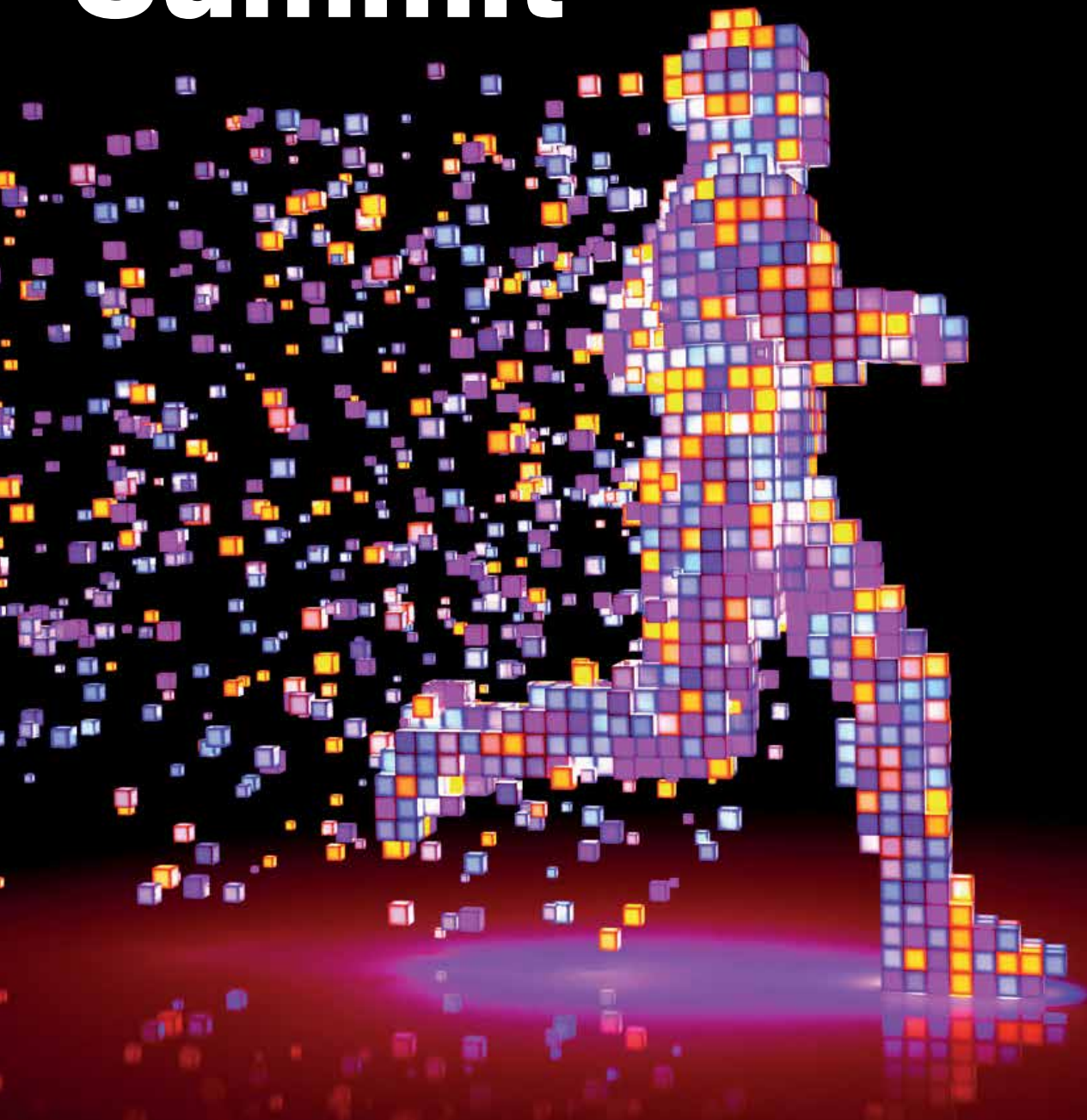


INDUSTRY
FORWARD

Aus der Industrie für die Industrie

Vernetzung, Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle verändern die Beziehung zum Kunden und fordern neue agile Prozesse und Strukturen. Silos müssen aufgebrochen, neue Fähigkeiten entwickelt und Organisationen umgebaut werden.

Summit



Der INDUSTRY.forward Summit ist Pulsgeber und gibt praktische Antworten, wie Industrieunternehmen diese Herausforderungen meistern. Die Strategie- und Praxis-erfahrenen Speaker kommen aus erfolgreichen Industrie- und Mittelstandsunternehmen. Jeder einzelne verfügt über Erfahrungen, wie relevante Elemente der digitalen Transformation gemeistert werden können – zusammen liefern sie eine Blaupause für den Digital Change eines Industrieunternehmens.

**Programmdetails,
Speakerinformationen
und Tickets unter:**

www.industry-forward.com

Umfrage zu Mitarbeitersuche und -bindung

DIE ARBEITSWELT MUSS SICH DEM DIGITALEN WANDEL ANPASSEN

Die digitale Transformation bringt nicht nur in technischer Hinsicht viele Herausforderungen mit sich, sondern verändert auch die Arbeitswelt in erheblichem Maße. Angestellte müssen neue Fähigkeiten erlernen, bisherige Berufsbilder wandeln sich und neues Fachwissen ist nötig. Angesichts dieser Herausforderungen haben wir einigen Unternehmen folgende Fragen gestellt: Wie schaffen Sie es, sich die Dienste von talentierten und gut ausgebildeten Berufseinsteigern und Fachkräften zu sichern? Und wie gelingt es Ihnen, die besten davon langfristig zu binden?

UMFRAGE: Florian Mayr, Anna Gampenrieder, Florian Streifinger, E&E

BILDER: iStock, Gremlin; Arrow, Harting, Infineon, ODU, Schukat, Stäubli, Maximilian Mutzhas, Christian Schwier



RUTH BECK

Klassische hierarchische Modelle in einer Unternehmensstruktur gehören mehr und mehr der Vergangenheit an. Flache Organisationen sind viel besser dazu geeignet, ein Unternehmen und damit seine Mitarbeiter auf sich schnell ändernde Bedingungen einzustellen. Es gilt nun, die Weiterentwicklung von Mitarbeitern auf neuen Ebenen zu denken, die sich in verschiedene Richtungen bewegt statt nur rein vertikal. Unternehmen, die diese neuen Ansätze verstehen und umsetzen können, sind in der Lage, den „Mitarbeiter der Zukunft“ erfolgreich anzusprechen und länger zu halten. Und das auf Basis von interessanten und abwechslungsreichen Aufgaben und Projekten. Durch Work Life Integration können sich zudem das berufliche und private Leben gegenseitig befruchten, beispielsweise durch großartige menschliche Erfahrungen im Rahmen von Corporate Social Responsibility-Projekten.

Ruth Beck, Vice President HR,
Arrow EMEA Components



RALF MEMMEL

Infineon ist weltweit aktiv, um geeignete Kandidaten über verschiedene Kanäle zu finden. Dazu gehen wir zum Beispiel Kooperationen mit Universitäten ein, arbeiten mit Schulen, besuchen Messen oder veranstalten spezielle Events. Auch arbeiten wir kontinuierlich an unserem Bekanntheitsgrad und am Employer Branding. Bereits Schüler können Infineon in Praktika oder über ein Projektseminar kennenlernen. Infineon bildet bedarfsgerecht aus und bietet sowohl klassische Ausbildungsberufe als auch eine Vielzahl dualer Studiengänge an in Bereichen, die für unseren Unternehmenserfolg kritisch sind. Der Vorteil ist, die Studierenden wissen, in welchem Bereich sie später arbeiten werden. Wir haben viele Werkstudenten, bieten globale Trainee-Programme an oder unterstützen Promotoren.

Ralf Memmel, Leiter des HR Future
Work Environment von Infineon



GERLINDE DILG

Bewerber können sich heute aufgrund der Digitalisierung sehr gut informieren. Die Unternehmen sind transparenter als früher. Zugleich sinkt allgemein die Loyalität gegenüber einer Firma. Wir tun viel für familienfreundliche Strukturen mit flexiblen Arbeitszeiten, Elternzeit und individuellen Regelungen soweit es wirtschaftlich vertretbar ist. Dazu fördern wir aktiv die Weiterbildung unserer Mitarbeiter und bieten attraktive Sozialleistungen. Unser Recruiting-Team beschäftigt sich außerdem sehr intensiv mit Methodik und dem Handling der Mitarbeiterfindung. Gerade bei Online-Bewerbungen erwarten Bewerber eine schnelle Rückmeldung. Sie wollen sich schnell, unkompliziert und umfassend bei Bewertungsportalen über neue Arbeitgeber informieren. Umgekehrt wollen sie auch gerne gefunden werden. Deshalb sind wir auf diesen Plattformen aktiv.

Gerlinde Dilg, Personalleiterin
von ODU



EDITH SCHUKAT

Als Familienunternehmen setzen wir auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mitarbeitern, eine freundliche Arbeitsatmosphäre und kurze Entscheidungswege. Fachkräfte übernehmen bei uns stetig mehr Verantwortung und entwickeln sich weiter. Sie erhalten die Sicherheit, langfristig und selbstständig an Projekten und Strategien arbeiten zu können sowie Kunden- und Herstellerbeziehungen zu pflegen. Besonderen Wert legen wir auf die Förderung junger Talente, die wir gewissenhaft auswählen: Unsere kaufmännischen und IT-Auszubildenden bekommen bei uns die Möglichkeit, ausbildungs- oder berufsbegleitend zu studieren, und nutzen das sehr häufig. Ihnen vertrauen wir später gerne verantwortungsvolle Positionen an, zum Beispiel im Line- und Produktmanagement.

Edith Schukat, Prokuristin von
Schukat Electronic



THOMAS SPINDLER

Stäubli wächst stetig und vergrößert an mehreren Standorten sein Team. Daher sind wir immer auf der Suche nach interessierten Mitarbeitern. Zur Rekrutierung greifen wir auf Kanäle wie Online-Job-Portale, Tageszeitungen und Anzeigen auf unserer Website zurück. Nutzen aber auch Kontakte zu Bildungseinrichtungen, Messen und Mitarbeiterempfehlungen. Wir sind international aufgestellt und in vielen Bereichen aktiv. Durch unser breites Anwendungsspektrum in der Industrie sind die Aufgabengebiete sehr vielseitig. Dadurch können wir spannende und abwechslungsreiche Betätigungsfelder bieten. Gleichzeitig fördern wir Talente und unterstützen unsere Arbeitnehmer gezielt bei der Weiterbildung. Einen Großteil unserer Führungskräfte rekrutieren wir aus den eigenen Reihen.

Thomas Spindler, Head of Sales & Marketing Stäubli Electrical Connectors



REINER GERSTNER

Bei der Nachwuchssicherung setzen wir auf eine fundierte kaufmännische und technische Berufsausbildung und eine enge Zusammenarbeit mit Hochschulen. Wir unterstützen etwa die Studentengruppe TUfast Eco Team, die unseren Elektro-Antrieb in ihrem Rennwagen verwendet und damit erfolgreich an Wettbewerben teilnimmt. Zudem sind wir Praxispartner bei „Hochschule Dual“ und bieten Studierenden die Möglichkeit, ihre Abschlussarbeit bei TQ zu verfassen. Hinzu kommt, dass unsere Aufgabengebiete sehr abwechslungsreich sind. Mitarbeitern können bei Leuchtturmprojekten mitwirken, etwa bei der Produktion von Robotern oder der Markteinführung des selbst entwickelten Hochleistungsantriebs für E-Bikes.

Reiner Gerstner, Chief Marketing Officer der TQ-Group



PHILIPP WOLTER

Wago bietet talentierten Berufseinsteigern spannende Positionen mit Entwicklungsperspektiven in unterschiedlichen Bereichen. Wichtig sind zum einen die sehr interessanten Aufgaben mit viel Freiraum als auch die kurzen Entscheidungswege, die ein Familienunternehmen ausmachen, sowie Professionalität und ein starkes Wachstum. Um unsere neue Mitarbeiter langfristig an Wago zu binden, bieten wir unterschiedliche Maßnahmen an. Diese beinhalten verschiedene Entwicklungs- sowie individuell abgestimmte Weiterbildungs- und Schulungsprogramme. Außerdem unterstützen wir unsere Mitarbeiter aktiv im Bereich Work-Life-Balance. Mit Angeboten von der Kinderbetreuung bis hin zum Lebenslagen-Coaching übernehmen wir Verantwortung für unsere Mitarbeiter.

Philipp Wolter, Recruiting und Personalmarketing bei Wago



SONJA ROTH

Wir gewinnen junge, talentierte Fachkräfte unter anderem, indem wir ihnen die Möglichkeit bieten, in spannenden, zukunftsweisenden Digitalisierungsprojekten zu arbeiten. Sie können bereichsübergreifend an verschiedenen Harting-Standorten tätig sein, auch im Ausland. Darüber hinaus profitieren unsere Nachwuchskräfte vom breiten Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten, zum Beispiel als E-Learning, über Präsenzveranstaltungen oder auch durch die Förderung von berufs begleitenden Studiengängen. Die Seminare reichen von Soft Skills bis hin zur Digitalen Transformation. Unser betriebliches Gesundheitsmanagement Fit@Harting wird von den Mitarbeitenden ebenfalls sehr gut genutzt. Zudem bietet Harting über 50 verschiedene Gleitzeit- und über 100 Teilzeitmodelle sowie Home-Office an.

Sonja Roth, Zentralbereichsleiterin Personal bei Harting

Interview mit Stefan Hoitz, Michael Page

„Das Lohngefälle nimmt ab“

Der Arbeitsmarkt hat sich zu einem Kandidatenmarkt entwickelt, sagt Stefan Hoitz, Director bei der Personalvermittlung Michael Page. Im Zeitalter des Fachkräftemangels bewerben sich nicht mehr nur Arbeitssuchende bei Unternehmen, sondern auch Unternehmen bei den Kandidaten. Im Gespräch mit E&E erklärt Hoitz daher unter anderem, welche Berufe besonders gefragt sind und was angehende Techniker und Ingenieure an Gehalt erwarten können.



DAS INTERVIEW FÜHRTE: Florian Mayr, E&E BILD: Michael Page

Herr Hoitz, Sie sind seit sechs Jahren bei Michael Page tätig. Wie gefragt ist die Personalvermittlung heutzutage?

Sehr gefragt. Es ist ein nach wie vor ein wachsender Markt. Die Bereitschaft mit Personaldienstleistern zu arbeiten, ist mittlerweile bei fast jedem Unternehmen vorhanden. Das war zu Beginn meiner Karriere noch anders. Damals war es noch eine teilweise erklärungsbedürftige Dienstleistung. Dass das heute nicht mehr so ist, liegt auch daran, dass viele Unternehmen nicht mehr in Lage sind, ihre Positionen alleine zu besetzen.

Wer sind Ihre primären Kunden?

Unsere Kunden reichen vom Start-up-Unternehmen bis hin zum DAX-30-Konzern.

Aktuell ist man in manchen Regionen Deutschlands, zumindest gefühlt, schon nahe an der Vollbeschäftigung. Wie sehen Sie den Stand des deutschen Arbeitsmarktes?

Grundsätzlich ist es so: Je spezialisierter eine Position, desto größer ist die Nachfrage und desto geringer das Angebot an Kandidaten. Mittlerweile ist es tatsächlich so, dass wir von einem Kandidatenmarkt sprechen. Ein guter Kandidat kann sich heute aussuchen, in welchem Unternehmen er arbeitet. Der Kandidat bewirbt sich heute nicht mehr beim Unternehmen, sondern Unternehmen bewerben sich beim Kandidaten. Das hat sich in den letzten Jahren deutlich verändert.

In der Tagespresse wird immer wieder ein Fachkräftemangel beklagt. Gibt es einen solchen in Deutschland?

Das ist sehr positions- und branchenbezogen. Wie ich gerade sagte: Je spezialisierter, desto schwieriger ist es für die Unternehmen, geeignete Fachkräfte zu finden. Es gibt auch einige Unternehmen, die mit Sicherheit bis zu zwölf Monate die jeweilige Position nicht besetzen können. Aber das würde ich jetzt nicht pauschal auf den gesamten Arbeitsmarkt ausdehnen.

Welche Berufsfelder sind im Bereich Engineering derzeit besonders gefragt?

Das sind die Bereiche, in denen intensiv nach Fachkräften gesucht wird. Viele Unternehmen sind dabei, stärker zu automatisieren und ihre Produktionslinien und Prozesse zu digitalisieren. Gesucht werden vor allem Positionen im Bereich Software- und Hardwareentwicklung sowie im System Engineering, also im Bereich des sogenannten Embedded Engineering. Ein weiteres Thema sind die großen Datacenter, die an vielen Orten entstehen. Klima- und Kältetechniker werden dort unter anderem sehr stark gesucht und sind gefragte Berufszweige.

Welche Fachkräfte sind sonst noch gefragt?

Das ist je nach Branche sehr unterschiedlich. Speziell für den Bereich der Digitalisierung kann ich aber sagen: Hier werden neben den klassischen Positionen im Bereich der Entwicklung von Soft- und Hardware auch Projektmanager mit Know-how im Bereich der Elektrotechnik stark nachgefragt.

Wie wichtig ist Unternehmen erste Berufserfahrung bei den Bewerbern?

Unternehmen haben zum Teil sehr spezifische Anforderungen. Die Absolventen von der Uni und auch von Ausbildungsberufen werden in den Unternehmen häufig weiter ausgebildet, um ihnen spezifisches Know-how mitzugeben. Viele Unternehmen investieren nochmal ein bis zwei Jahre in den Kandidaten bis er tatsächlich das nötige Wissen hat. Deswegen ist es für viele Unternehmen auch spannend, sich gerade die jungen Kandidaten mit zwei bis drei Jahren Berufserfahrung vom Markt zu angeln, um genau diesem Investitionszeitraum ein Stück weit zu entgehen.

Am gefragtesten am Arbeitsmarkt sind also vor allem junge Leute mit ein paar Jahren Berufserfahrung?

Ja, im Sinne von noch formbar im Wissen und noch offen für neue Eindrücke. Das ist immer gefragt, gepaart mit den ersten Jahren Berufserfahrung.

Weil wir gerade beim Thema Berufseinsteiger sind: Was verdienen junge Techniker und Ingenieure?

Im Bereich Techniker, das heißt mit Berufsausbildung, sind wir als Berufseinsteiger im Bereich von 32.000 Euro bis 40.000 Euro Jahresgehalt. Ingenieure liegen mit dem entsprechenden Studienabschluss bei rund 40.000 bis 50.000 Euro. Es gibt aber auch Unternehmen, die für Absolventen weit über 50.000 Euro bezahlen.

Das wirkt, als seien Techniker ebenso gefragt wie Studienabsolventen.

Sie sind ebenso gefragt wie Ingenieure, absolut.

Können Absolventen in der heutigen Situation selbstbewusster auftreten und mehr Gehalt verlangen?

Die Gehälter haben sich in den letzten Jahren schon sehr nach oben entwickelt – auch bedingt durch die Knappheit der entsprechenden Fachkräfte. Wie üblich in der freien Marktwirtschaft bestimmt das Angebot die Nachfrage. Im Wesentlichen haben aber Unternehmen klare Gehaltsvorstellungen in Bezug auf Absolventen. Es gibt also weniger den klassischen Verhandlungsspielraum, sondern es ist beim Berufseinstieg vielmehr die Frage, in welche Branche gehe ich und wie groß ist das Unternehmen.

Unterscheiden sich die Einstiegsgehälter in den verschiedenen Branchen – zum Beispiel Pharma, Maschinenbau – voneinander?

Nein, das unterscheidet sich nicht so sehr beim Einstieg. Branchenunterschiede entwickeln sich eher im Zuge der Berufslaufbahn. Was man hingegen immer wieder feststellt, ist ein Unterschied zwischen KMUs und Konzernen.

Wie schwer ist es, Personal an Unternehmen zu vermitteln, deren Standorte nicht in den großen, hippen Städten liegen?

Viele Unternehmen haben mit der Location zu kämpfen, wenn sie sehr weit von Ballungsgebieten entfernt sind. Das ist zunehmend zu beobachten. Andererseits gibt es auch sehr viele Local Heroes, die sehr beliebte Arbeitgeber in einem gewissen Einzugsgebiet sind. Viele Unternehmen machen das sehr geschickt, indem sie sich regional einbringen und gut positionieren. Aber klar, der Kampf um die guten Arbeitskräfte, ist auf dem Land genau so groß wie in der Stadt.

Was müssen Unternehmen abseits der Ballungsgebiete machen, um sich die Dienste der besten Fachkräfte zu sichern?

Sie müssen sehr stark am Thema Employer Branding arbeiten und sich ein gutes Image aufbauen. Gerade in ländlicheren Gegenden sprechen sich Arbeitsbedingungen, gute aber auch negative Meinungen von Mitarbeitern noch schneller herum als in der Stadt. Es ist auch wichtig, frühzeitig mit Schulen zusammenzuarbeiten, um mit den Schülern rechtzeitig über Ausbildungsplätze zu sprechen und sie für sich zu gewinnen. In den ländlichen Gegenden sind die Unternehmenszugehörigkeiten noch immer sehr lang.

Wie wichtig ist in solchen Regionen der Faktor Gehalt? Gibt es noch ein Gefälle zwischen Stadt und Land?

Das hat sich sehr verändert. Vor einigen Jahren gab es noch ein deutlicheres Gefälle. Unternehmen in ländlicheren Gegenden haben aber immer mehr Schwierigkeiten, Fachkräfte nur aus der Region zu rekrutieren. Sie müssen also mehr und mehr Experten aus der Stadt anziehen. Diese bekommen sie natürlich nicht, wenn sie weniger bezahlen. Insofern hat eine Anpassung stattgefunden.

Zum Ende hin möchte ich noch auf die Fähigkeiten zu sprechen kommen, die für Arbeitgeber heute interessant sind. Welche Weiterbildungen sollten Arbeitnehmer wahrnehmen, welche Fähigkeiten schärfen?

Es werden immer mehr Softwarekenntnisse gefordert. Seien es Programmiersprachen wie C, C++ oder C#, seien es CAD-Kenntnisse und Erfahrungen mit zum Beispiel Catia, SolidWorks oder Creo beziehungsweise CAE-Kenntnisse wie Eplan oder aber auch ERP-Kenntnisse wie beispielsweise SAP. Steuerungstechniken wie SPS oder S7 sind ebenfalls ein großes Thema. Außerdem werden die Unternehmen zunehmend internationaler; Englisch ist daher entscheidend. Kommunikations-Skills sind allgemein relevant.

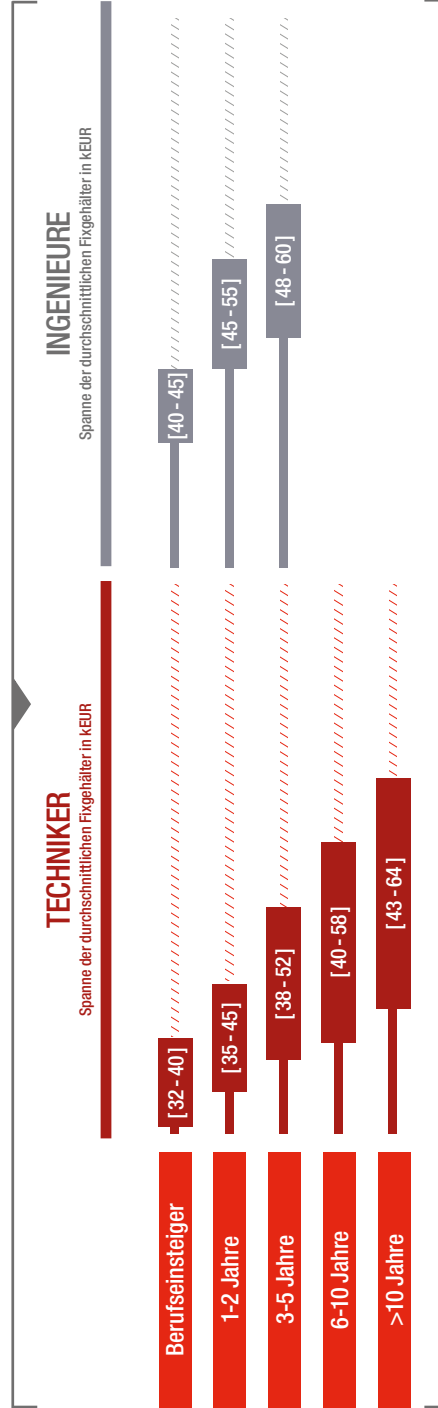
Ist Bewerbern ein entsprechendes Weiterbildungsangebot seitens der Unternehmen wichtig?

Kandidaten ist es heute sehr wichtig, wenn sie sehen, dass in ihre Karriere weiter investiert wird.

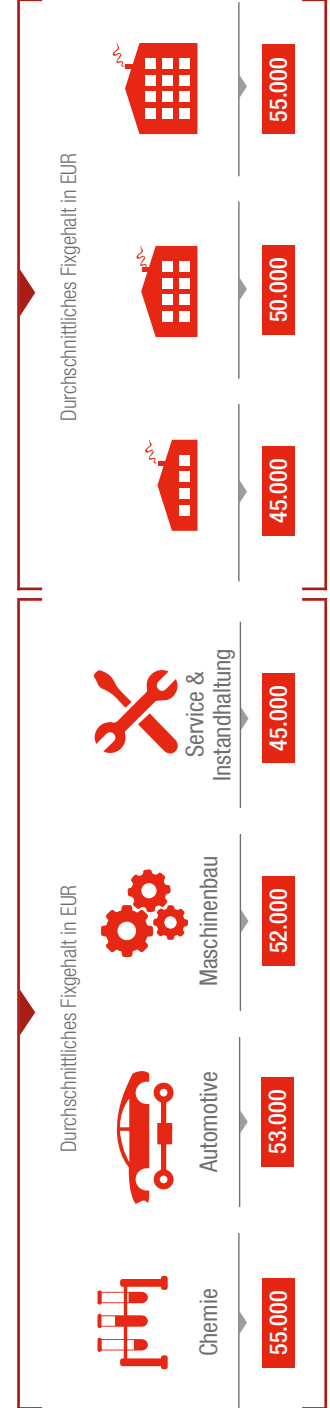
GEHÄLTER

INGENIEURE & ELEKTROTECHNIKER

GEHÄLTER NACH BERUFSERFABHRUNG



GEHÄLTER NACH BRANCHEN



GEHALTSTABELLE: ALLE UNTERSUCHTEN POSITIONEN AUF EINEN BLICK

FUNKTIONSBEREICH	MIN*	MAX*	Ø Fixgehalt in EUR
Qualitätsingenieur	45.000	65.000	50.000
Elektroingenieur	42.000	65.000	55.000
Versuchingenieur	42.000	55.000	48.000
Junior Projektingenieur	42.000	55.000	45.000
Qualitätstechniker	42.000	55.000	45.000
Inbetriebnahme-Ingenieur	40.000	60.000	50.000
SPS-Techniker	38.000	65.000	47.000
Konstrukteur	38.000	55.000	46.000
Service-Techniker	36.000	55.000	46.000
Gebäudetechniker	33.000	48.000	43.000
Elektroniker	32.000	48.000	42.000
Instandhalter	32.000	45.000	40.000
Technischer Zeichner	30.000	38.000	34.000

* Gehaltsangaben exklusive Zusatzleistungen

Die Gehaltsangaben für das Jahr 2017 basieren auf einer Analyse der von Page Personnel durchgeführten Vermittlungen sowie aus Kandidaten- und Kundengesprächen im Bereich Ingenieure & Techniker. Die Gehaltsangaben stellen Bruttojahresgehälter im Durchschnitt für den Großraum Frankfurt und Düsseldorf dar, die im individuellen Vergleich abweichen können.