



FOTOS: HPV/DAVID STRASSBURGER (5)

Zuhören und lernen: Am ersten Tag der Jahrestagung gab es am Frankfurter Flughafen Vorträge über Employer Branding.

Employer Branding für den Mittelstand

Fachkräftemangel Wie können Firmen noch attraktivere Arbeitgeber werden? Das war das Thema bei der Jahrestagung des Arbeitgeberverbands HPV. Erstmals wurde mit Dörte Raasch eine Frau in das Geschäftsführende Präsidium gewählt

VON TANJA WESSENDORF

Fast genau so alt wie das Grundgesetz, das am 23. Mai 2024 seinen 75. Geburtstag feierte, ist der Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV). Die erste Satzung wurde am 9. November 1949 eingetragen, wie HPV-Präsident Jürgen Peschel bei der Jahrestagung in Frankfurt betonte. **aktiv** war bei diesem Branchentreffen dabei.

Peschel wurde einstimmig als Präsident und Verhandlungsführer wiedergewählt. Auch Schatzmeister Roland Walter wurde ohne Gegenstimmen bestätigt. Eine Neuuerung gibt es aber: Dörte Raasch von Yamaton Paper in Rostock löst Michael Beidermühle im Amt des Vizepräsidenten ab und wird die erste Frau im Präsidium.

So groß wie noch nie während des langen HPV-Beste-

hens ist ein zentrales Problem der Betriebe: der Fachkräftemangel. Wie in vielen anderen Branchen auch fehlen in der papier- und kunststoffver-

„
Employer Branding – das muss alle Firmen interessieren

Stefan Rössing, Hauptgeschäftsführer HPV

arbeitenden Industrie die Leute. Am ersten Tag der Jahrestagung ging es deshalb in verschiedenen Vorträgen um Employer Branding, also darum, wie man ein noch attraktiverer Arbeitgeber wird und eine ent-

sprechend starke Marke mit gutem Image aufbaut.

Wichtigste Botschaft des Tages: Employer Branding ist nicht nur etwas für große Firmen, sondern auch für mittelständische Unternehmen. „Employer Branding muss alle Firmen interessieren“, betonte der HPV-Hauptgeschäftsführer Stefan Rössing.

Eine starke Arbeitgebermarke zieht die richtigen Bewerber an

„Im Jahr 2023 konnte etwa ein Viertel der Stellen nicht besetzt werden. Die Arbeitgeber müssen sich um Mitarbeiter bemühen.“ Das machte Sibylle Stippler in ihrem Vortrag deutlich, sie ist Projektleiterin des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (kofa.de) am Institut der deutschen Wirtschaft.

Erster Schritt zum Aufbau einer starken Arbeitgebermarke sei die Unternehmensanalyse,



Branchengeplauder: Beim abendlichen Grillen am Frankfurter Flughafen gingen die Gespräche weiter.

sagte Stippler: Was macht uns aus? Warum sind wir interessant für Bewerber und Mitarbeiter? Anschließend werde die Zielgruppe genauer betrachtet: Wen will man überhaupt erreichen? Nächster Schritt sei dann der Vergleich mit den Wettbewerbern: Was bieten diese – und wie kann sich das eigene Unternehmen davon abgrenzen?

Emotionale Botschaft mit Ecken und Kanten

Sind diese Analysen abgeschlossen, werden Kernbotschaften formuliert. „Ziel ist die Antwort auf die Frage, warum sich ein Arbeitsuchender gerade für Sie als Unternehmen entscheiden sollte. Die Botschaft sollte emotional und glaubwürdig sein – und darf auch Ecken und Kanten haben“, so die Expertin.

Ebenfalls wichtig: Zeit und Geduld. „Employer Branding

ist ein Marathon, kein Sprint“, betonte Marie Stephan von der Agentur Junges Herz in Dresden. Im Idealfall sollten Personal- und Kommunikationsabteilung zusammenarbeiten und die Employer-Branding-Pläne zuerst intern kommuniziert werden. Wie die Umsetzung so eines Projekts in der Praxis aussieht, das erklärten anschließend Dr. Friederike Baer von DS Smith und Dr. Ivonne-Kerstin Schlesinger von Fraport.

Filme, die Lust auf die Branche machen

Speziell zu diesem Thema sagte das neue Präsidiumsmitglied Dörte Raasch zu **aktiv**: „Bisher werden Investitionen vor allem in neue Maschinen getätigt. Wir brauchen aber auch Investitionen in zukünftige Arbeitnehmer. Der Mensch muss im Fokus stehen. Auch

Mittelständler können viel tun, um unsere Branche noch attraktiver zu machen.“

Wie das funktionieren kann, zeigten am zweiten Tag die Sieger des HPV-Video-Wettbewerbs „Top verpackt“: Auszubildende haben Filme gedreht, die Lust auf den Job machen. Ganz besonders überzeugte die Jury das Team von Kolb Wellpappe aus Memmingen: Philip Einsiedler, Corinna Gruschka, Leon Katheining und Julia Kolb zeigten die Wellpappeherstellung in Form einer Fußballreportage! Den zweiten Platz belegte Bastian Ramm (GPI Hannover), der erklärt, wie Kaugummi-verpackung hergestellt wird. Der dritte Platz ging an Tilo Herrmann, Andreea-Valentina Leu, Jan-Niklas Petersen und Youssef Zrikat vom Smurfit-Kappa-Werk Sarstedt. Alle Filme der Azubis sehen Sie hier: a05.de/azubi.

Gewonnen: Die Azubis von Kolb Wellpappe haben nach Meinung der Jury das beste Video gedreht.



„Wir haben die Inflation anständig aufgefangen“

Interview HPV-Präsident Jürgen Peschel zur Lage der Branche und zur Entwicklung der Löhne

VON TANJA WESSENDORF

Seit 2016 führt er den Arbeitgeberverband: HPV-Präsident **Jürgen Peschel**, der nun in diesem Ehrenamt bestätigt worden ist. **aktiv** sprach mit ihm kurz nach der Wahl bei der Mitgliederversammlung in Frankfurt.

Wie sieht es aktuell in der Branche aus, wie geht es den Betrieben?

Leider nicht sonderlich gut. Wir leben in schwierigen Zeiten, die vielen Krisen verunsichern die Menschen. Und damit gibt es einen Rückgang im Konsum, der ganz automatisch auch einen Rückgang bei den Verpackungen bedeutet. Und wir haben insgesamt eine schwächelnde Konjunktur. Wir können also nicht erwarten, dass die Produktion bald wieder schlagartig nach oben geht. Das gilt leider für die gesamte Industrie – die Vorhersagen der Institute lassen für dieses und nächstes Jahr nichts Gutes erwarten.

Die Inflation war zeitweise ungewöhnlich hoch, was vor allem an den stark gestiegenen Energiepreisen lag. Wie sehr hat das die Beschäftigten getroffen?

Man darf da nicht vergessen, dass teure Energie gerade auch die Unternehmen direkt und stark belastet hat. Was die Mitarbeiterinnen und Mit-

arbeiter betrifft: Ich glaube, dass wir die Inflation alles in allem anständig aufgefangen haben. Es gab einen zeitweisen Peak nach oben, den wir über die 2023 vereinbarten Gehaltserhöhungen und die Inflationspauschalen ausgeglichen haben – zuletzt im Februar 2024. Aktuell geht die Inflation zum Glück wieder auf ein normales Niveau runter, die Vorhersagen für das gesamte Jahr 2024 liegen um die 2,5 Prozent.

Das wäre weniger als die schon vereinbarten Lohnsteigerungen.

Genau. Anfang August und dann Anfang Dezember steigen unsere Tariflöhne um insgesamt 3,5 Prozent. Am Ende des Jahres sollte da also ein Reallohnplus stehen.

Anfang 2025 sind dann ja wieder Tarifverhandlungen. Nun war hier in Frankfurt zu hören, dass die direkte Tarifbindung der Firmen in ihrer Branche gesunken ist?

Ja, das ist leider so. Zum einen ist die Branche sehr heterogen: Es gibt bei uns große und kleine Unternehmen, stark automatisierte und solche mit viel Handarbeit. Diese Bandbreite in einen Tarifvertrag zu gießen, ist immer wieder eine Herausforderung, weil der Anteil der Arbeitskosten eben unterschiedlich hoch ist. Zum anderen haben aber



„
Überzogene Warnstreiks schwächen die Tarifbindung

Jürgen Peschel, Präsident des Hauptverbands Papier- und Kunststoffverarbeitung

die überzogenen Warnstreiks der Vergangenheit direkt zur abnehmenden Tarifbindung der Unternehmen beigetragen: Wir wissen von einigen Firmen, dass sie wegen dieser Warnstreiks noch in der Verhandlungsphase, also schon vor dem Tarifabschluss, ausgestiegen sind. Wir leben in einer Welt, in der just in time bedient wird, das gilt auch für Verpackungsmaterial: Kein Kunde hat dafür Verständnis, dass man wegen eines unnötig langen Warnstreiks nicht genug liefern kann.

Wird es bei den Tarifverhandlungen nur ums Geld gehen oder gibt es noch andere wichtige Punkte?

Das Jobfahrrad ist ein großes Thema, vor allem bei jüngeren Leuten, und es ist eine tolle Möglichkeit, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Extra zur Verfügung zu stellen. Bisher hat die Gewerkschaft Verdi die Entgeltumwandlung für ein Jobrad allerdings abgelehnt. Dazu muss man wissen, dass ein tarifgebundenes Unternehmen das Jobrad ohne entsprechenden Tarifvertrag nicht so einfach den Beschäftigten anbieten kann. Deshalb freuen wir uns, dass die Gewerkschaft nun bei diesem Thema Entgegenkommen signalisiert hat. Denn viele unserer Beschäftigten möchten gerne ein Jobrad.



Der Vorstand

● Jürgen Peschel (Mitte) ist von den Delegierten einstimmig als HPV-Präsident bestätigt worden. Auch Schatzmeister **Roland Walter** (Walter Verpackungen, hinten links) wurde einstimmig wiedergewählt. Rechts oben steht **Stefan Rössing**, der Hauptgeschäftsführer des Arbeitgeberverbands.

● Dörte Raasch (Yamaton Paper) ist einstimmig zur neuen Vizepräsidentin gewählt worden. Sie löst **Michael Beidermühle** (Bischof + Klein, vorne links) ab, der inzwischen im Ruhestand ist. Auf dem Foto fehlt **Günther Berninghaus** (Papierwerk Landshut Mittler), der kooptiertes Mitglied des Präsidiums bleibt.

● Peter Penke-Wevelhof (Heyne & Penke) und **Sascha Berwing** (Spreemühle) fungieren weiterhin als Rechnungsprüfer.