

## ■ beraterporträt

### Den Zufriedenheitsfaktor mehr ausspielen

„Selbst wenn man manchmal nach zehn Minuten schon wieder auf der Erde steht, das Gefühl zu fliegen ist unglaublich schön!“ Das ist der Grund für eine der sportlichen Leidenschaften von Heinz-Josef Kemmerling. Wenn er nicht am Gleitschirm, sondern beruflich „unterwegs“ ist, hat der ZIH-Berater im Bereich Demografischer Wandel dagegen am liebsten festen Boden unter den Füßen: „Ich will zielgenaue, fokussierte Problemlösungen bieten, denn exakt das wollen die Betriebe haben.“

Der Jurist mit dem Schwerpunkt Arbeitsrecht hat die Mitarbeit in LGH-Projekten als interessante und wertvolle „Horizontenerweiterung“ schätzen gelernt. Vor 2009 war er für den Fachverband des Tischlerhandwerks im Projekt Personalmanagement aktiv, seitdem in der Zukunfts-Initiative. Als Arbeitsrechtler sei man sehr auf akute Problemlagen fixiert. In den Projekten liege der Fokus dagegen mehr auf der strategischen Ausrichtung der Betriebe, auf dem frühzeitigen und längerfristigen Management von Aufgaben. Wie die Mittelständler im Wettbewerb mit anderen Arbeitgebern qualifiziertes Personal finden und binden und wie sie den vielfältigen demografischen Veränderungen möglichst viel Positives abgewinnen seien dabei ganz wesentliche Herausforderungen, ist Kemmerling überzeugt.

Fragen des Personalmanagements stehen in seinem Beratungsalltag im Vordergrund. Es geht also um Strategien, gute Mitarbeiter zu bekommen und zu halten. „Der Markt wird enger, vor allem bei den Jugendlichen“, zitiert der Berater die Erfahrungen der Firmenchefs. „Hinzu kommt, dass das immer höhere technische Niveau gerade im Tischlerhandwerk unsere Betriebe auch in höhere Konkurrenzklassen hineinzieht, in denen sie dann mithalten müssen.“ Als Handicap des Handwerks hat Kemmerling ausgemacht, dass der „hohe Zufriedenheitsfaktor“ in diesem Wirtschaftsbereich, ausgelöst etwa durch verhältnismäßig sichere Arbeitsplätze und eine ausgeprägte Zufriedenheit mit der Arbeit und dem Arbeitsklima, insbesondere bei den Jugendlichen noch zu wenig bekannt sei. Die sähen mehr auf das Image eines Berufes oder auf das Geld.

Drei Stichworte fallen Heinz-Josef Kemmerling auf die Frage ein, wie die Unternehmen dagegen angehen könnten: gutes persönliches Betriebsklima zum Beispiel durch flexible Arbeitszeiten, die betriebliche Altersvorsorge und die Imagekampagne. Die Altersvorsorge sei ein „wichtiges, im Alltag aber durchaus schwieriges Thema. Ich sehe darin jedoch ein gutes Instrument, um qualifizierte Kräfte zu motivieren und zu halten und um den guten Ruf eines Betriebes und einer Branche zu festigen. Deswegen werbe ich intensiv dafür.“ In Sachen Imagekampagne verweist der Berater ganz einfach auf seine Beobachtungen im Straßenverkehr, wonach noch viel zu wenig Handwerkerfahrzeuge mit den „super spritzigen Slogans“ beklebt sind. Die Vorlagen des ZDH müssten erheblich forcierter genutzt werden, um auf die Chancen im Handwerk und auf seine Leistungen aufmerksam zu machen.



Bei diesem Thema kommt leichter Ärger in seine Stimme, bei einem anderen hat Kemmerling dann Lob für die Betriebe: Die Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur würden zunehmend als wichtig erkannt und deswegen werde Beratungsunterstützung angefordert. Das betreffe die Kundenseite ebenso wie die betriebsinternen Auswirkungen. Zum Beispiel steige der Anteil Älterer in den Belegschaften deutlich. „Das muss dann mit Weiterbildung und auch mit Maßnahmen der Gesundheitsförderung und -erhaltung begleitet werden.“ Er selbst habe in den letzten Monaten „wertvolle Sensibilisierungen für die demografischen Faktoren hinter den Schlagworten älter, bunter, weniger erhalten“ und versuche nun, sie an die Unternehmen weiterzugeben: Welche Entwicklungslinien gibt es im Detail? Welche regionalen Besonderheiten und Trends sind zu beachten? Welche Anforderungen stellen die an die Wirtschaft? Wie sollten die Betriebe darauf antworten? Eine geradezu mustergültige Antwort sieht Kemmerling in der Standortinitiative „www.Homebase-Sauerland.de“, mit der die Industrie in dieser Region deren „weitreichenden Vorteile als Lebensraum“ darstellt: „Wohnen, wo andere Urlaub machen, in der intakten Naturregion im Herzen Deutschlands“. Dort genieße man „den Luxus des Landlebens“, sei aber „in unmittelbarer Nähe zu den großen Metropolregionen mit Anschlüssen in die ganze Welt“.

Dem kann der „überzeugte Sauerländer“ nur mit vollem Herzen zustimmen. Zum „Luxus“ aus seiner Sicht gehören die kurzen Wege zum Ski- und Mountainbikefahren und eben zum Gleitschirmfliegen. Bodenständigkeit hat für ihn einen hohen Wert. Sie hat ihn nicht zuletzt zum Handwerk und 1992 zum Tischlerverband gebracht, nachdem er sein erstes „Traumziel“ erreicht hatte, nämlich Anwalt und ganz speziell Arbeitsrechtler zu werden.

Wenn Sie mit Heinz-Josef Kemmerling einen Termin abstimmen oder von ihm Informationen möchten, erreichen Sie ihn beim Fachverband des Tischlerhandwerks NRW (Kreuzstraße 108, 44137 Dortmund) unter Tel.: 0231/ 91 20 10-14, per Fax: 0231/ 91 20 10-10 oder per E-Mail unter kemmerling.nrw@tischler.de .

Das Projekt wird gefördert durch

**Ziel2.NRW**  
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung

Ministerium für Wirtschaft, Energie,  
Industrie, Mittelstand und Handwerk  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
Investition in unsere Zukunft  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung