

Perspektive erweitern:
Mitarbeitergewinnung in
der Hafen- und Logistik-
branche [Ab S. 07](#)

**Fragen zur Erwerbs-
migration**
Ein Leitfaden [Ab S. 16](#)

 **Handelsverband
Nord**
Hamburg · Schleswig-Holstein
Mecklenburg-Vorpommern

Handel(n) im **NORDEN**

Das Mitgliedermagazin des Handelsverband Nord

09.2025 **#3**



Top Thema:
**Strategien zur Mit-
arbeitergewinnung**

[Ab S. 04](#)



Liebe Mitglieder des Handelsverband Nord,

Handel sucht Hände, titelte das Institut der deutschen Wirtschaft vor Kurzem und wies damit auf den hohen Fachkräftemangel im Einzelhandel hin. Trotz des aktuellen Beschäftigungsrückgangs zählt der Mangel an Mitarbeitenden noch immer zu den Top-Themen des Handels. Die Situation wird sich bis 2028 noch weiter zuspitzen, da die Demografie und die Konkurrenz mit anderen Branchen den Engpass verstärken. Es fehlen insbesondere qualifizierte Fachkräfte für die Kundenberatung, wie etwa an den Frischetheken der Supermärkte. Für diese Ausgabe unseres Mitgliederjournals haben wir einmal nachgefragt: Wie geht man in der Bartels-Langness Gruppe vor und was können andere davon lernen?

Dass man sich als Arbeitgeber attraktiv präsentieren muss, ist für viele Unternehmen und Händler noch immer ungewohnt. Aber auf dem heutigen Arbeitnehmermarkt haben sich die Bewerbungsverhältnisse längst umgekehrt. Die junge Generation will Gespräche auf Augenhöhe und einen respektvollen Umgang. Ein paar weitere Erkenntnisse

haben Nele Maaß von der Schramm-Group und Alexander Malter von der Agentur Alexanderplatz Hamburg zusammengetragen.

Aber die wertvollsten Tipps können am Ende doch nicht die Demografie ändern und selbst die attraktivsten Arbeitgeber bekommen die Engpässe zu spüren. Viele Branchen blicken daher weiter über den Tellerrand hinaus und rekrutieren ihre Mitarbeiter aus dem Ausland. Immer mehr Unternehmen des Einzelhandels gehen mittlerweile diesen Weg. Wie die damit verbundenen Hürden zu überwinden sind, erfahren Sie ebenfalls in dieser Ausgabe.

Auch bei unserem diesjährigen Tag des Norddeutschen Handels am 7. Oktober in den Lübecker Media Docks werden wir uns in einem der drei Fachforen mit dem Thema Recruiting befassen. Hier haben Sie Gelegenheit, Ihre spezifischen Fragen an eine Expertin zu richten. Aber unsere Jahresveranstaltung bietet natürlich noch viel mehr: Mit Nikolaus Blome haben wir einen renommierten Politikbeobachter gewonnen, der Ausblick auf die politische Weichenstellung geben wird. Daniela Ben-Said wird die aktuelle Verbraucherstimmung ins Visier nehmen und zeigen, wie Kunden sich begeistern lassen. Außerdem wird es wieder reichlich Gelegenheit für Gespräche und neue Kontakte geben.

Ich freue mich, Sie im Oktober in Lübeck begrüßen zu dürfen!

Ihre

BRIGITTE NOLTE
Geschäftsführerin Handelsverband Nord
Geschäftsstelle Hamburg

Die Geschäftsstellen des Handelsverband Nord

Hauptgeschäftsstelle Kiel
Hopfenstraße 65
24103 Kiel
0431-97407-0
info@hvnord.de

Geschäftsstelle Rostock
Kröpelinstr. 92
18055 Rostock
0381-453332
hro@hvnord.de

Geschäftsstelle Neubrandenburg
Jahnstr. 3 d
17033 Neubrandenburg
0395-581480
nb@hvnord.de

Geschäftsstelle Hamburg
Große Bäckerstraße 3
20095 Hamburg
040-369812-0
hh@hvnord.de

Geschäftsstelle Schwerin
Graf-Schack-Allee 10a
19053 Schwerin
0385-3977136
sn@hvnord.de

05



Personal finden, wo andere suchen

Foto: Adobe Stock | #1086660536 | koldo_studio

11



Talentgewinn jenseits der Grenze

Foto: Edeka Jens

21



Arbeitsrecht-Fallstudie zur Zusammenarbeit mit Personaldienstleistern

Foto: Adobe Stock | #318038360 | teksomilka



TOP THEMA MITARBEITERGEWINNUNG

- 04 **Dauerthema Fachkräftemangel**
- 05 **Wie Recruiting im Handel heute gelingt**
J. Reinschüssel, Teamleiter Recruiting bei der bela-Gruppe, erklärt, worauf es bei der richtigen Kandidatenansprache ankommt
- 07 **„Bock auf Hafen“**
Blick über den Tellerrand: Was ein Hafen- und Logistikdienstleister bei der Mitarbeitersuche richtig macht
- 09 **Wie der Einzelhandel Social Media für die Mitarbeitergewinnung nutzen kann**
- Ab 11 **Ausländische Mitarbeitende als Ausweg aus der Personalnot?**
Vier Handelsunternehmen berichten:
 - Edeka Jens
 - Parfümerie Buchholz
 - Fleggaard
 - J. A. Woll-Handels GmbH
- 16 **10 Fragen zur Erwerbsmigration**
Ein kompakter Leitfaden zur Fachkräftegewinnung aus dem Ausland



AUS UNSEREN BUNDESLÄNDERN

- 18 **Fachkräfteinitiativen und –strategien im Norden**
Ein Überblick
- 19 **Gedenken an Hans-Jürgen Frick**
- 20 **Generationenfreundliches Einkaufen**



RECHT

- 21 **Fallstrick bei der Mitarbeitergewinnung über Personaldienstleister**
Ein realer Fall aus der Arbeitsrecht-Praxis



3 FRAGEN AN ...

- 22 **... Anna Noack**
Abteilungsleiterin Berufsbildung und Bildungspolitik, HDE



AUS DEM PARTNERNETZWERK

- 23 **Gesellschaft für Personaldienstleistungen mbH**

IMPRESSUM

Herausgeber: Handelsverband Nord e. V., Hopfenstraße 65, 24103 Kiel, info@hvnord.de | Redaktion: Annett Rabe, Hopfenstraße 65, 24103 Kiel, Telefon: 0431 97407 0, Fax: 0431 97407 24
V.i.S.d.P. Dierk Böckenholt

Dauerthema Fachkräftemangel

Für 122.000 Stellen findet der Handel aktuell keine Bewerber. Knapp vier Prozent der bundesweit gut drei Millionen Stellen sind vakant. Höchste Zeit für einen genaueren Blick auf dieses Thema.

Denn die schlechte Nachricht ist: Der Fachkräftemangel in Deutschland wird sich noch verschärfen, wenn in den kommenden Jahren die Boomer-Generation in den Ruhestand geht. Der demografische Wandel bremst die gesamte Wirtschaft. Daher ist vor allem die Politik gefordert: Eine bessere Kita-Betreuung, möglichst bis 20.00 Uhr, eine Reform des Steuerrechts, ein modernes

Der Einzelhandel hat im Wettbewerb um junge Menschen gute, aber nicht die besten Karten. Noch immer hat etwa der Job an der Kasse eines Supermarkts ein Imageproblem. Das lässt sich ändern, wenn Arbeitsplätze attraktiver gestaltet werden, zum Beispiel durch die Berücksichtigung individuell bevorzugter Arbeitszeiten. Am Geld allein wird der Arbeitsplatz von Bewerbern nicht gemessen. Eine Vollzeitkraft verdient in der Branche immerhin durchschnittlich 3.628 Euro brutto im Monat. Aufstiegsmöglichkeiten gibt es gerade im filialisierten Einzelhandel, der in den nächsten Jahren zahlreiche Führungskräfte an den Ruhestand verlieren wird.

Die Ansprüche an Bewerber zu senken, ist sicherlich keine gute Strategie. Die Erwartungen sollten höher liegen, als pünktlich und zuverlässig zu sein. Der Kontakt mit den Mitarbeitenden auf der Verkaufsfläche wird von Kunden ständig bewertet und ist am Ende relevant für die Umsätze. Die Ansprüche an Service und Beratung steigen. Wer auf der Verkaufsfläche arbeitet, sollte nicht nur Produkte und das Sortiment gut kennen, sondern auch Lust auf Menschen haben. Gute Kommunikationsfähigkeit ist dabei ganz entscheidend. Diese Hürde ist gerade bei der Anwerbung von Mitarbeitenden aus dem Ausland zu nehmen. Immer mehr Handelsunternehmen richten ihren Blick auch auf andere Länder mit höherer Arbeitslosigkeit.

Bei der Beschäftigung von EU-Ausländern sind neben der Sprache hohe bürokratische Hürden zu nehmen. Noch immer sind unsere Verfahren nicht auf die veränderte Arbeitsmarktlage ausgerichtet. Für Visum und Aufenthaltstitel, Anerkennung von Berufsabschlüssen und Vorrangprüfung hat sich



Zuwanderungsrecht mit schnellen Verfahren und höhere Akzeptanz für Menschen mit Behinderungen wären für alle Branchen hilfreich. Aber was können Einzelhandelsunternehmen selbst tun, um akuten Engpässen zu begegnen?



Abbildungen: Adobe Stock | #271819444 | Colorlife

bereits ein Markt für qualifizierte Dienstleister entwickelt. Den Umgang mit kulturellen Unterschieden, mit Anforderungen an die Integration und nicht zuletzt die Unterbringung müssen Unternehmen selbst meistern. Aber müssen wir überhaupt Menschen anwerben, wenn viele EU-Ausländer bei uns leben, die keiner Beschäftigung nachgehen? Immerhin liegt die Arbeitslosenquote im Sommer 2025 bei über sechs Prozent. Gerade die Industrie baut Stellen ab, während in den Bereichen öffentlicher Dienst, Erziehung und Gesundheit zusätzliche Stellen geschaffen werden. Laut Arbeitsmarktstatistik ist die Zahl der Erwerbspersonen insgesamt von 47,1 Millionen in 2023 auf 47,4 Millionen in 2025 angestiegen. Ganz unabhängig von Statistik und Unterschieden in Sektoren liegt ein ganz entscheidender Schlüssel darin, die Anreize für Arbeit richtig zu setzen. Wie kann es sein, dass die Agentur für Arbeit in Hamburg im Sommer mehrere Hundert Ausbildungsplatzsuchende für die Einzelhandelsbranche nicht in einen Ausbildungsplatz bringen konnte?

Recruiter haben also viel zu tun in einem Markt, der ständigen Veränderungen unterliegt. Wer es sich leisten kann, setzt auch hier auf Dienstleister, die Erfahrungen und branchenübergreifende Kenntnisse haben. Wer nicht viel Geld für das Recruiting ausgeben kann, kann immerhin von den anderen lernen.

Personal finden, wo andere suchen: Wie Recruiting im Handel heute gelingt

Der Fachkräftemangel ist längst Realität – auch im Lebensmitteleinzelhandel. Doch wer erfolgreich Personal suchen will, braucht heute mehr als nur Stellenanzeigen.

Julien Reinschüssel, Teamleiter Recruiting bei der Bartels-Langness-Gruppe aus Kiel berichtet, wie sich der Arbeitsmarkt verändert hat, worauf es bei der Kandidatenansprache ankommt – und warum

Authentizität, Netzwerke und Eigeninitiative im Recruiting wichtiger sind denn je.

Herr Reinschüssel, wie erleben Sie den Arbeitsmarkt aktuell – und was hat sich in der Personalbeschaffung (Recruiting) für den Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren am stärksten verändert?

Das Thema Recruiting ist in den vergangenen Jahren immer komplexer geworden. Heute ist es mehr denn je ein Wettlauf um Aufmerksamkeit und Vertrauen. Der Arbeitsmarkt ist stark angespannt – und das spüren wir im Lebensmitteleinzelhandel besonders deutlich. Prognosen zeigen, dass allein in Schleswig-Holstein bis 2030 rund 100.000 Fachkräfte fehlen werden. Erste Auswirkungen erleben wir bereits heute: Bewerbungen

gehen seltener ein, die Anforderungen an das Recruiting steigen spürbar.

Besonders in spezialisierten Bereichen wie an der Fleisch-, Fisch- oder Käsetheke wird es zunehmend schwieriger, qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen. Auch der Bereich Logistik ist heutzutage nicht mehr einfach zu besetzen. Die Suchzeiten verlängern sich, damit steigen auch die Kosten. Wo früher ein gut platzierter Aushang genügte, braucht es jetzt ein komplettes Maßnahmenpaket.

Kurz gesagt. Wer erfolgreich rekrutieren will, muss mehr investieren – finanziell, strategisch und kulturell.



Foto: Maximilian Becker

Nachhaltigkeit oder Work-Life-Balance. Das fordert uns heraus – und eröffnet gleichzeitig spannende Chancen für Veränderung und Differenzierung.

Welche Maßnahmen oder Kanäle haben sich bei der Bartels-Langness-Gruppe als besonders erfolgreich erwiesen?

Es gibt nicht den einen Kanal, der alle Herausforderungen in der Personalgewinnung löst. Was sich für uns als besonders wirksam erwiesen hat, ist ein gesunder und gut abgestimmter Recruitingmix aus klassischen und digitalen Maßnahmen, gezieltem Arbeitgebermarketing, Kooperationen und schneller Reaktion auf Bewerbungen.

Dabei ist es entscheidend, flexibel zu sein. Jede Vakanz, jeder Standort und vor allem auch jede Zielgruppe bringt andere



Abb.: Adobe Stock | #1384064794 | Drazen

Voraussetzungen mit. Der Stellenmarkt in Hamburg funktioniert anders als der in Husum, einen IT-Spezialisten erreichen wir nicht auf den gleichen Kanälen wie Fachkräfte für den Verkauf oder Logistik. Und auch die Art der Ansprache – Videos, Bilder, Texte – ist entscheidend und selten gleich. Jede Stelle wird also mit individuellen, passenden Maßnahmen ausgeschrieben. Ein Kanal allein gewinnt keine Talente.

Recruiting haben?

Auch mit begrenzten Ressourcen lässt sich im Recruiting wirklich viel bewegen. Auf den Punkt gebracht: Authentizität wirkt - und es muss nicht immer Hochglanz sein! Kleine selbstgedrehte Videos aus dem Team, echte Einblicke statt perfekter Inszenierung – das zieht Bewerber an. Menschen wollen Menschen sehen, keine Kulissen.

massiv an Bedeutung und leisten einen wichtigen Beitrag zur frühzeitigen Ansprache potenzieller Kandidatinnen und Kandidaten – lange bevor der eigentliche Bewerbungsprozess beginnt. Wer junge Menschen oder wechselwillige Fachkräfte frühzeitig für sich begeistert, erhöht ganz klar die Chance, sie später auch langfristig zu binden.

Persönliche Kontakte schaffen Vertrauen, machen das Unternehmen im Umfeld sichtbar und wirken häufig nachhaltiger als jede anonyme Anzeige. Für die Nachwuchsgewinnung genauso wie bei der Besetzung offener Stellen sind diese Initiativen ein echter Mehrwert.

Und wie nutzt die Bartels-Langness-Gruppe solche Netzwerke konkret?

Das hängt immer vom jeweiligen Profil ab. Dienstleister, die auf bestimmte Zielgruppen spezialisiert sind, nutzen wir punktuell. Andere Partnerschaften – etwa mit Schulen oder Bildungsträgern – laufen dauerhaft, unabhängig von konkreten Stellenangeboten. Ein gutes Beispiel dafür ist die Zusammenarbeit mit Schulen oder Bildungsträgern. Diese Kooperationen dienen nicht der kurzfristigen Stellenbesetzung, sondern dem langfristigen Aufbau von Beziehungen und dem frühzeitigen Kontakt zu potenziellem Nachwuchs. Ziel ist es, junge Menschen schon vor dem Berufseinstieg für die Arbeitswelt im Handel zu interessieren und erste Berührungspunkte zu schaffen.

Und wir ergreifen auch selbst die Initiative: Zum Beispiel mit Lagerführungen oder Bewerbungstagen an unseren Großhandelsstandorten. Solche Angebote ermöglichen künftigen Auszubildenden einen realistischen Blick auf den späteren Arbeitsplatz.

Netzwerke sind für uns keine Zusatzoption, sondern ein integraler Bestandteil moderner Personalgewinnung. Sie leben vom Austausch, von Begegnungen und gemeinsamen Initiativen – und eröffnen damit Wege, die über klassische Stellenausschreibungen hinausgehen.

Wie wichtig sind Netzwerke, Kooperationen oder lokale Initiativen für die Personalgewinnung im Handel?

Kooperationen und Netzwerke gewinnen gerade in dem heute angespannten Arbeitsmarkt



Abb.: Adobe Stock | #503960785 | Drazen

Wo stoßen Sie im Alltag an Grenzen – sei es bei der Ansprache oder im Bewerbungsprozess selbst?

Ein großes Thema ist heutzutage die Verbindlichkeit. Die Erwartungen an Schnelligkeit und individuelle Betreuung sind auf Bewerberseite stark gestiegen. Trotzdem erleben wir immer häufiger, dass Bewerber sich nach dem Erstkontakt einfach nicht mehr melden oder – noch frustrierender – Vorstellungsgespräche gar nicht erst wahrnehmen.

Das ist schade, denn Recruiting ist immer mit viel persönlichem Aufwand verbunden. Wichtig ist es, trotzdem flexibel zu bleiben, weiterhin wertschätzend zu kommunizieren und jede Bewerbung als individuelle Chance zu betrachten.

Was würden Sie kleineren Einzelhändlern raten, die nur begrenzte Ressourcen im

„Bock auf Hafen“ bei Brunsbüttel Ports

Ob im Handel, in der Industrie oder im Dienstleistungssektor – qualifiziertes Personal zu finden und langfristig zu binden, ist für Unternehmen aller Branchen eine zentrale Herausforderung. Wie vielfältig und praxisnah Strategien der Mitarbeitenden-

gewinnung heute sein können, zeigt ein Blick in die Hafen- und Logistikbranche: Ein Unternehmen mit über 450 Beschäftigten setzt dort auf Social Media, Schnellbewerbung per Klick, Azubi-Messen, Führerschein-Zuschüsse und sogar ein eigenes Wohnheim für Nachwuchskräfte.

Wir haben bei der Schramm Group – ausgezeichnet von der Agentur für Arbeit als „Top Ausbildungsbetrieb“ – nachgefragt und festgestellt: Viele dieser Maßnahmen lassen sich auch auf den Einzelhandel übertragen.

Mit über 450 Mitarbeitenden ist das Hafen- und Logistikunternehmen Brunsbüttel Ports Eigentümer und Betreiber der Brunsbütteler Hafengruppe und darüber hinaus an zahlreichen weiteren Standorten in Schleswig-Holstein, Hamburg und Schweden aktiv. Seine Hubs nehmen neben der Funktion als vielseitige Güterdrehscheiben vor allem mit dem Brunsbütteler Elbehafen eine bedeutende Rolle für die bundesweite Energieversorgung ein. Auf seinem anhaltenden Wachstumskurs ist Brunsbüttel Ports jederzeit auf der Suche nach Arbeits- und Nachwuchskräften mit „Bock auf Hafen“-Mentalität.

Innovative Recruiting-Strategie

Brunsbüttel Ports hat auf die veränderten Rahmenbedingungen am Arbeitsmarkt reagiert, seine Recruiting-Strategie angepasst und innovative Lösungen für verschiedene Online- und Offline-Aktivitäten entwickelt. An erster Stelle steht dabei ein benutzerfreundlicher, transparenter und schneller Bewerbungsprozess. „Wir haben viel Energie in die Gestaltung unserer neuen Karriereseite mit integriertem Schnellbewerbungsformular gesteckt. Denn ein professionelles Bewerbungsverfahren hat direkten Einfluss darauf, wie Kandidaten uns wahrnehmen. Und da wollen wir von Anfang an punkten“, erläutert Personalleiter Jan Lutz.

Für die Veröffentlichung von Jobangeboten setzt Brunsbüttel Ports mittlerweile fast ausschließlich auf die Social-Media-Kanäle. „Wir gehen hier mit dem Trend und wollen die Menschen dort abholen, wo sie sich aufhalten“, betont Recruiting-Team-

leiterin Nele Maaß. Bei der Ansprache von Berufseinsteigern nutzt das Recruiting-Team auch die Ideen der Azubis, z. B. für die Gestaltung von Tiktok-Videos, und bindet sie in den Gesamtprozess aktiv mit ein. Über das Programm „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ hilft außerdem die Belegschaft bei der Suchenach Fachleuten mit. Für eine erfolgreiche Vermittlung gibt es bis zu 1.000 Euro. Darüber hinaus wurde zur gezielten Ansprache potenzieller Arbeits- und Fachkräfte der Karrieretag „Bewerber Ahoi“ ins Leben gerufen. Hier können sich Jobsuchende und Neugierige direkt vor Ort aus erster Hand über offene Stellen und Karrierechancen bei Brunsbüttel Ports informieren.

Attraktives Gesamtpaket

Die Anforderungen an die Berufswelt verändern sich fortlaufend und so hat auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, zum Beispiel durch flexible Arbeitszeiten, einen hohen Stellenwert. Ebenso gehören Bike Leasing (bis zu drei Fahrräder werden monatlich mit 25 Euro je Rad bezuschusst), frisches Obst und freie Getränke zum Paket. Im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements „Gesünder Leben und Arbeiten“ wurden sogenannte aktive Pausen für gemeinsame Fittesseinheiten und Nordic Walking eingeführt. Die gemeinsame Bewegung fördert nicht nur die Gesundheit, sondern auch den Teamgeist. Wer nach Feierabend



Das „Azubi Ahoi“ – Team auf der Berufsorientierungsmesse der Schramm Group am Brunsbütteler Elbehafen.

aktiv werden möchte, nutzt dafür den betriebseigenen Fitnessraum. Neben den vorgenannten Benefits sind auch das Image und die Unternehmenskultur des zukünftigen Arbeitgebers von entscheidender Bedeutung. Unter dem Leitbild und Motto „Bock auf Hafen“ will man Menschen für eine Tätigkeit in der maritim geprägten Arbeitswelt gewinnen. „Bei uns wird Handson mit flachen Hierarchien und schnellen Entscheidungen gearbeitet. Wir haben ein sehr familiäres Betriebsklima und arbeiten dort, wo andere Urlaub machen – am Wasser“, freut sich Lutz.

Volle Kraft voraus: Azubi Ahoi!

„Wir begegnen dem War for Talents, indem wir unsere eigenen Talente ausbilden“, sagt Geschäftsführer Frank Schnabel. Um Nachwuchskräfte frühzeitig für Hafen- und Logistikthemen zu begeistern, kooperiert das Unternehmen beispielsweise als außerschulischer Lernort frühzeitig mit Schulen

Auszubildenden organisiert. Die Firmengruppe SCHRAMM group, zu der die Unternehmen Brunsbüttel Ports und H. Schramm Towage gehören, bildet in insgesamt 13 verschiedenen Ausbildungs- und Studienberufen aus.

„Haben wir die jungen Leute für uns begeistert, müssen sie uns gut erreichen können“, betont Schnabel. In der eher ländlichen Region ist das ÖPNV-Angebot nicht ausreichend, sodass für viele nur das Auto bleibt. Da das Geld insbesondere bei jungen Leuten knapp ist, bezuschusst das Unternehmen den Führerschein oder das erste eigene Auto mit bis zu 1.500 Euro. Mit einem eigenen Azubi-Wohnheim geht die Unternehmensgruppe sogar noch einen Schritt weiter.

On top gibt's zum Jobstart ein Smartphone oder ein Tablet für den privaten Gebrauch. Neben der persönlichen Betreuung können sich Nachwuchskräfte außerdem auf die Azubi Ahoi Akademie freuen. Hier lernen sie neben der Theorie und Praxis für den Job fürs Leben und es gibt starke Teambuilding-Aktionen. Zudem steht das Unternehmen mit seinen breiten Ausbildungsmöglichkeiten für echte Vielseitigkeit in der maritimen Hafenvelt. Ob an der frischen Luft, im Büro oder in der Werkstatt – hier findet sich für alle Interessen der richtige Arbeitsplatz. Und wer an Bord kommt, kann dank Übernahmegarantie nach fertiger Ausbildung bzw. Studium direkt bleiben - bei fachlicher Eignung sogar unbefristet.

Für sein Engagement wurde die Unternehmensgruppe im Jahr 2024 von der Agentur für Arbeit als „Top Ausbildungsbetrieb“ in Dithmarschen ausgezeichnet. Noch dazu hat Brunsbüttel Ports im selben Jahr den dritten Platz beim bundesweiten Wettbewerb als „Ausbildungs-Ass“ belegt.



Recruiting Teamleiterin N. Maaß (li.) mit Dualstudentin F. Thomsen bei der Verleihung des „Ausbildungs-Ass“ 2024. Der Preis würdigt Unternehmen, die sich für die Ausbildung und Förderung von Nachwuchskräften besonders engagieren. Brunsbüttel Ports belegte den dritten Platz.

Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung

Gute Erfahrungen wurden zudem mit Quereinsteigern gemacht. Wer fachlich nicht zu 100 Prozent auf die Stelle passt, bekommt dennoch eine Chance, wenn Motivation und Persönlichkeit stimmen. „Die Kandidaten müssen vor allem Bock auf Hafen haben und ins Team passen. Fehlende fachliche Qualifikationen gleichen wir durch eine entsprechende Einarbeitung und Weiterbildungsmaßnahmen aus“, erläutert Schnabel. Um den Einstieg für Newcomer so angenehm und leicht wie möglich zu gestalten, gibt es seit ein paar Jahren einen Onboarding-Tag.

Die Gewinnung von Fachkräften ist das eine, sie zu halten das andere. Besonderes Augenmerk wird deshalb auf die fachliche und berufliche Weiterentwicklung der Mitarbeitenden gelegt - auch vor dem Hintergrund, dass die Hafengruppe stetig wächst und die Anforderungen, aufgrund neuer Geschäftsfelder wie Digitalisierung, Dekarbonisierung und Nachhaltigkeit steigen.

Für alle Mitarbeitenden und ihre Familien werden zudem mit tollen jährlichen Veranstaltungen wie Fahrradtour oder Adventsmarkt Erfolge gemeinsam gefeiert und der Teamzusammenhalt gestärkt.



Foto: Helge Heggblum

Der Küchen- und Wohnbereich des zentral in Brunsbüttel gelegenen Azubi-Wohnheims.

und Kindergärten und ist auf verschiedenen Veranstaltungen und Messen vertreten. Ein echtes Highlight ist die hauseigene Berufsorientierungsmesse „Azubi Ahoi“, die in diesem Jahr am 8. November bereits zum 12. Mal stattfindet. Unter dem Motto „Von Azubis für Azubis“ wird die Veranstaltung mit viel Engagement und Herzblut von den eigenen

Mehr Bewerber, weniger Aufwand?

Wie der Einzelhandel Social Media für die Mitarbeitergewinnung nutzen kann

Die Lage ist nicht neu und sie ist ernst: Gute Mitarbeitende zu finden, zählt inzwischen zu den größten Herausforderungen in allen Branchen. Der „War For Talents“ hat auch vor dem Einzelhandel nicht Halt gemacht. Klassische Wege wie Stellenanzeigen in Tages- oder Wochenblättern, auf

digitalen Jobportalen oder die Reklame auf dem Lieferwagen greifen immer weniger. Jüngere und mittlerweile auch ältere Zielgruppen erreicht man dort immer weniger. Warum? Sie bewegen sich längst woanders. Auf Facebook (obwohl schon oft tot gesagt), auf Instagram, auf TikTok oder auf Twitch. Nicht zu vergessen Lin-

kedIn, wenn es um Führungskräfte geht. Am reichweitenstärksten sind immer noch die Meta-Plattformen Instagram und Facebook. TikTok liegt in Sachen Nutzerzahlen in Deutschland auf Platz 3.

Warum Social Media funktioniert

Laut der letzten ARD/ZDF Onlinestudie nutzen 74% aller Deutschen 14-29 täglich Social Media Plattformen. Bei den 30-49 Jährigen immerhin 51%. Und selbst bei 50+ sind es noch ca. ein Drittel. Instagram, Facebook, TikTok oder LinkedIn sind für viele Menschen fester Bestandteil ihres Alltags geworden. Zu jeder

Gelegenheit und Tageszeit, unterwegs, zu Hause oder im Urlaub. Wer dort aktiv ist, entscheidet sich nicht bewusst dafür, nach einem Job zu suchen. Soziale Netzwerke sind Impuls- und keine Suchmedien wie z.B. Google. Wer sich aber bereits mit der Jobsuche beschäftigt, kann in Sozialen Netzwerken durch sympathische, authentische Beiträge darauf aufmerksam gemacht werden, dass es ein attraktives neues Job-Angebot gibt. Diese passiv Suchenden machen einen großen Teil des Arbeitsmarkts aus. Und genau sie lassen sich über Social Media sehr gut erreichen.

Welche Community für welche Position?

Nicht jede Plattform passt zu jeder Zielgruppe. Während über Instagram oder TikTok eher junge



Foto: Alexander Malter

Alexander Malter, Inhaber Agentur Alexanderplatz Hamburg

Bewerberinnen und Bewerber für Ausbildungsplätze, aber auch Aushilfstätigkeiten oder Teilzeit-Jobs angesprochen werden können, lassen sich über Facebook gezielter Kandidaten mit Berufserfahrung finden. Dazu bieten sich unterschiedliche Formate an. Das klassische Bild-/Text Posting ist oft zu wenig aussagekräftig. Videos aus dem Arbeitsalltag, kurze Statements von zufriedenen Mitarbeitenden oder dem/der neuen Chef/Chefin, Einblicke hinter die Kulissen sind für viele Kandidaten deutlich ansprechender. Fotos/Videos und Texte sollten

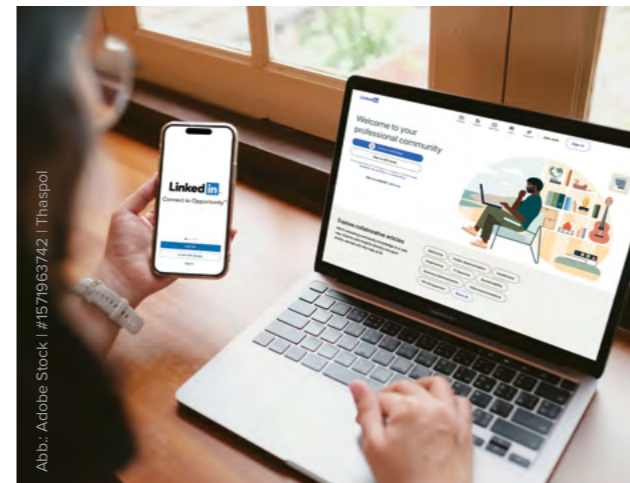


Abb.: Adobe Stock / #1571963742 | iThaspol

immer auf Augenhöhe, nahbar, ehrlich und sympathisch sein. Das Ziel: Vertrauen aufbauen, Infos zum Jobangebot geben und zeigen, wofür man als Arbeitgeber steht. Neben Videos zeigen auch Carousels, d.h. Postings mit mehreren aussagekräftigen Bildern und Videos gute Erfolge. Wichtig: sich von anderen abheben, viele Einblicke in Job und Unternehmen geben.

Was macht Ihr Geschäft besonders?

Ihr Geschäft muss nicht glamourös oder chic sein. Ehrlichkeit, Offenheit und Authentizität schlagen Perfektion und Schönfärberei. Beispiele: Markt- oder Shop-Verantwortliche, die auf Instagram oder Facebook Einblicke in den Arbeitsalltag und den konkreten Job geben. Oder ein Einblick in die Pausengestaltung von Mitarbeitenden. Ein Rundgang durchs Geschäft. Mitarbeitende, die in die Kamera winken oder sogar kurz etwas zu ihrem Job

sagen. Bilder und Videos sollten menschlich rüberkommen. Solche Inhalte wirken unverstellt, ehrlich und bleiben beim Kandidaten eher hängen. Wer sich als nahbares Unternehmen mit menschlichem Antlitz präsentiert, mit klaren Werten und echter Begeisterung, liegt vorn. Denn: Menschen bewerben sich vorzugsweise bei Menschen, nicht bei anonymen Unternehmen. Wie umsetzen? Ein aktuelles Smartphone kann tolle Fotos und Videos machen. Bei Videos: Schreiben Sie vorher den Text, der gesprochen werden soll und machen Sie einen kurzen Plan, wo und wie sie drehen wollen. Achten Sie auf gute Beleuchtung und Ton, am besten mit einem externen Mikro, das gibt's schon für kleines Geld.



Hürden abbauen: Bewerbungen einfach machen

Social Media bietet verschiedene Möglichkeiten für die Bewerbung eines Stellenangebots. Zum einen das klassische Foto- oder Video/Text Posting auf dem/den eigenen Social Media Profilen, etwa Facebook oder Instagram. Mit Link zur Jobseite auf der Homepage. Ergänzend als Story. Man kann dieses Posting auch als „Dark Ad“ ausspielen, dann sehen es nur potentielle Bewerbende und es steht nicht auf der Timeline. In beiden Fällen wichtig: eine ansprechende Jobseite auf der Homepage. Zu viel Text, Formulare etc. wirken hier eher kontraproduktiv, da bringt die effizienteste Anzeige wenig. Alternative: ein von uns schon oft eingesetztes, sehr wirksames „Instant“-Formular, bei dem Bewerber nicht die Community verlassen müssen, dort einige kurze Fragen beantworten und ihre Kontaktdaten hinterlassen. Es ist wichtig, Einstiegshürden für die Bewerbung niedrig zu halten. Besonders bei Kandidatinnen und Kandidaten mit Sprach- bzw. Schreibbarrieren.

Unverzichtbar: Werbeanzeigen

Organische Beiträge (also nicht bezahlte Posting) für Jobangebote auf der eigenen Facebook- oder Instagram-Unternehmensseite bringen erfahrungsgemäß ohne den Einsatz von Anzeigen wenig. Der Einsatz von bezahlter Werbung ist daher alternativlos. Vorteil: Höhere Reichweiten, geringere Streuverluste und vor allem die Option, die Position im Einzugsgebiet Ihres oder Ihrer Shops zu bewerben. Alle Communities bieten spannende Anzeigenformate. Wer etwa ein Video für die Ausschreibung nutzt, dem steht neben Facebook, Instagram oder TikTok z.B. auch YouTube für die Bewerbung zur Verfügung.

Kontakt:

Alexander Malter
Alexanderplatz Hamburg GmbH
wa.malter@alexanderplatz-hh.de
www.agentur-alexanderplatz.de

Fazit:

Social Media Plattformen bewirken keine Wunder, sind aber oft effizienter, schneller und auch kostengünstiger als andere Medien. Wobei die Schaltkosten immer von der konkreten Position, dem regionalen Einzugsgebiet, Aktivitäten von Wettbewerbern und der Dauer der Kampagne abhängen. Wer im Einzelhandel nachhaltig Personal gewinnen will, kommt an Instagram, Facebook, TikTok & Co. nicht mehr vorbei. Wichtig sind authentische Inhalte (vorzugsweise Videos), das richtige Zielgruppen-Targeting und authentische Inhalte. Als Agentur begleiten wir den Einzelhandel dabei, Social Media als zeitgemäße Job-Plattform zu begreifen und die richtigen Menschen für seine Jobangebote zu gewinnen.

Internationale Mitarbeitende: Chance gegen den Fachkräftemangel?

Der Fachkräftemangel trifft den Einzelhandel spürbar – besonders in Stoßzeiten, strukturschwachen Regionen und spezialisierten Bereichen. Eine gezielte Rekrutierung internationaler Mitarbeitender kann hier Abhilfe schaffen, sei es durch Anwerbung aus dem Ausland oder durch die Beschäftigung bereits in Deutschland lebender Migrantinnen und Migranten.

Internationale Fachkräfte eröffnen neue Kundenzugänge, bringen kulturelle Vielfalt ins Team und steigern die Innovationskraft. Gleichzeitig gilt es, bürokratische Hürden und sprachliche Herausforderungen aktiv anzugehen. Klare Strukturen bei Einarbeitung, Sprachförderung und Mentoring erleichtern die Integration. **Unterstützungsangebote – etwa bei Wohnungssuche oder Behör-**

denkontakten – erhöhen zusätzlich die Arbeitgeberattraktivität.

Der Einsatz internationaler Mitarbeitender ist kein Allheilmittel, aber ein zentraler Baustein moderner Personalstrategien. Vier Personalverantwortliche aus dem Einzelhandel berichten im Folgenden über ihre Erfahrungen.

Edeka Jens: Internationale Verstärkung für die schwierigste Schicht des Tages

Edeka Jens betreibt 11 Filialen, 8 davon an der Ostseeküste. Ein hohes Kundenaufkommen in der Saison bestimmt die Taktung der Märkte und ist insbesondere für die laufende Warenverräumung eine Herausforderung. Daher wurde 2023 auf eine nächtliche Verräumung umgestellt. Für diese Tätigkeit werden auch Mitarbeitende aus dem Ausland rekrutiert. **Judy Hewawasan, Personalleiterin der Edeka Jens Märkte, schildert ihre Erfahrungen.**

Was hat Sie bewogen, ausländische Arbeitskräfte für Ihre Märkte zu suchen und

einzustellen?

Die Umstellung auf die nächtliche Verräumung bringt viele Vorteile: Der kundenfreie Markt erlaubt ein schnelles Vorpacken und am Morgen erwartet die Mitarbeitenden ein gutes Ladenbild. Tagsüber können wir den Fokus auf die Kundenberatung und Regalpflege legen. Nur ist es leider schwierig, zuverlässige Arbeitskräfte für diesen nächtlichen Job zu finden. Wir schalten zwar regelmäßig Anzeigen auf allen großen Portalen – bislang leider jedoch ergebnislos. Daher rekrutieren wir auch passende Kräfte aus dem Ausland.

In welchen Ländern haben Sie aktiv gesucht und wie sind Sie hier vorgegangen?

Aktuell haben wir Saisonkräfte aus Polen, Kirgisistan und der Slowakei gewinnen können. Für Kirgisistan erhalten wir Unterstützung durch eine Agentur. Um das Recruiting der polnischen Saisonkräfte kümmert sich als Koordinatorin eine Kollegin, die Polnisch als Muttersprache spricht. Das funktioniert sehr gut und erleichtert die Kommunikation ungemein.



Foto: Edeka Jens

Welche bürokratischen Hürden müssen Sie nehmen?

Leider gibt es einige Hürden: Für die studentischen Ferienjobber aus Kirgisistan benötigen wir die Zustimmung der Zentralen Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) in Bonn. Lange Bearbeitungszeiten dort führen zu Verzögerungen bei den Botschaften vor Ort. Die Digitalisierung ist bei den involvierten Institutionen (Ausländerbehörde, ZAV, Botschaften) auf sehr niedrigem Niveau. Dokumente gehen oft noch per Post hin und her. Das gilt leider auch für unsere Vollzeitkräfte und Auszubildenden aus Kirgisistan, Marokko, Georgien, China, Vietnam und Madagaskar. Hinzu kommt, dass die Arbeitserlaubnis



Das HR-Team von Edeka Jens empfängt die Studentinnen aus Kirgisistan am Bahnhof von Neustadt.

und Aufenthaltsgenehmigungen in der Regel nur für kurze Zeiträume verlängert werden, auch hier sind längere Wartezeiten einzuplanen. Das ist schwierig, sowohl für die betroffenen Mitarbeitenden als auch für uns, weil es keine Planungssicherheit gibt. Was uns in Sachen Bürokratie jedoch hilft, ist die gute Zusammenarbeit mit der

Agentur für Arbeit, die wir pflegen, aber auch das Networking und der Austausch mit IHK, HWK und anderen Unternehmen.

Welche sonstigen Herausforderungen gibt es zu bewältigen?

Wohnraum zu finden ist ein großes Problem, besonders in unserem

Tourismusgebiet. Wir würden gerne mehr Saisonkräfte und Azubis einstellen, finden aber zu wenig bezahlbaren Wohnraum. Natürlich gibt es auch immer mal Sprachbarrieren in Märkten oder Berufsschulen, wir kümmern uns aber um Zusatzkurse für unsere Auszubildenden. Auch kulturelle Unterschiede sind ein Faktor, der nicht unterschätzt werden darf. Mit wachsender Erfahrung aber weiß man, wie man Dinge besser erklären und vermitteln kann.

Insgesamt betrachtet können wir sagen, dass die Integration in die Teams grundsätzlich gut klappt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind offen und freuen sich über die Unterstützung, egal mit welchem Hintergrund.

Haben Sie einen Rat für andere Unternehmen, die überlegen, ausländische Mitarbeitende einzustellen?

Jedem Unternehmen sollte klar sein, dass vor Einstellung viele Anträge auszufüllen sind. Auch wenn die ausländischen Mitarbeitenden vor Ort sind, hört die Arbeit nicht auf: Integration, Unterstützung und Hilfe auch bei privaten Angelegenheiten sind bei uns an der Tagesordnung.

deutschen Behördenschungel gelotst.

Was hat Sie bewogen, ausländische Mitarbeitende für Ihre Filialen zu suchen und einzustellen?

Es ist zurzeit sehr schwierig, passende Mitarbeitende, Fachkräfte und Azubis zu gewinnen. Durch die Insellage gestaltet sich dies noch etwas herausfordernder als auf dem Festland. Wir haben aber die Erfahrung gemacht, dass ausländische Mitarbeitende oft eine besonders hohe Motivation und eine große Bereitschaft mitbringen, sich in den Betrieb einzubringen und Verantwortung zu übernehmen. Es freut uns, wenn wir durch diese Vielfalt auch unsere Servicequalität verbessern können. Besonders im Tourismusgeschäft sind vielfältige Sprachkenntnisse hilfreich.

Aus welchen Ländern stammen Ihre ausländischen Angestellten und wie kam der Kontakt zustande?

Unsere Auszubildende aus Algerien lebte bereits in Deutschland und hat sich auf regulärem Weg beworben. Den neuen Mitarbeiter aus Montenegro hingegen hat uns der Zufall beschert: Während seines Urlaubs in Binz kamen wir ins Gespräch, und er schilderte seine Arbeitssituation in Montenegro. Gegenseitige Sympathie und Vertrauen waren direkt da, und so habe ich ihn spontan und ungeplant für die Mitarbeit in unserem kleinen Team gewinnen können. Was hilfreich war: Beide konnten in Deutschland bereits berufliche Erfahrung in anderen Bereichen sammeln. Das hat vieles erleichtert, vor allem sprachlich.

Parfümerie Buchholz: Vom Strandgespräch zur Teamverstärkung

Auch die Parfümerie Buchholz in Binz / Rügen beschäftigt Mitarbeitende aus dem Ausland. Seit 1920 ist das Geschäft in Familienhand – auch hier werden Mitarbeitende dringend gesucht. Sohn Nick Adrion hat aktuell eine bereits in Deutschland lebende algerische Auszubildende eingestellt und einen montenegrinischen Mitarbeiter von der Einreiseerlaubnis bis zur Arbeitsaufnahme und darüber hinaus durch den

Welche bürokratischen Hindernisse mussten Sie lösen? Gab es Unterstützung?

Es ist wirklich ein bürokratischer Hürdenlauf zu bewältigen, der je nach Herkunftsland variiert. Mit unserem montenegrinischen Mitarbeiter hatten wir Glück, weil er unter die Westbalkan-Regelung fiel und der Gesamtprozess bis zur Arbeitsaufnahme lediglich drei Monate betrug. Dennoch musste viel

Papierkram bei verschiedenen Stellen abgewickelt werden: Vorabzustimmung von der Bundesagentur für Arbeit (BA), die Deutsche Botschaft im Heimatland benötigte ebenfalls Informationen etc.

Bei unserer algerischen Auszubildenden hat der Prozess ein halbes Jahr gedauert, obgleich sie bereits in Deutschland lebte. Ausländerbehörde, BA und IHK waren u.a. involviert.



Nick Adrion (re.) und Samid Huremovic beraten ihre Kunden in Binz auf auf Rügen.

Bei der rechtssicheren Ausgestaltung der Arbeitsverträge hat uns der Handelsverband Nord sehr gut geholfen, um alles andere haben wir uns selbst gekümmert.

Gibt es weitere Herausforderungen aus Ihrer Sicht?

Mit der Arbeitslaubnis endet es ja nicht, weitere Formalitäten sind zu erledigen: Krankenkasse, Bankkonto, Versicherungen. Hier lassen wir unsere Angestellten nicht

im Regen stehen, sondern legen auch einmal gemeinsam einen „Behördentag“ ein. Auch bei der Vermittlung von Wohnraum greifen wir unter die Arme. Geärgert hat mich, dass in einigen Institutionen Vorbehalte gegenüber Ausländern offen zu Tage treten. Es ist doch klar, dass eine Ausbildung nebst Besuch der Berufsschule gar nicht möglich wäre, wenn nicht alle Voraussetzungen erfüllt wären, inklusive deutscher Sprachkenntnisse auf B2 Niveau und Aufenthaltstitel. Das muss dann nicht mehr durch Dritte abgefragt werden. Herausfordernd können auch die je nach Kulturkreis unterschiedlichen Mentalitäten sein. Mit ein wenig Verständnis und gutem Willen wächst man aber zusammen. Insgesamt sehen wir die Beschäftigung ausländischer Mitarbeitender als eine Chance, unser Team zu bereichern und voneinander zu lernen.

Haben Sie einen Rat für andere Unternehmen, die überlegen, ausländische Mitarbeitende einzustellen?

Ich habe mit den Behörden tatsächlich gute Erfahrungen gemacht, ich halte den Kontakt und binde diese von Anfang an ein, das hilft im weiteren Prozess. Dennoch benötigt man Geduld und langen Atem – das sollte von vornherein eingeplant werden.

Fleggaard: Vielfalt führen – Was 88 Nationalitäten gemeinsam schaffen

Die dänische Supermarktkette Fleggaard ist mit ihren acht Märkten der größte Akteur im deutsch-skandinavischen Grenzhandel. Man findet hier neben den gängigen Grenzwaren eine breite Palette an Lebensmitteln und eine große Auswahl an Non-Food Produkten. Praktisch für Urlaubsreisende ist, dass diese sich mittels Click & Collect ihre Einkäufe online zusammenstellen und bequem vor

oder nach dem Urlaub abholen können. Das erfordert viele miteinander verzahnte Handgriffe – 1.000 Mitarbeitende aus 88 Ländern machen dies möglich. Personalleiter Ralf Stapelfeldt akquiriert nicht aktiv im Ausland, aber das muss er auch nicht. Die Menschen kommen zu ihm.

Sie führen Mitarbeitende aus 88 Ländern, das ist ungewöhnlich. Wie kommt's?

Wir haben ja zunächst auf kleinem Niveau

angefangen und sind damals relativ blauäugig gestartet. Die Herausforderungen durch kulturelle Unterschiede, wie beispielsweise die Fastenzeit Ramadan, hatten wir anfangs gar nicht bedacht. Mit der Zeit haben wir aber viel über die kulturellen Besonderheiten einzelner Nationalitäten hinzulernt und uns von einer klassischen Personalabteilung zu einem modernen ‚People and Culture Management‘ weiterentwickelt. Aber auch wir können den ausländischen Mitarbeitenden

vieles vermitteln – auch über den Job hinaus. Man kann also sagen, dass wir ein ausgewogenes Geben und Nehmen pflegen. Das spricht sich offenbar herum. So haben wir zum Beispiel mit einem indischen Studenten als Minijobber angefangen, mittlerweile haben wir eine kleine indische Community bei uns.

Der Großteil Ihrer ausländischen Mitarbeitenden hat einen Wohnsitz in Deutschland. Vereinfacht dies die Arbeitsaufnahme?

Sollte man meinen, aber dem ist leider nicht so. Je nach Herkunftsland und Status sind beispielsweise nicht nur Anforderungen und Bearbeitungsfristen der jeweils zuständigen Ausländerbehörden sehr unterschiedlich, auch die getroffenen Entscheidungen fallen sehr verschieden aus. Das ist nicht immer plausibel. Unter anderem dürfen ausländische Studenten gemäß Auflagen aus dem Aufenthaltstitel nur eine begrenzte Anzahl an Stunden pro Jahr arbeiten. Erschwerend hinzu kommen die extrem langen Wartezeiten auf benötigte Dokumente. Besonders aufwendig wird es aber, wenn der Wohnsitz nicht in Deutschland liegt. So ist ein in Flensburg lebender Syrer weniger anspruchsvoll in der Personalbearbeitung als ein in Dänemark lebender Mitarbeiter: Wegen der Sozialversicherung dürfen diese kein Home-Office machen. Auch Kindergeldanträge bei der Familienkasse und die Anträge der in Deutschland als beschränkt steuerpflichtig geltenden Mitarbeitenden aus dem Nachbarland sind in der



Foto: A. Raabe

Ralf Stapelfeldt entwickelte den HR-Bereich von einer klassischen Personalabteilung hin zu einem modernen ‚People and Culture Management‘.

Bearbeitung besonders arbeitsintensiv für unsere Personalabteilung.

Mit einem Anteil von 40 Prozent ausländischer Mitarbeitender gibt es vermutlich einen erhöhten Unterstützungsbedarf?

Ja, wir unterstützen unsere Mitarbeitenden bestmöglich in verschiedenen Bereichen. Ob im persönlichen Alltag, z.B. bei Mietsachen oder im Umgang mit Behörden. Auch ein Empfehlungsschreiben, um eine Abschiebung zu verhindern, haben wir schon aufgesetzt. Herausfordernde Situationen können aber auch im Arbeitsumfeld entstehen, wenn verschiedene Kulturen und Weltanschauungen aufeinandertreffen. Hier finden

wir in der Regel auch eine Lösung, mal mit feinstem Fingerspitzengefühl und mal mit klaren Ansagen.

Was würden Sie anderen Unternehmen raten, die auch Mitarbeitende anderer Nationalitäten einstellen möchten?

Die Personalverantwortlichen sollten viel Geduld und Empathie mitbringen. Um potentielle interkulturelle Probleme besser zu verstehen, sollte man auch ein ernsthaftes Interesse an anderen Kulturen haben. Wir möchten unser buntes Team nicht missen, es bedeutet den Horizont zu erweitern, voneinander zu lernen, gemeinsam etwas zu erreichen aber auch viel Spaß miteinander zu haben.

Jawoll: Fachkräfte aus Ghana – Ein Gewinn auf ganzer Linie

Jawoll bietet in ihren 90 Märkten ein breites Sortiment – von Saison- und Aktionsartikeln bis hin zu Artikeln des täglichen Bedarfs. Entsprechend entsteht ein hoher Warenfluss, der bewegt und organisiert werden will. Um dem drohenden Fachkräftemangel vorzubeugen, hat Jawoll unter

der Federführung von Christian Meyer-Kreutzfeldt einen neuen Weg zur Gewinnung von Fachkräften aus dem Ausland eingeschlagen.



Foto: Jawoll

Proaktiv gegen den Fachkräftemangel: Christian Meyer-Kreutzfeldt setzt auf Rekrutierung aus dem Ausland.

Was hat Sie bewogen, ausländische Arbeitskräfte für Ihre Märkte zu suchen und einzustellen?

Der Fachkräftemangel macht auch vor dem Einzelhandel keinen Halt. Zudem wird sich der Trend im demographischen Wandel weiter fortsetzen, womit es immer schwieriger wird, künftig entsprechende Fachkräfte zu gewinnen. Wir haben mit der Rekrutierung von ausländischen Fachkräften bereits frühzeitig begonnen, um eine weitere Alternative im Bereich der Mitarbeitengewinnung zu schaffen.

In welchen Ländern haben Sie gesucht und wie sind Sie hier vorgegangen?

Bei der Wahl der Herkunftsländer haben uns unsere Handelsbeziehungen und Kontakte weltweit weitergeholfen. Aus Ghana beziehen wir schon seit vielen Jahren Ware, begleiten dort mehrere Projekte. Einer unserer Kooperationspartner hat dann in Zusammenarbeit mit uns eine Deutschschule in Accra gegründet. Seither haben wir einen Anlaufpunkt für unsere Bewerber. Wir haben Ghana als sehr stabiles Land kennengelernt. Erleichternd ist zudem, dass Englisch Landessprache ist.

Welche bürokratischen Hürden mussten Sie nehmen?

Von dem Zeitpunkt der ersten Antragsstellung bis zum ersten Mitarbeitenden aus Ghana in Deutschland hat es fast exakt ein Jahr gedauert. Wir haben dabei viele stereotype Herausforderungen mit den beteiligten Behörden erlebt. Dies reichte von fehlenden Ansprechpartnern, wechselnden Zuständigkeiten, sich verändernder Gesetzeslage, nicht funktionierender Krankheitsvertretungen bis hin zu allgemein langer Bearbeitungsdauer in den jeweiligen Behörden. Und das alles, bevor der eigentliche Visa-Prozess in Ghana überhaupt erst starten konnte, welcher ebenfalls seine Zeit benötigt. Mittlerweile haben sich die Prozesse aber auf etwa drei Monate bis zur Einreise eingependelt.

Welche sonstigen Herausforderungen gab es zu bewältigen?

Wir haben uns mit Ghana bewusst für ein

englischsprachiges, überwiegend westlich/christlich geprägtes Land entschieden, um sowohl die anfänglichen Sprachbarrieren als auch die gesellschaftliche Integration zu erleichtern.

Die Wohnungssuche gestaltet sich auf dem

Was wir dann allerdings erlebt haben, hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen – im positiven Sinne. Wir haben sowohl menschlich als auch arbeitstechnisch tolle Mitarbeitende gewonnen, die sich rasend schnell in die Teams integriert haben und mittlerweile nicht mehr wegzudenken sind.

Facharbeiter aus Ghana verstärken den Logistikbereich bei Jawoll.



Foto: Jawoll

überhitzten Wohnungsmarkt ebenfalls als recht anspruchsvoll. Wir konnten am Ende eine Wohnung und ein großes Haus mit Garten anmieten, in welchem jede Fachkraft ein bereits möbliertes Zimmer beziehen konnte.

In Deutschland werden die Fachkräfte bei Behördenbesuchen, Anmeldungen bei Krankenkassen, Kontoeinrichtung aber auch bei alltäglichen Dingen wie den ersten Einkäufen, Arztbesuchen oder bei der Kontaktaufnahme mit Sportvereinen von Seiten der Personalabteilung eng begleitet.

Wie klappte die Integration ins Team?

Uns war bewusst, dass eine vollständige Integration seine Zeit brauchen wird. Darüber hinaus haben wir im Vorfeld bereits viel kommuniziert und vorab für Akzeptanz in den künftigen Teams gesorgt.

Haben Sie einen Rat für andere Unternehmen, die überlegen, ausländische Mitarbeitende einzustellen?

Viel Geduld mitbringen, vor allem bei den behördlichen Vorgängen. Und das Wichtigste: Sich der großen Verantwortung, vor allem bei der zwischenmenschlichen Kommunikation, Begleitung/Hilfestellung und der Unterbringung, bewusstmachen. Es geht hier nicht einfach nur um Arbeitskräfte, sondern um Menschen, die eine gemeinsame Zukunft mit ihrem Unternehmen suchen. Stellt man dies richtig an, gewinnen am Ende alle.

Fachkräfte gewinnen: 10 Fragen zur Erwerbsmigration – ein kompakter Leitfaden



Lilian Hellermann, Referentin Arbeits- und Sozialrecht, Arbeitsmarktpolitik, HDE



Steven Haarke, Geschäftsführer Arbeit, Bildung, Sozial- und Tarifpolitik, HDE

Fotos: HDE

1. Welche Zuwanderungsmöglichkeiten haben Fach- bzw. Arbeitskräfte aus Drittstaaten?

Die Zuwanderungsmöglichkeiten von Fach- und Arbeitskräften aus Drittstaaten wurden zuletzt im Jahr 2023 durch eine Reform des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes novelliert und sind vielfältig. Deshalb sind die Voraussetzungen des jeweils erforderlichen und angestrebten Aufenthaltstitels im Einzelfall zu prüfen. Je nach Art des Aufenthaltstitels muss beispielsweise ein Arbeitsplatzangebot vorliegen oder ein gesetzlich vorgegebenes Mindestentgelt gezahlt werden.

2. Welche Arbeitskräfte fallen unter den Fachkräftebegriff des Fachkräfteeinwanderungsgesetzes?

Eine Fachkraft ist nach § 18 Abs. 3 Aufenthaltsgesetz (AufenthG), wer eine gleichwertige qualifizierte Berufsausbildung oder einen vergleichbaren Hochschulabschluss aus dem Ausland besitzt. Abhängig von der Art des Aufenthaltstitels und der Beschäftigung kann es erforderlich sein, die Vergleichbarkeit der Qualifikation im Rahmen eines Anerkennungsverfahrens mittels Dokumenten, die Auskunft über die Ausbildung geben, prüfen zu lassen oder eine besondere Bestätigung hierfür erbringen zu müssen.

3. Wie kann Kontakt zu ausländischen Arbeitskräften aufgenommen werden?

Hierbei hilft der Arbeitgeberservice der Bundesagentur für Arbeit (BA) gerne weiter. Zudem kann bei der Veröffentlichung offener Stellen in der BA-Jobbörse angegeben werden, dass die Stellenanzeige auch auf dem Fachkräfteportal der Bundesregierung „Make it in Germany“ sowie im Jobportal der Europäischen Kommission (EURES) platziert werden soll.

4. Welche grundlegenden Schritte sind erforderlich, um eine ausländische Arbeitskraft erfolgreich einzustellen?

Um in Deutschland arbeiten zu dürfen, wird üblicherweise ein Visum von der deutschen Auslandsvertretung im Heimatland zum Zweck der Erwerbstätigkeit benötigt. Vor Ablauf dieses Visums ist rechtzeitig bei der zuständigen Ausländerbehörde der

Aufenthaltstitel, der die jeweilige Beschäftigung erlaubt, zu beantragen. Dies gilt nicht für Staatsangehörige aus EU- und EWR-Staaten sowie aus der Schweiz. Visumsfrei einreisen dürfen z.B. auch Personen aus den USA, jedoch ist dann vor Aufnahme der Tätigkeit ein Aufenthaltstitel zu beantragen.

5. Was ist beim Visumantrag für die Arbeitskraft zu beachten?

Damit eine Arbeitsaufnahme nach der Ankunft möglich ist, muss beim Visumantrag die Erwerbstätigkeit als Zweck aufgeführt werden. Zudem sollten die allgemeinen sowie die gegebenenfalls speziellen Erteilungsvoraussetzungen des Visums bzw. Aufenthaltstitels bekannt sein. Zu den allgemeinen Voraussetzungen des Aufenthaltstitels zählen unter anderem ein Nachweis über die Sicherung des Lebensunterhalts, das Vorliegen eines gültigen Passes und dass kein Ausweisungsinteresse besteht.

6. Das beschleunigte Fachkräfteverfahren: wie funktioniert es?

Wegen einer Vielzahl an Anträgen kann sich die Visumerteilung verzögern. Um dem entgegenzuwirken, ist bei der Einstellung von Fachkräften ein beschleunigtes Verfahren möglich. Mit einer von der Fachkraft ausgestellten Vollmacht nimmt der zukünftige Arbeitgeber Kontakt zur Ausländerbehörde auf, die dann das Anerkennungsverfahren und die Zustimmung der BA veranlasst. Nach erfolgreichem Abschluss der Prozesse stellt die Ausländerbehörde eine „Vorabzustimmung zum Visum“ aus, mit der die Fachkraft dann einen Visumantrag stellen kann.

7. Was wird im Rahmen des Zustimmungsverfahrens der BA geprüft?

Regelmäßig muss für die Einstellung einer ausländischen Arbeitskraft eine gesetzlich vorgeschriebene Zustimmung in einem behördeninternen Verfahren durch die BA erfolgen. Im Zuge dieses Verfahrens werden

insbesondere die Arbeitsbedingungen der Arbeits- oder Fachkraft dahingehend geprüft, dass diese im Vergleich nicht ungünstiger sind als die Arbeitsbedingungen inländischer Arbeitnehmer. Grundlage für die Prüfung sind Angaben des Arbeitgebers.

8. Welche besonderen Pflichten hat der Arbeitgeber, wenn eine ausländische Arbeitskraft eingestellt wird?

Die Arbeitgeberpflichten sind insbesondere in § 4a Abs. 5 AufenthG geregelt. Er hat unter anderem zu prüfen, dass ein gültiger Aufenthaltstitel zum Zweck der Erwerbstätigkeit vorliegt. Zudem hat er eine Kopie des gültigen Dokuments zu verwahren und der Ausländerbehörde zu melden, sollte das Arbeitsverhältnis früher als vorgesehen enden.

9. Können Arbeitskräfte auch langfristig in Deutschland bleiben?

Ein unbefristeter Aufenthaltstitel (Niederlassungserlaubnis) kann beantragt werden, wenn

die ausländische Arbeitskraft seit fünf Jahren eine Aufenthaltserlaubnis besitzt und sie die weiteren Kriterien nach § 9 AufenthG erfüllt. Bestimmte Gruppen können diese auch bereits früher beantragen.

10. Integration: Wie können Arbeitgeber unterstützen?

Um ausländischen Arbeitskräften den Start zu erleichtern, ist eine Willkommenskultur im Unternehmen wichtig. Ferner können Arbeitgeber ein intensives Onboarding anbieten und wichtige Informationen etwa mit der „Willkommensmappe“ von [Make it in Germany](https://www.make-it-in-germany.de) an die Hand geben.

Für weitere Informationen verweisen wir Sie auf www.make-it-in-germany.de, <https://arbeitsgeber.de/themen/beschaeftigung-und-arbeitsmarkt/zuwanderung-und-integration/> und www.anerkennung-in-deutschland.de.

JETZT ANMELDEN!

07.10.2025 | media docks, Lübeck

Tag des Norddeutschen Handels

Partnerschaften! Erfolgsfaktor Kooperation

Als Speaker mit dabei:

Daniela Ben Said
Psychologin, Unternehmerin, Trainerin, Speaker of the Year & Netzwerk-Expertin

Nikolaus Blome
Journalist, Leiter des Ressorts Politik und Wirtschaft bei RTL und ntv, Experte für wirtschaftspolitische Beziehungen

<https://hvnord.de/der-tag-des-norddeutschen-handels-2025/>

MV HH SH **Fachkräfteinitiativen**

Fachkräfteinitiativen in Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Hamburg

Fachkräfteinitiative Schleswig-Holstein (FI.SH)

In der Fachkräfteinitiative Schleswig-Holstein agiert die Landesregierung zusammen mit ihren Kernpartnern, u.a. den kommunalen Spitzenverbänden wie dem UV Nord, verschiedenen Ministerien, Hochschulen und der Bundesagentur für Arbeit - Regionaldirektion Nord. Das Ziel ist die Fachkräftesicherung in Schleswig-Holstein durch systematische Vernetzung von Wirtschaft, Wissenschaft, Jobcentern, Bildungs- und Kommunalakteuren.

Angebote in Rahmen von FI.SH:

Richtlinie des Landes Schleswig-Holstein über die Förderung von Projekten und Maßnahmen zur Fachkräftesicherung

Das Land Schleswig-Holstein unterstützt im Rahmen der FI.SH u.a. bei der Entwicklung und Umsetzung von Projektideen, die einen Beitrag zur Fachkräftesicherung in Schleswig-

Holstein insbesondere in folgenden Feldern leisten: Verbesserung der Zusammenführung von Arbeitsangebot und Arbeitsnachfrage, Gewinnung von Fach- und Arbeitskräften in Man-berufen und aus dem Ausland, regionale Fachkräfteprojekte, Fachkräfte-Netzwerke für Branchen. Die Zuwendung wird auf Antrag als Anteilsfinanzierung mit Begrenzung auf einen Höchstbetrag als nicht rückzahlbarer Zuschuss gewährt. Die Höhe der Zuwendung beträgt maximal 70 Prozent der förderfähigen Ausgaben.

Mehr Infos: <https://www.schleswig-holstein.de/DE/landesregierung/themen/arbeit/fachkraefteinitiative>

THAMM Plus – Fachkräfte und Auszubildende aus Nordafrika

THAMM Plus ist ein Projekt zur Unterstützung regulärer Arbeitsmigration und -mobilität

zwischen Nordafrika und Europa. Es fördert sichere und faire Arbeitsmigration aus Ägypten, Marokko und Tunesien und vermittelt Auszubildende und Fachkräfte an Betriebe in Deutschland. THAMM steht für "Towards a Holistic Approach to Labour Migration Governance and Labour Mobility in North Africa". Träger ist die GIZ in Kooperation mit der BA. Das Projekt richtet sich an Unternehmen der Branchen Elektrogewerbe, Sanitär, Heizung, Klimatechnik und Metallgewerbe, aber auch die Bereiche Fachinformatik und Logistik werden unterstützt.

Mehr Infos: <https://www.schleswig-holstein.de/DE/fachinhalte/F/fachkraefte/thamm-plus?nn=eoc87289-7486-4c82-9393-759a3f-45d1e2>

Fachkräftestrategie Mecklenburg-Vorpommern

Die aktuelle Fachkräftestrategie Mecklenburg-Vorpommern wurde Anfang 2025 verabschiedet. Sie bündelt die Ergebnisse einer intensiven Diskussion eines externen Expertenkreises aus Wirtschaft, Verbänden und Sozialpartnern und der beteiligten Ministerien zur Fachkräftesituation im Bundesland. Vier Handlungsfelder sollen entsprechend der Strategie besonders gefördert werden: Fachkräfte ausbilden und qualifizieren, Erwerbspotenziale sichern, Fachkräfte aus dem

In- und Ausland gewinnen, attraktive Arbeitsbedingungen schaffen.

Angebote im Rahmen der Fachkräfteinitiative Mecklenburg-Vorpommern:

Richtlinie zur Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der Fachkräftesicherung und Fachkräftegewinnung in der Transformation der Arbeitswelt

Das Land Mecklenburg-Vorpommern

unterstützt Unternehmen, Betriebe und Beschäftigte dabei, die Herausforderungen der Transformationsprozesse im Hinblick auf die Fachkräftesicherung und -gewinnung zu bewältigen. Die Transformationsrichtlinie des Wirtschaftsministeriums fördert entsprechende Vorhaben und Projekte, die zur Fachkräftesicherung beitragen. Dabei beteiligt sich das Land an einzelbetrieblichen Verbundvorhaben mit einem Zuschuss von bis zu 50 Prozent der förderfähigen Ausgaben. Über die

GSA Schwerin werden Ideenwettbewerbe zu verschiedenen Themenschwerpunkten ausgeschrieben.

Mehr Infos: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Arbeit/Fachkraeftestrategie-MV/>

<https://www.gsa-schwerin.de/transformation/richtlinie>

Fachkräfte-Service-Zentrale:

Die neu eingerichtete Fachkräfte-Service-Zentrale M-V berät, unterstützt und begleitet Arbeitgeber, wenn diese eine Fach- oder

Arbeitskraft oder einen Auszubildenden aus einem Drittstaat beschäftigen wollen.

Mehr Infos: <https://www.regierung-mv.de/Landesregierung/wm/Arbeit/Fachkraefte-Service-Zentrale/>

Hamburger Strategie zur Sicherung des Arbeits- und Fachkräftebedarfs

Die Hamburger Fachkräftestrategie soll die Rahmenbedingungen auf dem Hamburger Arbeitsmarkt so gestalten, dass die Hamburger Wirtschaft bestmöglich bei der Fachkräftesicherung und -gewinnung unterstützt wird. Sie ist ein kooperatives, sektorübergreifendes Projekt des Hamburger Fachkräftenetzwerks. Die Umsetzung erfolgt gemeinsam mit Akteuren wie der Agentur für Arbeit Hamburg, Kammern, DGB, UV Nord, dem Jobcenter,

Sozial- und weiteren Fachbehörden.

In fünf definierten Handlungsfeldern (attraktive Arbeitsbedingungen, Ausbildung, Berufliche Weiterbildung, Erwerbsbeteiligung erhöhen und Fachkräftezuwanderung und Arbeitsmarktintegration von Menschen mit Migrationshintergrund) arbeiten die beteiligten Akteure an konkreten Maßnahmen und entwickeln gemeinsam Lösungsvorschläge.

Mehr Infos: <https://www.hamburg.de/politik-und-verwaltung/behoerden/bwai/themen/arbeit/fachkraefte/fachkraeftestrategie-32050>

<https://www.hamburg.de/politik-und-verwaltung/behoerden/bwai/themen/arbeit/fachkraefte/vorstellung-32056>

Gedenken an Hans-Jürgen Frick: Ein engagierter Wegbegleiter und meinungsstarker Unternehmer



Foto: HV Nord

2013 besiegelten A. Bartmann (li.) und H.-J. Frick (re.) den Zusammenschluss des EHV Nord mit den Fachverbänden des Hamburger Einzelhandels.

Der Handelsverband Nord trauert um Hans-Jürgen Frick, der am 15. Juni 2025 im Alter von 80 Jahren von uns gegangen ist. Mit großer Trauer und tiefem Dank blicken wir auf einen außergewöhnlichen Menschen und engagierten Unternehmer zurück, der unseren Verband und die Branche im Norden über viele Jahre maßgeblich mitgeprägt hat.

Hans-Jürgen Frick war von 2002 bis 2014 unser Präsident und hat in dieser Zeit mit großem Einsatz und Weitblick die Entwicklung unseres Verbandes mitgestaltet. Besonders sein Beitrag zur Fusion dreier Bundesländer unter einem gemeinsamen Dach zeugt von seinem nach vorne gerichteten Denken und seinem unermüdelichen Einsatz für die Branche. Für sein

Engagement wurde ihm im Jahr 2014 das Verdienstkreuz am Bande verliehen – eine Anerkennung, die seine bedeutende Rolle in der Branche würdigt.

Wir verlieren mit Hans-Jürgen Frick eine sehr geschätzte Persönlichkeit, einen ehrbaren Kaufmann und einen großartigen Menschen. Sein Wirken und seine Werte werden uns stets ein Vorbild sein. In höchster Wertschätzung werden wir ihm ein ehrendes Andenken bewahren.

Unser aufrichtiges Mitgefühl gilt seiner Familie.

MV HH SH Generationenfreundliches Einkaufen

Barrierefrei & herzlich: Generationenfreundliches Einkaufen

Mit dem Siegel „Generationenfreundliches Einkaufen“ zertifizierte Händler und Händlerinnen setzen klare Akzente: Sie schaffen eine einkaufsfreundliche Atmosphäre für alle Altersgruppen, verbessern Orientierung und Verständlichkeit und bieten hilfreiche Services, die das Einkaufserlebnis für Jung und Alt gleichermaßen optimieren. Zu den Kennzeichen gehören barrierearme Zugänge, gut erkennbare Beschilderung, kontrastreiche und transparente Produktinformationen sowie eine klare Wegführung im Geschäft. Das Siegel dient somit als Orientierungshilfe



für Familien, Seniorinnen und Senioren, Menschen mit Beeinträchtigungen und alle, die Wert auf unkomplizierte, respektvolle und sichere Einkaufserlebnisse legen.

Die Zertifizierung erfolgt durch eine unabhängige Prüfung, die Kriterien wie Zugänglichkeit, Verständlichkeit der Kommunikation, Service-Qualität und altersgerechte Gestaltung bewertet. Haben auch Sie Interesse an einer Zertifizierung? Dann kontaktieren Sie gerne Tino Beig unter beig@hvnord.de.



Alexander Münster nahm für seinen Edeka Markt in Kiel das Siegel bereits zum dritten Mal in Empfang.

Auch Rene Klüver aus Ratekau freute sich über die fünfte Auszeichnung für seinen Rewe Markt.

Die Edeka Jens Märkte lassen sich regelmäßig auf Herz und Nieren prüfen: Marktleiter Eugen König aus Lensahn freute sich nach erfolgreichem Umbau über die erneute Auszeichnung.



Fotos: HV Nord



Die toom-Baumärkte in Neustadt, Ahrensburg und Henstedt-Ulzburg sind zum vierten Mal ausgezeichnet worden, der toom-Baumarkt in Rendsburg war zum dritten Mal erfolgreich. Tino Beig vom HV Nord übergab den Marktleitern Fabian Kremulat, Peter Mehl und Sören Bork sowie Marktleiterin Meike Sussmann (beginnend links oben) die Urkunden.

Mehr Informationen unter: <https://bit.ly/3CDDAaH>

Obacht bei der Mitarbeitergewinnung über Personaldienstleister!

Denn diese kann insbesondere durch eine Vermittlung über sog. Headhunter einige Risiken bergen – besonders wenn es darum geht, dass ein Mitarbeiter im Ergebnis erfolgreich vermittelt wurde. Speziell bei Unternehmensgruppen ist hier Sorgfalt geboten.

So hatten in dem hier beschriebenen Fall zwei Gesellschaften eines Konzerns unabhängig voneinander zwei Stellen ausgeschrieben. Auf die eine Stelle einer Finanzbuchhalterin vermittelte ein Headhunter für die Holding des Konzerns eine nach seiner Auffassung passende Bewerberin. Im Ergebnis kam es nicht zu einer Einstellung dieser Bewerberin auf diese Stelle, weil im Rahmen des Bewerbungsverfahrens ein anderer Bewerber berücksichtigt wurde. Die Holding erklärte in dem Zusammenhang gegenüber dem Headhunter, dass die Stellenausschreibung damit beendet sei.

Für die zweite Stelle einer Bilanzbuchhalterin der anderen konzernangehörigen Gesellschaft wurde die gleiche Bewerberin angeboten, jedoch über eine andere Personalvermittlungsagentur. In diesem Bewerbungsverfahren war die Bewerberin erfolgreich - sie wurde eingestellt.

Dies führte zu Unmut bei dem Headhunter, der seinerzeit keine erfolgreiche Vermittlung bei der von ihm kontaktierten Gesellschaft – der Holding des Konzerns – erreicht hatte. Er war der Auffassung, dass er den Erstkontakt zwischen der Bewerberin und der weiteren

Gesellschaft der Firma hergestellt und damit den Ausgangspunkt für deren spätere Anstellung innerhalb des Konzerns geschaffen habe. In Folge dessen erhob der Headhunter nunmehr einen Anspruch auf die Zahlung der vollständigen Vermittlungsgebühr, weil die von ihm seinerzeit vorgeschlagene Bewerberin jetzt im Ergebnis angestellt wurde. Die Gesellschaft wies den Anspruch mit dem Argument zurück, dass die Einstellung der Bewerberin als Bilanzbuchhalterin in keiner Weise auf die Vermittlungsbemühungen des Headhunters zurückzuführen sei. Die Holding hatte die Bewerberin seinerzeit nicht angestellt und dem Headhunter ausdrücklich mitgeteilt, dass kein Bedarf mehr an einer Besetzung dieser Stelle besteht. Der Headhunter unterstellte der Holding, dass sie mit ihrer Argumentation die Vermittlungsprovision umgehen wolle und die Daten der Bewerberin für die andere Stelle intern verfügbar gemacht habe.

Im Kern war die Auffassung des Headhunters zwar im Ansatz vertretbar: Für seinen Anspruch auf die Vermittlungsprovision genügt der Nachweis des Anbietens und der späteren Einstellung im Konzern aus. Die Holding muss insoweit den Gegenbeweis führen.

Nach mehrfachem Briefwechsel und einem bereits in Aussicht gestellten Rechtsstreit einigten sich alle Beteiligten letztendlich darauf, dass die Personalvermittlungsagentur aus Kulanzgründen auf einen Teil ihrer Provision

verzichtete, welche dann dem Headhunter gezahlt wurde. Im Ergebnis musste der Konzern nur eine Vermittlungsgebühr zahlen, die sich beide Agenturen hälftig teilten.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass auch bei der Inanspruchnahme von Personalvermittlern möglichst sorgfältig kommuniziert und dokumentiert wird, um sich am Ende nicht zusätzlichen hohen Zahlungsansprüchen auszusetzen. Dies gilt insbesondere, wenn mit mehreren Personalvermittlungsagenturen sowie in Matrix-Strukturen gearbeitet wird.

• VON HV NORD RECHTSANWÄLTIN ANKE SCHAEFFER



Sie haben Fragen zu rechtlichen Themen?

Unsere Rechtsexperten helfen Ihnen weiter:

Kiel: 0431-97407-0

Rostock: 0381-453332

Hamburg: 040-369812-14



... Anna Noack

Abteilungsleiterin Berufsbildung und Bildungspolitik, HDE

Anna Noack leitet die Abteilung für Berufsbildung und Bildungspolitik beim Handelsverband Deutschland und setzt sich dafür ein, dass bildungspolitische Entscheidungen und Rahmenbedingungen die Realität und Zukunft des Einzelhandels widerspiegeln. Sie begleitet Gesetzgebungsverfahren ebenso wie die Weiterentwicklung der dualen Ausbildung. Dabei ist sie im ständigen Austausch mit den Unternehmen, um Praxisbezug und Bedarfsgerechtigkeit sicherzustellen. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Ausbildungs- und Branchenmarketing, den der HDE als Schlüssel zur Fachkräftesicherung versteht.

Der Handel steht im Wettbewerb mit vielen Branchen um junge Talente. Was sind aus Ihrer Sicht die größten Herausforderungen bei der Nachwuchsgewinnung und wie kann der Handel darauf reagieren?

Eine der größten Herausforderungen liegt sicherlich in der Wahrnehmung des Handels als attraktiver Ausbildungs- und Arbeitsort. Viele junge Menschen verbinden mit dem

Handel vor allem klassische Verkaufsberufe, ohne zu wissen, wie vielfältig die Branche tatsächlich ist. Gleichzeitig konkurrieren wir mit Branchen, die sich oft stärker über ihr Image oder technologische Innovationen positionieren. Allerdings reagiert auch der Handel auf aktuelle Trends und Entwicklungen. Der Ausbildungsberuf der Kaufleute im E-Commerce zum Beispiel verbindet konventionelles Handelswissen mit digitalen Medien und modernsten Marketingstrategien.

Wie gelingt es dem Handel, junge Menschen heute überhaupt noch zu erreichen und was macht erfolgreiches Azubi-Marketing aus?

Der Handel muss noch gezielter kommunizieren, welche Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten er bietet, sowohl inhaltlich als auch persönlich. Ein modernes Ausbildungs- und Branchenmarketing ist dabei zentral. Es geht darum, junge Menschen und Multiplikatoren wie Eltern und Lehrkräfte dort anzusprechen, wo sie sind, und ihnen authentische Einblicke in die Praxis zu geben. Bei unserer HDE-Kampagne auf www.Karriere-Handel.de und auf Social Media denken wir alle Zielgruppen mit

und bieten entsprechende Informationen und Formate. Entscheidend ist, dass wir als Branche gemeinsam auftreten und zeigen, dass der Handel zukunftsorientiert und innovationsstark ist.

Welche Veränderungen sind aus Ihrer Sicht notwendig, damit mehr junge Menschen die sozialen und fachlichen Voraussetzungen mitbringen, um erfolgreich in eine Ausbildung starten zu können?

Vielen Schülerinnen und Schülern fehlt es an grundlegenden Basiskompetenzen, insbesondere in den Bereichen Mathematik und Sprache. Dazu kommen mangelnde soziale Kompetenzen, wie Zuverlässigkeit und Kommunikationsstärke, die gerade im Handel die Grundlage für eine erfolgreiche Ausbildung bilden. Die Verantwortung liegt aus meiner Sicht klar im Bildungssystem. Schulen müssen wieder in die Lage versetzt werden, alle Schülerinnen und Schüler mit den notwendigen Ausbildungsstartkompetenzen zu versorgen. An dieser Stelle ist eine bessere Bund-Länder-Zusammenarbeit gefordert, um gemeinsame Standards zu setzen und strukturelle Verbesserungen auf den Weg zu bringen.

Mit der GfP wird Arbeits- und Datenschutz zum Spaziergang



Datenschutz, Arbeitsschutz und Mitarbeiterschulungen – für viele Unternehmen sind diese Themen Pflichtaufgaben, die Zeit und Nerven kosten. Doch richtig umgesetzt, können sie zum echten Wettbewerbsvorteil werden. Genau hier setzt die Gesellschaft für Personaldienstleistungen mbH (GfP) aus Kassel an: Sie entlastet Unternehmen bundesweit mit praxisnahen, rechtssicheren und wirtschaftlich durchdachten Lösungen.

Alles aus einer Hand

Die GfP vereint alle zentralen Leistungen – externe Datenschutzbeauftragte, Unterweisungen zur Arbeitssicherheit, Mitarbeiterschulungen und arbeitsmedizinische Betreuung – zu einem ganzheitlichen Sicherheits- und Schulungskonzept.

Ein modernes Online-Schulungsportal mit Modulen zu Datenschutz, Arbeitsschutz, Brandschutz, AGG und sogar KI ermöglicht flexible Unterweisungen – revisionssicher dokumentiert und jederzeit abrufbar.

Praxisnähe statt Bürokratie

Anders als viele Beratungen liefert die GfP keine endlosen Handbücher, die im Alltag niemand nutzt. Stattdessen setzt sie auf klare

Prozesse, transparente Regelungen und Schulungen, die Mitarbeitende wirklich erreichen. So entstehen Strukturen, die nicht als Belastung, sondern als Entlastung wahrgenommen werden.

Mitarbeiterbindung als Erfolgsfaktor

Gerade im Wettbewerb um Fachkräfte können Unternehmen punkten, wenn sie Sicherheit, Gesundheit und Datenschutz sichtbar ernst nehmen. Wer für ein geschütztes Arbeitsumfeld sorgt, zeigt Wertschätzung – ein entscheidendes Signal für Zufriedenheit, Loyalität und die Gewinnung neuer Talente.

Ihre Vorteile mit der GfP

- **Maßgeschneiderte Lösungen** basierend auf langjähriger Praxiserfahrung
- **Bundesweite Betreuung** durch ein engagiertes Team
- **Schnelle Reaktionszeiten** dank zentralem Standort in Kassel
- **Exklusive Konditionen** für Partner des Handelsverbandes Nord

Zukunftssicher aufgestellt

Digitalisierung, Homeoffice und neue gesetzliche Vorgaben erhöhen den Druck auf Unternehmen. Mit der GfP haben Betriebe einen Partner, der Entwicklungen frühzeitig



Dirk Schöttelndreier, Geschäftsleitung, und das Team der GfP

erkennt und pragmatische Lösungen bietet. So bleibt Ihr Unternehmen nicht nur heute, sondern auch morgen rechtssicher, effizient und attraktiv für Mitarbeitende.

Fazit:

Mit der GfP schaffen Sie die Grundlage für nachhaltiges Wachstum, zufriedene Mitarbeitende und rechtssichere Prozesse. Arbeitsschutz, Datenschutz und Mitarbeiterschulungen werden damit nicht zur Belastung – sondern zum Spaziergang



Gesellschaft für Personaldienstleistungen mbH
- Einrichtung der Handels- und Dienstleistungsverbände

Gesellschaft für Personaldienstleistungen mbH

Pestalozzistraße 27 | 34119 Kassel

Telefon: +49 561 220774-0 | info@gfp24.de | www.gfp24.de



SIGNAL IDUNA 
füreinander da

Die tarifvertragliche Altersversorgung im Einzelhandel.

Eine innovative Branchenlösung für Arbeitgeber und
Mitarbeitende.

Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Absicherung im Alter ein wichtiges Thema. Vor diesem Hintergrund haben die Arbeitgeberverbände im Einzelhandel Tarifverträge zur Altersvorsorge geschlossen.



Jetzt QR-Code scannen
und direkt informieren.

signal-iduna.de/bav-einzelhandel



#Anfassbar gut

Unsere Initiative für den Handel, in Kooperation mit:



**Handelsverband
Nord**