

R

REWARDS

THE LOYALTY, INCENTIVE & PROMOTION MAGAZINE

Die Rituals-Story

Luxus und Lifestyle
fürs Wohlbefinden

Hier gibt's was auf
die Ohren: Die zehn
besten **HR-Podcasts**



Mr. Jobmesse

Warum Tausende
Menschen ihm
einen Job zu
verdanken haben

MIT VIRTUAL REALITY ZUM TRAUMJOB

Recruitment-Prozesse werden immer häufiger von VR-Lösungen unterstützt.
Experten erklären die neue Welt der Fachkräfte- und Nachwuchsakquise.

mein
wunsch
geschenk



**01 GESCHENKCODE
EINGEBEN**



**03 WUNSCHGESCHENK
ERHALTEN**

**02 WUNSCHGESCHENK
AUSSUCHEN**

MEINWUNSCHGESCHENK

DAS PERFEKTE GESCHENK FÜR ALLE
MITARBEITENDEN UND ANLÄSSE

MARKENGESCHENKE

Von Apple bis Zwilling

Steuerfreier Sachbezug

50 € pro Mitarbeiter/Monat (§ 8 Abs. 2 Satz 11 EStG)

Geschenke zu persönlichen Anlässen

60 € pro Mitarbeiter/Monat (R 19.6 LStR)





Liebe Leserinnen und Leser,

als immer noch junges Magazin sind wir beständig auf der Suche nach Innovationen und Verbesserungen. So sind wir seit der letzten Ausgabe durch smarte Verlinkungen zu Videos, Podcasts und Websites multimedial geworden, und weil das gut funktioniert, haben wir dieses Angebot jetzt noch ausgebaut. Darüber hinaus freue ich mich, Ihnen eine weitere Neuerung zu präsentieren. Ab sofort erscheint das „Rewards Magazine“ nicht mehr zwei-, sondern viermal im Jahr! Das bedeutet: doppeltes Lesevergnügen, näher dran an der Aktualität, immer auf dem neuesten Stand. Was bleibt: intensiv recherchierte Themen, gut geschriebene Stories, Gespräche mit Menschen, die etwas zu sagen haben.

Dazu gehören zum Beispiel die Medienunternehmer Matthias Wolk und Tim B. Frank. Mit ihrer Agentur VRtual X entwickeln sie Virtual Reality-Lösungen für Recruitment-Prozesse. Im Interview erklären sie, wie die Zukunft der Fachkräfteakquise aussieht. Genauso interessant sind die Erkenntnisse von Sven Wolter Rousseaux, Chef von „Jobwoche“ und „Jobmessen“, der die Vermittlung von Menschen in den Arbeitsmarkt als vielleicht wichtigste gesellschaftliche Aufgabe betrachtet – und entsprechende Strategien dazu hat.

Herzlichst, Ihr
Matthias Müller

IMPRESSUM

Herausgeber:

Living Bytes Kundenbindungs- und Kundengewinnungsprogramme GmbH,
Holsteiner Chaussee 183a,
22457 Hamburg
Tel. +49 40 / 55 620 34-0
E-Mail: info@livingbytes.de
www.livingbytes.de

Geschäftsführer:

Matthias Müller

Redaktionelle Umsetzung:

AEMEDIA
Hammerbrookstraße 93,
20097 Hamburg
www.ae-media.de

Änderungen vorbehalten.
Für Druckfehler, Irrtümer
und Unvollständigkeiten
wird keine Haftung über-
nommen.

INHALT

MAGAZIN

06 **Good to know**

Die neuesten Zahlen, Fakten und Termine: Was Sie jetzt wissen sollten, um immer gut informiert zu sein.

TITELTHEMA

16 **„Eintauchen in die virtuelle Welt“**

Die VR-Pioniere Matthias Wolk und Tim B. Frank über die Zukunft der Fachkräfte- und Nachwuchsakquise mit Hilfe von VR- und AI-Tools.

WISSEN

24 **Ist schon wieder Weihnachten?**

Ein Adventskalender mit Geschenkgutschein ist das Highlight für Unternehmen und Mitarbeitenden. Warum Sie jetzt bestellen sollten!

50 **Arbeiten – aber sicher!**

Serie „Gesund und sicher arbeiten“ Teil 3 – powered by B·A·D zum wichtigen Thema Arbeitssicherheit..

PARTNERPORTRÄT

32 **Kleine Oasen der Ruhe**

Ab sofort ist Living Bytes Corporate Gift Expert Partner von Rituals Cosmetics. Das Unternehmen bietet mehr als 800 Luxusprodukte.

INTERVIEW

42 **„Das Wichtigste ist der Mensch“**

Gespräch Jobwoche-Herausgeber und Eventmanager Sven Wolter Rousseaux über Fachkräftemangel, Vier-Tage-Woche und Homeoffice.



GOOD TO KNOW

BÜROKRATIE IN DEUTSCHLAND KOSTET JÄHRLICH 146 MILLIARDEN EURO

Durch Bürokratie entgehen Deutschland bis zu 146 Milliarden Euro pro Jahr an Wirtschaftsleistung. Das zeigt eine Studie des ifo Instituts im Auftrag der IHK für München und Oberbayern. Grundlage für die Berechnungen ist ein „Büro-

kratie-Index“, der den Bürokratieaufwand multidimensional abbildet. „Die ifo-Studie beziffert erstmals, wie stark Bürokratie und fehlende Digitalisierung unsere Unternehmen ausbremsen“, sagt Manfred Gößl, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern. ■



ACHT PROZENT MEHR ALS IM VORJAHR: JEDES FÜNFTE UNTERNEHMEN NUTZT KI

Zwanzig Prozent der deutschen Unternehmen haben 2024 Künstliche Intelligenz (KI) eingesetzt. Das sind acht Prozent mehr als im Jahr davor. Laut einer Studie des Statistischen Bundesamtes haben Großunternehmen ab einer Belegschaft von 250 Beschäftigten KI häufiger genutzt als mittlere und kleine Firmen. Verwendet wurde die Technologie zur Analyse von Schriftsprache, Text Mining, zur Spracherkennung sowie zur Erzeugung natürlicher Sprache. Zum Einsatz kam sie im Marketing und Vertrieb, bei Produktions- oder Dienstleistungsprozessen, zur Organisation von Verwaltungsprozessen, für Buchführung, Controlling oder Finanzverwaltung. ■



UNNÖTIGE MEETINGS SORGEN FÜR FRUST BEI MITARBEITENDEN

42 Prozent der deutschen Arbeitnehmenden empfinden Meetings als stressig und frustrierend. Das ist das Ergebnis einer Studie der Work-Management-Plattform Asana. Im Durchschnitt verlieren die Mitarbeitenden sieben Stunden pro Woche durch unproduktive Besprechungen, Führungskräfte sogar zwölf.

„Jeder kennt das Gefühl, in einem Meeting zu sitzen, das auch ein kurzes schriftliches Update hätte sein können. Aus der Sicht der Mitarbeitenden mangelt es oft an klaren Ergebnissen und umsetzbaren Folgemaßnahmen. Darunter leidet die Produktivität“, sagt Veit Brücker, Head of DACH bei Asana. Im Schnitt verlieren die 2.002 Befragten darüber hinaus zehn Stunden pro Woche mit der Suche nach Informationen und weitere acht Stunden durch das Switchen zwischen Kollaborationstools. Ein r Stolperstein seien veraltete Technologien. Nur 33 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Kollaborationstools effektiv seien. Durch Vereinfachen von Kommunikationskanälen und Abschaffung unnötiger Meetings könne mehr Raum für Kreativität und innovative Ideen geschaffen werden.



„Menschen werden nicht produktiver, wenn man sie ins Büro zwingt.“

Annahita Esmailzadeh, Tech Leaderin bei Microsoft, Best-seller-Autorin, Speakerin und Business Coach

2,2

PROZENT – DIE INFLATION FÄLLT GERINER AUS

Im Vergleich zu 2023 sind die Verbraucherpreise in Deutschland 2024 im Durchschnitt um 2,2 % gestiegen. Wie das Statistische Bundesamt mitteilte, fiel die Inflationsrate damit geringer aus als in den vorangegangenen Jahren: 2023 lag sie bei 5,9 %, 2022 bei 6,9 %..





HIER GIBT'S WAS AUF DIE OHREN

Egal, ob auf dem Weg zur Arbeit, beim Schlangestehen im Supermarkt oder während der Joggingrunde – Podcasts können überall und jederzeit gehört werden. Ihre Flexibilität macht sie zum idealen Info-Tool. Hier sind die Top 10 der Podcasts, die für Personaler und Personalerinnen besonders hörenswert sind.



RECRUITING TALK: In dem Podcast spricht Simon Zeidler, Head of Customer Success & Support bei Workwise, alle zwei Wochen mit Recruiting-Verantwortlichen über Lösungsansätze zu Talent-Management, HR-Management, Employer Branding und Active Sourcing.

🕒 15 bis 30 Minuten

🎧 [hier geht's zum Podcast](#) ▶



HR UNGESCHMINKT – DER EHRliche PERSONAL-PODCAST: Mit viel Erfahrung in Personalabteilungen, von Scale-Up über Mittelstand bis Konzern, aus der Inhouse- und Berater-Perspektive, bringen Annika und Anjuli Einblicke, Know-how und Herz in jede Episode.

🕒 45 bis 60 Minuten

🎧 [hier geht's zum Podcast](#) ▶



HZABOROWSKI – MIT HR UND CSR DIE WELT RETTEN!: In dem Podcast dreht sich alles um HR, Corporate Social Responsibility und Nachhaltigkeit. Insbesondere Corporate Social Responsibility wird laut Henrik Zaborowski immer wichtiger – deshalb beschäftigt er sich damit.

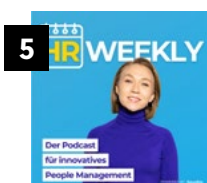
🕒 30 bis 60 Minuten

🎧 [hier geht's zum Podcast](#) ▶



4 SAATKORN: Jeden Freitag gibt es eine neue Folge mit Gero Hesse. Der Podcast bietet Einblicke in die Themen Employer Branding, Recruiting, New Work und Startups, die mit ausgewählten Gästen besprochen werden.

🕒 ca. 30 Minuten [🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)



5 HR WEEKLY: Der Business-Podcast für innovatives People Management. Katharina Schulze spricht jeden Dienstag mit Gästen über die Zukunft von HR, Trends und Technologien. Dabei gibt es Einblicke in die Welt von Unternehmen.

🕒 ca. 30 Minuten [🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)



6 CLEVER & SMART – KEINE ANGST, WIR RETTEN DIE HR-WELT!: In dem Podcast nehmen Marcel Rütten und Cliff Lehnen HR-Themen unter die Lupe – inspiriert von den Abenteuern der Comic-Agenten Fred Clever und Jeff Smart.

🕒 15 bis 45 Minuten [🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)



7 ZIELGRUPPENGERECHT: Ob Meta-Ebene oder Zoom-Objektiv: Jan Hawliczek und Robindro Ullah sprechen über Tech-Trends und unternehmen den Versuch, die HR-Welt von morgen schon heute begreifbar zu machen.

🕒 15 bis 45 Minuten [🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)

8 DIE PERSONALABTEILUNG: Jennifer Seiffarth brennt für nachhaltiges HR-Management. Hier dreht sich alles um Recruiting, New Work, Employer Branding und Persönlichkeitsentwicklung.

🕒 30 bis 45 Minuten

[🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)

9 KLARTEXT HR: Die Themen bei Persoblogger Stefan Scheller reichen von Recruiting über New Work, Digitale Transformation und New Management bis hin zum Thema Leadership und Führung.

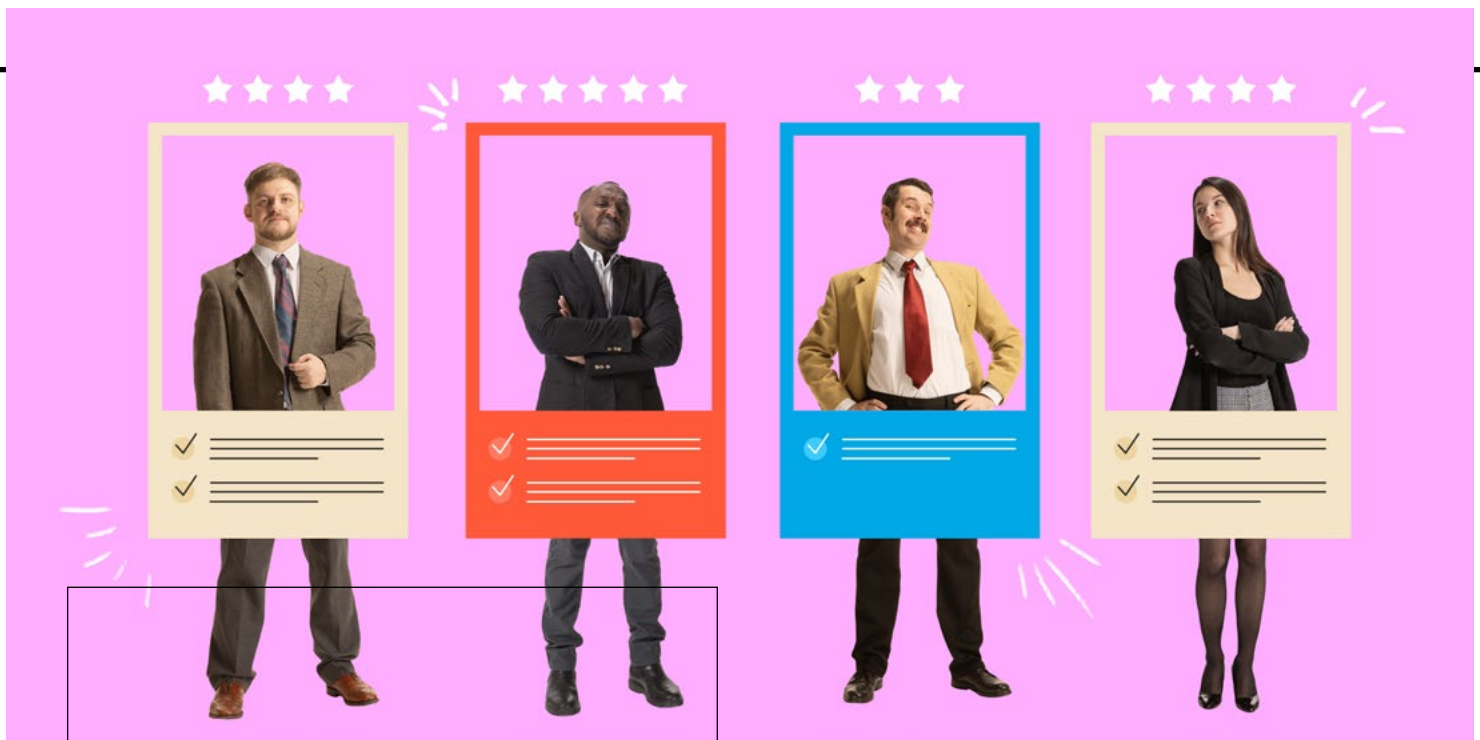
🕒 ca. 15 Minuten

[🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)

10 ON THE WAY TO NEW WORK: Der Podcast von Michael Trautmann und Christoph Magnussen dreht sich um New Work, HR-Digitalisierung, KI, Gesundheit und eine ganze Menge mehr.

🕒 45 bis 90 Minuten

[🎧 hier geht's zum Podcast ▶](#)



DIESE TRENDS PRÄGEN DEN ARBEITSMARKT

Wird 2025 ein gutes Jahr für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer? Experten lokalisieren einige richtungsweisende Trends. So glaubt Claudia Michalski, Vorsitzende des Fachverbands Outplacement und Workforce Transformation im Bundesverband Deutscher Unternehmensberatungen (BDU), der Fachkräftemangel könne in einigen Branchen, etwa in der Automobilindustrie oder in der Chemie, vorüber sein. Was wiederum dazu führen könne, dass Jobsuchende wieder mehr Zeit brauchen, um Arbeit zu finden. Wolfram Tröger, Vizepräsident des BDU, erwartet einen zweigeteilten Markt: „Es gibt Branchen, in denen sich Arbeitnehmer weiterhin alles leisten können, etwa Ingenieure für Tiefbau, im Bereich KI oder auch Steuerberaterinnen beziehungsweise

Steuerfachwirte.“ Auch in konjunkturunabhängigen Berufsfeldern wie Bildung, Pflege oder soziale Arbeit sowie in Bereichen mit strukturellem Fachkräftemangel wie dem Handwerk dagegen seien die Aussichten für Jobsuchende auch 2025 gut.

Außerdem werde es immer wichtiger, dass sich Arbeitnehmende für neue Trends wie Künstliche Intelligenz (KI) öffnen und sich eine digitale Präsenz – Stichwort LinkedIn-Profil – aufbauen. Wer für die Zukunft gewappnet sein will, solle bei der Jobsuche einen Bogen um reine Routinetätigkeiten machen. Die Gefahr sei groß, dass die Stelle früher oder später durch KI ersetzt werde.

Weil 2025 der Mindestlohn auf 12,82 Euro pro Stunde steigt, werde die Einkommenssituation von Geringverdienern verbessert. Das Mehr an Kaufkraft könne positive Effekte auf den Konsum haben.



Powered by



DIE WICHTIGSTEN HR-TERMINE FRÜHJAHR 2025

■ Personaladministration (Online Fachkonferenz) ■ Personalbeschaffung (Online Fachkonferenz) ■ Personalentwicklung (Online Fachkonferenz)

APRIL 2025

■ 25.04., 09:00-13:00 Uhr

SAP-Thementag

In einer Ära, in der die Digitalisierung unser Arbeitsumfeld grundlegend verändert, spielt SAP eine zentrale Rolle bei der Transformation des Human Resources Managements. Interessierte erfahren bei diesem Online-Event von Experten und Praktikern, wie SAP-Technologien die HR-Landschaft revolutionieren.

■ 30.04., 09:00-11:20 Uhr

Diversity & Inclusion (D&I): Empowerment, Compliance, Trainings

Diese Online-Fachkonferenz widmet sich gezielt den Herausforderungen und Chancen, vor denen HR-Professionals stehen, wenn es um die Förderung von Vielfalt und Inklusion am Arbeitsplatz geht.

MAI 2025

■ 06.05., 09:00-13:00 Uhr

Neue Wege in der Personal- und

Organisationsentwicklung

Online Fachkonferenz mit dem Schwerpunkt Workforce Development, die speziell auf erfolgreiche Personal- und Führungskräfteentwicklung ausgerichtet ist.

■ 13.05., 09:00-13:00 Uhr

Recruiting Reloaded

Teilnehmende dieser Online Fachkonferenz erfahren, wie sie mit Employer Branding, Candidate Experience und Bewerbermanagement Systemen die besten Talente finden.

■ 14.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Workforce Development

Bei diesem Online-Event werden in 20-minütigen Pitches verschiedene Lösungen für Human Resources-Abteilungen rund um das Thema „Neue Wege in der Personal- und Organisationsentwicklung“ präsentiert.

■ 15.05., 09:00-13:00 Uhr

Arbeitgebermarke stärken

Die Online Fachkonferenz „Compensation 360°: Payroll- & Benefit-Lösungen für eine starke Arbeitgebermarke“ bietet einen →

tiefen Einblick in Vergütungssysteme, die Auslagerung von Geschäftsprozessen (BPO) und deren Vorteile für Unternehmen und Mitarbeiter.

■ 16.05., 09:00-10:45 Uhr

Neue Arbeitsmodelle: Digital Workplace, Remote Work, New Work

Diese Online-Event-Reihe richtet ihren Fokus auf die sich wandelnde Arbeitswelt. Präsentiert werden innovative Ansätze, bewährte Praktiken und aktuelle Trends wie digitale Arbeitsplatzmodelle, Remote-Arbeit und die Prinzipien von New Work.

■ 21.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Recruiting Reloaded

Bei diesem Online-Event werden in kurzen, knappen 20-minütigen Pitches verschiedene Lösungen für Human Resources-Abteilungen rund um das Thema „Mit Employer Branding, Candidate Experience und Bewerbermanagement Systemen zum perfekten Talent!“ präsentiert.

■ 22.05., 09:00-13:00 Uhr

Corporate Health Management

Teilnehmer und Teilnehmerinnen an dieser Online-Fachkonferenz „Corporate Health Management: Gestaltung einer gesunden Well-being Arbeitswelt“ erfahren, wie die Gesundheit und das Wohlbefinden von Mitarbeitern gefördert und gleichzeitig die Leistungsfähigkeit eines Unternehmens gesteigert werden können.

■ 27.05., 09:00-13:00 Uhr

Innovative Personalsoftware-Lösungen

Renommierte Experten laden bei dieser Online-Fachkonferenz zu spannenden Diskussionen und Vorträgen rund um die Implementierungen digitaler Akten, strategischem Workforce Planning und technologischen Innovationen im HCM ein.

■ 28.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Arbeitgebermarke stärken

Bei diesem Online-Event werden in 20-minütigen Pitches verschiedene Lösungen für Human Resources-Abteilungen rund um das Thema „Compensation 360°: Payroll- & Benefit-Lösungen für eine starke Arbeitgebermarke“ präsentiert.

■ 28.05., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Corporate Health Management

Bei diesem Online-Event werden in 20-minütigen Pitches verschiedene Lösungen für Human Resources-Abteilungen rund um das Thema „„Corporate Health Management: Gestaltung einer gesunden Well-being Arbeitswelt““ präsentiert.

JUNI

■ 04.06., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Personalsoftware-Lösungen

Bei diesem Online-Event werden in 20-minüti-

gen Pitches verschiedene Lösungen für Human Resources-Abteilungen rund um das Thema „HCM Suite: innovative All-In-One Personalsoftware-Lösungen“ präsentiert.

■ 12.06., 09:00-13:00 Uhr

Recruiting Reloaded

Teilnehmende dieser Online Fachkonferenz erfahren, wie sie mit Employer Branding, Candidate Experience und Bewerbermanagement Systemen die besten Talente finden.

■ 18.06., 10:00-11:00 Uhr

Online Pitch Day: Recruiting Reloaded

Bei diesem Online-Event werden in 20-minütigen Pitches verschiedene Lösungen für Human Resources-Abteilungen rund um das Thema „Mit Employer Branding, Candidate Experience und Bewerbermanagement Systemen zum perfekten Talent!“ präsentiert.

■ 24.06., 09:00-13:00 Uhr

SAP Solution Day

Die Teilnehmenden dieser Online-Fachkonferenz erfahren von Experten und Praktikern, wie SAP-Technologien die HR-Landschaft revolutionieren.

■ 26.06., 09:00-13:00

Empowering Diversity

Vielfalt, Gleichberechtigung, Inklusion: Diese Online-Fachkonferenz mit Schwerpunkt Empowering Diversity ist darauf ausgerichtet, DEI-Strategien und -Lösungen im Zuge einer modernen Unternehmenskultur zu präsentieren.

Nähere Infos zu den HR-Veranstaltungen finden Sie unter
www.hrnetworx.com/hrnetworx-events



ONBOARDING BOXEN

- Ab 25 Stück
- Box im Corporate Design
- Auswahl aus über 3.000 Artikeln
- Alle Artikel mit Branding
- Onlinekonfigurator



W
T
T

WELCOME TO THE TEAM

„Eintauchen in die virtuelle Jobwelt“

INTERVIEW: Daniela Hoepfner

HR-Abteilungen setzen immer häufiger auf digitale Tools. Jetzt werden Recruitment-Prozesse zunehmend von Virtual Reality-Lösungen unterstützt. **MATTHIAS WOLK** und **TIM B. FRANK**, Gründer des VR-Pioniers VRtual X, über die Zukunft der Fachkräfte- und Nachwuchsakquise.



Herr Frank, Herr Wolk, Recruitmentprozesse werden grundsätzlich immer digitaler. Warum kommt jetzt auch noch Virtual Reality ins Spiel?

Tim B. Frank: Social Media Kampagnen, Online- und Out-of-Home-Werbung werden mittlerweile stark für das Gewinnen von Fachkräften genutzt. Auch Jobmessen sind unverändert wichtig und gut besucht. Trotzdem ist es oft so, dass Unternehmen sich und ihre Jobs nicht zufriedenstellend präsentieren können. Entweder sind die Berufsbilder unbekannt oder die Vorteile, die ein Unternehmen bietet, sind zu abstrakt. Mit Virtual Reality kann ein Unternehmen all das viel besser und transparenter vorstellen.

Matthias Wolk: Und noch ein wichtiger Aspekt kommt hinzu: VR-Brillen ziehen junge Menschen an und sorgen auf einem Messestand für eine höhere Interaktionsrate.

Was passiert dabei?

MW: Mit Virtual Reality kann ein Unternehmen sich selbst, einen Job oder einen Arbeitsplatz ganz anders vorstellen als mit Flyern, 2D-Videos oder sogar über das persönliche Gespräch. Potenzielle neue Mitarbeitende können dank einer VR-Brille ein Unternehmen immersiv ortsunabhängig kennenlernen – also richtig eintauchen in die

virtuelle Jobwelt und einen 360-Grad-Blick erhalten. So erhalten Kandidaten spielerisch einen ersten Eindruck von ihrem womöglich neuen Arbeitsplatz, von den Produkten, die das Unternehmen herstellt oder der Arbeitsatmosphäre. In der VR-Welt können sie sogar Dinge anfassen und Fragen stellen. Teilweise gibt es sogar Job-simulatoren, an denen Interessierte die Tätigkeiten schon mal selbst ausführen können. Das ist fantastisch für potentielle neue Mitarbeitende.

Ist diese neue Welt in erster Linie etwas für jüngere Menschen oder haben auch ältere Spaß daran?

TF: Ganz klar, die GenZ sind Digital Natives. Eine innovative Unternehmenspräsentation via VR wird sie natürlich sofort ansprechen und das Unternehmen als technik-offen und zukunftsorientiert darstellen. Das ist ein großer Pluspunkt. Auf Jobmessen haben wir zudem die Erfahrung gemacht, dass jüngere Menschen manchmal Berührungängste haben, Erwachsene auf einem Messestand direkt anzusprechen. Von VR-Brillen jedoch werden sie angelockt. Aber auch ältere Fachkräfte mögen den Blick in die VR-Brille. Denn die Bedienung ist intuitiv. Unsere positiven Erfahrungen sind altersunabhängig.

MATTHIAS WOLK UND TIM B. FRANK

Im Juli 2017 gründeten die Medienschaffenden **Matthias Wolk** und **Tim B. Frank** das Start-up VRtual X. Die Agentur aus Hamburg und Bielefeld hat sich darauf spezialisiert, maßgeschneiderte VR-Projekte für Unternehmen und Konzerne für Vertrieb, Schulungen und Recruitment zu realisieren. Wolk ist außerdem Vorstand von nextReality.Hamburg, einem Verein zur Förderung der VR- und AR-Szene in Hamburg, und Dozent an der Hamburg Media School.

Telefon: +49 15679 111 201, Mail: x@vrtual-x.com





Erfolgreiches Duo: Matthias Wolk (l.) und Tim B. Frank haben VRtual X gegründet und zu einer der innovativsten Produktionsagenturen gemacht.

HR-Abteilungen werden wissen wollen: Wie teuer ist eine VR-Anwendung?

MW: Wie teuer die Anwendung ist, hängt von den Inhalten ab. Die positive Nachricht ist, dass die Kosten für VR-Brillen sinken. Eine gut einsetzbare VR-Brille ist heute schon ab 350 Euro zu haben. Die Apps und 360-Grad-Videos, die wir

„Die positive Nachricht ist: Die Kosten für VR-Brillen sinken“

für die Brillen entwickeln, starten bei kleinen und mittelständischen Unternehmen bei 9.000,- Euro und gehen bei größeren Konzernen teilweise bis ans obere Ende eines fünfstelligen Budgets. Solche Anwendungen werden aber meistens

nicht nur für das Recruitment genutzt, sondern auch für Marketingaktionen, zum Beispiel auf Branchenmessen, bei Kundenterminen und in der Trainingsabteilung. Daher teilen sich oft verschiedene Abteilungen die Kosten und verwenden die VR-Entwicklung dann jahrelang.

Ab wann lohnt oder refinanziert sich eine VR-Anwendung?

MW: Alte Binsenweisheit: Zeit ist Geld. Die Bundesagentur für Arbeit hat ermittelt, dass es 2023 im Schnitt 138 Tage gedauert hat, bis eine Stelle neu besetzt war. Die durchschnittlichen, so genannten Vakanzkosten, lagen nach Untersuchungen des Jobportals Stepstone bei rund 49.500 Euro. Virtual Reality kann zum einen die Zeit bis zur Neubesetzung stark verkürzen und damit Geld sparen. Zum anderen hilft sie, Ab- →



Virtuelle Reise in die Werkstatt: Am virtuellen Jobsimulator können Interessierte Berufe kennenlernen und selbst ausprobieren.

„Der perfekte Weg, einen Job darzustellen“

brecher zu identifizieren und Bewerber gar nicht erst einzustellen, bei denen man Gefahr laufen könnte, dass sie schon im ersten Jahr wieder hinschmeißen. Das spart schlicht und einfach Geld. **TF:** Auch im Vertrieb spart eine VR-Anwendung Geld, weil Unternehmen darauf verzichten können, größere Maschinen und Produkte auf Messen mitzunehmen. Wir haben zusammen mit einem Kunden ausgerechnet: Wenn dieses Unternehmen beispielsweise für eine Messe im Ausland seine 15 Tonnen schweren Maschinen zuhause lässt und sie stattdessen in der VR voll funktionsfähig und in Lebensgröße präsentiert, spart die Firma bei Logistik und Transport mehr als die gesamte Investition in die App.

Eignet sich Virtual Reality für alle Arten von Unternehmen?

MW: Absolut, wobei es immer unterschiedliche Beweggründe geben kann. Für einige Unternehmen ist vor allem die hohe Reichweite interessant, andere wollen in erster Linie als modern und Up-to-date wahrgenommen werden, für wieder andere ist Virtual Reality eine perfekte Möglichkeit, einen Job, den kaum jemand kennt, verständlich vorzustellen.

Geben Sie uns doch einmal ein Beispiel.

MW: Gern. Bei der Herstellung von Microchips werden Anlagenbauteile aus Quarzglas benötigt. Hergestellt werden diese von Glasapparatebauern, das sind dafür ausgebildete Fachkräfte. Nun ist es ja so: Microchips kennt jeder, den Beruf des Glasapparatebauers so gut wie niemand. Eine Bewerbung schickt man aber nur für etwas ab, das man kennt. Deshalb haben wir für unseren Kunden Semiquarz eine virtuelle Reise in deren Werkstätten gebaut mit vielen 360-Grad-Filmen und zwei interaktiven Jobsimulatoren. An denen

wurde unter anderem das Glasschweißen simuliert. So konnten sich Interessierte sowohl die modernen Arbeitsplätze ansehen als auch das Team kennenlernen.

Wie war die Erfahrung?

MW: Sehr gut. Für Semiquarz war es auf der Messe dank der VR-Brillen viel einfacher, mit jungen Menschen in Kontakt zu treten. So kam es zu mehreren konkreten Gesprächen. Für die Messe waren vor allem die 360-Grad-Videos wertvoll, da die Besucherinnen und Besucher in kurzer Zeit einen guten Eindruck von der Firma und den Berufsbildern bekommen konnten. So wurde Interesse bei vielen Menschen geweckt.

TF: Die Jobsimulationen wiederum kamen bei den ernsthaft Interessierten am besten an. Die VR-Experience ermöglichte ihnen einen tieferen Einblick in den Beruf. Gleichzeitig konnten benötigte Feinmotorik und Geduld getestet werden, die für den Beruf nötig sind – praktisch war das wie ein erster kleiner Eignungstest. Einige haben bei diesem Doing sogar schon ihr Talent entdeckt.

MW: Besonders gut eignet sich dabei übrigens die Multiplayer-Funktion.

Was ist das?

MW: Das heißt, dass gleich mehrere Personen gleichzeitig in einer Simulation sind und auch interagieren können. Fachkollegen, die 800 Kilometer entfernt arbeiten, können sich ebenfalls eine VR-Brille aufsetzen und sich in die Jobsimulation einschalten, in der sich gerade ein Bewerber befindet. So können Begegnungen und Gespräche in der virtuellen Welt stattfinden, eine erste kleine Zusammenarbeit ist möglich, und auch für

das Zwischenmenschliche bekommen alle Beteiligten sofort ein Gefühl.

Das Problem ist nur noch: Jobmessen finden nicht täglich statt.

TF: Virtuell schon.

Wie meinen Sie das?

TF: Ein Beispiel aus Hamburg: Es gibt dort einmal im Jahr in der Handelskammer die Hanseatische Lehrstellenbörse. Als Ergänzung haben wir von der Handelskammer einen digitalen Zwilling

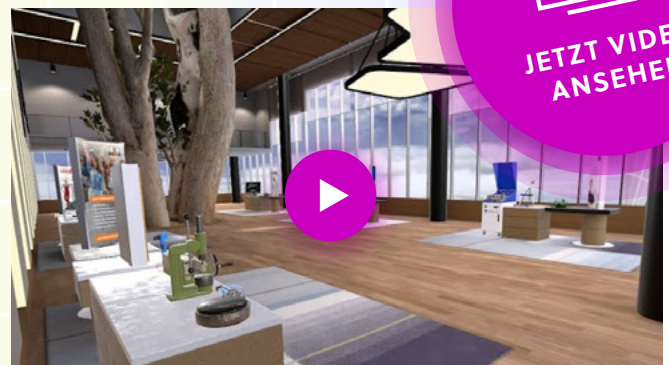
„Ein virtueller Stand das ganze Jahr über“

gebaut. Hier können sich Betriebe mit einem virtuellen Stand einbuchen. Konkret heißt das: einmal im Jahr stellt sich die Firma real vor, das ganze Jahr über gibt es einen virtuellen Stand mit Infos, Videos, Kontaktmöglichkeiten.

Bitte beenden Sie zum Schluss diesen Satz: Virtual Reality im Recruitmentprozess ist ...

MW: ... ein Tool zur Mitarbeitergewinnung, das jedes Unternehmen nutzen sollte. **R**

Das Video zeigt, wie virtuelle Arbeitswelten funktionieren:





**Die perfekten Prämien.
Für jede Zielgruppe.**



DIE MARKENVERTRETUNG
FÜR PREMIUM BRANDS

FISKARS®



JA, IST DENN SCHON WIEDER WEIHNACHTEN?



FOTO: GIORDANO AITA - STOCK-ADOBE.COM

TEXT: Andreas Eckhoff

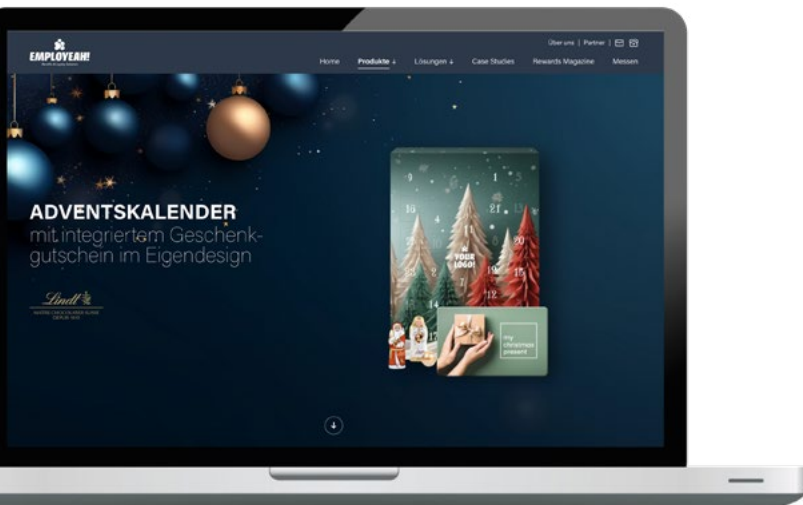
Der **ADVENTSKALENDER** mit Geschenkgutschein war 2024 nicht nur eine Weltneuheit, sondern das Highlight bei Unternehmen und Mitarbeitenden. Wer dieses Jahr dabei sein will, sollte jetzt handeln!

ADVENTSKALENDER
**SCHON JETZT
BESTELLEN!**



Nicht nur für Kinder ist es der schönste Auftakt in die Weihnachtszeit, wenn sich endlich das erste Türchen ihres Adventskalenders öffnet. Auch Erwachsenen zaubert es ein Lächeln auf die Lippen, sich mit kleinen Leckereien oder Geschenken das Warten auf Weihnachten zu versüßen. Seit dem vergangenen Jahr gibt es darüber hinaus eine neue, attraktive Geschenkidee: der EMPLOYEAH!-Adventskalender für Unternehmen, mit dem Firmen ihren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen eine besondere Freude bereiten können. Der neue Adventskalender von Employeah! für Unternehmen ist eine Weltneuheit, denn er bietet das Beste aus zwei Welten. Hinter seinen 24 Türchen verstecken sich traditionsgemäß 24 leckere Lindt- und Sprüngli-Schokoladen. Das Besonders: Hinter dem letzten Türchen an Heiligabend befindet sich nicht nur der obligatorische Schokoladen-Weihnachtsmann, sondern auch ein persönlicher Code zu einem Geschenkeportal. Und dort wartet auf den Besitzer des Kalenders sein persönliches Weihnachtsgeschenk. Dieses kann er sich aus einem Angebot von mehr als 200 hochwertigen Marken-

Mit wenigen Klicks zum eigenen Adventskalender: Landingpage auf der Website von EMPLOYEAH!.



artikeln aus zehn Themengebieten aussuchen – und bekommt so von seinem Arbeitgeber ein Geschenk, das exakt seinen Wünschen entspricht.

Das Versprechen gilt: Wer jetzt bestellt, ist auf der sicheren Seite.

Die Premiere des neuen Adventskalenders, den es entweder in der klassischen Form (Gourmet) oder als modernen Cube gibt, war im vergangenen Jahr ein solcher Erfolg, dass bereits Anfang Oktober, also fast drei Monate vor Weihnachten, keine Bestellungen mehr angenommen werden konnten. „Und deshalb“, sagt Stephanie Petersen, Retention Managerin bei EMPLOYEAH!, „macht es Sinn, sich rechtzeitig um seine Adventskalender für 2025 zu kümmern. Eines kann ich versprechen: Wer jetzt bestellt, ist auf der sicheren Seite.“ Zwar werden die Kalender erst unmittelbar vor der Adventszeit produziert, damit die Schokolade schön frisch bleibt, wer aber jetzt bestellt, stellt sicher, dass genau das für ihn rechtzeitig passiert.

DAS BIETET DER ADVENTSKALENDER FÜR UNTERNEHMEN

„Die Vorfreude auf Weihnachten mit einem Adventskalender zu versüßen, kennen wir alle aus Kindertagen“, sagt Stephanie Petersen. „Als Unternehmen setze ich mit einer solchen Aufmerksamkeit positive Impulse.“ Darüber hinaus muss sich niemand im Unternehmen Gedanken über die Auswahl von Weihnachtsgeschenken, die Organisation des Einkaufs, der Lagerung und der Übergabe machen – denn alles das übernimmt EMPLOYEAH!

SO FUNKTIONIERT DER ADVENTS-KALENDER FÜR UNTERNEHMEN

Das Unternehmen wählt ein Kalender-Modell (Gourmet oder Cube) aus und gestaltet dieses komplett nach eigenen Vorstellungen und Corporate Design – oder entscheidet sich für eine der zahlreichen Designvorlagen, in die einfach das Firmenlogo integriert wird. Darüber hinaus entscheidet sich das Unternehmen, auf welchem von zwei Portalen die Kalenderbesitzer ihr Geschenk aussuchen. Zur Wahl stehen das Geschenkeportal „MyChristmasPresent“ ausschließlich für Weihnachten und „MeinWunschgeschenk“ für Weihnachten und andere Anlässe. Danach muss nur

Ein Kalender komplett nach den eigenen Vorstellungen gestaltet

noch eine Entscheidung getroffen werden: wie teuer der Geschenke-Code sein darf (Wertstufen von 20 bis 250 Euro). Und fertig. Den Rest übernimmt EMPLOYEAH!. Übrigens: Vorab kann →



Alles ist möglich: Zur Wahl stehen zahlreiche Designs – es sei denn, der Kunde wählt eine komplett eigene Gestaltung für seinen Adventskalender

01

WERTSCHÄTZEND

Mit dem Adventskalender von EMPLOYEAH! zeigen Unternehmen ihren Mitarbeitenden höchste Wertschätzung zu Weihnachten.

02

EINFACH

Zeit investieren in die Auswahl und Kauf der Geschenke sowie logistische Organisation war gestern. EMPLOYEAH! organisiert alles von A bis Z.

03

NACHHALTIG

Klimaneutrale Produktion auf FCS-Karton aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Farming-Programm für nachhaltigen Einkauf von Kakaobohnen.

DREI GUTE GRÜNDE FÜR DEN EMPLOYEAH!-ADVENTSKALENDER




Das Beste zum Feste: das Portal „MyChristmasPresent“ bietet mehr als 200 hochwertige Geschenke.

jedes Unternehmen auf der Website mit einem Kalkulator checken, was die Aktion kostet.

SO FUNKTIONIERT DER ADVENTS-KALENDER FÜR DIE MITARBEITENDEN

Vom 1. bis 24. Dezember öffnen die Mitarbeitenden jeden Tag ein Türchen und genießen leckere Lindt-Schokolade. Am 24.12. finden sie darüber hinaus auf einem Kärtchen einen persönlichen Gutschein-Code. Damit öffnen sie das Geschenkportal, geben ihren Code ein und suchen sie sich ihr persönliches Wunschgeschenk aus.

FAZIT

„Mit diesem exklusiven Adventskalender von EMPLOYEEAH! beweisen Unternehmen höchste Wertschätzung ihren Mitarbeitenden gegenüber“, sagt Stephanie Petersen. „Darüber hinaus bindet er bei höchster Zufriedenheit der Beschenkten weniger Kapazitäten und Zeit bei Entscheiden wie etwa Personalabteilungen.“ 

Adventskalender-Cube mit Branding für den EMPLOYEEAH!-Kunden AWO.

DAS MÜSSEN SIE TUN – DARÜBER FREUEN SICH IHRE KOLLEGEN



FÜR DIE SCHENKENDEN



KALENDER-MODELL

Wählen Sie das gewünschte Kalender-Modell und gestalten Sie dieses komplett nach Ihren Vorstellungen



GESCHENKGUTSCHEIN

Wählen Sie das gewünschte EMPLOYEEAH! Geschenkportal: „MyChristmasPresent“ oder „MeinWunschgeschenk“



WERTSTUFE

Wählen Sie eine Wertstufe für Ihren Geschenkgutschein (Code) ab 20€



EINLÖSESEITE

Individualisieren Sie die Geschenkportal-Einlöseseite (optional).



KALENDERÜBERGABE

Überreichen oder versenden Sie die Kalender an Ihre Mitarbeitenden.



FÜR DIE BESCHENKTEN



TÜRCHEN ÖFFNEN

Täglich eins der vierundzwanzig Adventskalendertürchen öffnen.



GESCHENKGUTSCHEIN

Am 24. 12. den Schokoladen-Weihnachtsmann und Gutschein entnehmen.



GUTSCHEINEINLÖSUNG

Internetseite des EMPLOYEEAH! Geschenkportals öffnen, Geschenkgutschein (Code) eingeben, Wunschgeschenk auswählen und Lieferadresse angeben.



LIEFERUNG

Das Wunschgeschenk wird per DHL GoGreen geliefert.



EMPLOYEEAH!

Alle Mitarbeitenden glücklich gemacht!

my **SMILES**



MITARBEITER- BINDUNG

mySMILES ist ein Prämien- und Bonuspunktesystem zur langfristigen Mitarbeiterbindung.

Durch Aktionen werden Unternehmensinteressen und Herausforderungen mit den Bedürfnissen der Mitarbeitenden verbunden. Für die Teilnahme an Aktionen sammeln die Mitarbeitenden Punkte, welche sie gegen attraktive und hochwertige Sachprämien von Markenartikelherstellern (Apple bis Zwilling) einlösen können.



JETZT VIDEO
ANSEHEN



Fachkonferenz Payroll & Compensation

Stephanie Petersen (Retention Expert) zum Thema „mySMILES - Mitarbeiterbindung auf den Punkt gebracht“.

Kleine Oasen der Ruhe

TEXT: Lena Johanna Philippi

Ab sofort ist Living Bytes Corporate Gift Expert Partner von RITUALS COSMETICS. Das niederländische Unternehmen mit Stores in 43 Ländern bietet mehr als 800 Produkte für Wohlbefinden und Lifestyle.





Visionärer Meilenstein in der Life- style-Welt



Vor mehr als zwei Jahrzehnten bewies Raymond Cloosterman, dass er buchstäblich den richtigen Riecher für Trends hat. Mit der Gründung von Rituals Cosmetics setzte der visionäre Niederländer einen Meilenstein in der Lifestyle-Welt. Heute zählt Rituals zu den führenden Marken in diesem Bereich und bietet nicht nur frische Düfte für die eigenen vier Wände, sondern auch ein einzigartiges Lebensgefühl. Employeah!, eine Marke von Living Bytes, ist ab sofort Rituals Corporate Gift Expert Partner (siehe Kasten S. 38).

Inmitten von Großstadt-Hektik und Alltagsstress wirken Rituals-Stores wie kleine Oasen der Ruhe. Mit gedimmtem Licht, holzgetäfelten Wänden, sanfter Musik und dem Duft nach weißem Lotus und Zedernholz empfängt die Kunden bereits beim ersten Schritt über die Türschwelle

eine entspannte Atmosphäre. Mehr als 800 Produkte hat Rituals insgesamt im Sortiment. Dabei bietet die Beautymarke, die persönliches Wohlbefinden perfekt mit dem Ambiente exotischer Wellness-Tempel kombiniert, weit mehr als nur Seifen und Raumduft. Das Sortiment reicht von hochwertiger Körper- und Hautpflege mit natürlichen Inhaltsstoffen über Tees bis zu Homewear, allesamt inspiriert von alten, asiatischen Weisheiten und Traditionen.

WELTWEITES BEAUTY-PHÄNOMEN

Rund 1.100 Stores in mehr als 43 Ländern gibt es aktuell – Tendenz steigend. Gründer Raymond Cloosterman verfolgt mit seinem Expansionskurs ein ambitioniertes Ziel: Er möchte seine Kunden dazu inspirieren, Körper und Geist in Einklang zu bringen. Dass dies nur mit der →



Gründer Cloosterman,
Rituals-Stores: „Körper und
Geist im Einklang.“



Auch in London, Paris und Hongkong nicht wegzudenken

Eröffnung des ersten Stores in Amsterdam im Jahre 2000



ambitionierten Unterstützung seiner mehr als 10.000 Mitarbeitenden weltweit funktioniert, dessen ist sich der erfolgreiche Unternehmer bewusst. Er betont: „Es erfüllt mich mit Stolz, dass wir dieses großartige Unternehmen mit dieser tollen Unternehmenskultur geschaffen haben. Letztendlich geht es immer um die Menschen.“

Dabei begann die Geschichte von Rituals sehr bescheiden: Im Alter von 36 Jahren entschloss sich Cloosterman, der bei Unilever als Manager arbeitete und dort die Weltmarke „Dove“ entwickelte, seine erfolgreiche Karriere hinter sich zu lassen und seinen eigenen Traum zu verwirklichen. Denn auf seinen vielen Reisen durch Asien hatte er zuvor etwas entdeckt, das ihn auf Anhieb inspirierte: einen traditionsreichen und spirituellen Lebensrhythmus. Schon einfache Tätigkeiten wie das Händewaschen wurden dort





als Momente der Entspannung zelebriert. Dieses Lebensgefühl wollte Cloosterman in Form einer einzigartigen Marke nach Europa tragen. Im Jahr 2000 eröffnete Cloosterman seinen ersten Store in der Kalverstraat, einer der bekanntesten Einkaufsstraßen Amsterdams. Damit setzte er den Startschuss für ein weltweites Beauty-Phänomen, das heute auch aus Metropolen wie London, Paris und Hongkong nicht mehr wegzudenken ist.

REKORDUMSATZ VON 1,7 MILLIARDEN

Die ersten Anfangsjahre nach der Geschäftsgründung waren allerdings mehr als herausfordernd.

Cloosterman selbst gab in Interviews zu, dass die Umsätze zunächst einfach „schrecklich“ waren. Trotzdem gab er nicht auf – auch wenn er, um durchhalten zu können, für Kredite bei seinem ehemaligen Unilever-Chef anklopfen musste. Der Durchbruch gelang schließlich 2005, als das Unternehmen erstmals schwarze Zahlen schrieb. Nach sieben Jahren war die Marke profitabel, und besonders in Deutschland und Schweden erfreut sich das Konzept nach wie vor großer Beliebtheit. Im Jahr 2023 verzeichnete Rituals einen Rekord-Nettoumsatz von über 1,7 Milliarden Euro und ein weltweites Umsatzwachstum von 22 Prozent, →



mit einem bemerkenswerten Anstieg der Online-Verkäufe. Die Seite Rituals.com zählt zu den größten Beauty-Online-Shops Deutschlands. In den physischen Geschäften setzt das Unternehmen mittlerweile verstärkt auf Nachhaltigkeit: Kunden können Nachfüllpackungen nutzen, außerdem soll die Treibhausgasemissionen pro Produkt bis 2030 um 50 Prozent im Vergleich zu 2021 gesenkt werden und bis 2050 klimaneutral werden.

Mit Blick auf die Zukunft hat Rituals große Pläne: „Wir setzen alles daran, das Leben unserer Kunden und Kundinnen zu bereichern – durch ambitionierte Entwicklungspläne, innovative Produkte und das Erschließen neuer Märkte.“ Rituals bleibt somit nicht nur ein Vorreiter im Bereich Wellness und Lifestyle, sondern auch ein Unternehmen, das sich aktiv für eine nachhaltige Zukunft einsetzt. **R**

Employeah!, die Marke von Living Bytes, ist seit dem 1. Januar 2025 Corporate Gift Expert Partner von Rituals Cosmetics. Diese Auszeichnung erhalten besondere Vertriebspartner. Für Nutzer der Geschenke- und Prämienportale wie beispielsweise „MeinWunschgeschenk“, „MyChristmaspresent“ oder „MeineWunschprämie“ bedeutet dies, dass sie aus zahlreichen Rituals-Angeboten die für sie passenden Geschenke oder Prämien auswählen können. Die Kollektionen umfassen neben Beauty- und Wellnessprodukten u.a. auch Accessoires für Heim und Haus.

www.rituals.com

RITUALS COSMETICS





RITUALS CORPORATE GIFTS KATALOG 2025

JETZT DOWNLOADEN!



**Die perfekten Prämien.
Für jede Zielgruppe.**



DIE MARKENVERTRETUNG
FÜR PREMIUM BRANDS

GEORG JENSEN



www.die-markenvertretung.de

Der Mensch steht immer an oberster Stelle

INTERVIEW: Andreas Eckhoff

Wie verändert sich die Arbeitswelt? HR-Experte **SVEN WOLTER ROUSSEAU**, Herausgeber der Jobwoche und Messeveranstalter, über den Wunsch nach Work-Life-Balance, den Effekt von Freizeit, Incentives und Geschenken im Arbeitsleben – und wie gefährlich KI und Roboting für unsere Jobs sind.



ALMBERG

H Herr Wolter Rousseaux, als Chef der Jobwoche sind Sie sowohl Medienexperte als auch Messeveranstalter. Was tun Sie im Detail?

Sven Wolter Rousseaux: Wir geben seit 2007 die Zeitung Jobwoche im Großraum Hamburg heraus, eine kostenlose Karrierezeitung. Damals kam auch die Hamburg Aviation, die Vereinigung für den Luftfahrtstandort Hamburg, übrigens dem drittgrößten zivilen Luftfahrtstandort der Welt, auf uns zu und wollte mit uns eine Jobmesse veranstalten. Das haben wir gemacht. Daraus ist eine interdisziplinäre Messe für verschiedene Branchen entstanden. Seit dieser Zeit machen wir Jobmessen für alle Altersgruppen und alle Qualifikationen. Und aus einer kleinen Veranstaltung am Hamburger Flughafen ist eine bundesweite Reihe geworden. Unsere Zielgruppe sind Umsteiger, Wiedereinsteiger und Quereinsteiger. Unsere Rolle ist die, unseren Teil zu der gesellschaftlichen Aufgabe beizutragen, den Fachkräftemangel in Deutschland zu bekämpfen.

Wie schätzen Sie den Personalmarkt generell ein? Lange Zeit sprachen alle vom Fachkräftemangel, jetzt entlassen Konzerne wie VW, Otto oder die Commerzbank wieder im großen Stil Mitarbeitende. Stehen wir wieder vor einer Welle der Arbeitslosigkeit?

Erfolgsmodell Jobmesse: die Events, wie hier in Bochum, gibt es mittlerweile in vielen Städten.



Probleme werden eher größer als kleiner

WR: Nein, das werden wir in nächster Zukunft nicht mehr erleben. Vielleicht gibt es jetzt eine leichte Delle auf dem Arbeitsmarkt. Aber mit Sicherheit suchen die meisten Firmen, vor allem kleine und mittelständische Unternehmen mit 50 bis 100 Mitarbeitern, weiter händeringend qualifiziertes und motiviertes Fachpersonal. Aber durch den demografischen Wandel in unserer Gesellschaft gibt es zu wenig Menschen, um all diese Stellen zu besetzen. Und die viel diskutierte Einwanderung in den Arbeitsmarkt, von der immer alle sprechen, die kommt nur teilweise in Gang.

Wie meinen Sie das?

WR: Zum einen dürfen ganz viele Menschen, die zu uns kommen, gar nicht arbeiten. Zum ande-

ren verfügen die meisten auch gar nicht über die Qualifikationen, die sie hier benötigen. Meines Erachtens nach wird sich daran in den nächsten zehn Jahren auch nichts ändern. Es sei denn, wir bekommen eine vernünftige Zuwanderung in den deutschen Arbeitsmarkt organisiert. Wenn nicht, werden die großen Probleme, freie Stellen zu besetzen, noch größer als sie jetzt schon sind.

Zuwanderung organisieren – wie denn?

WR: Es wäre sinnvoll, Anlaufstellen im Ausland einzurichten. Wenn man beispielsweise in Südamerika gezielt Pflegekräfte anspricht und ihre Qualifikationen vor Ort überprüft, könnte man deutlich einfacher geeignetes Personal gewinnen. Denn wir können doch nicht im Ernst irgendwo auf der Welt eine Anzeige schalten und glauben, dass plötzlich qualifizierte Menschen nach Deutschland kommen.

Wie nehmen Sie heutzutage Menschen wahr, die auf den Arbeitsmarkt kommen? Wie wollen die arbeiten? Welche Wünsche haben sie? Und welche Forderungen?

WR: Die Welt hat sich in diesem Bereich komplett geändert. Schon vor zehn oder 15 Jahren kam immer mehr der Begriff der Work-Life-Ba-



Modernes Joberlebnis: Auf den Messe können Interessierte Berufsbilder KI-gestützt erkunden.

lance auf. Vielen Menschen war es immer wichtiger geworden, eine bessere Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu finden. Mit Corona hat sich das noch einmal verstärkt. Viele Menschen wollen heutzutage im Homeoffice arbeiten und nicht mehr in Präsenz in einem Unternehmen. Ich habe tatsächlich schon Auszubildende erlebt, die gesagt haben: ‚Ich möchte ja gern eine Ausbildung machen, aber fünf Tage in der Woche sind mir zu viel, kann ich das auch in dreieinhalb →

SVEN WOLTER ROUSSEAU

Im Jahr 2007 gründete der Medienschaffende **Sven Wolter Rousseaux** die Karrierezeitung „Jobwoche“, kurz darauf begann er mit der Organisation von Jobmessen. Die Jobwoche erreicht monatlich bis zu 120.000 Leser mit Reportagen, Job-Profilen, Informationen aus dem Arbeitsrecht und einem großen Stellenmarkt. Zusätzlich gibt es die Zeitung „Talente kompakt“ zu den Themen Ausbildung und Studium. Die Jobmessen gibt es mittlerweile in vielen deutschen Städten. Mehr Infos: www.jobwoche.de



Freizeit steht bei vielen sogar vor Lohn und Gehalt!

machen?’ Andere wollen während der Ausbildung einen Tag im Homeoffice bleiben. Und die erste Frage von fast allen Jobbewerbern ist heutzutage: Wieviel Zeit kann ich zuhause bleiben?

Was ist Arbeitnehmern aktuell wichtig, worauf legen sie besonders Wert?

WR: Freizeit steht bei vielen an erster Stelle, teilweise sogar vor Lohn und Gehalt. Viele Menschen sind bereit, auf die nächste Gehaltserhöhung zu verzichten, wenn sie dafür einen halben Tag in der Woche frei bekommen. Andererseits müssen Arbeitgebende ihre Leute so oder so bei Laune halten, und ob sie das mit kostenlosen Getränken oder dem Obstkorb machen, einmal in der Woche eine Massage oder Incentives und Bonuslösungen spendieren, da gibt es verschiedene Möglichkeiten, die gut funktionieren. Generell geht der Trend dahin, weniger arbeiten und mehr sein eigenes, privates Leben leben zu wollen.

Können Sie das nachvollziehen?

WR: Ja. Es gibt ja Studien, die besagen, wenn ich am Tag vier oder fünf Stunden konzentriert arbeite, bin ich effektiver, als wenn ich acht oder neun Stunden im Büro sitze. Nur: Wie kriegt

man das hin, dass die Leute jeden Tag fünf Stunden hundertprozentig effektiv arbeiten? Das ist eine schwierig zu gestaltende Geschichte.

Wie stehen Sie persönlich zum Homeoffice?

WR: Ambivalent. Es gibt zahlreiche Studien, beispielsweise von der Friedrich-Ebert Stiftung, eine gewerkschaftlich orientierte Stiftung, die eindeutig sagen: Homeoffice lebt von den Fleißigen. Leute, die im Büro schon viel und mehr tun als ihre Kollegen und Kolleginnen, die tun zuhause noch einmal mehr. Die machen nicht um 17 Uhr den Computer aus; und wenn doch, machen sie ihn



um 21 Uhr wieder an und gucken, ob nicht doch noch eine Mail gekommen ist. Und diejenigen, die im Betrieb ohnehin reduzierter arbeiten, die arbeiten zuhause noch weniger. Allerdings müssten irgendwann einmal vernünftige Rahmenbedingungen fürs Homeoffice geschaffen werden.

Wie meinen Sie das?

WR: Was heute unter Homeoffice verstanden wird, ist kein Homeoffice, sondern Mobile Working. Das ist in Coronazeiten geschaffen worden, um die Rechtsgrundlagen für Arbeitsplatzsicherheit zu umgehen. Theoretisch ist jeder Arbeitgebende verpflichtet, seinen Mitarbeitenden ergonomische Arbeitsplätze zu bieten, die lichtdurchflutet und gut gelüftet sind, der Stuhl muss passen, der Schreibtisch muss passen, der Mitarbeitende darf nicht abgelenkt sein, und, und, und. Diese Vorschriften werden durch Mobile Working ad absurdum geführt. Da frage ich: Warum bekommt ein Unternehmer eine Prüfung von der Berufsgenossenschaft aufgedrückt, wenn die Bedingungen im Homeoffice niemanden interessieren? Da fehlt es an allEcken und Enden.



Virtuelle Bahnfahrt: Auf der Jobmesse können Interessierte Berufe wie beispielsweise den des Lokführers virtuell selbst ausprobieren.

Die Konsequenz: Alle wieder ins Büro?

WR: Ich glaube nicht, dass man die Zeit zurückdrehen kann. Es gibt Ansätze, die Leute wieder an drei oder dreieinhalb Tagen ins Büro zu holen. Selbst dagegen laufen manche Sturm.

Was macht die neue Arbeitswelt mit der Loyalität zum Betrieb?

WR: Es ist klar, dass die Loyalität gegenüber den Unternehmen gesunken ist. Die Wechselbereitschaft in der neuen Welt der Arbeit ist nachweislich deutlich größer geworden. In den vergangenen Jahren hat sich herauskristallisiert: Die Leute identifizieren sich nicht mehr so eindeutig mit der Firma. Man geht, vor allem wenn die meisten im Homeoffice sitzen, nicht mehr mittags zusammen essen, man trifft sich nicht mehr nach der Arbeit auf ein Bier in der Kneipe. Es hat sich vieles verändert. Wie man das rückgängig machen kann? Ich glaube, das geht nicht mehr.

Arbeiten wir in Zukunft generell weniger, weil uns KI und Roboting die Arbeit abnehmen?

WR: Nein, das glaube ich nicht. Der Mensch steht immer an oberster Stelle. Er muss die Arbeit organisieren, überwachen und kontrollieren, →



Praktikum, Ausbildung und Studium: junge Messebesucher am Infostand.

Sind die Büros heute papierlos? Nein!

alles andere wird schwierig. Wenn ich jetzt einer KI sage, sie möge mir mal über ein bestimmtes Thema einen Text schreiben, dann können Sie sicher sein, dass da zahlreiche Fehler enthalten sein werden, und damit meine ich nicht kleine Rechtschreibfehler, sondern dicke inhaltliche Fehler. Ich habe noch ein anderes Beispiel: Im Jahr 1990 kam die erste Großraum-Dokumentensysteme von Rank Xerox auf den Markt. Die Firma begann damals, Dokumente innerbetrieblich zu scannen. Erstmals sprach man von einem papierlosen Büro. Sind unsere Büros heute papierlos? Nein! Tatsächlich ist das Papieraufkommen in Unternehmen seit 1990 um das Dreieinhalbfache gestiegen. Ich bin in diesem Punkt wirklich nicht der Meinung, dass sich etwas ändert.

Aber Sie sagen, die meisten Menschen wollen weniger arbeiten, selbst wenn es dann weniger Geld gibt.

WR: Ja. Aber man darf nicht vergessen, dass wir in einer globalisierten Welt leben. Was uns in Zukunft viel mehr betreffen wird als KI oder Roboting ist, dass unsere Arbeit vergleichbar ist mit der in anderen Ländern. Wir müssen uns heute schon gegen internationale Konkurrenz behauptet, etwa in der IT gegen ein wachsendes Land wie beispielsweise Indien. Wohin soll sich das entwickeln, wenn wir immer weniger arbeiten, aber die anderen bleiben bei ihren zehn Stunden am Tag? Es wird sich nicht abbilden lassen, dass wir grundsätzlich immer weniger arbeiten.

Wie sieht für Sie die ideale Arbeitswelt aus?

WR: Ach, wie sieht die ideale Welt aus? Vielleicht hatten wir die schon, früher mit festen Arbeitszeiten, mit festen Rhythmen und einer klaren Planbarkeit. Was wir jetzt tun können? Man kann sagen, man möchte auf Mallorca sitzen und alles vom Handy aus regeln, aber das ist doch, ehrlich gesagt, vielleicht für einen von 10.000 Menschen realisierbar. Fangen wir doch lieber klein an und sagen: Wir einigen uns auf eine Vier-Tage-Woche und Nine-to-Five-Anwesenheit im Büro. Das würde ich gut finden, denn dann hätten wir auf Sicht auch weniger Kommunikationsprobleme. **R**

Mehr zur Jobwoche und den Jobmessen:



JETZT VIDEO ANSEHEN

AKTIVIEREN, MOTIVIEREN UND ERFOLGREICH BINDEN.

PRÄMIEN- UND INCENTIVEPROGRAMME ZUR
NEUKUNDENGEWINNUNG, KUNDENBINDUNG
UND VERKAUFSFÖRDERUNG.



Arbeiten – aber sicher!

TEXT: Kirsten Lehnert

Unternehmen sollten alles dafür tun, Risiken am Arbeitsplatz zu minimieren. Denn wer sich um die **SICHERHEIT** am Arbeitsplatz kümmert, profitiert von zufriedeneren und gesünderen Beschäftigten, weniger Arbeitsunfällen und einem besseren Image.



SERIE „GESUND
UND SICHER
ARBEITEN“ –
POWERED BY
B·A·D



EINE SERIE IN FÜNF TEILEN:

1. Arbeitsschutz (Sommer 2024)
2. Arbeitsmedizin (Winter 2024)
- 3. Arbeitssicherheit (Frühling 2025)**
4. Gesundheitsmanagement (Sommer 2025)
5. Gefährdungsbeurteilung (Herbst 2025)

Die Arbeitswelt verändert sich ständig. Mit der fortschreitenden Technik kommen immer neue Arbeitsmittel und Materialien ins Spiel. Gleichzeitig bringt die Globalisierung mehr Arbeitsdruck und Wettbewerb. Fachkräfte sind schwieriger zu finden, und die Mitarbeitenden werden ein immer wichtigerer Erfolgsfaktor für Unternehmen. Deswegen sollten Arbeitgeber großes Interesse daran haben, ihre Mitarbeitenden so gut wie möglich vor Gefährdungen zu schützen und Risiken am Arbeitsplatz zu minimieren. Aber nicht nur das – Unternehmen sind dazu auch gesetzlich verpflichtet.

DIE VERANTWORTUNG DER FIRMEN

Arbeitssicherheit ist eine komplexe Aufgabe. Die rechtlichen Grundlagen dafür bilden das Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG) und das Arbeitssicherheitsgesetz (ASiG). Sie regeln, was Unternehmen auf der einen Seite und Beschäftigte auf der an-

deren Seite tun müssen, damit der Arbeitsplatz sicher ist. Sie geben damit den Rahmen für viele weitere Vorschriften vor. Unternehmen sind also dafür verantwortlich, mögliche Gesundheitsrisiken am Arbeitsplatz zu erkennen, zu beurteilen und zu entscheiden, welche Schutzmaßnahmen notwendig sind. Außerdem müssen sie Betriebsärzte und -ärztinnen sowie Fachkräfte für Arbeitssicherheit (kurz: Sifa) einstellen. Eine „Sifa“ ist eine Person, die speziell geschult ist, um den Arbeitgebenden bei allen Fragen zur Sicherheit am Arbeitsplatz zu unterstützen und zu beraten. Allerdings hat sie keine Weisungsbefugnis.

WAS IST ARBEITSSICHERHEIT?

Arbeitssicherheit umfasst Maßnahmen, um einen Arbeitsplatz so sicher wie möglich zu gestalten. Dazu gehören Dinge wie ergonomische Arbeitsplätze, Brandschutz, Schutz vor Explosionen oder der richtige Umgang mit gefährlichen Stoffen. Die Auswahl der Schutzmaßnahmen folgt einer klaren Rangfolge. Hierbei kommt das Konzept des STOP-Prinzips zum Einsatz, das eine systematische Vorgehensweise zur Minimierung von Gefährdungen beschreibt:

S – Substitution: Ersetzen der Gefahrenquelle, z.B. durch Verfahrensänderung.

B·A·D

Seit fast 50 Jahren unterstützen und beraten B·A·D-Expert:innen Unternehmen bei Veränderungen von Arbeitswelten. Mit über 3.600 Mitarbeitenden und davon mehr als 800 Betriebsärzt:innen an rund 150 Standorten ist B·A·D einer der größten Anbieter im Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie der betrieblichen Gesundheitsvorsorge in Deutschland.

Weitere Infos zur Arbeitssicherheit: <https://sicher.to/rmasi>






Wie sicher ist meine Arbeit? Gesetze regeln, was Firmen und Mitarbeitende tun müssen.

T – Technische Schutzmaßnahmen: Dazu gehören etwa ergonomische Stühle, Geländer an Treppen oder spezielle Maschinen, die sicherer sind.

O – Organisatorische Schutzmaßnahmen: Dieser Bereich betrifft Arbeitszeit- und Pausenregelungen, die helfen, Stress zu reduzieren, aber auch das Sperren von Gefährdungsbereichen für nicht zugangsberechtigte Personen.

P – Persönliche Schutzmaßnahmen: Hierzu gehören Sicherheitsschuhe, Schutzhelme oder spezielle Arbeitskleidung.

Ein elementarer Teil der Arbeitssicherheit ist auch, dass Mitarbeitende regelmäßig geschult werden und wissen, wie sie etwa mit Geräten oder gefährlichen Stoffen umgehen müssen. Denn sie haben nicht nur das Recht, über die Sicherheitsvorkehrungen am Arbeitsplatz informiert zu werden, sondern auch die Pflicht, diese Vorschriften und Anweisungen zu befolgen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass Arbeitsunfälle genau untersucht werden. Denn nur wer versteht, welche Gefährdungen bestehen, kann langfristig dafür sorgen, dass die Arbeit sicherer wird. 

ARBEITSSICHERHEIT – EIN ÜBERBLICK

In welchen Bereichen sich Unternehmen bei der Arbeitssicherheit unterstützen lassen können:

- Aufbau einer betrieblichen Arbeitsschutzorganisation
- Unterstützung bei der Beurteilung der Arbeitsbedingungen hinsichtlich Sicherheit, Gefährdungen und Belastungen
- Betriebsbegehungen
- Planung von Arbeitsschutzmaßnahmen
- Hilfe bei Unterweisungen
- Beratung zu Arbeitsmitteln und persönlicher Schutzausrüstung
- Beratung zu Gefahrstoffen
- Beratung zu neuen gesetzlichen Anforderungen
- Teilnahme an Arbeitsschutzausschusssitzungen (ASA)
- Untersuchung von Unfällen

FISKARS®



DIE MARKENVERTRETUNG
FÜR PREMIUM BRANDS

www.die-markenvertretung.de