

Jüngere Mitarbeiter wechseln häufiger

Nürnberg. Arbeitnehmer bis 30 Jahre bleiben immer kürzer in einem Job. Das zeigt eine Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB). Während die Beschäftigungsverhältnisse der bis 30-Jährigen bei den Geburtsjahrgängen 1960/61 durchschnittlich 834 Tage dauerten, waren es bei den Jahrgängen 1978/79 nur 652 Tage. Über alle Altersstufen ist die Zeit in einem Job dagegen mit rund zehn Jahren relativ konstant. Die Ergebnisse sind ein Hinweis darauf, „dass eine Verlagerung von Beschäftigungsrisiken hin zu jüngeren Beschäftigten stattgefunden hat“, so das IAB. lz 09-14

Home-Office wird seltener genutzt

Berlin. Immer weniger Menschen in Deutschland gehen ihrem Beruf von zu Hause aus nach, meldet das DIW: 2012 arbeiteten rund 12 Prozent oder 4,7 Millionen der Erwerbstätigen überwiegend oder gelegentlich in den eigenen vier Wänden. Das sind 800 000 weniger als noch vier Jahre zuvor, als die Zahl der Home-Office-Nutzer ihren Höhepunkt erreichte. 2,7 Millionen Heimarbeiter waren abhängig beschäftigt, was rund 8 Prozent aller Arbeitnehmer entspricht. lz 09-14

Professionals wissen um ihren Wert

Düsseldorf. Drei von vier Fachkräften schätzen ihre Aussichten bei der Jobsuche positiv ein. Besonders IT-Experten und Ingenieure sind bezüglich ihrer Karriereoptionen zuversichtlich, so eine Studie des Jobportals Stepstone. Die häufigsten Gründe für Jobwechsel sind der Wunsch nach neuen Herausforderungen sowie eingeschränkte Entwicklungsperspektiven in der aktuellen Position. Jeder Dritte will mehr Wertschätzung und Gehalt. Dabei stellt die Studie ein hohes Maß an Flexibilität fest: Die Hälfte der Befragten schaut sich nicht nur im eigenen Kompetenzbereich um, und ein Drittel ist regional ungebunden. lz 09-14

Hohe Investitionen in Stellenanzeigen

Berlin. 2013 investierten deutsche Unternehmen mehr als 740 Mio. Euro in die Schaltung von gut 2,2 Millionen Stellenanzeigen. Das ergab eine Auswertung von Anzeigendaten.de. Auch der Index Personalmarketing-Report, eine Umfrage unter rund 2 200 europäischen HR-Experten, sieht die Stellenanzeigen-schaltung als wichtigste Maßnahme im Personalmarketing. lz 09-14

Nestlé legt Geld in Bildungsfonds an

Pensionskasse des Nahrungsmittelkonzerns beteiligt sich mit 13 Mio. Euro an Brain Capital – „Nachhaltige Kapitalanlage“

Frankfurt. Nestlé investiert zum Sommersemester 2014 erstmals in den Bildungsfonds Brain Capital, der Darlehen an Studenten vergibt. Über fünf Jahre will die Pensionskasse des Unternehmens 13 Millionen Euro anlegen. Der Business-Plan prognostiziert eine Rendite von 6,5 Prozent.

Nestlé hat ein neues Instrument am Kapitalmarkt für sich entdeckt. Die Pensionskasse des Unternehmens will ab Beginn des Sommersemesters im April 13 Millionen Euro – verteilt auf fünf Jahre – in „Brain Capital“ investieren. Die Brain Capital GmbH entstand 2005 als Ausgründung an der WHU Otto Beisheim School of Management in Vallendar und betreut heute 15 Bildungsfonds, die Studenten an verschiedenen Hochschulen fördern.

Die Idee dahinter: Junge Menschen, die durch Brain Capital unter-



„Wir investieren in die Zukunft junger Leute.“
Bettina Nürk, Nestlé

stützt werden, zahlen während ihres Studiums keine Studiengebühren. Im Gegenzug verpflichten sie sich zu einkommensabhängigen Zahlungen nach dem Examen für eine bei Vertragsabschluss festgelegte Laufzeit.

Die notwendige Kapitalbasis stellen bislang zwei institutionelle Investoren, sieben Stiftungen und mehr als 150 Privatinvestoren bereit, die sich



Erst lernen, später zahlen: 900 Studenten werden aktuell durch Bildungsfonds von Brain Capital unterstützt.

mit Beträgen von 10 000 bis 500 000 Euro beteiligen. Aus der Industrie ist Nestlé der erste Investor – und mit 13 Mio. Euro einer der großen Geldgeber.

„Das ist ein Investment, das mit prognostizierten etwa 6,5 Prozent eine schöne Rendite bringt“, sagt Bettina Nürk, Leiterin Altersversorgung und Vorstand der Nestlé-Pensionskasse. „Und sollten es nur 5 Prozent sein, wären wir immer noch sehr zufrieden.“ Zwar machen die 13 Millionen Euro nur 1 Prozent des Gesamtvermögens der Pensionskasse aus und „der Effekt auf die Gesamrendite hält sich entsprechend in Grenzen“, wie die Expertin einschränkt. Aus Kapitalmarktperspektive jedoch „handelt es sich dabei um eine schöne Ergänzung“. Zudem passt es zur ethischen Komponente von Nachhaltigkeit, einem Thema, das Nestlé auch in Sachen Kapitalanlage vorantreiben will. „Wir investieren in die Zukunft junger Leute, indem wir Studenten unterstützen, die aus finanziellen Gründen sonst den gewählten Bildungsgang nicht bezahlen könnten“, begründet Nürk.

„13 Millionen Euro reichen für die Studiengebühren von 350 bis 400 Studenten“, rechnet Marco Vietor vor, Geschäftsführer von Brain Capital. Gefördert werden in der Mehrzahl Wirtschaftswissenschaftler,

sowohl Bachelor als auch Master. Die größten Kontingente stellt neben der WHU die internationale Universität Bad Honnef. Hinzu kommen die Bucerius Law School in Hamburg sowie eine Reihe von Studenten, die in den USA juristische Masterprogramme absolvieren.

Um ein Studentendarlehen von Brain Capital kann sich bewerben, wer die Zusage seiner Hochschule bereits in der Tasche hat. „Wir setzen dann ein eigenes Auswahlverfahren obendrauf, bei dem es neben Abiturnoten auch um die Motivation der Kandidaten geht“, beschreibt Vietor das Procedere. Schließlich will man sichergehen, dass die Geförderten nach ihrem Examen auch wirklich eine Karriere anstreben. Wovon man bei den Studenten der genannten Unis allerdings ausgehen könne, ist Nürk sicher. „Wer hier studiert, will später auch etwas auf die Beine stellen.“ Die „Ausfallquote“ in den bisherigen Jahrgängen gibt ihr Recht. Sie liegt laut Vietor bei kumulierten 0,13 Prozent. Der Business-Plan unterstellt 5 Prozent.

Neun von zehn Geförderten bekommen die kompletten Studienge-

bühren, 10 Prozent erhalten lediglich eine Teilfinanzierung. Von den derzeit 900 geförderten Studenten befinden sich 250 in der Rückzahlungsphase. Wer nach der Hochschule seine Karriere beginnt, muss zehn Jahre lang zwischen 4 und gut 9 Prozent vom Einkommen zurückzahlen, sofern er mehr als 30 000 Euro im Jahr verdient.

„Berechnungsbasis ist das Bruttoeinkommen abzüglich Werbungskosten. Das muss über den Steuerbescheid nachgewiesen werden“, präzisiert Vietor. Einkommen, das im Ausland erzielt wird, fällt genauso in die Berechnung hinein wie hiesiges. Zurzeit liege der Anteil der Absolventen, die im Ausland arbeiten, bei 5 Prozent. Die meisten davon haben einen Job in Großbritannien, der Schweiz oder Frankreich.

Nach oben sind die Rückzahlungen gedeckelt. „Niemand muss mehr als das Doppelte dessen erstatten, was er bekommen hat“, sagt der Brain-Capital-Geschäftsführer. Zudem seien die Rückzahlungsraten nach heutiger Rechtslage steuerlich größtenteils absetzbar.

Christiane Dühmann/lz 09-14

„Wir prüfen neben den Abiturnoten auch die Motivation der Bewerber“

Marco Vietor, Brain Capital

Mit Nachhaltigkeit dem Fachkräftemangel Paroli bieten

Bayerische Ernährungswirtschaft auf der Suche nach innovativen Personalstrategien – Workshop

Nürnberg. Zahlreiche Unternehmen der bayerischen Foodbranche bekommen Engpässe beim Recruiting bereits zu spüren. Der Workshop „Fachkräftemangel 2020“ des Clusters Ernährung sucht nach Lösungen. Eine lautet: Nachhaltigkeit.

„Es geht darum, intelligente Antworten auf den Fachkräftemangel zu finden“, sagt Christian Geßner, Leiter des Zentrums für nachhaltige Unternehmensführung (ZNU) der Universität Witten/Herdecke. Das Forschungsinstitut hat sich der Koopera-

tion von Wissenschaft und Wirtschaft verschrieben. Ein sinnvoller Ansatz ist in Geßners Augen Nachhaltigkeit – auch im Bereich Human Resources. Er plädiert für abteilungsübergreifende Zusammenarbeit, denn Demografie sei nicht nur ein Thema für Personal. Und er warnt davor, ein Flickwerk aus lauter Einzelmaßnahmen zu erstellen. „Nachhaltigkeit darf kein Strohhalm sein, sondern es muss ein System dahinter stecken.“

Das ZNU bietet dazu nicht nur die Qualifikation zum Nachhaltigkeitsmanager, sondern auch den Standard „Nachhaltiger Wirtschaften Food“

an. Etliche Produzenten haben diese Audits bereits durchlaufen, unter anderem der Schokoladenhersteller Ritter, Kuchenmeister, Bitburger oder die Teutoburger Ölmühle. „So etwas entfaltet Wirkung nach innen wie nach außen“, ist Geßner überzeugt.

Es führe dazu, die Belegschaft stärker an das Unternehmen zu binden. Und es mache den Arbeitgeber für den Nachwuchs attraktiv. „Die jungen Leute wollen nicht nur Geld, sondern suchen nach Sinnhaftigkeit“, so der Referent. Auch in den Augen der begehrten Fach- und Führungskräfte steige die Reputation ei-

nes konsequent nachhaltig wirtschaftenden Unternehmens Schritt für Schritt.

Eine besondere Verantwortung im Veränderungsprozess tragen die Vorgesetzten. Es gehe nicht mehr darum, „top-down den Direktor zu geben, sondern als Teamchef zu agieren“. Nachhaltig erfolgreiche Führungskräfte zeichnen sich laut Geßner durch „ein akzeptiertes Wertegerüst und klare Ziele“ aus, schaffen „transparente Strukturen und eine positive Fehlerkultur“ und sind in der Lage, Trends aus dem Umfeld „systematisch in Wettbewerbsvorteile für das Unternehmen umzuwandeln“. cd/lz 09-14

**young
business
factory**
Lernen mit den Besten.



Die wahre Kraft der Süßware
Mit Storck den Point of Emotion entdecken

YBF Workshop 6./7. Mai 2014 in Halle (Westfalen)

Jetzt anmelden: www.lebensmittelzeitung.net/ybf

STORCK

Lebensmittel
Zeitung