

# TVjournal

Das Magazin der Tina Voß GmbH für Kunden und Mitarbeiter



Personalvermittlung  
• Ein Bereich auf Wachstumskurs



## Liebe Leserinnen und Leser,

wenn der Name Tina Voß fällt, dann denken die meisten Menschen zunächst immer noch an Zeitarbeit. Insbesondere mittelständische Unternehmer sollten jedoch wissen, dass Tina Voß auch in der Personalvermittlung tätig ist und dabei sehr hilfreich sein kann. Gerade als Mittelständler ohne eigene Marke und ohne großen öffentlichen Auftritt wird es immer schwieriger, gute und geeignete Mitarbeiter zu finden. Mit zunehmender Spezialisierung in ihren Fähigkeiten, Neigungen, Interessen und ihrer Ausbildung stellt sich die zielgerichtete Suche nach geeigneten Kandidaten als immer anspruchsvoller dar. War früher der Allrounder gesucht und in der Regel auch schnell gefunden, ist heute stattdessen eine zugespitzte, fokussierte Suche nach dem passenden Spezialisten notwendig. Und dies nicht etwa nur in technischen Berufen, sondern auch und gerade in kaufmännischen und dienstleistenden Branchen. Die Vielzahl der Medien, die dabei zum Teil sehr fundiert und gezielt genutzt werden müssen, macht die Suche nicht leichter. Und dann müssen am Ende für die Bewerber auch noch das Geld und vor allem die Unternehmenskultur stimmen.

Ein operativ tätiger Mittelständler ist von dieser Kandidatenkür meist schlichtweg überfordert, zumindest aber genervt. Und so tut man nach meiner Überzeugung gut daran, sich eines qualifizierten Personalvermittlers zu bedienen. Das kostet natürlich zunächst Geld, und eine Geling-Garantie gibt es auch nicht. Aber es entlastet sehr. Eine Personalsuche aufs Geradewohl kann ich mir nicht mehr vorstellen und mag sie auch nicht mehr leisten.

Kay Uplegger  
Uplegger Food Company

# Inhalt

## Vorwort

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Viel mehr als Zeitarbeit | 2 |
|--------------------------|---|

## TV Titel

|                                                    |   |
|----------------------------------------------------|---|
| Personalvermittlung – von Anfang an dabei          | 3 |
| Wegbegleiter für Bewerber und Kunden               | 4 |
| Nachgefragt: beim Kunden und der Kandidatin        | 6 |
| Uplegger – ein echtes Familienunternehmen          | 8 |
| Erfolgreiche Vermittlung: Leiter Finanzbuchhaltung | 8 |
| Exklusive Bewerberprofile                          | 9 |

## TV Aktuell

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Fachthema Personal: Entscheidungen            | 10 |
| Wie wird man eigentlich: Meerjungfrau?        | 11 |
| Olli Schulte: Hygiene – der Weg aus der Krise | 12 |
| Lillestoffs „Pitipo“                          | 13 |
| Arbeitgeberbewertungen als Chance begreifen   | 15 |

## TV Intern

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Schritt für Schritt aus dem Home-Office | 12 |
| 15-jähriges Jubiläum: Kasia Schiereck   | 14 |
| 5 Fragen an: Carina Künnecke            | 14 |
| 5 Fragen an: Andrea Häusler             | 15 |





Julia Wohlfeld

# Personalvermittlung? „Wir waren von Anfang an dabei.“

1994 fiel das damalige Vermittlungsmonopol des Arbeitsamtes. Bei unserer Firmengründung 1996 haben wir daher neben der Erlaubnis zur Arbeitnehmerüberlassung auch die Vermittlungserlaubnis beantragt. Seitdem betreiben wir Personalvermittlung, deren Bedeutung in den zurückliegenden Jahren weiter gestiegen ist.

Zeitarbeit stellt unter anderem den Einstieg in den ersten Arbeitsmarkt dar, weil es für Arbeitssuchende eine gute Gelegenheit ist, eine neue Tätigkeit und ein neues Umfeld kennenzulernen. Auf der anderen Seite können Arbeitgeber ihre Personaldecke flexibel an die Auftragslage anpassen, die Personalkosten sind gut kalkulierbar. Und am besten: viele Kunden übernehmen die Zeitarbeiter nach dem Einsatz in ein festes Arbeitsverhältnis. So haben sie zuerst ihren Engpass beseitigt und im zweiten Schritt langfristig Rekrutierungskosten gespart.

Mehr als 800.000 Menschen arbeiten in Deutschland als Zeitarbeitnehmer. Zeitarbeit ist ein beliebtes Instrument, um schnell alle Arten von Personalbedarf zu decken, weiß TV-Geschäftsführerin Julia Wohlfeld. Neben der Arbeitnehmerüberlassung gewinnt indes die Personalvermittlung zunehmend an Bedeutung.

„Viele langjährige Kunden sehen uns allerdings in erster Linie noch als Zeitarbeitsfirma“, so die Erfahrung von Julia Wohlfeld. „Wenn wir dann sagen, dass man es statt mit Zeitarbeit direkt mit einer Personalvermittlung versuchen könnte, kommt manchmal die Frage: „Wie, das macht ihr auch?“ Ja, das machen wir – schon seit Firmengründung. Personalvermittlung – in Teilen sogar deutschlandweit – ist keine neue Marke bei uns, sondern geht seit Gründung Hand in Hand mit

der klassischen Zeitarbeit einher, nur jetzt aufgrund des Bewerbermangels verstärkter. Es gehe im Prinzip bei beiden Säulen immer darum, Menschen zusammenzubringen. „Das können wir!“, merkt Julia Wohlfeld an. Die Bedeutung der Vermittlung steigt seit Jahren kontinuierlich an.

Der Markt hat sich in den Jahren deutlich gewandelt, Personaldienstleister wie wir spüren das in ihrer täglichen Arbeit schon lange. Fachkräftemangel, immer weniger qualifizierte Bewerber auf eine Stelle – wer heute Arbeit sucht, hat häufig die Wahl. „Wir sehen die steigende Nachfrage nach Personalvermittlungen als Chance und finden das gut“, bekräftigt Julia Wohlfeld. Gerade im anspruchsvollen kaufmännischen Bereich gehe der Trend ganz klar in Richtung Vermittlung. Dort jemanden über neun Monate in Arbeitnehmerüberlassung zu testen? „Die Zeit ist definitiv vorbei, das wollen die Bewerberinnen und Bewerber nicht mehr. Wer als Unternehmen gute Kandidaten möchte, sollte den bequemen Weg der Personalvermittlung nutzen.“

„Häufig gehe es darum, die Kunden für die veränderte Marktlage, mit der wir täglich intensiv Kontakt haben, zu sensibilisieren“, sagt Julia Wohlfeld. Deutschland ist ein Land der Mittelständler. Die bewegen sich mit ihren Produkten und Dienstleistungen in einer hochkomplexen Welt. Die Kapazität, um noch aktiv in der digitalen Welt nach Bewerbern suchen zu müssen, fehlt da verständlicherweise.

„Aber dafür sind wir ja da. In der Absprache zwischen Kunden und Kandidaten, die perfekten Verbindungen für beide Seiten zu schaffen, macht unglaublich viel Spaß.“

Personaldienstleistung bedeutet mehr als Zeitarbeit. Wer passt zu wem, Zeitarbeit oder Vermittlung – vor diesen Fragen stehen wir als Personaldienstleister jeden Tag. Katharina Heinemann (kh) und Martina Söhnholz (ms) sprechen übers Geschäft – wie es sich beständig verändert. Beispiel Personalvermittlung. Ein Bereich, der an Bedeutung gewonnen hat, oder?

# Wegbegleiter für Bewerber und Kunden

*ms:* Ich bin ja schon über zehn Jahre dabei, und klar: Das Geschäft hat sich verändert. Seit ungefähr fünf Jahren spüren wir den klassischen Fachkräftemangel. Wenn heute bei uns ein Finanzbuchhalter in Zeitarbeit für drei Monate mit SAP und Englisch angefragt wird, dann muss ich leider sagen: Das funktioniert so nicht mehr unbedingt. Der Markt hat sich derart gewandelt, dass es für reine Zeitarbeit immer schwieriger wird, gut qualifizierte Bewerber zu finden. Und wenn ein Kunde in Zeitarbeit mit Option auf Übernahme anfragt, empfiehlt es sich rauszufinden, wodurch der Personalbedarf entstanden ist und ob nicht auch eine direkte Vermittlung in Frage kommt. Denn das ermöglicht uns ganz andere Rekrutierungsmöglichkeiten bei der Kandidatenansprache.

*kh:* Ich bin erst drei Jahre bei Tina Voß, also reicht mein Erfahrungshorizont nicht so weit zurück, trotzdem kann ich mich noch daran erinnern, als wir zu meiner Anfangszeit einen Produktionshelfer vermittelt haben und ein großes Raunen durch die Büroräume ging, da solche Stellen bisher vorwiegend in Zeitarbeit von Unternehmen angefragt wurden – das war aus meiner Sicht eine Zäsur.

*ms:* Bei besonders gefragten Berufsgruppen – zum Beispiel Lohn- und Gehaltsbuchhaltern, Steuerfachangestellten oder auch Rechtsanwalts- und Notarfachangestellten – merken wir seit Jahren, dass man die meist nur über die direkte Vermittlung gewinnen kann.

*kh:* Es ist ein Bewerbermarkt – die Kandidaten können sich aussuchen, wo, wie und bei welchem Unternehmen sie arbeiten möchten. Und da werden befristete Einsätze im Rahmen der Zeitarbeit zunehmend unattraktiver, wenn man auch in unbefristeter Festanstellung langfristig bei einem Unternehmen starten könnte. Dadurch werden auch Firmen verstärkt in die Situation gebracht, ihre Anforderungen an Bewerber zu überdenken und die Vorteile der Personalvermittlung für sich zu nutzen. Wobei ich persönlich glaube, dass Zeitarbeit auch immer relevant für Unternehmen sein wird, ganz egal, wie der Markt aussieht. Es wird immer Bewerber geben, die Lust haben, Erfahrungswerte in unterschiedlichen Unternehmen zu sammeln, und es wird auch immer Unternehmen geben, die Zeitarbeit als flexibles Personalinstrument benötigen.

*ms:* Bei den Bewerbern erleben wir gerade in Teilen ein Umdenken. Wir sind zwar als Dienstleister besonders im Raum Hannover recht präsent, aber nicht unbedingt immer in Zusammenhang mit der Vermittlung, da wir als Zeitarbeitsunternehmen vor 25 Jahren bekannt wurden. Selbst im privaten Umfeld muss ich immer wieder mal erklären, dass wir auch – in Anführungszeichen – richtige Jobs vermitteln. Und der Bereich der Personalvermittlung macht einen großen Anteil unserer Arbeit aus.

*kh:* Bei unseren Ansprechpartnern in den Personalabteilungen gibt es auf der einen Seite diejenigen, die den bewährten Pfad gehen, also Engpässe mit Zeitarbeit überbrücken wollen. Auf der anderen Seite sehen Personalverantwortliche die Notwendigkeit, am Markt als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu sein, um Talente für sich zu begeistern.

*ms:* Ich erlebe auch, dass bei vielen Kunden die veränderte Bewerbermarktlage im Bewusstsein angekommen ist. Das merken wir beispielsweise an den veränderten Stellenausschreibungen, wo ein größeres Augenmerk auf den Punkt Benefits gelegt wird. Die großen Unternehmen holen uns bei den Vermittlungsanfragen oftmals zusätzlich zu ihren eigenen Ausschreibungen ins Boot, um unser gutes und vielseitiges Netzwerk für sich nutzen zu können. Mit unserem Team aus dem Recruiting haben wir an der Stelle auch nochmal ganz andere Kapazitäten für die Kandidatenansprache. Mittelständler profitieren ebenfalls von unserer Netzwerkarbeit und unserem Bewerber-Marketing, also die Art und Weise, wie wir ein Kunden-Unternehmen präsentieren können. Denn es geht ja zunehmend darum, was der zukünftige Arbeitgeber zu bieten hat und was ihn von anderen Unternehmen unterscheidet.

*kh:* Tatsächlich ist mittlerweile auch Flexibilität in den Firmen sehr wichtig, wenn man die gesuchten Talente gewinnen möchte. Wir empfehlen, nach Persönlichkeiten und bestimmten Kompetenzen zu schauen und nicht nur nach Fachkenntnissen zu suchen – denn diese können oftmals erlernt werden. Wir entwickeln damit häufig neue Perspektiven für Unternehmen. Bestimmte Anforderungsprofile, wie

”  
Personalverantwortliche sehen die Notwendigkeit, am Markt als attraktiver Arbeitgeber sichtbar zu sein.





Katharina Heinemann



Martina Söhnholz

Immobilienkaufmann mit Mietenbuchhaltung, sind so rar gesät, dass wir eher raten, daraus zwei Jobs zu machen, wenn der Markt die gewünschte Lösung nicht hergibt. Wir geben Input, wie man sich neu aufstellen kann, um Positionen zügig zu besetzen, statt weiter erfolglos nach der viel zitierten eierlegenden Wollmilchsau zu suchen.

*ms:* Mal über den Tellerrand schauen, genau. Unternehmen können sich auf vielfältige Weise attraktiv machen. Für viele Bewerber ist die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf ein Thema. Teilzeit oder zumindest flexible Arbeitszeiten werden nachgefragt. Home-Office ist nach Corona das Mega-Thema geworden. Vielen kommt es auf das Gesamtpaket an, nicht nur das Gehalt. Und die zwischenmenschliche Komponente steht viel mehr im Vordergrund als noch vor ein paar Jahren.

*kh:* Manchmal sind es Kleinigkeiten, die den Ausschlag für die eine oder andere Stelle geben. Hunde im Büro – ein beliebtes Thema (lacht). Viele Unternehmer sind in der Corona-Zeit vorsichtiger, wofür Bewerber sogar Verständnis haben. Zu Beginn der Pandemie gab es bei uns viele Anfragen zur Zeitarbeit, da spielte Vermittlung keine so große Rolle, weil niemand wusste, wie der Markt sich entwickelt. Momentan hingegen haben wir sehr viele Anfragen in Personalvermittlung. Das zeigt, dass die konjunkturelle Lage stabiler wird.

*ms:* Wobei die Corona-Zeit damit einen Sonderfall darstellt, weil im Prinzip die Vermittlung beständig an Bedeutung gewinnt.

*kh:* Aufgrund des wandelnden Bewerbermarktes arbeiten wir zunehmend als Servicedienstleister für unsere Bewerber. Wir bereiten Bewerbungsunterlagen auf, schauen uns die infrage kommenden Unternehmen an und beraten zu der beruflichen Perspektive und persönlichen Weiterentwicklung. Dabei stehen wir immer vor der Herausforderung: Wie können wir die Bewerber bestmöglich präsentieren? Und welches Unternehmen ist das richtige für den Kandidaten?

*ms:* Sehe ich genauso: Wir übernehmen oft und gerne eine Beratungsfunktion. Die Kandidaten wenden sich an uns, weil bekannt ist, dass wir gute Kontakte haben. Es ist ein einfacherer Weg zum neuen Job, wenn es darum geht, welche Firma könnte zu mir passen. Viele sind nicht unbedingt sofort auf der Suche nach einem neuen Job, sondern wollen einfach schauen, ob es nicht noch was Besseres gibt.

*kh:* Diese Erfahrung habe ich auch gemacht. Durch unseren Service kommen Bewerber teilweise an Jobs, an die sie vorher vielfach gar nicht gedacht haben. Wir kennen den Markt und häufig auch die Karrierepläne in den Unternehmen, so können wir den Bewerbern Perspektiven aufzeigen und hilfreiche Tipps geben.

*ms:* Genau, wir entwickeln Ideen und ordnen ein. Ich denke da zum Beispiel an Studienabsolventen. Da stellt sich oftmals die Frage: Welche Einstiegsmöglichkeiten gibt es zu welchen Rahmenbedingungen? Da können wir aufgrund unserer Erfahrungen realistische Einschätzungen vornehmen. Das gilt auch für Menschen, die lange in einem Unternehmen waren und sich dann verändern wollen – auch da ist Hilfestellung bei der Neu-Orientierung gefragt. Oder Bewerber mit vielen Wechseln – wie bekomme ich Beständigkeit in meinen Lebenslauf? Das kann ebenfalls eine unserer Aufgaben sein.

*kh:* Es ist bei aller Vielfältigkeit – ob Zeitarbeit oder Vermittlung – immer eine Arbeit mit Menschen. Wobei unser Anspruch ist, die Menschen, die uns ihr Vertrauen geschenkt haben, langfristig auf ihrem beruflichen Weg zu begleiten.

*ms:* Von daher finde ich unsere Firmen-Darstellung als „Wegbegleiter“ auch so gelungen – weil es unseren Vorstellungen für eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit entspricht.

Der Wettbewerb um qualifizierte Talente zwischen den Unternehmen ist groß. Aber auch für die Kandidaten ist es nicht immer einfach, das für sie passende Unternehmen zu finden. Welche Chancen bietet hier die Personalvermittlung?

# Nach

## So sieht's der Kunde

Ulrich Schmidt ist Geschäftsführer bei IFU-Cert, einer Zertifizierungsgesellschaft für Managementsysteme mit Sitz in Hannover. Das im Jahr 2000 aus der Umweltgutachter-Organisation „Institut für Umwelttechnik“ heraus gegründete Unternehmen arbeitet seit vielen Jahren mit der Tina Voß GmbH zusammen. Uns interessiert: Wie läuft die Zusammenarbeit, Herr Schmidt?

Die läuft seit vielen Jahren ganz ausgezeichnet. Wir bekommen auch von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die über Tina Voß zu uns gekommen sind, ausschließlich positive Rückmeldungen. Wie gut die Vermittlungen funktionieren, zeigt die Tatsache, dass fünf der insgesamt gerade einmal zwölf Teammitglieder über Tina Voß ihren Weg zu uns gefunden haben.

**Ihr Unternehmen setzt ausschließlich auf Vermittlungen? Oder auch auf Zeitarbeit?**

Bis auf eine Ausnahme waren das alles Vermittlungen. Das hat mit den sehr speziellen Kompetenzprofilen zu tun, die wir voraussetzen. Die Arbeit findet zumeist in der Kundenbetreuung statt, wo wir gewisse fachliche Schwerpunkte in den Bereichen Umweltschutz, Energietechnik und Nachhaltigkeit erwarten.

**Was macht für Sie einen guten Personaldienstleister aus?**

Dass er zuhören kann und sich so ein Gefühl für die Bedürfnisse des Kunden verschafft. Es ist ja so, dass der Markt nicht immer das hergibt, was wir uns fachlich wünschen würden. An dieser Stelle ist es dann ganz wichtig, dass der Personaldienstleister ein Gespür dafür entwickelt, welche Bewerberinnen und Bewerber trotzdem gut in unser Team passen könnten, weil deren Arbeitsweise und Wertekonst-



Ulrich Schmidt

„Wie gut die Vermittlungen funktionieren, zeigt die Tatsache, dass fünf der gerade einmal zwölf Teammitglieder über Tina Voß ihren Weg zu uns gefunden haben.“

rukt mit unserer Vorstellung mehr oder weniger übereinstimmt. Und das hat mit Tina Voß immer wunderbar gepasst.

**Das heißt, Sie erweitern Ihr Team auch um Leute, die fachlich vielleicht nicht hundertprozentig auf die zu besetzende Stelle passen?**

So ist es. Uns ist es wichtig, dass wir die Kandidatinnen und Kandidaten in die gewünschte Richtung entwickeln können. Das ist der Vorteil eines kleinen Unternehmens. Ein Beispiel: Als wir vergangenes Jahr mit einer neuen Kollegin in Kontakt gebracht wurden, hatten wir mit Forstwissenschaften und Waldökologie – ihrem Studienfach –

eher nichts zu tun. Aber es passte trotzdem, jetzt haben wir mit ihr eine neue Dienstleistung im Bereich „CO<sub>2</sub>-Ausgleichsmaßnahmen“ und „Nachhaltigkeit von Energie aus Biomasse“ im Angebot.

**Was kann Ihr Unternehmen Bewerberinnen und Bewerbern bieten?**

Zunächst einmal eine faire Vergütung. Darüber hinaus leben wir eine partnerschaftliche Zusammenarbeit. Und nicht zuletzt bieten wir Entwicklungsmöglichkeiten im Rahmen einer – wie ich finde – sinnstiftenden Arbeit. Wir fragen nach der individuellen Motivation: Was treibt die Leute an, wo

fühlen sie sich am wohlsten? Unterm Strich verändern wir mit unserer Arbeit die Welt zwar nur im Kleinen, aber wir verändern sie. Das kann sehr befriedigend sein.

**Ihr jüngster Neuzugang ist seit Anfang dieses Jahres Sina Ben Othmen. Wie ist es dazu gekommen?**

Wir hatten bei uns im Team eine Mitarbeiterin, die mit ihrem Bereich nicht mehr so glücklich war – das haben wir neu strukturiert, mussten aber natürlich die alte Stelle neu besetzen. Tina Voß hat uns dann Frau Ben Othmen vermittelt – ein Glücksfall. Sie hatte sogar fachlichen Hintergrund für den Bereich Energie, den wir gesucht haben. Wenn ich unsere Personalentscheidungen der zurückliegenden Jahre rekapituliere, dann denke ich jedes Mal: Wie viel Glück kann man denn eigentlich haben!

# gefragt



## So sieht's die Kandidatin

**Sina Ben Othmen** arbeitet seit Januar 2021 als Wirtschaftsingenieurin bei IFU-Cert. Sie ist Kundenbetreuerin im Energiemanagement. Als Schnittstelle zwischen Kunden und Prüfern begleitet die Hannoveranerin Projekte bis zu dem Punkt, an dem sie nach DIN EN ISO 50001 zertifiziert werden können. Wir wollen wissen: Was interessiert Sie mehr, das Technische oder das Wirtschaftliche, **Frau Ben Othmen**?

Mich interessiert beides. Der wirtschaftliche Bereich hat mich immer gereizt, aber ich halte auch den technischen für wichtig. Wobei ich schon während meines Studiums an der Fachhochschule Bielefeld gemerkt habe, dass bei mir die Ökonomie eher im Vordergrund steht, weil man sich dort im beruflichen Spektrum stärker entfalten kann.

**Haben Sie sich deshalb für Wirtschaftsingenieurwesen als Studienfach entschieden?**

Ja, das hat sich schon früh angedeutet, ich habe mein Abitur auf dem Wirtschaftsgymnasium in Hannover gemacht. Und später im Studium in Bielefeld und an der TU Braunschweig hat sich das verfestigt. Mich hat die Naturwissenschaft immer fasziniert, ich wollte verstehen, wie die Welt funktioniert. Und die Wirtschaft ist für mich das Allumfassende, die Kraft, die alles in unserer Gesellschaft leitet.

**Ihre Arbeit bei IFU-Cert hat viel mit Nachhaltigkeit zu tun. Sie sagen, das sei Ihre Passion – wie ist das zu verstehen?**

Ich bin religiös, damit verbunden ist die Wahrung der Schöpfung – die nachhaltige Komponente ist Teil meines Lebens. Die drei Säulen der Nachhaltigkeit – das Soziale, das Ökonomische und das Ökologische – kann ich hier bei meiner Tätigkeit sehr gut kombinieren und täglich leben.

**Sie zeigen Ihre Religiosität mit dem Tragen eines Hidschab, eines Kopftuchs. War das bei Ihrer Bewerbung ein Thema?**

Bei IFU-Cert überhaupt nicht. Ich habe hier die sehr angenehme Erfahrung gemacht, dass ich einfach als Mensch gesehen werde. In der Vergangenheit gab es schon Momente, wo man das Gefühl hatte, man wird anders angeschaut. Deshalb habe ich mich bei Tina Voß

auch zunächst ohne Foto beworben. Erst auf Nachfrage habe ich ein Portrait geschickt, und anscheinend fanden das alle dort ganz schön.

**Wie sind Sie mit Tina Voß in Kontakt gekommen?**

Zwischen Studienende und der Geburt meiner Tochter habe ich ein paar Bewerbungen geschrieben, um meinen Marktwert zu checken. Ich hatte fast ausschließlich positive Reaktionen. Nach der Geburt habe ich mich dann ernsthaft beworben, und plötzlich lief es nicht mehr optimal, das war zu Beginn der Corona-Pandemie. Ich habe mich dann an Tina Voß erinnert, die Firma kannte ich noch aus Studienzeiten. Auf meine Initiativbewerbung kam ganz schnell eine Rückmeldung von Helga Frehrking und ebenso schnell die ersten Stellenvorschläge, darunter das Jobangebot von IFU-Cert. Ich hatte mich ja schon im Studium mit Nachhaltigkeitsmanagement befasst – das passte, da hat Frau Frehrking genau ins Schwarze getroffen.

**Das heißt, Sie können sich und Ihre Fähigkeiten hier einbringen?**

Genau. Darüber hinaus lerne ich viel über Managementsysteme, dazu kommt neues Wissen aus dem Bereich Energie. Im Gegensatz zum Studium blicke ich jetzt in die Tiefe und erfahre, wie solche Instrumente in der Praxis funktionieren. Ich finde, die Stelle ist geradezu ideal für mich, hier kann ich berufliche Perspektiven entwickeln. Außerdem mag ich die persönliche Stimmung. Es war sicherlich eine der besten Entscheidungen, in ein recht kleines Unternehmen wie IFU-Cert zu gehen.



Sina Ben Othmen



# Uplegger – ein echtes Familienunternehmen

Als vor fünf Generationen der Grundstein der Uplegger Group gelegt wurde, veröffentlichte ein gewisser Mark Twain seinen Roman „Die Abenteuer des Huckleberry Finn“. Ganz schön lange her, deshalb wissen wir heute: Beide Unterfangen sind sehr erfolgreich gewesen. Twain schuf 1884 einen der bedeutendsten Romane der Weltliteratur, und 137 Jahre nach dem ersten Käseimport aus der Schweiz ist die Uplegger Group eine führende Handelsvertretung in der besagten fünften Generation.



Kerstin Uplegger

In diese Generation schaffen es statistisch lediglich ein Prozent der deutschen Familienunternehmen, Uplegger aus Langenhagen gehört dazu. Vor knapp einem Jahr ist Konstantin Uplegger in die Unternehmensführung eingestiegen, Kerstin Uplegger als Vertreterin der vierten Generation vervollständigt die Geschäftsführung.

Die „Uplegger Food Company“ mit ihren rund 40 Beschäftigten baut und unterhält Vertriebswege für Marken, die in ihren Heimatländern bereits erfolgreich sind, aber in Deutschland, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz über kein eigenes Vertriebsnetz verfügen. Vereinfacht gesagt: Uplegger bringt ausgewählte Produkte in die Regale des Lebensmitteleinzelhandels. Das Produktportfolio des Traditionsunternehmens umfasst Frischeprodukte im Lagerungsbereich zwischen zwei und sieben Grad Celsius und TK-Ware.

Wir sind seit vielen Jahren bei Zeitarbeit und Vermittlung Geschäftspartner von Uplegger. „Unsere erste Vermittlung über Tina Voß hatten wir 2008, die Mitarbeiterin ist immer noch da“, erzählt Kerstin Uplegger. Insgesamt nehme man überwiegend Vermittlungen in Anspruch, die Prozesse innerhalb der Firma seien relativ komplex, so dass sich Zeitarbeit in den meisten Fällen nicht anbiete, sagt die 58-Jährige. Wenn man Kerstin Uplegger fragt, wie sie Menschen ihr Unternehmen und dessen Geschäft erklärt, dann sagt sie: „Ganz einfach: Wir bringen Abwechslung ins Kühlregal!“ Uplegger versteht sich als verlängerter Arm der 15 bis 20 Hersteller, mit denen man zumeist langjährige Geschäftsbeziehungen unterhalte.

## „100 Prozent bekommen wir auch noch hin!“

**Salih Aydin ist seit Anfang April Leiter der Finanzbuchhaltung bei der Uplegger GmbH. Die Vermittlung organisierten wir und haben mal nachgefragt: Passt das zwischen Uplegger und dem 51-jährigen Finanzfachmann?**

**Herr Aydin, wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?**

Das war mehr oder weniger Zufall. Ich war auf der Suche nach einer neuen beruflichen Herausforderung, und da habe ich diese Stellenausschreibung gesehen, in der eine Führungskraft in der Finanzbuchhaltung gesucht wurde. Das sah so aus, als ob das vom Profil her ganz gut passen könnte – also habe ich mich gemeldet.

**Mit Ihrer beruflichen Vita mussten Sie sicher nicht lange nach einem neuen Job suchen, oder?**

Das stimmt. Nach dem Abschluss meiner Ausbildung zum Bürokaufmann 1992 habe ich jahrelang im Bereich Finanzbuchhaltung und Controlling gearbeitet, zwischendurch dann BWL studiert und hatte leitende Positionen auch im Bereich Finance und Controlling inne, das wird heute von vielen Firmen gesucht.

**Wie fühlten Sie sich bei uns aufgehoben?**

Ich mag, dass es ein regionales Dienstleistungsunternehmen ist. Und die Betreuung durch das Team war wirklich sehr gut.

**Kannten Sie das Unternehmen Uplegger vorher schon?**

Ehrlich gesagt, nein. Wobei ich in der Vergangenheit unter anderem

auch bereits im Einzel- und Großhandel sowie im Nahrungsmittelbereich gearbeitet habe. So ganz fremd war mir die Branche also nicht. Ich habe dann ein bisschen recherchiert. Ein inhabergeführtes Unternehmen mit flachen Hierarchien, wo man seine Ideen und Erfahrungen direkt einbringen kann, das hat mir gefallen.

**Sie hatten mehrere Angebote, was hat den Ausschlag für Uplegger gegeben?**

Es waren mehrere Kriterien. Wichtige Faktoren waren für mich die Marktpositionierung der Firma und deren Standort. Ich wollte kurze Wege von meinem Wohnort zum Arbeitsplatz. Ich wohne in Hannover-Misburg, Langenhagen liegt da um die Ecke – perfekt!

**Sind Ihre Erwartungen in den ersten Monaten erfüllt worden?**

Ich bin jetzt seit April als Leiter der Finanzbuchhaltung im Unternehmen, und es gefällt mir sehr gut hier. Ich berichte direkt an die Geschäftsführung, man arbeitet eng zusammen mit Kolleginnen und Kollegen. Jeder kann hier seinen Beitrag zum Erfolg des Unternehmens leisten.

**Also alles gut?**

Ich würde sagen, der Job ist für ich wie maßgeschneidert. Die Trefferquote bei der Vermittlung würde ich mit 99 Prozent angeben. Und die 100 Prozent bekommen wir mit der Zeit auch noch hin!



Salih Aydin



# Wir bringen Sie zusammen

Sie suchen Verstärkung (m/w/d) in Ihrem Team und benötigen

- Kaufmännische Mitarbeiter
- Führungskräfte
- IT-Profil
- Gewerblich/technische Verstärkung?

Egal, ob Sie auf der Suche nach einer Geschäftsführung, dessen/deren Assistentin sind, händeringend einen Bilanzbuchhalter suchen oder Ihre IT mit einem Mitarbeiter im 1st Level Support verstärken wollen – Personalvermittlung kann Ihr Recruiting-instrument sein, mit dem Sie den passenden Mitarbeiter finden. Auch im gewerblichen Bereich haben wir für Sie Techniker, Maschinenbediener oder Galvaniseure im Portfolio.

Sie wollen Personalvermittlung ausprobieren? Dann den QR-Code scannen, und Sie erhalten einen exklusiven und unverbindlichen Zugang zu unseren Bewerberprofilen.

Schauen Sie doch einfach mal rein.



Hier geht's zu  
den Bewerbern:





vorgestellt von

**Dr. Melanie Cordini**

systemischer Management Coach  
Expertin für Führung und  
Kommunikation  
[www.fuehrungsgeber.de](http://www.fuehrungsgeber.de)

Kontakt: [cordini@fuehrungsgeber.de](mailto:cordini@fuehrungsgeber.de)



# Entscheidungen – 1,2,3 and go!

Am liebsten treffen wir richtige Entscheidungen, aber ist das steuerbar? Unsicherheit ist ein typisches Merkmal von Entscheidungen. Logisch, wir können nicht in die Zukunft schauen. Drei Faktoren machen uns Entscheidungen leichter. Die ersten beiden haben einen großen Einfluss darauf, ob wir die richtige Entscheidung treffen. Der dritte sorgt dafür, dass wir trotz Restunsicherheit keine schlaflosen Nächte haben werden.

## 1. Wissen

Angenommen Sie überlegen, ob Sie Ihre Abteilung umstrukturieren. Als Erstes definieren Sie den Status quo, den Ausgangspunkt Ihrer Entscheidung. Wie geht es uns aktuell und wie sind die Abläufe? Das ist schon mal eine Herausforderung, denn der sachliche Blick wird oft durch die eigene Betriebsblindheit getrübt. Wissen Sie, wo Sie aktuell stehen, stellt sich die Frage, wo genau Sie hinwollen. Was wollen wir ändern und warum? Für die Antwort brauchen Sie Fachwissen und Erfahrungswissen. Haben Sie eine klare Vorstellung davon, wo Sie hinwollen, brauchen Sie Praxiswissen für das Wie: Wie können wir das umsetzen? Hier geht es zum einen um Technik und Methoden, zum anderen um Führung. Ein klarer Ausgangspunkt und gut befestigter Weg nützen Ihnen nichts, wenn Sie keine Ahnung haben, ob einer mitgeht.

## 2. Maßstäbe

Wenn Sie sich für etwas Neues entscheiden, sollten Sie die alten Maßstäbe überdenken. Sind diese Ihnen überhaupt noch bewusst? Nach welchen Maßstäben verläuft bisher die Zusammenarbeit? Welchen Bewertungsmaßstab legen Sie an Ihr Produkt an? Auf welche Maßstäbe verlässt sich Ihr Kunde? Auf welche Maßstäbe wollen Sie auf keinen Fall verzichten? Welche neuen passen zu der veränderten Situation? Können alle diese erfüllen?

Denken Sie an einen Fluss, den Sie mit Ihrer Mannschaft verlassen, um an Land weiterzugehen. Wenn Sie aus dem Fluss gestiegen sind und jetzt im Wald unterwegs sind, werden Sie Ihr Tempo auch nicht mehr am Schwimmstil oder der Strömung festmachen. Sie schauen, was Ihr Vorankommen hier beeinflusst und suchen sich neue Maßstäbe. Vergessen Sie dabei nicht: Welche Unterstützung brauchen Ihre Schwimmer oder Sie selbst in der neuen Situation?

## 3. Vertrauen

Keiner ist allwissend – eine Restunsicherheit bleibt meistens. Vertrauen Sie doch einfach. Vertrauen vergrößert nicht Ihr Wissen, aber es schaltet einen Teil Ihrer Bedenken aus, wie ein Lichtschalter. Sie können entscheiden, ohne sich von diesen ablenken zu lassen. Wenn Sie vertrauen, fragen Sie nicht, ob... Sie gehen erstmal davon aus, dass... Vor allem, wenn Sie in einer Führungssituation sind, ist das wichtig. Wenn Sie selbst skeptisch vorgehen, können Sie nicht erwarten, dass andere zuversichtlich folgen. Stellt sich heraus, dass eine Entscheidung falsch war, versinken Sie bitte nicht in Selbstzweifeln. Das passiert. Sie haben verfügbares Wissen eingeholt und Ihre Maßstäbe überprüft. Sie haben sich entschieden und die Restunsicherheit zuversichtlich in Kauf genommen. Fehler gehören dazu. Sie vergrößern Erfahrung. Übrigens optimieren Fehler so Ihr Vorwissen für die nächste Entscheidung – mit Sicherheit.

1. Vorhandenes Wissen einholen
2. Eigene und fremde Maßstäbe bewusst machen
3. Vertrauen in das nicht Vorhersehbare setzen

## Entscheiden mit Sicherheit





# „Ich lebe definitiv meinen Traum!“

WIE WIRD MAN EIGENTLICH... MEERJUNGFRAU?

„Wenn Du es träumen kannst, kannst Du es auch tun.“ Diese Lebensweisheit des US-Filmproduzenten Walt Disney ist zum Lebensmotto von Katrin Gray geworden. Ihr Traum: eine Meerjungfrau sein. Sie hat ihn wahr gemacht.

Das Reich der Meerjungfrauen beginnt nicht wie man vermuten könnte hinter Bora-Bora oder Barbados, sondern zwischen Hohenhameln und Algermissen, genauer gesagt im beschaulichen Soßmar. Rund 30 Kilometer südöstlich von Hannover hat Katrin Gray auf einem weitläufigen Anwesen ihre „Mermaid Kat World“ entstehen lassen. In der Fantasiewelt gibt Gray alias „Mermaid Kat“ einen Einblick in das Leben der Meerjungfrauen, das Gelände kann für Mottopartys und Kindergeburtstage gebucht werden, es gibt Mermaid-Kurse im Pool und einen Shop mit dem Equipment, das man als Meerjungfrau benötigt. Ist Katrin Gray deswegen aus dem australischen Perth in die verregnete niedersächsische Tiefebene zurückgekehrt?

Ist sie. Zum einen sei Perth zwar sehr sonnig, aber leider auch sehr langweilig, was unter anderem daran liegt, dass Perth als die isolierteste Stadt der Welt gilt. Die nächste Großstadt, Adelaide, liegt mehr als 2.100 Kilometer entfernt. Sie habe sich nach den Dörfern und kleinen Städten ihrer Heimat gesehnt, sagt die 36-Jährige. Und natürlich nach mehr Zeit mit Mutter Monika und Vater Ingo. Ihr Ehemann Ian Gray, dessen erwachsener Sohn und die Katzen der Familie sind Katrin Gray nach Deutschland gefolgt.

Der Weg von Katrin Gray zur bekanntesten Meerjungfrau Deutschlands beginnt 2005 mit einer Reihe von Miss-Wahlen, die die gebürtige Hannoveranerin gewinnt, sie ist unter anderem „Miss Deutschland International“ und „Queen of the World Germany“. Anschließend sammelt Gray erste Modelerfahrungen auf dem internationalen Parkett. Ende 2010 wandern sie und ihr damaliger Mann nach Australien aus, medial begleitet vom Sendeformat „Goodbye Deutschland“. Sie beginnt dort eine Ausbildung als Tauchlehrerin. 2011 zieht es sie auf die Insel Ko Phuket in Thailand. Sie erlernt Apnoetauchen, um länger unter Wasser bleiben zu können. „Ich hatte ja schon in der Vergangenheit international als Fashion-Model gearbeitet, dann habe ich mir Unterwassermodele beigebracht“, erzählt Gray. „Ich dachte: Jetzt machst Du diesen Kindheitstraum wahr. Ich war ohnehin jeden Tag

im Wasser, um Menschen das Tauchen beizubringen. Der nächste Schritt war, meine Träume wahr werden zu lassen.“ Im Mai 2012 ist „Mermaid Kat“ offiziell geboren.

In Phuket habe sich die Sache mit der Flossen-Frau relativ schnell rumgesprochen, es flatterten erste Buchungen für Kindergeburtstage und andere Events ins Haus. „Bei den Terminen merkte ich, dass es viele Mädchen und Frauen gibt, die meinen Traum teilen, die ebenfalls Meerjungfrau sein wollen.“ Was folgt, ist im August 2012 die Gründung der „Mermaid Kat Academy“. Es ist die erste öffentliche Meerjungfrauenschule der Welt. Zu diesem Zeitpunkt gibt es auf der

Welt bestenfalls eine Handvoll Meerjungfrauen, die sich überwiegend in den USA dem „Mermaiding“ verschrieben haben. Mermaid Kat und ihre Akademie haben wesentlich dazu beigetragen, dass sich der Trend weltweit verstärkt hat.

Seit 2012 geben Katrin Gray und ihre Trainerinnen Meerjungfrauenschwimmkurse auf allen Kontinenten, nach eigenen Angaben wurden bereits über 7.000 neue Nixen und Meermänner in der „Mermaid Kat Academy“ ausgebildet. Man lernt, sich unter Wasser mit der Monoflosse zu bewegen und – mindestens ebenso wichtig – dabei gut auszusehen. Parallel zu den Kursen verkauft Gray über ihren Online-Shop alles, was eine Meerjungfrau braucht. Eine handgefertigte, farbenfrohe Silikonflosse kostet zwischen 1.600 und 2.700 Euro, Stoffflossen sind wesentlich günstiger.

Den Traum von der Meerjungfrau trägt Katrin Gray seit ihrer Kindheit in sich, als sie den Zeichentrickfilm „Arielle, die Meerjungfrau“ sieht. Die kindliche Freude am Verkleiden, am Eintauchen in eine magische Welt, Katrin Gray hat sie sich erhalten. „Mermaiding“ sei aber mehr als ein Fantasy-Rollenspiel, findet sie. Für Gray sind Meerjungfrauen und Meermänner Botschafter der Meere, Meeresschutz ist ihr ein Anliegen. Um diese stille Welt den Menschen nahezubringen, schwimmt sie anmutig im Kostüm mit Walen und Delfinen, mit Hammer- und Tigerhaien, ein Videoclip zeigt sie mit einem Salzwasserkrokodil. „Ich lebe definitiv meinen Traum!“, sagt Katrin Gray.

[www.mermaidkatworld.de](http://www.mermaidkatworld.de)  
[www.mermaid-kat.de](http://www.mermaid-kat.de)  
Instagram: mermaid\_kat



# Hygiene – der Weg aus der Krise

**Maschseefest, Feuerwerkswettbewerb, Marathon – kaum ein Event in Hannover, das Veranstaltungsmanager Olli Schulte in den zurückliegenden knapp 30 Jahren nicht betreut hätte. Dann kam Corona.**

278 Anrufe auf dem Handy an einem Tag seien sein Rekord, erzählte Olli Schulte vor ein paar Jahren am Rande der deutschlandweit größten Seesause, die er als Technischer Leiter Maschseefest seit 2004 begleitet. 2020 fiel das Fest wegen der Corona-Pandemie ins Wasser. Die gesamte Veranstaltungsbranche legte Mitte März 2020 eine nie gekannte Vollbremsung hin – bis heute ruht das Geschäft. „2020, das war hartes Brot“, räumt Schulte ein. Seitdem klingelt das Handy bei ihm zwar deutlich seltener, aber es klingelt. „Die Branche bleibt in Kontakt, man plant die Veranstaltungen der Zukunft, organisiert jetzt schon Personal und Material“, erklärt Schulte. Denn 2022 werde voraussichtlich das Jahr des Nachholens, randvoll mit Events, die zueinander in Konkurrenz stehen dürften, vermutet der Festmeister. Niemand weiß, wie viele Fachkräfte für die Bühne die aufgezwungene Auszeit überstanden haben, also sichert Schulte jetzt schon Ressourcen. Niemand weiß auch, wie die künftigen Veranstaltungen konkret organisiert sein müssen. Hygiene, da ist sich der Partyprofi sicher, werde in den Konzepten überall eine wichtige Rolle spielen.

Dass dies so sein würde, war dem Meister für Veranstaltungstechnik bereits im Mai 2020 klar. Und weil sich ausgewiesene Hygieneexperten vordringlich um den klinischen Betrieb kümmern, entwickelte Olli Schulte gemeinsam mit dem Braunschweiger Studieninstitut für Gesundheitspflege ein Curriculum für Hygiene in der Veranstaltungsbranche. Der 54-Jährige gehörte im Juni 2020 dann auch zu den ersten Teilnehmern der einwöchigen Fortbildung, er darf sich seitdem

Hygienebeauftragter für Veranstaltungsmanagement nennen und entwirft Hygienekonzepte. Das habe ihn, sagt er, wirtschaftlich einigermaßen gut durch die schwierige Zeit gebracht.

Olli Schulte ist zuversichtlich, und das bereits mit Blick auf den Sommer 2021. „Die Aerosolforschung kann belegen, dass draußen die Ansteckungsgefahr sehr gering ist, das lässt auf kleinere Open-Air-Veranstaltungen hoffen, und wenn der Impffortschritt entsprechend ist, dann ließe sich ab September auch über Hallen-Konzerte und ähnliches nachdenken.“ Dafür entwerfen er und seine Kollegen im Vorfeld Sicherheitskonzepte, wohlwissend, es wird erhöhte Anforderungen an die Organisatoren von Großveranstaltungen geben. Ein Punkt: die Desinfektion von Kontaktflächen. Schulte hat sich umgeschaut und bei einem Hersteller aus Nordrhein-Westfalen einen keimabtötenden Nano-

Lack entdeckt, der – einmal aufgetragen – 99 Prozent der Bakterien und Viren vernichtet und dabei seine Schutzfunktion bis zu drei Jahre behält. Für ihn ein Puzzlestein bei der ersehnten Öffnung des Kulturbetriebs.

Wie und wann es genau weitergeht? Der Veranstaltungsmeister zuckt mit den Schultern. Zunächst gelte es mit stimmigen Hygienekonzepten Vertrauen bei Kunden und Behörden herzustellen, um dann zu sehen, wie sich das Freizeitverhalten in der Pandemie entwickelt hat. „Wer weiß, vielleicht ist Distanz inzwischen so sehr in den Köpfen verankert, dass Großveranstaltungen auf absehbare Zeit nicht gewollt oder lukrativ sind.“

Für ihn persönlich soll die Zeit als Hygienefachkraft eine Übergangszeit bleiben. „Ich hoffe, dass ich wieder als verantwortlicher Technischer Leiter organisieren kann.“ Gerne auch das Maschseefest mit 278 Anrufen am Tag.



## Schritt für Schritt aus dem Home-Office

Als PHR Pro Hannover Region und KKH im Juni zum 2-wöchigen Schrittwettbewerb aufgerufen haben, haben wir nicht lange gefackelt. Mit insgesamt drei Teams waren wir am Start. Das Team „Selbstläufer“ hat es bis aufs Treppchen geschafft und sich mit 297.136 (!) Schritten einen hervorragenden zweiten Platz erlaufen.



Unser Team „Selbstläufer“: Obere Reihe von links nach rechts: Daniela Zander, Andrea Häusler, Kasia Schiereck, Julia Marić  
Unten von links nach rechts: Anna Wiegmann, Katharina Heinemann



Der Stoffhersteller Lillestoff aus Langenhagen vertreibt seit April unter dem Markennamen „Pitipo“ wiederverwertbare Stoffwindeln. Chefin Daniele Gencalp ist sicher: Der Markt für Windeln wird sich komplett ändern.



Daniele Gencalp

## Einmalwindeln? Schief gewickelt!

Ihr Aha-Erlebnis hatte Daniele Gencalp im Urlaub am Meer. Sonnenuntergang, die Füße baumeln im Wasser, plötzlich entdeckt sie eine im Wasser treibende Windel. Urlaubsstimmung dahin, dafür ist die Neugier geweckt. Wer schmeißt Windeln einfach ins Meer? Wie lange braucht es eigentlich, bis eine Windel in der Natur verrottet ist? Gencalp recherchiert – und stößt auf für sie zunächst unfassbare Zahlen.

Zunächst einmal: Eine Einwegwindel braucht, wenn sie nicht verbrannt wird, rund 300 Jahre zum Verrotten. Die Geschäftsfrau ist entsetzt und beginnt zu rechnen. In Deutschland werden pro Jahr zwischen 3,5 bis 4,5 Milliarden Windeln verwendet. Jedes Baby benötigt zirka 5.000 bis 6.000 Einmalwindeln während seiner Wickelzeit und produziert so mehr als eine Tonne Müll – wir haben ein hausgemachtes Problem. Das kann so nicht weitergehen, beschließt Daniele Gencalp. Das Ergebnis: Pitipo.

Pitipo, das sind Stoffwindeln mit verspielten, bunten Designs, wie man es von Lillestoff kennt. Die Stoffwindeln sind vielfach wiederverwendbar. Durch ein System aus Knöpfen und Klettverschlüssen wachsen Pitipo-Windeln mit dem Baby sogar mit. Das Herzstück der öko-zertifizierten Windeln ist ein saugfähiger Kern aus Bambusviskose, der sich in der Waschmaschine waschen lässt. Gencalp hat zwei Windel-Sorten im Angebot – All-in-One-Windeln und Pocketwindeln – beide für Babys mit einem Gewicht zwischen 3,5 bis 16 Kilo. Die Unternehmerin schätzt, dass ein Baby ungefähr 20 bis 25 Stoffwindeln während seiner Windelzeit benötigt, damit käme man auf Kosten zwischen 400 und 500 Euro. Zum Vergleich: Einmalwindeln wür-

den für diesen Zeitraum mit rund 1.500 Euro in einem Haushalt zu Buche schlagen.

Daniele Gencalp hat selbst zwei Kinder. Den großen habe sie durchgängig mit Stoffwindeln gewickelt, aber die Handhabung sei bekanntermaßen recht umständlich gewesen, erinnert sie sich. Den Umgang mit ihren umweltfreundlichen Pitipo-Windeln findet sie „ganz easy“. Das Handling der Stoffwindeln sei so einfach wie die von Wegwerfwindeln, aber eben mit einer viel besseren Öko-Bilanz.

Gencalp ist davon überzeugt, dass sich unser Umgang mit Windeln radikal ändern wird. „Jungen Eltern wird langsam bewusst, dass wir schon jetzt ein Riesenproblem mit Windelmüll haben. Wer in vier, fünf Jahren noch Einwegwindeln benutzt, obwohl es Alternativen gibt, wird gesellschaftlich direkt neben Schwangeren eingeordnet, die in der Öffentlichkeit rauchen oder große Mengen Alkohol trinken.“ Mehr Infos unter [www.pitipo.de](http://www.pitipo.de).

### GEWINNSPIEL

Wir verlosen zwei Kennenlern-Pakete von Pitipo. Einfach eine Mail mit dem Betreff „Pitipo“ bis zum 31.07.2021 an [gewinnspiel@tina-voss.de](mailto:gewinnspiel@tina-voss.de) senden. Viel Glück.

„Wenn man die Herzen der Menschen verstehen will, muss man deren Sprache sprechen.“ Das war die Antwort, die mir Kasia vor über 15 Jahren im Vorstellungsgespräch gab, als ich sie fragte, warum sie so unterschiedliche Sprachen studiert habe.

Nun haben wir schon eine so lange Zeit miteinander verbracht. Wir haben einiges durchgestanden, vieles erreicht, über vieles gelacht und es macht immer noch richtig viel Spaß, mit Kasia zu arbeiten.

Kasia hat damals als Geheimwaffe in verschiedenen Dispositionsabteilungen gearbeitet, war dann lange im gewerblichen Team und sprang sofort wieder ein, als wir uns coronabedingt nochmal neu sortieren mussten. Kasia ist einen Schreibtisch weiter gerutscht und betreut mit einer Kollegin gemeinsam einen kaufmännischen Großkunden.

Kundenbetreuung, Bewerbergewinnung, Hygienekonzept, Marketingmaßnahmen? Kasia bringt ihre Ideen in viele Themen ein und uns immer mal auf neue Wege, weil sie zudem die Augen offen hält und schaut, was ihr im Markt an interessanten Dingen begegnet.

Aber Kasia ist nicht nur eine Geheimwaffe im normalen Berufsleben, auch bei allen Unternehmungen, die wir sonst so veranstalten, ist sie vorne mit dabei und reißt die Kollegen so lange mit, bis auch wirklich alle Spaß haben.

Zum 10-jährigen Jubiläum schrieb ich:

Danke Kasia, dass du so umwerfend unkompliziert, charmant und engagiert bist.

Dem ist nichts hinzuzufügen und das schreibe ich zum 20-Jährigen bestimmt genauso nochmal.

Deine Tina



**Kasia Schiereck**  
Personalmanagement



### **Carina, wo kommst Du ursprünglich her?**

Aus der Nähe von Bremen, aus Verden an der Aller. Vor knapp vier Jahren habe ich mich entschieden, in eine Großstadt zu ziehen. Da kamen Bremen, Hamburg und Hannover infrage. Bremen kannte ich schon, Hamburg war mir zu teuer, also ist es Hannover geworden. Ich habe mir dann eine Wohnung in Hannover-Mitte besorgt, also richtig zentral in der Stadt. Diese Entscheidung habe ich bis heute nicht bereut.

### **Wie bist Du zu uns gekommen?**

Ursprünglich habe ich eine andere Ausbildung absolviert, ich bin staatlich geprüfte Kosmetikerin. Das konnte ich dann aber aus gesundheitlichen Gründen nicht fortführen und musste mir was Neues suchen. Zwischenzeitlich hatte ich ein Kosmetikstudio geleitet und da bereits viel im administrativen Bereich gemacht. Von daher fand ich Personalwesen super spannend. Als ich dann die Stellenausschreibung mit den Fellnasen gesehen habe, war mir klar: Da muss ich hin. Ich liebe Hunde, mein Yorkshire-Terrier-Jack-Russell-Mix Lilly ist derzeit bei meiner Mutter.

### **Du machst hier also keine klassische Ausbildung?**

Genau, es ist eine Umschulung zur Kauffrau für Büromanagement. Mir wurde von Anfang an sehr viel zugetraut, ich habe sofort Verantwortung übernommen, von daher fühlt es sich für mich nicht wie eine typische Ausbildung an.

### **5 Fragen an Carina Künnecke (23)**

... seit Februar 2021 die neue  
Auszubildende bei uns.



### **Was gefällt Dir an Deiner Arbeit?**

Das ist hier ein super Team, man fühlt sich vom ersten Tag an toll aufgenommen. Es macht mir wirklich sehr viel Spaß bei Tina Voß, ich mag den Umgang mit Menschen. Und man lernt sehr schnell sehr viel – das gefällt mir.

### **Was machst Du, wenn Du nicht arbeitest?**

Ich treffe mich häufig mit Freunden, bin gerne draußen. Zum Beispiel am Maschsee, einer meiner Lieblingsorte in der Stadt. Und ich gehe jetzt wieder ins Fitnessstudio, das war ja leider über viele Monate nicht möglich.



### Andrea, wo kommst Du ursprünglich her?

Geboren bin ich in Langenhagen, in Wennigsen und Gehrden bin ich aufgewachsen. Wobei mein Umfeld auch sehr polnisch geprägt ist, da meine gesamte Familie aus Polen stammt. Polen ist meine zweite Heimat. In meiner Familie sind wir sehr temperamentvoll – da fliegt schon mal die Kuh durch die Gegend (lacht). Ich hoffe, ich verkörpere das Beste aus zwei Kulturen.

### Wie bist Du zu uns gekommen?

Ich habe vorher bei einem mittelständischen Unternehmen gearbeitet und wollte mich verändern. Ich hatte beruflich Kontakt mit Mark Hornig und er hatte die Idee, dass ich perfekt zu Tina Voß passen könnte. Heute arbeiten wir zusammen und sind unsere eigene kleine Abteilung. Das hat er gut eingefädelt.

### Was bedeutet das?

Mark und ich bilden die IT-Abteilung. Wir wollen uns in Hannover und über Hannover hinaus als Dienstleister für IT-Stellen etablieren. Damit kommen wir super voran. Wir haben eine Vision, und wir arbeiten mit allem, was wir haben, um diese Vision zu verwirklichen. Es ist ein absolutes Herzprojekt!

### Du bist im Kundenmanagement und Recruiting – was gefällt Dir an Deiner Arbeit?

Das ist leicht: das Arbeiten mit Menschen. Ich mag es, mir die Geschichten der Leute anzuhören und sie dann für einen Job zu begeistern. Die Geschichte eines Menschen ist so unglaublich.



## 5 Fragen an Andrea Häusler (39)

... seit Januar 2021 bei uns Mitarbeiterin im Kundenmanagement und IT-Recruiting.

Ich wichtig. Es ist nicht immer der Job, auf den sie sich ursprünglich beworben haben. Man ist hier wirklich ein Berater, ein Lebensabschnittsberater. Ich meine, was gibt es Schöneres für einen Berater, wenn Kandidat und Kunde absolut happy miteinander sind?

### Was machst Du in Deiner Freizeit?

Da renne ich meinem Sohn, meinen Stiefföhnen und unserem Hund Emma hinterher. Oder ich suche etwas, was nicht ich verlegt habe (lacht). Emma ist eine Mischung aus Französischer Bulldogge und Mops, ein Frops. Wenn Emma im Büro ist, bekomme ich sehr viel Besuch, weil jeder einen kurzen Stopp bei uns macht, um sie zu streicheln.

## „Game of Thrones ist ein Kindergarten dagegen“

Das könnte die Überschrift einer Beurteilung über Sie (?) auf einem Arbeitgeberbewertungsportal sein. Geschrieben von einem ehemaligen oder aktuellen Mitarbeiter, der im Unternehmen alles andere als glücklich geworden ist.

Kununu, Google, Facebook und Glassdoor sind die Seiten, auf denen interessierte Bewerber erfahren, wie es in Ihrem Unternehmen wirklich zugeht. Vorher schaut ein Kandidat vielleicht auf Ihre Homepage und liest die interessante Stellenanzeige. Mehr als 50 Prozent der Bewerber suchen anschließend auf den genannten Seiten Beurteilungen, um jenseits des Marketingsprech die Wahrheit zu erfahren. Und wenn Sie dann im Schnitt zwei bis drei Sterne haben, verschwinden passende Kandidaten, von denen Sie niemals erfahren.

### Negative Bewertungen – So können Sie damit umgehen

Betrachten Sie es als Chance, denn so ungefiltert bekommt man sonst kein Feedback. Fragen Sie sich anschließend, ob an den Vorwürfen nicht was dran sein könnte und schieben Sie es nicht einfach auf einen verärgerten Mitarbeiter. Besser ist es, die Bewertung zu reflektieren und sich zu hinterfragen.

Die schlechtmöglichste Reaktion wäre: sich zu einem harschen Arbeitgeberkommentar hinreißen zu lassen oder nicht zu antworten.



Besser: Eine Nacht drüber schlafen. Eine Standardfloskel-Antwort ist bei einer ausführlichen Beurteilung auch keine gute Idee. Machen Sie sich die Mühe, das ernst zu nehmen und darauf zu antworten:

### Sind die angesprochene Punkte bereits verbessert oder sogar verschwunden?

Prima, schreiben Sie das und bedanken sich.

### Brennt aktuell die Hütte und die Bewertung ist zu recht vernichtend?

Bedanken, Kontaktmöglichkeiten via E-Mail oder Telefon anbieten, damit man sich darüber austauschen kann. Auch Anonymität zusichern, falls der Beurteiler (m/w/d) sich das wünscht.

### Sehen Sie das anders?

Freundlich bedanken und erklären, dass Sie die Meinung nicht teilen. Unterschreiben Sie die Stellungnahme mit Ihrem Namen und sagen konkret, an wen man sich auf welchen Weg wenden kann.

Was aber noch viel wichtiger ist: Antworten Sie auch auf positive Kommentare. Ohne Not sagt jemand, dass Sie und Ihr Unternehmen toll sind. Das sollte ein großes Danke wert sein.

## PERSONAL IST UNSER JOB

- Personalvermittlung
- Zeitarbeit
- Recruiting
- Outplacement
- Business-Coaching
- On-Site Management
- Zeugniserstellung

## SIND SIE SEXY FÜR BEWERBER?

- Bewerbermarketing
- Mitarbeiterbindung
- Bewerberprozessanalyse
- Trennungsmanagement

## VERSTÄRKUNG AUF JEDER POSITION

- kaufmännisches Personal
- IT-Fachkräfte
- gewerblich-technisches Personal

## IMPRESSUM

TVjournal Ausgabe 2| 2021

Herausgeber:

Tina Voß GmbH

Tintengraben 6 – 9

30177 Hannover

Tel.: 0511/69 68 48-0

[www.tina-voss.de](http://www.tina-voss.de)

[akademie.tina-voss.de](http://akademie.tina-voss.de)

V.i.S.d.P.:

Bruno Brauer (bb)

Redaktionsbüro bb-kontor

Redaktionsteam:

Tina Voß, Daniela Klemp

Fotos:

envato elements, privat

Gestaltung und Produktion:

novum! Werbemedien GmbH & Co. KG

Auflage:

1.700 Exemplare

