

Wunscharbeitgeber Konzern: Big is beautiful

12.03.2007, 16:27 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *medienbüro.sohn*

Bonn/Neuss/Potsdam – Deutschlands Studenten und angehende Führungskräfte träumen von Großunternehmen. Bei den ersten Karriereplanungen oder beim Berufseinstieg spielt der Mittelstand oft nur die zweite Geige, während Konzerne als Wunscharbeitgeber dominieren. Die Antwort auf die Frage der Managementberatung Hewitt <http://www.hewittassociates.com> „Wo wollen Führungskräfte am liebsten arbeiten?“ fällt daher meist eindeutig aus: „Big is beautiful“. Wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) <http://www.faz.net> berichtet, führen die Schweizer Großbank UBS <http://www.ubs.com> und der französische Schönheitskonzern L'Oréal <http://www.loreal.de> die Liste der beliebtesten europäischen Unternehmen an. Deutschlands attraktivste Arbeitgeber heißen BMW, Lufthansa, Degussa und Voith.

Und auch Hochschulabsolventen starten am liebsten in bekannten Großunternehmen. „Eine Karriere im Mittelstand, im Schatten des großen Glanzes, haben viel weniger auf dem Wunschzettel“, schreibt FAZ-Redakteur Holger Appel. Dabei könne die Arbeit dort mindestens genauso interessant sein, biete oft mehr Verantwortung und obendrein ein familiäres Umfeld. Appel bringt ein Beispiel aus der Automobilbranche, die einer der größten Abnehmer für gut ausgebildete Menschen sei. Immer wichtiger werde die Zuliefererindustrie. Diese müsse in den kommenden Jahren viele Ingenieure, Elektrotechniker, Softwarespezialisten und Betriebswirte einstellen. Trotz dieser rosigen Aussichten hätten es die Zulieferer im Wettbewerb um Talente schwer, und wer nicht Bosch <http://www.bosch.de> oder Continental <http://www.continental.de> heiße, müsse sich besondere Mühe geben.

Die Kirchhoff-Gruppe <http://www.kirchhoff-gruppe.de> aus dem sauerländischen Attendorn sei so ein Fall. Die Sparte Automotive beliefere die Fahrzeugindustrie mit allerlei Stahl- und Blechteilen. „Das Unternehmen teilt sein Schicksal mit vielen anderen der Branche: Ohne ihre Teile rollt kein Auto vom Band, aber die Firma kennt kaum ein Mensch, weil sie keine Endkunden hat“, so Appel bündig. Um für Bewerber attraktiv zu sein, setzen die Sauerländer auf innere Werte. „Beim Thema Arbeitsatmosphäre müssen wir mindestens so gut sein wie BMW, sonst gehen die Leute natürlich dorthin“, sagt Geschäftsführer Arndt Kirchhoff, der seinen Mitarbeitern viel Freiraum lässt. Außer in der Produktion habe er feste Arbeitszeiten abgeschafft. Sofern keine Besprechung anstehe, könne jeder arbeiten, wann er wolle. Dies eröffne beispielsweise Freiräume, etwa zur Kinderbetreuung. Einzige Ausnahme: Die Terminvorgaben der Kunden müssten ohne Wenn und Aber eingehalten werden.

Karl Bosshard von der Personalberatung Kienbaum <http://www.kienbaum.de> ist der Meinung, dass es spezielle Typen für die beiden Berufswege gebe. Im Mittelstand seien Menschen besser aufgehoben, die wie Selbstständige denken und eine Gründermentalität mitbrächten. Sie trieben Ideen auch mit Eigenmitteln voran, notfalls ohne organisatorische Unterstützung. Auf der Positivliste dieser Spezies stünden „Kreieren, Treiben, Begeistern, Risikobereitschaft“. Negativ sei, dass bei diesen Personen oft eine „chronische Unlust an Management und Organisation“ auftrete. Bei den Menschen, die sich für die Arbeit in einem Konzern eignen, ist es meist andersherum. „Führen, Organisieren, Steuern“ stünden hier im Vordergrund, ebenso wie Kostensenkung, Vermarktung oder Optimierung. „Leidenschaft und Risikobereitschaft, Entscheidungen aus dem Bauch – die sucht man diesen Menschen meist vergebens“, so Appel. Bosshard hält eine „Vermengung der beiden Ebenen“ für ideal: „Denn dadurch könnte eine Organisationsverbesserung im oftmals etwas chaotischen Mittelstand einziehen, und in den Konzernen würden sich Kreativität und Umsetzungsgeschwindigkeit erhöhen“.

„Es ist Ausdruck einer veralteten Sichtweise, Mittelständler und Großunternehmen gegeneinander auszuspielen“, sagt Michael Müller, Geschäftsführer der auf IT-Dienstleistungen spezialisierten a&o-Gruppe mit Firmensitzen in Neuss und Potsdam <http://www.ao-services.de> und Wirtschaftssenator im Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW) <http://www.bvmwonline.de>. „Die a&o-Gruppe hat vor vier Jahren ein paar Dutzend Mitarbeitern angefangen. Bis heute haben wir eine konsequente Wachstumsstrategie auf der Grundlage von Übernahmen verfolgt. Im März 2005 erwarben wir Sinitec, eine Service-Tochter von Siemens Business Services mit 1.300 Mitarbeitern und Sitz in Deutschland. Im

Oktober 2005 kam dann der Unternehmensbereich Service und Ersatzteile von AgfaPhoto hinzu, womit unser europäischer Wirkungskreis vergrößert wurde. Der Kauf der Global Field Services von EDS erhöhte die Mitarbeiterzahl von a&o von 1.300 auf über 4.000 und die potenziellen jährlichen Einnahmen auf 500 Millionen Euro. Der Ansatz von a&o besteht darin, jeweils das Beste aus den beiden System zu übernehmen. Bei uns profitieren alle davon, sowohl mittelständische als auch Konzernstrukturen hautnah mitzuerleben. Wir haben Mitarbeiter, die bei großen Konzernen gearbeitet haben, und wir haben Mitarbeiter, die total mittelständisch geprägt sind. Beide Seiten lernen voneinander.“ Daher rät Müller jungen Bewerbern dazu, nicht nur auf den guten Klang der großen Namen zu hören: „Nicht immer ist big gleich beautiful, und nicht alle mittelständischen Unternehmen bieten den nötigen Freiraum für unternehmerisch denkende Mitarbeiter. Bewerber sollten sich jeden potenziellen Arbeitgeber ganz genau anschauen, egal, ob er nun ein Großer oder eher ein Zwerg ist.“

Portrait

News-ID: 124630 • Views: 108 (Stand: 25.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/124630/Wunscharbeitgeber-Konzern-Big-is-beautiful.html>