

Hausrezept gegen Expertenmangel

Ingenieure, IT-Spezialisten, Metallarbeiter – Fachkräfte sind in München Mangelware. Wie Firmen dennoch ihre Spezialisten bekommen, zeigt Werner Kubitscheck mit seinem Unternehmen „Zieltraffic“.

VON MARKUS KNALL

„Zieltraffic“ wächst und wächst – und das ist ein Problem. In jedem Jahr seit 2004, als Werner Kubitscheck die Firma 2004 gründete, hat „Zieltraffic“ seinen Umsatz verdoppelt. Die Firma platziert für ihre Kunden, vor allem Banken, Werbung im Internet. Dafür braucht die Firma Mitarbeiter – Programmierer, Grafiker, Werbefachleute. Seit der Gründung hat Kubitscheck jeden Monat einen neuen Mitarbeiter eingestellt. 47 sind es mittlerweile – doch es könnten mehr sein. „Der Markt boomt“, sagt Kubitscheck. Nur Fachkräfte gibt es keine.

Mitarbeiter wie Svenja Czock suchen für Kubitscheck im Internet nach Seiten, die für Banken interessant sein könnten. Dann baut die 21-Jährige kleine Werbebanner neben Texte oder Fotos, und sorgt dafür, dass ein Fenster ihres Kunden aufgeht, sobald ein Benutzer auf die Werbung klickt.

Experten wie Svenja Czock werden in Deutschland dringend gesucht. 20 000 Mitarbeiter würden Firmen, die Werbung im Internet platzieren, fehlen, schätzt Christoph Salzig, Sprecher des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft. Ein Problem, das viele



So funktioniert's: Werner Kubitscheck bildet für seine Firma Mitarbeiter wie Svenja Czock selbst zu Fachkräften aus. MS

Branchen plagt.

Die aktuellen Zahlen der Arbeitsagentur München zeigen: Auch bei technischen Berufen, bei Metallbauern und seit einiger Zeit sogar bei Erziehungs- und Pflegeberufen gibt es nicht genug qualifiziertes Personal. Der Bewerber-Markt sei nahezu leergefegt, so die Agentur.

Die Betriebe würden gerne Leute einstellen, sagt Agentur-Chef Hans Werner Walzel. Dabei greifen sie immer seltener auf den Bewerber-

pool der Arbeitsagentur zurück. „Die Arbeitslosen profitieren kaum von der Einstellungsbereitschaft der Unternehmen“, so Walzel.

Auch deshalb, weil die Unternehmen kaum Auswahl haben: Bei den Metallberufen etwa registriert die Arbeitsagentur 297 offene Stellen, hat aber nur 204 Bewerber im Karteikasten.

Da lassen sich viele Betrieben etwas anderes einfallen: „Es gibt zwei Möglichkeiten“, erklärt Kubitscheck. Entwe-

der wirbt man Experten von der Konkurrenz ab oder man baut sie selbst auf. In jedem Fall muss man den Bewerbern etwas bieten.

Junge Menschen macht Zieltraffic daher ein besonderes Angebot: Eine Ausbildung zum Kaufmann für Marketing plus ein Studium der Wirtschaftspsychologie an der Fachhochschule Erding. Das Studium bezahlt Zieltraffic, die Ausbildungsvergütung gibt's dazu. Kein anderer in der Branche habe

ein solches Angebot, sagt Kubitscheck.

Svenja Czock hat es in Anspruch genommen: Sie habe eine Firma gesucht, die Studium und Arbeit kombiniere, sagt die 21-Jährige. Mit einem Hochschulabschluss und einer Berufsausbildung in der Tasche braucht sie die Arbeitslosigkeit nicht zu fürchten. Bei Zieltraffic jedenfalls hat Svenja Czock gute Aussichten. „Gute Leute bringen wird immer unter“, sagt Kubitscheck.