



## Demografischer Wandel Aus weniger mehr machen

### IHK-Neujahrsempfang

Festredner Dr. Eric Schweitzer  
betont Wert der Europäischen Union

Seite 28

### Integration von Flüchtlingen

Neue Willkommenslotsin  
bei der IHK Stade

Seite 41



(v. li.) Stefan und Karsten Weigand führen die Geschäfte der Firma.

## Zur Begrüßung gibt es die Weigand-Faust

Für ihr umfangreiches Unternehmens- und Fortbildungskonzept erhielt die Firma Weigand Transporte GmbH & Co. KG aus Lengenbostel im vergangenen Jahr den niedersächsischen Wirtschaftspreis. Felix Hiemer von der IHK Stade sprach mit Firmenchef Stefan Weigand über die besonderen Herausforderungen des Employer Brandings, des Gesundheitsmanagements und der Fachkräftegewinnung in der Speditionsbranche.

### Herr Weigand, was macht Ihr Unternehmen?

Wir sind eine Fachspedition für flüssige Futtermittel sowie Chemie- und Bioprodukte. Wir sind mit unseren Fahrzeugen deutschland- und europaweit unterwegs. Derzeit haben wir 70 Mitarbeiter, davon zirka 50 Fahrer. Wir betreiben aktuell 45 Lkws. Damit zählen wir zu den eher größeren Fachspeditionen.

### Wie sehen Sie den aktuellen Zustand der Branche?

Für uns läuft es gut, wenngleich der Wettbewerb insbesondere durch die internationale Konkurrenz doch deutlich zugenommen hat. Insbesondere deutsche Speditionen können beim Thema „Preis“ häufig nicht mehr mithalten. Als Fachspedition können wir hier aber mit Service und Qualität gehalten.

### Sie haben kürzlich den niedersächsischen Wirtschaftspreis gewonnen. Was bedeutet Ihnen diese Auszeichnung?

Für uns ist die Personalentwicklung bereits seit 2010 ein Thema. Wegen der demografischen Entwicklung haben wir damals begonnen, Maßnahmen zur Stärkung der Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterzufriedenheit zu erarbeiten. Mit der gewonnenen Erfahrung haben wir dann beschlossen, uns zu bewerben. Dass wir den Preis letztendlich sogar gewonnen haben, erfüllt uns mit Stolz, denn die Geschäftsführung und die Mitarbeiter haben hart zusammen dafür

gearbeitet. So ein Projekt stemmt man nicht allein. Es müssen alle mit auf diese Reise genommen werden. Insbesondere die Kommunikation ist hierbei besonders wichtig.

### Gab es einen bestimmten Anlass, warum Sie diese Maßnahmen, für die Sie letztlich auch ausgezeichnet worden sind, in Ihrem Unternehmen eingeführt haben?

Die Fahrer werden einerseits älter, andererseits gibt es weniger Nachwuchs, wie wir ihn beispielsweise früher durch die Bundeswehr bekommen haben. Wir müssen heute versuchen, die Jugend für den Beruf des Kraftfahrers und die dortigen Karrierechancen zu begeistern. Ich selber zum Beispiel habe als Kfz-Mechaniker angefangen, heute arbeite ich im Büro und leite das Unternehmen zusammen mit meinem Bruder.

### Hatten Sie in der Vergangenheit Probleme, geeignete Fachkräfte für Ihr Unternehmen zu bekommen? Wie sieht es derzeit aus?

Tatsächlich haben wir noch keine Probleme mit der Fachkräftegewinnung. Bei allem, was wir gemacht haben, handelt es sich um Präventivmaßnahmen. Eine Methode, sich Fachkräfte zu sichern, ist, dass man seinen Bekanntheitsgrad steigert.

So sind wir im Internet auch auf Facebook und YouTube aktiv. Zudem betreiben wir neben unserer Unternehmenswebsite noch eine spezielle Seite für Berufskraftfahrer und Azubis.

Insbesondere Facebook hat uns sehr positiv überrascht, dabei herrschte anfangs noch Skepsis, ob wir auch auf dieser Plattform aktiv werden sollten. Der Impuls dafür kam auch aus der Belegschaft. Wir haben uns dann mit einer Werbeagentur zusammen getan, um die Sache möglichst professionell aufzuziehen. Unser Bekanntheitsgrad ist seitdem gestiegen, wir bekommen auch Initiativbewerbungen.

Heute können wir sagen, der Mix aus Website und Facebook macht's. Auf der einen Seite gibt es die Website, die eher einen informativen Charakter hat. Auf der anderen Seite gibt es den Facebook-Auftritt, der durch die Teilnahme der Mitarbeiter einfach dynamischer ist als die Website. Emotionen und Leidenschaft können viel besser vermittelt werden. Wir haben Facebook als Projekt vor rund einem Jahr gestartet und sind wirklich überzeugt. In den ersten drei Monaten haben wir rund 1.000 Likes bekommen. Vor allem unsere Mitarbeiter liefern viele Beiträge, zum Beispiel Bilder und Kommentare von schönen Orten, was unser Auftreten auf dieser Plattform natürlich besonders authentisch macht.

**„Weigand-Faust“, „Weigander“, „Weigand Award“ – all dies sind ja Methoden, die der Mitarbeiteridentifikation, dem Zusammenhalt und der Corporate Identity dienen. Waren das Ideen der Geschäftsleitung, die bewusst in das Unternehmen eingebracht worden sind, oder kam das von der Belegschaft selbst?**



Fotos (5): Weigand



Als wir 2010 mit unserem Personalberater zusammensaßen, haben wir auf seine Empfehlung hin „Weigand-Spielregeln“ aufgestellt, nachdem wir uns die Frage gestellt haben „Wie wollen wir in Zukunft zusammenarbeiten?“. Die „Weigand-Faust“ war dabei das Ergebnis einer Gruppenarbeit, in der die Belegschaft miteinbezogen war. Dieses Begrüßungsritual soll vermitteln, dass wir ehrlich miteinander umgehen. Es waren anfangs tatsächlich nicht alle begeistert von dieser Form der Begrüßung, einige empfanden sie als bedrohlich. Mittlerweile ist es ein richtiges Ritual geworden, das Energie vermittelt und Zusammengehörigkeitsgefühl zeigt.

Dass wir uns selber als „Weigander“ bezeichnen, ist ein eher junges Ritual, das für viele anfangs eher ungewohnt klang, aber mittlerweile auch Gemeinschaftsgefühl vermittelt. Den Weigand-Award haben wir 2014 eingeführt. Er ehrt den Fahrer für seine Verdienste, was zum Beispiel durch einen großen Aufkleber an seinem Lkw zu sehen ist. Alle Maßnahmen haben zum Ziel, Zufriedenheit und Stolz auf die eigene Arbeit und die Werte zu vermitteln, für die Weigand steht.

Sie sind aber nicht viel wert, wenn die Chefetage sie nicht vorlebt. Insbesondere dort muss es „Klick“ machen. Bei allem, was wir in den letzten Jahren unternommen haben, ist uns wichtig, dass der Mensch stets im Mittelpunkt steht. Das „Dreibein“ aus Beruf, Familie und Gesundheit sollte immer

im Gleichgewicht sein. Dazu gehört auch, dass die Geschäftsführung ein offenes Ohr hat, wenn jemand private Probleme hat.

Der psychische Druck in unserer Branche ist groß. Das müssen wir als Unternehmer ernst nehmen, denn die Mitarbeiter sind unser Kapital. Erfolg haben wir nur mit einem gesunden Arbeitsklima.

Beim Gespräch mit unserem Berater kam daher die Kernfrage auf: „Was braucht der Mitarbeiter, damit es zum Erfolg kommt?“ Wir haben entschieden, die Methode des „situativen Führens“ in der Geschäftsführung einzusetzen. Das trainieren wir nun seit zwei bis drei Jahren. Ein Selbstläufer ist das allerdings nicht, man ist als Geschäftsführung immer angehalten, sich selber zu hinterfragen und nicht in alte Muster zurückzufallen. Ziel muss es sein, sich trotz Wettbewerbsdrucks immer die Zeit nehmen zu können, die Mitarbeiter wertzuschätzen. Das ist wichtig und nicht immer einfach, auch wenn es mal hektisch ist.

#### **Das Fitnessprogramm für Fahrer kann man als Maßnahme des betrieblichen Gesundheitsmanagements betrachten. Was genau hat Sie dazu bewegt, es einzuführen?**

Wir haben seit zwei Jahren einen Gesundheitsbeauftragten, der sich damit beschäftigt, wie ein Ausgleich zum ständigen Sitzen im Lkw klappen könnte. Wir haben schnell feststellen müssen, dass Walking oder Dehnübungen außen am Lkw nicht gut

funktionieren, da die Fahrer sie als peinlich empfinden. Unser Berater hat daher Übungen für die Kabine entworfen. Als Übungsmittel reicht dafür schon ein einfaches Theraband aus, welches wir zur Verfügung stellen.

#### **Wie kommen die beschriebenen Maßnahmen an?**

Wir haben eine Mitarbeiterbefragung gemacht und können sagen, dass die Zufriedenheit sehr gut ist.

#### **Wie lange bleiben Fahrer in der Regel im Unternehmen? Kennen Sie Durchschnittszahlen der Branche?**

Allgemein haben wir bei uns noch kein Fachkräfteproblem. Wir merken aber insbesondere bei Neueinsteigern, dass der Wettbewerb um Fahrer schärfer wird, vor allem, wenn wir in Konkurrenz mit Unternehmen aus dem Nahverkehr stehen. Grundsätzlich sind wir aber gut aufgestellt. Wir haben einen alten Stamm an Fahrern, von denen sicherlich 50 bis 60 Prozent schon länger als fünf Jahre für uns arbeiten, das ist ein guter Wert in der Branche.

#### **Werben Sie mit Ihrem Programm auch um potenzielle Bewerber?**

Selbstverständlich! Tu Gutes und sprich darüber! Wir werben damit auf unserer Internetseite aber auch bei Facebook, das ganz besonders gut geeignet ist, die Erfahrungen mit unseren Maßnahmen zu verbreiten.

Vielen Dank für das Gespräch.