

aktuelle Ausgabe

- Aktuell
- Beruf / Bildung
- Finanzen
- Freizeit
- Gesundheit
- Haus & Garten
- Senioren / Gut versorgt
- Termine / Veranstaltungen
- Wirtschaft

- Videos
- Gewinnspiele

Artikel in aktueller Ausgabe suchen:

 

Archiv

Übersicht Ausgaben als PDF

Artikel in älteren Ausgaben suchen:

 

Werbung



Wirtschaft

Fachkräftemangel - Mythos oder Realität?

Unternehmertag der Buchholzer Wirtschaftsrunde



(de) Buchholz. Unter dem Thema „Fachkräftemangel - was tun?“ lud die Buchholzer Wirtschaftsrunde am 20. Oktober zu einem weiteren Unternehmertag an den Firmensitz der MHG Heiztechnik GmbH im Buchholzer Gewerbegebiet II ein. Neben dem Landrat Rainer Rempe und dem MIT-Vorsitzenden Wilfried Uhlmann konnte der 1. Vorsitzende Christoph Diederling mehr als 70 Unternehmer und Träger von Bildungseinrichtungen begrüßen.

Dirk Kochan, kaufmännischer Leiter und Prokurist der MHG Heiztechnik GmbH stellte das gastgebende Unternehmen vor, das sich mit der Herstellung von Premium-Heizsystemen und deren Komponenten beschäftigt, bevor Dr. Oliver Brandt von der Süderelbe AG in seinem Fachvortrag die Herausforderungen an die Fachkräftesicherung und die Antworten der Süderelbe AG darauf skizzierte. Er hob dabei die Verdienste des Landkreises Harburg in der Beschäftigungsentwicklung hervor, hier sei der Landkreis Harburg führend. Auch in der Entwicklung der Arbeitslosenquote tendiere der Landkreis auf ein absolut niedriges Niveau.

Weiterhin stellte Dr. Brandt in Bezug auf Fachkräftesicherung klar, dass klassische (Ausbildungs-)Berufe nicht mehr im Fokus der Berufswahl stehen würden. So seien Berufsfelder wie Gesundheit, Handwerk, Gastronomie, Hotel, Handel und Logistik schon längst im Dilemma der Mangelbeschäftigung angekommen.

In einem sehr lebendigen Vortrag nahm Corinna Horeis, Inhaberin einer Agentur für Personalberatung, sich dem Thema der passenden Personalstrategie an. Sie verwies auf die Strahlkraft von Unternehmen als Marke, die heute bei der Berufswahl immer mehr an Bedeutung gewinnt. Große und bekannte Unternehmen würden sich vor Bewerbern nicht retten können, soweit Marke und Ruf eine gewisse Attraktivität hätten. Um erfolgreich zu sein, sei nicht nur eine gute Vermarktung der Produkte notwendig, sondern die Vermarktung des Unternehmens unter dem Blickwinkel „Attraktivität als Arbeitgeber“ entscheidend. Zielgruppenorientiertes Werben um Fachkräfte sei heute entscheidend. Neue Wege müssten aufgezeichnet werden, digitale Zugänge für digitale Nutzer (junge Menschen) müssten gelegt werden und potentielle Bewerber dürften nicht durch überfrachtete Anforderungsprofile von vornherein entmutigt werden, sich zu bewerben.

aktuelle Anzeigen