

Mit Kreativität **Fachkräfte gewinnen**

„**W**arum in die Ferne schweifen? Sieh, das Gute liegt so nah“, sagte einst Johann Wolfgang von Goethe. Die Geschäftsführer der Ludwigshafener Occon GmbH haben genau den umgekehrten Weg beschritten. Sie haben in der Türkei ein Unternehmen gegründet, weil sie dort die dringend benötigten Fachkräfte finden.

Es sind unspektakuläre Büroräume, in denen das Unternehmen seinen Sitz hat. Doch von ihren Arbeitsplätzen in der zweiten Etage am Ludwigshafener Schillerplatz sind die 15 Mitarbeiter mit der ganzen Welt vernetzt. Denn sie unterstützen große Konzerne weltweit im Transport- und Logistikeinkauf. Über eine speziell programmierte IT-Plattform wird der Transport von Waren aller Art abgewickelt – zu Wasser, zu Lande und in der Luft. „Bei Ausschreibungen handelt es sich zum Teil um ein Vergabevolumen im dreistelligen Millionenbereich, und pro Jahr laufen fünf Milliarden Dollar über unsere Plattform“, sagt Geschäftsführer Joachim Stellner. Zu den Occon-Kunden gehören Automobilhersteller ebenso wie Düngemittel- und Saatgutproduzenten oder Getränkehersteller.

Die Occon GmbH arbeitet dabei ausschließlich für die Verlagerseite und sieht sich als verlängerter Arm des Kunden. „Wir können viel mehr als Menge mal Preis“, erläutert Stellner, und Geschäftsführerin Sabrina Bähr ergänzt: „Wir sind Berater und bringen als Besonderheit unse-

re IT-Kompetenz mit.“ Zum Dienstleistungsangebot gehört auch die Auswertung der eingegangenen Gebote – „so, als wenn wir Teammitglieder wären. Das macht uns einzigartig“, nennt die Geschäftsführerin ein Alleinstellungsmerkmal ihres Unternehmens. Seit der Gründung 2007 ist das Unternehmen kontinuierlich gewachsen. „Pro Jahr haben wir bisher im Schnitt ein bis zwei neue Mitarbeiter eingestellt“, berichtet Bähr. Und genau da haben Bähr und Stellner in der letzten Zeit zunehmend Schwierigkeiten bekommen. Der Fluch der Vollbeschäftigung – geeignete Bewerber sind kaum noch zu finden.

Mit zwei Initiativen gehen die Geschäftsführer jetzt neue Wege bei der Mitarbeitergewinnung. Zum einen wird in diesem Jahr die Occon-Academy an den Start gehen. „Wir laden Studierende zu Abendseminaren ein, um ihnen notwendiges Wissen für den Arbeitsalltag zu vermitteln“, erklärt Bähr. Wissen, das die Unis und Hochschulen nicht vermitteln, das aber für die Arbeit nicht nur bei Occon elementar sei. Mittelfristig erhoffen sie sich, über die Academy neue Mitarbeiter zu gewinnen. Die zweite Idee ist ebenso kreativ wie antizyklisch: Die Occon GmbH hat in Istanbul einen neuen Standort eröffnet. In einem Land, das sich gerade in einer schweren Wirtschaftskrise befindet. „Junge Türken sind sehr gut ausgebildet, sprechen hervorragend Englisch und sind besser verfügbar als in Deutschland“, zählt Bähr auf. Sie hatte die Idee „zufällig und im Türkei-Urlaub“, wie sie

erzählt. Nach einigen Recherchen entschieden sich die Occon-Chefs relativ schnell für den neuen Standort. In nur zwei Monaten stellten sie die Neugründung auf die Beine und vier neue Mitarbeiter ein, drei Türken und einen Iraner.

Dank der modernen Medien ist die Kommunikation mit dem Ludwigshafener Team kein Problem. Und auch für die Kunden macht es keinen Unterschied, ob ihr Occon-Ansprechpartner nun am Rhein oder am Bosphorus sitzt. Der Schritt in die Türkei sollte nicht dazu dienen, um den türkischen Markt zu erobern, ergänzt Stellner. Doch wenn nun noch neue Kunden aus diesem Teil der Welt zum weiteren Wachstum beitragen, haben Bähr und Stellner nichts dagegen. ■ (rad)

 www.occon.de



Europaweit auf der Suche nach Fachkräften: Joachim Stellner und Sabrina Bähr, Geschäftsführer der Ludwigshafener Occon GmbH.



Kreativwettbewerb „Interiordesign und Handel“ startet



Attraktive Ladengeschäfte, Bistros und Verkaufsstände locken Kunden in die Innenstadt und laden die Besucherinnen und Besucher zum Verweilen ein. Mit dem neuen Wettbewerb „Interiordesign und Handel“ sollen positive Beispiele gefunden und herausgestellt werden. Prämiert werden positive Beispiele, die zur Aufwertung der Innenstädte beitragen. Gesucht werden im Rahmen des Wettbewerbs innerstädtische Akteure, die ihre Geschäftsräume oder Praxen in besonders innova-

tiver, kreativer und zukunftsorientierter Weise gestaltet und ausgestattet haben. Der Wettbewerb richtet sich nicht nur an den Handel, sondern an alle innerstädtischen Akteure, z.B. ebenso an Gastronomen, Hoteliers, Ärzte, Apotheker, Optiker, Kreditinstitute, Immobilieneigentümer etc. Bewertet werden die Faktoren Aufenthaltsqualität, Integration von digitalen Elementen, Ergonomie / Nutzerqualität / Kundenorientierung, Qualität Werbeauftritt / Soziale Medien sowie

Design Give-aways / Werbemittel / Communication Design.

Teilnahmeberechtigt sind Gewerbetreibende mit Hauptgeschäftssitz in Rheinland-Pfalz. Die Wettbewerbsunterlagen können bis zum 15. März 2019 eingereicht werden. Der Wettbewerb ist insgesamt mit 15.000 Euro dotiert. ■ (red)

Weitere Infos unter:
www.hillearchitekten.de/WM/kreativwettbewerb.html