

Quelle: Trierischer Volksfreund Online Ausgabe

Datum: 07.08.2014

Seite: <http://www.volksfreund.de/nachrichten/region/bitburg/aktuell/Heute-in-der-Bitburger-Zeitung-Herbert-Zahnen-reitet-schon-mal-voraus;art752,3958660#!kalooga-16121/~Arzfeld%20~Pr%C3%BCm%5E0.75>

Herbert Zahnen reitet schon mal voraus

(Arzfeld/Prüm) Die Arbeitgebermarke Eifel: Herbert Zahnen, Unternehmer aus Arzfeld, hatte die Idee dazu und präsentierte sie vor zwei Jahren auf der Westeifelschau. Jetzt ist der erste Betrieb zertifiziert. Und heißt, genau: Zahnen Technik.



Dieser Mann ist eine Marke: der Arzfelder Unternehmer Herbert Zahnen. TV-Foto: Archiv/Fritz-Peter Linden

Arzfeld/Prüm. Zahnen zieht sie alle mit: Vor zwei Jahren präsentierte Herbert Zahnen, Chef des gleichnamigen Unternehmens für Abwassertechnik und des Arzfelder Gewerbevereins, auf der Westeifelschau seine Idee: die Arbeitgebermarke Eifel (der TV berichtete).

Nicht, um damit für Produkte und Leistungen zu werben. Sondern für die Betriebe selbst. Denn auf einem härter werdenden Arbeitsmarkt - Fachkräfte für die Eifel sind immer schwieriger zu gewinnen, viele suchen ihr berufliches Heil woanders - müssen die Unternehmer etwas für Nachwuchs und Zukunft tun.

Jetzt darf sich Zahnen als erster Betrieb in der Region mit dem Eifel-Logo und der damit verbundenen Arbeitgebermarke schmücken. Wie hat man das geschafft? "Unser Slogan ist ja: Wahre Schönheit kommt von innen", sagt Herbert Zahnen und lacht. Dabei gehe es darum, "dass man zuerst intern guckt: Wo ist Verbesserungspotenzial, was interessiert die Arbeitnehmer - und es erst dann nach außen trägt."

Diese Gedanken gehen zurück auf die Bachelorarbeit, die Helena Nickels vor drei Jahren im Arzfelder Unternehmen schrieb und sich darin mit solchen Fragen befasste - heute ist sie bei Zahnen verantwortlich für die Personalentwicklung.

Inzwischen gibt es im Betrieb unter anderem einen regelmäßigen Schulungstag. Die Beschäftigten haben Ausschüsse gebildet, in denen sie sich selbstverantwortlich mit anstehenden Dingen

Regionalmarke EIFEL - Pressespiegel - 2014

befassen - und auch die Chefetage ließ sich in die Pflicht nehmen, unter dem Motto "sinnorientierte und transparente Führung". So teilt man in einem Rundschreiben allen mit, warum was im Betrieb geschehen soll, es gibt mehr Besprechungen mit den Beschäftigten, und auch die Chefs werden weitergebildet. "Das ist ein langer Prozess", sagt Zahnen, "da sind wir noch lange nicht am Ende."

Damit aus diesen und weiteren Kriterien eine Marke werden konnte, wurden zunächst Gespräche mit der Kreisverwaltung und der Strukturfördergesellschaft Bitburg-Prüm geführt - und dann die Regionalmarke Eifel damit beauftragt, unter ihrem Dach ein Konzept für die Arbeitgebermarke zu entwickeln. Denn die Produkte und Leistungen der Regionalmarke unterstehen bekanntlich auch einem Regelwerk, in dem zum Beispiel unabhängig geprüfte Qualität, Transparenz und regionale Herkunft unabdingbar sind.

Daraus wurden dann drei Bausteine als Voraussetzung für jeden Betrieb entwickelt, der sich nun auch der Arbeitgebermarke anschließen möchte: Kooperation im Verbund der Eifelmarke und Engagement für die Region, neutrale Berater, die eine Zertifizierung vornehmen - bei Zahnen ist es die Bertelsmann-Stiftung, die das Unternehmen als familienfreundlichen Betrieb auszeichnete - und ein verantwortungsvoller Umgang mit der Ausbildung junger Leute.

Wohlgemerkt: Es gehe bei der Marke nicht um reine Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, sagt Zahnen. Dafür habe ein mittelständischer Betrieb wie seiner ohnehin nicht das Geld. Bei den Großen sei das anders, "die stecken 90 Prozent ihrer Mittel in die Kommunikation nach außen. Die kleineren Betriebe sind darauf angewiesen, dass es innen stimmt." Was Zahnen besonders wichtig ist: Man wolle vorrangig versuchen, mit der Initiative junge Eifeler in der Region zu behalten und ihnen eine Perspektive zu bieten. Darüber hinaus sind jene angesprochen, die aus der Eifel hinauspendeln oder vielleicht schon weggezogen sind, gerne aber wieder zurückwollen. In einer dritten Stufe könne es dann später auch darum gehen, mit gebündelten Eifel-Kräften Menschen aus dem Ausland für einen Job in der Region zu gewinnen.

Meinung

Der Richtige für den Anfang

Es wundert ja nicht, dass Herbert Zahnen, der Ideenlieferant für die Arbeitgebermarke, auch direkt darauf hinsteuert, sein Unternehmen als erstes zertifizieren zu lassen. Hier folgen klugen Gedanken die konsequenten Taten. Der Arzfelder Unternehmer hat erkannt, was vielen ebenfalls gut stehen würde: Der Beschäftigte ist kein Humankapital zum Verschleiß, nach dem Motto: Sei froh, dass du überhaupt arbeiten darfst, sondern das Wichtigste, was ein Unternehmen neben einem umsichtigen Chef hat. Wer gut behandelt wird, dankt es ihm durch starke Leistung, die gern erbracht wird. Hoffentlich folgen viele diesem Beispiel und verstehen die Marke nicht nur als ein weiteres Vermarktungs-Fähnchen, das man sich ans Revers heftet. fp.linden@volksfreund.de

Extra

Die Arbeitgeber, die sich unter dem regionalen Dach verbünden werden, sollen, wie Marken-Geschäftsführer Markus Pfeifer mitteilt, gemeinsam **die eigenen Stärken und die Vorteile der Region** bei der Fachkräftesuche **vermarkten**. Die Idee, sagt Pfeifer, "sich gemeinsam Bälle zuzuspielen, durch Kooperationen größer und bekannter zu werden, zentral Dinge zu regeln, die dann auf alle anderen gestreut werden - diese Idee fängt jetzt an und wächst". Weitere namhafte Unternehmen seien bereits in den Startlöchern, um sich ebenfalls als Eifel-Arbeitgeber zertifizieren zu lassen, darunter die **Bitburger Brauerei** und die Zertifizierungsfirma **K&K in Burbach**. Pfeifer: "Das Interesse der Firmen ist groß und gerade noch rechtzeitig, um sich für die Veränderungen der Zukunft am Arbeitsmarkt zu wappnen." fpl Mehr erfährt man im Internet unter: regionalmarke-eifel.de/wir-eifel-arbeitgeber.htm