



## *EIFEL Arbeitgeber: Gemeinsam für die Region*

*Bereits 2011 gab es erste Überlegungen zur Entwicklung einer eifelweiten Arbeitgebermarke, denn schon damals waren erste Auswirkungen des Fachkräftemangels in den Unternehmen der Region zu spüren – fehlende Auszubildende und nur schwer zu besetzende Stellen durch geeignete Fachkräfte.*

Während sich Unternehmen vor einigen Jahren noch aus einer Fülle von guten Bewerbern die besten Kandidaten aussuchen konnten, hat sich das Blatt gewendet. Arbeitgeber müssen heutzutage aktiv um Azubis und Arbeitskräfte werben. Die dabei wahrgenommene Attraktivität als Arbeitgeber ist ein wesentlicher Faktor für die Entscheidung, sich bei einem Unternehmen zu bewerben oder um bestehende Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden. Mit Hilfe einer Employer Brand kann ein Unternehmen ein unverwechselbares und glaubwürdiges Bild nach innen und außen vermitteln. 2012 wurde die Notwendigkeit zur Entwicklung einer Arbeitgebermarke EIFEL umgesetzt und die Regionalmarke EIFEL – als etablierte Qualitätsmarke – mit ins Boot genommen. Ein Schritt der Sinn macht, denn die Regionalmarke EIFEL

ist ebenfalls angetreten, um die wichtigen klein- und mittelständischen Strukturen in der ländlich geprägten Region zu stärken und somit zum Erhalt und der Weiterentwicklung der Eifel beizutragen. Darüber hinaus soll die Eifel als arbeits- und lebenswerte Region vermarktet werden. Die Eifel hat nämlich viel zu bieten: bezahlbare Eigenheime, freie Fahrt zum Arbeitsplatz, tolle Ausflugsziele und Freizeitmöglichkeiten für die ganze Familie, starke Dorfgemeinschaften, Schulen und Kitas.

Zur Qualität einer Region gehören natürlich auch ausreichende und qualifizierte Arbeitsplätze. Hier setzen auch die EIFEL-Arbeitgeber an. Das zentrale Motto lautet der Arbeitgebermarke Eifel lautet daher folgerichtig: „Qualitätsorientierung ist

Zukunftsorientierung“. Nach rund einjähriger Konzeptions- und Planungsphase wurde im Juli 2014 das erste Unternehmen, Zahnen Technik GmbH aus Arzfeld, durch Landrat Dr. Joachim Streit und Geschäftsführer Markus Pfeifer begrüßt. Weitere Unternehmen konnten schnell für das Netzwerk gewonnen werden. Voraussetzung für die Mitwirkung im Netzwerk ist das Vorweisen eines Managementsystems wie z.B. Familienfreundlicher Arbeitgeber, TOPJOB oder Berufshilfe. Zusätzlich wurde in Kooperation mit RKW RLP ein neuer EIFEL Arbeitgeber-Check entwickelt, der 2017 startete. Erfahrungen aus der Vergangenheit zeigten, dass zu den bereits bestehenden Systemen, ein attraktives und insgesamt flexibleres System entwickelt werden musste. Dieser Check durchleuchtet zunächst die Aktivitäten und individuellen Leistungen der Unternehmen z.B. in den Bereichen Personal, Prozessmanagement, Kommunikation. Anschließend wird dieser durch einen unabhängigen Auditor bewertet. Die Ergebnisse sollen Weiterentwicklungen in den Unternehmen anstoßen. Der EIFEL Arbeitgeber-Check hat sich mittlerweile fest etabliert. Darüber hinaus wurden RKW-Personalarbeitskreise ins Leben gerufen. Diese Arbeitskreise dienen der Diskussion, dem Austausch untereinander und der Vermittlung von aktuellen Fachthemen durch Experten. Mit Teilnahme in den Arbeitskreisen können sich die EIFEL Arbeitgeber praxisnah fortbilden und gleichzeitig das jährliche Überwachungsaudit im Rahmen des EIFEL Arbeitgeber-Checks ersetzen.

Aktuell gehören 27 Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen zum Netzwerk. Momentan steht vor allem der weitere Aufbau des Netzwerks im Vordergrund. Denn desto größer das Netzwerk an engagierten Unternehmen wird, desto größer werden auch die Vorteile für jeden Einzelnen und die Gemeinschaft. Folglich steigt auch die Attraktivität der Region für neue Arbeitnehmer.

Ferner bringt sich die Arbeitgebermarke EIFEL in zahlreichen regionalen als auch bundesweiten Netzwerken ein und kooperiert eng mit verschiedenen Institutionen, um Fachkräfte für die Region zu gewinnen. So bestehen enge Kontakte zur Agentur für Arbeit Trier, den umliegenden Hochschulen, verschiedenen Gesundheitskassen sowie zahlreichen Netzwerken wie dem „Innovationsbüro Fachkräfte für die Region“ oder dem Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA).

Die Arbeitgebermarke EIFEL bietet den Unternehmen ein Portfolio an interessanten Angeboten. So finden beispielsweise regelmäßig Arbeitstreffen mit den EIFEL Arbeitgebern statt. Hier können die Unternehmen netzwerken und gemeinsam zukünftige Kampagnen mit dem Markenmanagement planen und koordinieren. Dazu gehört beispielsweise die Planung und Realisierung von gemeinsamen Teilnahmen an regionalen Ausbildungs- und Jobmessen, die Durchführung

von gemeinsamen Marketingaktionen und vieles mehr. Für die EIFEL Arbeitgeber wurde eine eigene Website konzipiert, die sich ganz der Thematik „Job und Ausbildung“ widmet. Hier werden die vielfältigen Ausbildungs- und Jobangebote der Region gebündelt vorgestellt – von A wie Altenpfleger bis Z wie Zimmermann.

VulkanEifel-Heimat hautnah wird in den kommenden Ausgaben jeweils ein oder zwei Unternehmen vorstellen, die als EIFEL-Arbeitgeber mithelfen, die Zukunft der Region zu sichern und nach vorn zu entwickeln. (red) ■

Infos: [www.jobs-in-der-eifel.de](http://www.jobs-in-der-eifel.de)

### WIR SIND EIFEL ARBEITGEBER:

- AlphaBau S.à r.l., Fischbach/Clerveaux
- Bauelemente Ziewers GmbH, Plascheid
- Bender Systeme GmbH & Co. KG, Deudesfeld
- Bitburger Braugruppe GmbH, Bitburg
- Deutsches Rotes Kreuz Kreisverband Bitburg-Prüm e.V., Bitburg
- Deutsches Rotes Kreuz Kreisverband Euskirchen e.V. Euskirchen
- Eifelbeton GmbH, Bitburg
- Elektro Elsen GmbH, Speicher
- Floss Holzbau GmbH, Schönecken
- Goodyear Dunlop Tires Germany GmbH, Wittlich
- HEIKO – rollende Lebensmittelmärkte, Neuendorf
- Hochschule Trier, Trier
- IDEAL Fensterbau Weinstock GmbH, Wittlich-Wengerohr
- JOLEKA GmbH & Co. KG, Kalenborn-Scheuern
- KNE Kommunale Netze AöR, Prüm
- Kreissparkasse Bitburg-Prüm, Bitburg
- Kreisverwaltung des Eifelkreises Bitburg-Prüm, Bitburg
- Lehnen & Partner Steuerberatungsgesellschaft mbB Bitburg, Gerolstein, Daun, Prüm
- Raiffeisenbank eG, Simmerath
- REWE Koch GmbH & Co. KG, Adenau
- Schmitz Haustechnik GmbH, Hillesheim-Bolsdorf
- SEITZ Industriebau GmbH & Co. KG, Speicher
- Thome-Bormann GmbH, Prüm-Dausfeld
- Volksbank Eifel eG, Bitburg
- VR-Bank Nordeifel eG, Schleiden
- WITTE Bitburg GmbH, Bitburg
- Zahnen Technik GmbH, Arzfeld



EIFEL  
ARBEITGEBER

# *Lebensqualität auf dem Land*

*HEIKO in 2200 Dörfern unterwegs*





*Die Luftaufnahme des Firmengeländes in Neuendorf zeigt auch die beeindruckende Anzahl an rollenden Märkten.*

*Wenn die HEIKO-Märkte auf Rädern nicht schon seit Jahrzehnten unterwegs wären, man müsste sie spätestens heute erfinden.*

*Denn die Verkaufsfahrer des Neuendorfer Unternehmens liefern nicht nur frisches Obst, Gemüse, Brot, Fleisch- und Wurstwaren bis an die Haustür, sie sind auch für viele Kunden Gesprächspartner, Berater und wichtiger Kontakt zur Außenwelt.*

Noch sind die HEIKO-Kunden meist im Seniorenalter und nutzen den wöchentlichen HEIKO-Service, um sich mit Lebensmitteln ortsnah zu versorgen. Nur in zehn Prozent der Dörfer, die HEIKO anfährt, existieren noch kleinere Lebensmittelgeschäfte. Da ist das Angebot der rollenden Kaufhäuser fast schon eine Frage des Überlebens.

Fotos: HEIKO



Die HEIKO-Fahrzeuge sorgen in 90 Prozent der angefahrenen Dörfer für die Grundversorgung, da es vor Ort keine Lebensmittelgeschäfte mehr gibt.

Anfangen hat die HEIKO-Erfolgsgeschichte in den frühen 50er Jahren. Emil Kottsieper, Spätheimkehrer des 2. Weltkriegs, kaufte vom Begrüßungsgeld Junghennen und zimmerte mit einfachsten Mitteln Hühnerställe. Die Eier und frisches Geflügel lieferte er per Moped und Anhänger an die Kunden in der Region. Die „Eiertouren“ entwickelten sich und irgendwann sorgten 70.000 Hühner für den erforderlichen Nachschub, um die stetig wachsende Kundenschar mit immer mehr Fahrzeugen – nun allerdings mit vier Rädern – zu versorgen.

Firmeninhaber Monika und Dr. Reinhard Steinkamp.



Die Zeichen der Zeit erkennend, konzentrierte sich Kottsieper ab 1971 auf den Handel und stellte die Eierproduktion ein. Die Geburtsstunde der rollenden Märkte war gekommen. Zwar sind frische Eier auch heute noch in jedem HEIKO-Fahrzeug zu kaufen, aber das Geschäftsmodell hat sich seither gewandelt und neuen Herausforderungen ständig angepasst.

Nach dem Tod des Gründers 1997, kaufte Schwiegersohn Dr. Reinhard Steinkamp mit seiner Frau Monika zum 1. Januar 1999 das Unternehmen von den Erben. Schon damals waren bereits 37 Verkaufsfahrzeuge unterwegs.

Diese Zahl erhöhte sich sprunghaft, denn Steinkamps übernahmen bereits 2000 von der Milchunion Hochtiefel den MUH-Frischedienst, der mit seinen Verkaufswagen die angeschlossenen Bauernhöfe mit Molkereiprodukten und Brot versorgte. Das passte perfekt zum Fleisch-, Wurst-, Obst- und Eier-Sortiment des Neundorfer Unternehmens.

Ein Wachstumsschub, der HEIKO weiter nach vorne brachte: Eifel, Hunsrück, Mosel, Saarland, das südliche NRW sowie Luxemburg und die deutschsprachige Gemeinschaft in Belgien werden inzwischen flächendeckend bedient. In den beiden Nachbarländern bestehen zudem eigene Vertriebsorganisationen.

Auch die demografische Entwicklung hat man bei HEIKO im Blick: Allein auf eine Kundschaft zu setzen, die immer älter wird, kann keine verlässliche



Seit zehn Jahren gibt es die "Pausenflitzer", die Unternehmen und Schulen mit Pausensnacks und einfachen warmen Gerichten versorgen.

Zukunftsperspektive sein. Aber wie kann eine Verjüngung der Kundschaft gelingen? Vor zehn Jahren startete man daher mit den „Pausenflitzern“, die Unternehmen und Schulen anfahren, um dort die Nachfrage nach Snacks, belegten Brötchen und einfachen „Schöpfgerichten“ wie Suppen, Spaghetti oder Spätzle zu befriedigen. Rund 40 Anfahrpunkte bedienen die Pausenflitzer pro Tour. Jüngster Erfolg dieser Idee: Die Kölner Ford-Werke haben einen Belieferungsvertrag mit dem Unternehmen aus der Eifel geschlossen. Inzwischen sind acht Pausenflitzer Tag für Tag in Gewerbegebieten und Schulen im Einsatz.

Ganz jung sind die Kunden beim europäischen Programm für Schulobst und -gemüse. Seit Beginn an beliefert HEIKO Kitas und Schulen in Rheinland-Pfalz mit den Frischeprodukten und ist auch Lieferant für Pausenmilch. Ein Service, der immer mehr nachgefragt wird.

Jüngere Kunden zu gewinnen, soll aber zudem durch eine moderne Darstellung im Internet gelingen. Der Web-Auftritt, der in einigen Wochen online geht, bietet über eine detaillierte Suchmaske die Möglichkeit, genau festzustellen, wann und wo ein HEIKO-Kaufhaus anhält und seine Tür öffnet. Auch eine HEIKO-APP ist angedacht.

Da verwundert es nicht, wenn Dr. Steinkamp sicher ist, das HEIKO auch in den kommenden Jahren wachsen wird.

Aber auch ihn beschäftigt immer mehr das Problem, geeignete Fachkräfte zu finden und ans Unternehmen zu binden. Daher läuft unter dem Titel „Wir sind HEIKO“ ein intensives internes Marketing, das von der Mitarbeiterbefragung bis hin zur betrieblichen Altersversorgung reicht.

Und HEIKO gehört zu den Eifel-Arbeitgebern. „Wir können als Unternehmen in der Eifel nicht länger nur auf Arbeitskräfte warten, wir müssen gemeinsam aktiv werden, um in Zeiten der Vollbeschäftigung Fachkräfte für unsere Region zu begeistern.“ Da mache es wenig Sinn, sich gegenseitig die Mitarbeiter abzujagen, sondern nur abgestimmtes Verhalten in einem Unternehmens-Netzwerk könne die angespannte Lage verbessern. „Wir sitzen alle in einem Boot und da kommt man nur mit gleichgerichtetem Rudern nach vorne“, stellt Dr. Reinhard Steinkamp klar. (hfr) ■

## STECKBRIEF

### HEIKO – ROLLENDE LEBENSMITTELMÄRKTE

Eichenwiese 1  
D-54597 Neuendorf  
Telefon: 06552 / 9909-0  
Fax: 06552 / 9909-30  
info@heiko.info  
www.heiko.info



EIFEL

ARBEITGEBER

*JOLEKA:  
Mitarbeiter am  
Gewinn beteiligt*



Das Firmengebäude in den Anfangszeiten:  
Das Unternehmen ist seit 50 Jahren in Kalenborn beheimatet.

*Der Fenster- und Haustürenhersteller aus Kalenborn hat zwar schon 80 Jahre seit Gründung hinter sich, ist aber alles andere als verstaubt oder in der Vergangenheit verhaftet. Das Gegenteil ist der Fall: Jede Generation hat aufgebaut und weiter entwickelt.*

Mit Fabian und Daniel Rieder steht seit einigen Jahren die 4. Generation für das Familienunternehmen in der Verantwortung. Vater Ewald teilt sich die Geschäftsführung mit den beiden Söhnen, hat sich aber aus der operativen Verantwortung zurückgezogen.

Gründer war Josef Leuschen, der 1935 mit einem Sägewerk und einer Schreinerei in Kalenborn startete. Der Firmennamen JOLEKA erinnert an den Gründer und den Gründungsort. Dort ist das Unternehmen bis heute beheimatet. Josef Leuschen jun. hatte vor genau 50 Jahren die damals sehr innovative Idee, Fenster aus Kunststoff zu fertigen. Viele Jahre war man damit sehr erfolgreich und nahezu ohne Wettbewerb. JOLEKA war auch der erste deutsche Fensterbauer in Luxemburg und nach dem Mauerfall wurde viel in den neuen Bundesländern gearbeitet.

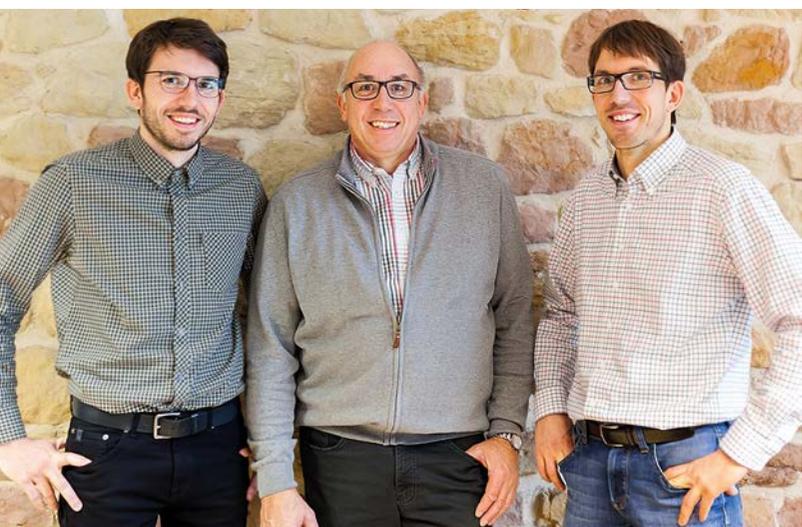
Fotos: JOLEKA



Seit 2017 ist die Firma Kalverkamp Mitglied der JOLEKA-Familie. Hier werden vor allem Wintergärten und Terrassendächer gefertigt.

Heute konzentriert sich das Unternehmen auf einen Umkreis von rund 200 Kilometern, in dem man hauptsächlich tätig ist. Da gehören dann Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, das Saarland sowie die europäischen Nachbarn Luxemburg und Niederlande dazu, wo JOLEKA-Produkte verkauft und eingebaut werden. Bei JOLEKA steht der Privatkunde im Fokus, für den Objektbau ist Fensterbau Fischer aus Bitburg zuständig, dieses Unternehmen wurde in den 90iger Jahren übernommen. Und mit dem Wintergarten-Spezialisten Kalverkamp wurde zum 1. Juli 2017 ein weiteres

Die dritte und vierte Generation des Familienunternehmens: Fabian, Ewald und Daniel Rieder (von links).



Mitglied in die JOLEKA-Familie aufgenommen. Mit der Übernahme des renommierten Unternehmens aus Lieser an der Mosel soll der Schwerpunkt Wintergärten und Terrassendächer gezielt weiter ausgebaut werden.

„Stillstand“ gibt es bei Fabian und Daniel Rieder ebenso wenig, wie bei den Vorgängergenerationen. Beide wissen aber auch, dass unternehmerische Erfolge ohne zufriedene und motivierte Mitarbeiter unmöglich sind. Im zunehmenden Wettbewerb um Nachwuchs- und Fachkräfte baut JOLEKA auf eine familienfreundliche Personalpolitik. So wurde das Unternehmen 2017 – nach einem umfangreichen Prüfverfahren – von der Bertelsmann-Stiftung als „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ ausgezeichnet. In den letzten sechs Jahren erhielten bundesweit nur rund 170 Unternehmen dieses Qualitätssiegel.

Damit die Beschäftigten Familie und Beruf möglichst in allen Lebenssituationen im Einklang halten können, traf der Familienbetrieb eine ganze Reihe organisatorischer Vorkehrungen. Hierzu zählen insbesondere eine konsequent gepflegte Kommunikations- und Informationskultur sowie konkrete Unterstützungsangebote für die Beschäftigten im familiären Umfeld. Dies zeigt, dass eine familienfreundliche Personalpolitik für das Unternehmen nicht nur einen hohen Stellenwert besitzt, sondern dass diese auch glaubwürdig und ganzheitlich gelebt wird. Die jungen Inhaber sind stolz darauf, dass sie in diesem Jahr mit einer Gewinnausschüttung erst-



Eine Innovation Made in Kalenborn: Die Ganzglasecke kommt im Sichtbereich ohne störende Pfosten aus.

mals alle Mitarbeiter zu gleichen Teilen am Erfolg teilhaben lassen. Fabian Rieder: „Wenn wir von unseren Mitarbeitern viel fordern und erfolgreich sind, dann ist es für uns selbstverständlich, dass sie auch entsprechend beteiligt werden“, betont der Unternehmer.

Dem Netzwerk der Eifel-Arbeitgeber gehört JOLEKA seit zwei Jahren an. Die Begründung: „Wenn wir langfristig gute Fachkräfte in der Region haben wollen, dann müssen sich die Unternehmen in der Eifel zusammentun, um die gesamte Region nach vorn zu entwickeln“, ist Fabian Rieder überzeugt. Allein könne man wenig ausrichten, aber gemeinsam habe man die wirtschaftliche Potenz, um auch die Politik bei vielen Maßnahmen in die Pflicht zu nehmen. Die Infrastruktur, ob Breitbandversorgung, Öffentlicher Personennahverkehr, oder Straßenbau, müsse dringend verbessert werden. Interessante Arbeitsplätze allein seien zu wenig Anreiz, um junge Menschen zum Leben und Arbeiten in der Eifel zu halten, oder zur Rückkehr nach Ausbildung oder Studium zu bewegen.

Vor der unternehmerischen Zukunft haben die beiden Rieders keine Angst, denn JOLEKA besitzt im Kerngeschäft Fenster, Haustüren und Wintergärten viele Alleinstellungsmerkmale, die die Kunden überzeugen. Da ist zum einen die besondere Langlebigkeit der Produkte. Daher soll die derzeitige Garantiezeit von zehn Jahren auf mindestens 20 Jahre verdoppelt werden. Auch beim Einbruchschutz geht man voran.

Gerade erst hat JOLEKA pünktlich zum diesjährigen Tag des Einbruchschutzes die umfangreichen staatlichen Prüfungen der neu entwickelten Sicherheitsfenster der Sicherheitsklasse RC3 abgeschlossen. Damit kann JOLEKA nun als einer der ganz wenigen Hersteller in Deutschland ein RC3 Sicherheitsfenster mit Kunststoffprofilen anbieten. Die Vorzüge des Kunststoffs wie Wärmedämmung, Langlebigkeit und natürlich auch das Preis-Leistungsverhältnis verbinden diese Innovation nun mit den im Privatbereich höchsten Sicherheitsstandards eines RC3 Fensters. Auch die Ganz-Glas-Ecke ist eine Innovation, die in Kalenborn entwickelt wurde.

Mit neuen Ideen, höchster Qualität und motivierten Mitarbeitern schafft man es bei JOLEKA, sich aus dem hart umkämpften Massenmarkt heraus zu halten. Den Wettbewerb scheuen Fabian und Daniel Rieder dennoch nicht, im Gegenteil: „Der bringt die Motivation, sich permanent zu verbessern“, ist die einhellige Meinung der jungen Eifel-Arbeitgeber. (hfr) ■