

## Wiesenhof greift nach Wichmann

**VISBEK/WESTERSCHEPS/MOLBERGEN/JSM** – Die PHW-Gruppe (Visbek), vor allem bekannt durch die Marke Wiesenhof, will ihr Geschäft mit Entenfleisch ausbauen. Wie die „Lebensmittel-Zeitung“ am Donnerstag berichtete, will Deutschlands führender Geflügelvermarkter sich über seine Tochtergesellschaft Paul Wesjohann & Co. GmbH III an der Wichmann Holding GmbH Lohnschlachtung beteiligen. Wenn die Kartellbehörden zustimmen, würden sich damit die beiden größten deutschen Entenfleisch-Anbieter zusammenschließen. Zu Wichmann mit Hauptsitz im bayerischen Wachenroth gehören auch Standorte in Westerscheps (Edeweicht/Ammerland) und Ermke (Molbergen/Kreis Cloppenburg).

## Erneut Erfolg für Postbank-Kunden

**LEER/BRAKE/BONN/JSM** – In den Rechtsstreitigkeiten zwischen Kunden der Postbank in Leer und ihrer Bank ist das Geldinstitut erneut dazu verurteilt worden, einem Kunden strittige Zinserträge wieder gutzuschreiben. Laut Rechtsanwalt Stefan Eroms aus Brake hat das Landgericht Bonn einem seiner Mandanten aus dem Oldenburger Raum jetzt die strittige Summe von 33 000 Euro zugesprochen. Wie berichtet, hatte ein früherer Filialleiter der Postbank Leer zahlreichen Kunden Sonderkonditionen zugesagt, die die

# Firmen spüren Fachkräftemangel

**PERSONAL** Oft fehlt Gesamtkonzept – Schwerdtfeger legt Studie für Nordwesten vor

64 Unternehmen wurden befragt. Firmen und Region sollten ihre Stärken hervorheben, hieß es.

VON MAREIKE WÜBBEN

**IM NORDWESTEN/EMSTEK** – 78 Prozent der Unternehmen im Nordwesten spüren den Fachkräftemangel bereits deutlich. Aber viele haben bisher noch keine einheitlichen, strukturierten Konzepte, wie sie dieser Entwicklung entgegenwirken können. Dies sind zentrale Erkenntnisse der Studie „Die Personaltrends für den Nordwesten der Bundesrepublik 2016“, die von der Dr. Schwerdtfeger Personalberatung (Emstek/Kreis Cloppenburg) mit Interviews und weiteren Daten aus 64 Unternehmen aus dem Weser-Ems-Raum erarbeitet wurde.

„In den hiesigen Unternehmen ist der demografische Wandel mittlerweile angekommen. Es wird für sie zunehmend schwieriger, qualifizierte Fachkräfte zu bekommen“, sagte Dr. Clemens Schwerdtfeger, Geschäftsführer der auch überregional tätigen Personalberatung. Besonders ausgeprägt sei der Fachkräftemangel in Produktion, Vertrieb, Kundenbetreuung und Ingenieurwesen.

Tatenlos bleiben die meisten Unternehmen nicht. Um Mitarbeiter zu werben, werden vor allem die eigene Internetseite (91 Prozent) sowie Printmedien (82 Prozent) genutzt.

Auch das Thema Personal-



Projektmitarbeiter Milan Klus, Firmenchef Dr. Clemens Schwerdtfeger und Projektleiter René Wessels (von links) stellten die Studie vor.

BILD: MAREIKE WÜBBEN

entwicklung wird für viele Unternehmen in der Region wichtiger. Die Ausbildung eigenen Nachwuchses sowie die persönliche sowie fachliche Weiterbildung der Mitarbeiter empfinden viele Firmen dabei als besonders relevant. Um Fachkräfte langfristig zu binden, werden immer häufiger attraktive Maßnahmen wie Gehaltsumwandlungen oder flexible Arbeitszeitmodelle und viele kleine Angebote bis hin zu Betriebsfahrrad, Sport oder Tankgutschein eingesetzt. „Die bisherigen Maßnahmen sind eher pragmatisch, viele Firmen verfolgen keine konkrete Strategie, um Fachkräfte zu ge-

winnen“, sagte Projektleiter René Wessels.

Doch was muss anders laufen? „Es muss die Bereitschaft in den Köpfen verankert werden, die Personalentwicklung strategisch anzugehen. Das Personal muss als Ressource angesehen werden“, erläuterte Schwerdtfeger. Wenn diese knapper werde, müssen auch die Beschaffungsaufwendungen vergrößert werden.

Schwierig gestalte sich bisher bei vielen Unternehmen das „Employer Branding“ – also der Aufbau einer starken Marke als Arbeitgeber. Diese Schiene, so der Rat der Experten, sollte „systematisch und über vereinzelte Maßnahmen

hinaus“ ausgebaut werden.

Die Personalexperten bemängeln, dass die Standortvorteile der Region zu wenig genutzt würden. Relativ günstige Lebenshaltungskosten und hohe Lebensqualität müssten hervorgehoben werden. Schwächen der Region, etwa bei Datenautobahnen oder im kulturellen Angebot, sollten laut der Studie beachtet und behoben werden.

Immer wichtiger werde, die Bedürfnisse von Partnern der jeweiligen Bewerber zu berücksichtigen – und ihnen entsprechende Vorzüge der Region zu zeigen, hieß es. Dazu könne sogar das „Shoppin in Oldenburg“ gehören.

## EWE-Chef kritisiert EEG-Pläne

**OLDENBURG/JSM** – Vor einer „Vollbremsung für Windenergie im Nordwesten“ hat EWE-Chef Matthias Brückmann gewarnt. Der Vorstandsvorsitzende des Oldenburger Energieversorgers kritisierte am Donnerstag Pläne des Bundes für die Novelle des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG).

Als „nicht zielführend“ bezeichnete Brückmann einen Vorschlag des Bundes, den weiteren Ausbau von Windenergie an Land in so genannten Netzengpassregionen stark zu drosseln. Als Netzengpassregionen werden Gebiete im Übertragungsnetz verstanden, in denen zu erwarten ist, dass in den nächsten Jahren in erheblichem Umfang die Stromerzeugung aus Windenergieanlagen abgeregelt werden muss.

Es mache keinen Sinn, den Ausbau gerade dort zu beschränken, wo die Bedingungen dafür nachweislich am besten sind, so Brückmann. Der Nordwesten würde dadurch gegenüber anderen Regionen massiv benachteiligt.

## Umsatzplus dank gutem Ticketverkauf

**BREMEN/DPA** – Erfolgreiche Tourneen und Shows haben beim Tickethändler und Veranstalter CTS Eventim im ersten Quartal 2016 Umsatz und Gewinn steigen lassen. Der Erlös kletterte um 7,6 Prozent auf 163,2 Millionen Euro, wie das Unternehmen am Donnerstag in Bremen mitteilte.