

GEWINN Jobbarometer

Übersicht
Zusammengestellt von ERICH BRENNER UND CHRISTIAN JÖRG

Die Zahl der Outplacement-Klienten steigt

Im vierten Quartal rechnen Arbeitsmarktexperten mit deutlich mehr Arbeitslosen. GEWINN sprach darüber mit Walter Reisenzein, Geschäftsführer von DBM Outplacement.

GEWINN: Ist Outplacement, oft auch als die soziale Kündigung bezeichnet, ein Spiegelbild der Konjunktur?

REISENZEIN: Ja. Seit Oktober 2008 haben die Anfragen von Firmen in der Branche extrem zugenommen. Nicht alle Anfragen haben sich in Aufträgen niedergeschlagen, weil die Firmen manchmal von der Wucht der Krise überfahren wurden und dann kein Geld mehr dafür hatten, weil sie sparen mussten.

GEWINN: Je mehr Kündigungen, desto mehr Klienten betreuen Sie zur Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt. Woher stammen Ihre Klienten derzeit?

REISENZEIN: 30 Prozent sind Vertriebsleute, ein deutlich höherer Anteil als in

Teilen der Automobil- und Zulieferindustrie weitergeht.

GEWINN: Gibt es Branchen, die mehr oder weniger stabil sind?

REISENZEIN: Die Branchen, die wir unseren Klienten bei der Jobsuche anra-

ten sich anzusehen, sind klar zu definieren: Pharma, soziale Berufe sind wachsend, alternative Energie wie Geothermie, Solar, Windenergie etc., und auch die Suche in regionalen Märkten kann viel bringen. Sicherheitsbezogene Dienste haben auch ein Zukunftspotenzial, aber nicht jeder will mit Personen- oder Objektschutz zu tun haben.

GEWINN: Warum soll eine Firma gekündigten Mitarbeitern eine Betreuung mit auf den Weg geben?

REISENZEIN: Man trifft sich im Leben immer mindestens zweimal. Besonders wenn es sich um Führungskräfte handelt. Diese Personen trifft man dann als

WIE WIRD MAN

... Chefverkoster und „Buyer“ bei Wein & Co?

GEWINN: Sie haben einen furchtbaren Job: Sie müssen Wein verkosten und einkaufen – und bekommen dafür auch noch Geld!

HLAVICKA: Stimmt, der Job ist hart! Ich bin weinmäßig für Europa außer Österreich und Bordeaux zuständig sowie für die Feinkost.

GEWINN: Wie sind Sie auf das Thema Wein gekommen?

HLAVICKA: Durch meinen Vater, der Weinsammler war. Vor zehn Jahren begann ich neben dem Studium bei Wein & Co am Naschmarkt, 2002 holte mich Eigentümer Heinz Kammerer in den Einkauf.

GEWINN: Direkt von der Weinbar weg? Ohne Weinausbildung?

HLAVICKA: Die Firma hat mir davor die zweijährige Ausbildung zum Weinakademiker in Rust gesponsert. Und 2010 werde ich vielleicht die Ausbildung zum „Master of Wine“ beginnen, mal sehen.

GEWINN: Bei wie vielen Lieferanten kaufen Sie ein?

HLAVICKA: Das sind über 200 Lieferanten. Ich versuche, innerhalb von drei Jahren mindestens einmal bei jedem gewesen zu sein.

GEWINN: Was ist das Allerschwierigste in Ihrem Job? Das Reisen?

HLAVICKA: Am schwierigsten ist es, wenn ich enthusiastisch mit neuen Weinen ins Büro komme, meine kritischen Kollegen davon zu überzeugen, was für deren Weine natürlich auch umgekehrt gilt.



Foto: Wein & Co

Bernhard Hlavicka, Chefverkoster und Einkäufer bei Wein & Co

GEWINN: Wie suchen Sie aus? Nach Parker-Punkten?

HLAVICKA: 99 Prozent aller Weine werden verkostet, die meisten sehr jung, sowohl in der Flasche, aber auch Fassproben. Wenn Parker die Punkte gibt, ist es zu spät für den Einkauf. Wenn man gut ist, hat man alles bereits vorher im Sortiment. Und man muss unbestechlich sein. Neinsagen ist das Allerschwierigste, was ich aber täglich zehnmals tun muss.

GEWINN: Weinakademiker ist gut, aber hilft das für die Feinkost?

HLAVICKA: Es hilft, aber mehr, dass ich mal als Koch gearbeitet habe.

GEWINN: Sie haben also Ihr Hobby zum Beruf gemacht. Welche Geheimtipps unter den ausländischen Weinen können Sie verraten?

HLAVICKA: Aus Sizilien den Etna Rosso 2008 vom Weingut Terre Nere um 11,99 Euro. Aus dem Nordwesten Spaniens, aus Bierzo, vom Weingut Descendientes De J Palacios den Petalos 2007 um 19,99 Euro.

Walter Reisenzein, DBM Outplacement: „Der Druck auf dem Arbeitsmarkt wird weiter zunehmen.“



Foto: DBM Outplacement

den letzten Jahren. Viele wurden aufgrund von Schließungen von Österreich-Niederlassungen von Markenvertrieblern freigesetzt, die das nun von Deutschland aus machen. Daneben spielen Finanzmanager, Geschäftsführer und, wie sonst auch, Marketing-Leute eine Rolle. Banker sind überdurchschnittlich viele in unseren Programmen, aber auch da gibt es viele Vertriebsleute darunter. Auf jeden Fall wird der Druck auf dem Arbeitsmarkt weiter zunehmen. Ich kann mir vorstellen, dass es in der Finanzdienstleistungsbranche – Stichwort overbanked, Copyright Hannes Androsch – und in

Jobbarometer

Lieferant, Kunde oder Konkurrent wieder. Und auch bei technischen Mitarbeitern kommt es immer wieder vor, dass man sie später einmal wieder ins Unternehmen holen möchte. Verbrannte Erde ist da nicht gut, wertschätzende Kündigungen zahlen sich aus.

GEWINN: Sie vermitteln ja keine Jobs, sondern betreuen die Personen. Wie teuer ist Outplacement?

REISENZEIN: Die Kosten liegen zwischen 13 und 20 Prozent vom Jahresbruttolohn des Mitarbeiters, und das ist eine Aussage für die Branche, in der zirka 30 Unternehmen tätig sind. Die Bran-

che hat einen Durchschnittsumsatz pro Klient von 8.000 bis 12.000 Euro.

GEWINN: Wie lange suchen Ihre Klienten einen neuen Job?

REISENZEIN: Im Schnitt 22,5 Wochen. Wir wissen aber, dass es in Krisenzeiten länger dauert. Aber derzeit ist keine Rede davon, dass man keine neuen Jobs mehr findet. Der Arbeitsmarkt ermöglicht das auch weiterhin.

GEWINN: Wissen die zukünftigen potenziellen Arbeitgeber, dass die Bewerber Outplacement-Klienten sind?

REISENZEIN: In der Regel nicht. Leider hat man als Arbeitssuchender unge-

rechtfertigterweise immer noch das Stigma des Losers. Das ist mir alles, auch nach zehn Jahren, selbst sehr bewusst. Ich habe selbst nach 25 Jahren bei Kodak ein Outplacement-Programm durchlaufen.

GEWINN: Wie hat sich das Geschäft für Sie die letzten zwei Jahre entwickelt?

REISENZEIN: Die Stammebelegschaft sind acht, insgesamt sind es 27 Mitarbeiter. Im Jahr betreuen wir etwa 100 Klienten. Vom Umsatz liegen wir jetzt – halbes Jahr 2009 – ein bisschen besser als im Vorjahr, aber 2008 hatten wir das zweitbeste Jahr in der Geschichte.

Österreichs Möbelhandel braucht Personal

Sie müssen weder Tischler noch Verkäufer sein, um in Österreichs Möbel- und Einrichtungshäusern Karriere zu machen. Abgesehen von diesen

natürlichen Einstiegsmöglichkeiten in den Job bietet diese Branche auch gute Aufstiegschancen für Nachwuchsführungskräfte, welche teilweise in ei-

gen Akademien geschult werden. Auch der spätere Jobwechsel ins Ausland ist möglich, da von allen Marktteilnehmern der europäische Osten nach wie vor als Expansionsgebiet gesehen wird.

GEWINN-Jobbarometer: Die Jobchancen bei Österreichs größten Möbelhändlern

Unternehmen Unternehmensstruktur	XXXLutz	Leiner	IKEA	REITER	Garant Möbel
Mitarbeiter 2007 / 2008 / 2009	16.500 / 16.500 / 16.600	8.000 / 8.350 / 8.500	2.100 / 2.100 / 2.460	327 / 310 / 310	1.607 / 1.742 / 1.805*
Wie schätzen Sie die Personalentwicklung für Ihre Branche** und für Ihr Unternehmen ein? Wie viele Mitarbeiter stellt Ihr Unternehmen derzeit pro Jahr neu an?	In Zeiten der Krise investieren die Konsumenten in die eigenen vier Wände; die gesamte Branche freut sich über eine positive Geschäftsentwicklung. Unser Mitarbeiterbestand ist sehr stabil. Wir gehen von einem kontinuierlichen Steigen der Mitarbeiterzahlen wie in den vergangenen zehn Jahren aus.	In Österreich verhält sich die Personalentwicklung stabil, aber die Qualifizierung steigt. In unseren neuen Häusern im CEE-Gebiet haben wir einen stark wachsenden Bedarf an Personal. In den kommenden fünf Jahren rechnen wir mit insgesamt 10.000 Mitarbeitern; das bedeutet ein Plus von 200 bis 500 pro Jahr.	Mit Ende des Geschäftsjahres 2009 hat die IKEA-Gruppe 268 IKEA-Einrichtungshäuser in 25 Ländern; in Österreich sind es sieben; weltweit arbeiten 123.000 für den 1943 gegründeten Konzern mit aktuell 21,5 Milliarden Euro Umsatz.	Die Branchenentwicklung schätzt wir konstant ein; derzeit verlassen gleich viele Mitarbeiter pro Jahr das Unternehmen wie wir neu einstellen (ca. 60). Dank Filialeröffnungen sollte unser Personalstand mittelfristig allerdings steigen.	Kooperation des mittelständischen Möbelhandels und Teil eines weltweiten Netzwerkes, das über 4.000 Händler in 19 Staaten umfasst. In Österreich zur serviceMore Dienstleistung für Kooperationen GmbH zusammengefasst.
Suchen Sie aktuell nach neuen Mitarbeitern?	Ja; derzeit sind 113 offene Jobs zu vergeben; im heurigen Jahr wurden und werden insgesamt 500 Lehrlinge eingestellt.	Ja; wir kennen keinen Aufnahmestopp, qualifizierte Mitarbeiter werden stets gesucht.	Ja	Ja	Ja; 40% der Händler haben Bedarf; bei 77% davon aufgrund geplanter Expansion.
In welchen Sektoren suchen Sie Personal?	Vor allem Nachwuchsführungskräfte für die Expansion. Diese werden in einem zweijährigen Traineeprogramm in unseren Fachakademien geschult.	In den Bereichen Tischler, Verkauf in Voll- und Teilzeit sowie in den verschiedenen Fachbereichen in der Zentralverwaltung.	Vorrangig in den Bereichen, Verkauf, Systemgastronomie und Logistik in Voll- und Teilzeit. Daneben bieten wir Lehrlingen verschiedenste Ausbildungen an.	Einerseits Verkäuferinnen; diesen bieten wir Aufstiegschancen zum Bereichsleiter und zur Heimtextil-Beraterin (vor Ort beim Kunden) an.	Verkauf
Bewerbungsadresse	www.xxxlutz.at unter der Rubrik „Jobs“; Job-Hotline 0664/6252001 oder an Frau Simone Humer, XXXLutz GmbH, Römerstraße 39, 4600 Wels	Verkaufspersonal sollte sich direkt im Einrichtungshaus melden; ansonsten Bewerbungsformulare auf www.leiner.at und www.kika.com	www.ikea.at/jobs	Mail an office@reiter.at; persönlich in der nächsten Filiale oder an Reiter Betten & Vorhänge GmbH, Kornstraße 14, 4060 Leonding	Direkt bei den regionalen Partner-Betrieben, ersichtlich auf www.garant-moebel.at

*) bei 114 (2007), 116 (2008) beziehungsweise 126 Händlern (2009); **) Möbelhandel in Mitteleuropa