

## P R E S S E – N E W S

### **Fachkräftekongress Allgäu: Unternehmenskultur (er)leben – Gelebte Unternehmenskultur als Chance für Fachkräfte-Gewinnung**

Kempten (AG, 11. Oktober 2019) – Wertewandel, Globalisierung, Digitalisierung: Unternehmer und Arbeitnehmer stehen vor einem immer schnelleren Wandel in der Arbeitswelt, welche letztlich auch die Unternehmenskultur beeinflusst. Denn auch sie wird transparent und kritisch hinterfragt. In Zeiten des Fachkräftemangels spielt daher die gelebte Unternehmenskultur eine immer wichtigere Rolle. Vor allem junge Fachkräfte entscheiden sich für das Unternehmen, welches zu ihren Werten passt, so eine Erkenntnis der Fachkräfte-Studie 2018, durchgeführt von der IHK, der Allgäu GmbH und dem Mittelstandsinstitut der Hochschule Kempten. Wie Werte eines Unternehmens nachhaltig und flexibel in Zeiten des Wandels definiert werden können und wie daraus ein erfolgreiches Employer-Branding entwickelt wird, war daher auch Thema des von der Allgäu GmbH gemeinsam mit der IHK Schwaben initiierten dritten Fachkräftekongress Allgäu in Kempten. 150 Teilnehmern erhielten durch Beispiele aus der Praxis konkrete Impulse.

#### **Kultur – Einer der wichtigsten Faktoren für Mitarbeiterbindung und -gewinnung**

Jörg Hesse, Geschäftsführer der Agentur für markenzentrierte Unternehmensführung und -kultur DES WAHNSINNS FETTE BEUTE GmbH (Attendorn), zeigte anhand einer Studie wie wichtig die gelebte Unternehmenskultur ist: 88 Prozent aller Befragten ist ein gutes Betriebsklima wichtiger als die Bezahlung, 65 % sagen, die Unternehmenskultur sei wichtiger als die Strategie. Eine wertschätzende Unternehmenskultur zahle sich für das Unternehmen mehrfach aus, da unter anderem die Produktivität erheblich höher sei und Mitarbeiter sich mit ihrem Arbeitgeber und Aufgaben identifizieren. „Machen Sie den Markenkern Ihres Unternehmens deutlich und leben Sie Ihre Werte, so gewinnen und halten Sie Fachkräfte“, forderte Hesse. Mit einer bewussten Wertekultur finde man nicht nur leichter passende Mitarbeiter einhergehend mit einer gesteigerten Produktivität, sondern stärke ebenso sein Renommee. Diese Effekte bestätigten vier Allgäuer Referenten, vom Dienstleister bis zum produzierenden Unternehmen und gaben den Zuhörern Einblick in deren individuellen Prozesse.

Elena Schlump, Marketing-Teamleiterin der TANNER AG (Lindau), informierte über die Unternehmenskultur eines wissensbasierten Dienstleisters. Regelmäßiger Kundenkontakt erfordert von allen Mitarbeitern Engagement, Wissensaustausch und lebenslanges Lernen. Eine intensive interne Kommunikation steht hierbei an oberster Stelle.

„Selbständige Teamplayer - funktionierende Kommunikation ohne physische Präsenz“, so beschrieb Geschäftsführer Ulrich Müller von secum GmbH (Kempten), spezialisiert in der Beratung zu Arbeitsschutz, Personalstrategie und Managementsysteme, deren Unternehmenskultur. Ein Arbeitsumfeld, das geprägt ist von Motivation, Anerkennung und Zufriedenheit, ist für die secum GmbH unerlässlich.

Bei Endress+Hauser Wetzler GmbH&Co.KG steht das gemeinsame Verständnis der Unternehmenskultur im Vordergrund. Harald Hertweck nannte vor allem einen gelebten Wert, um den sich weitere gruppieren: Das Verhalten und Handeln aller Mitarbeiter entspricht dem Prinzip „Der Kunde zuerst“. Die Zusammenarbeit fußt auf gegenseitigem Vertrauen. Obwohl global aufgestellt, ist das Unternehmen immer noch ein Familienbetrieb mit der Maßgabe „Der Gewinn ist das Ergebnis guten Wirtschaftens und nicht das Ziel“.

Die Vermittlung der Unternehmenskultur im familiengeführten Autohaus Reisacher findet bereits in der Berufsausbildung statt: „Mit einem Herzen für Dienstleistung – Die Unternehmenskultur in der Berufsausbildung“, lautete der Vortrag von Miriam Janiel, Teamleiterin Personal. Rund ein Drittel der Mitarbeiter sind Lehrlinge, die ausgebildet im

Unternehmen bleiben. Nur ein gutes Gefühl durch eine positive Kulturvermittlung von Anfang an führt zu einer nachhaltigen Bindung.

### **Aus der Praxis lernen – für eine nachhaltige Entwicklung**

Die Idee des Fachkräftekongress Allgäu ist es, einen regen Austausch zwischen den Referenten und den Teilnehmern zu aktuellen Themen herzustellen. Das gelang auch dieses Jahr wieder: Konkrete Beispiele aus den Allgäuer Unternehmen gaben Impulse zu Umsetzung einer gelebten Wertekultur in die Praxis. „Unsere Unternehmen im Allgäu nennen den Fachkräftemangel als limitierenden Faktor ihrer Entwicklung“, sagte Klaus Fischer, Geschäftsführer der Allgäu GmbH. „Mit Kampagnen werben wir für den Standort Allgäu, doch innerhalb des Allgäus müssen Unternehmen ihr eigenes Profil finden. Heute zeigten vier Allgäuer Arbeitgeber, wie es ihnen gelingt in Zeiten des Fachkräftemangels Personal zu finden: Sie leben eine Wertekultur und sind als Arbeitgeber unverwechselbar.“ Für eine nachhaltige Entwicklung als Lebens- und Wirtschaftsraum steht die Marken- und Destinationsstrategie Allgäu. Hier sind Werte und Ziele definiert worden, die gelebt werden und das Allgäu zu einer für Arbeitnehmer begehrten Region machen.

#### Presseinformation

Simone Zehnpfennig  
Allgäu GmbH  
Allgäuer Straße 1, D-87435 Kempten  
Tel. 0831/575 37-37, Fax 0831/575 37-33  
[zehnpfennig@allgaeu.de](mailto:zehnpfennig@allgaeu.de); [www.allgaeu.de](http://www.allgaeu.de)

Klaus Fischer  
Geschäftsführer  
Tel. 0831/575 37-13  
[fischer@allgaeu.de](mailto:fischer@allgaeu.de)