

# „Kraftsprung“ für Karrieren in der Logistik

Hinter **Manajump** stehen Gründer, die in der Branche in Top-Positionen gewirkt haben. Mit der neuen Karriereplattform wollen sie es Logistikern ermöglichen, Fachkräfte effizienter zu rekrutieren.

Von Sebastian Reimann

Zusammen haben sie schätzungsweise an die 300 Jahre Erfahrung in Transport und Logistik. Doch nun versuchen sich die acht Macher und eine Macherin von Manajump noch einmal an einer ganz neuen Unternehmung: einer Karriereplattform speziell für die Logistikbranche, die vergangene Woche live gegangen ist. Manajump ist auf das mittlerweile sehr begehrte Fachpersonal spezialisiert. Das Personal-Start-up verspricht, Logistikkonzernen, Mittelständlern und kleineren Dienstleistern die Suche nach geeigneten Mitarbeitern in der operativen Ebene deutlich effektiver und zeitsparender zu gestalten. Die Zielgruppe aufseiten der Kandidaten liegt grob bei 23 bis 32 Jahren, vom Sachbearbeiter im kaufmännischen Bereich bis hin zum Gruppenleiter und einer Gehaltsspanne von 36.000 bis 65.000 EUR.

Hinter dem Unternehmen stehen acht Investoren, die sich alle mit 50.000 bis 100.000 EUR beteiligt haben. Dies sind die ehemaligen Kühne+Knaag-Manager Hans-Georg Brinkmann, Klaus-Dieter Pietsch und Hans-Jürgen Willam, der ehemalige Schenker-Chef Thomas Lieb und Frieder Steinwarder, der ebenfalls viele Jahre für die DB-Tochter tätig war. Außerdem Günter Kuhberg (ehemals Hapag-Lloyd und UASC), Mathias Schwenck, der bis Ende vergangenen Jahres bei Medion tätig war und damit Industrie- und Handelskompetenz mitbringt, sowie Martin Sieg (ehemals SDV Geis und Rhenus). Die Geschäftsführung hat Susan Sieg übernommen. Fünf feste Mitarbeiter hat das Start-up aktuell, hinzu kommen zwei Freelancer.

Das Prinzip von Manajump sieht folgendermaßen aus: Firmen, die Personal suchen, können Stellenanzeigen in anonymisierter Form auf der Plattform veröffentlichen, auf die sich Kandidaten mit kurzem Anschreiben und Lebenslauf bewerben. Die anonymisierte Form sei wichtig, damit sich Kandidaten nicht von großen Namen blenden ließen oder eine Stelle nur deshalb als weniger interessant erachteten, weil sie das Unternehmen nicht kennen. „Ziel ist es, dass sich die Bewerber auf das Aufgabenprofil konzentrieren“, betont Mitgründer Willam.

## Praxiserfahrung statt Algorithmus

Das Matching macht indes nicht der Computer. Stattdessen schlagen die Personalexperten basierend auf ihrer Praxiserfahrung den Unternehmen zwei bis fünf geeignete Kandidaten vor. Vier bis sechs Wochen Zeit gibt sich Manajump pro Ausschreibung dafür. Wer auf eine Stelle nicht passt, bekommt eine automatische Absage. Passt das Profil zwar nicht auf die ausgeschriebene Stelle, ist aber generell interessant, so kann sich

der Bewerber in eine Datenbank aufnehmen lassen. So kann er später bei einem passenderen Stellenangebot erneut angesprochen werden.

Um Reichweite für die Stellenausschreibungen zu schaffen, baut Manajump eine Präsenz auf gängigen Social-Media-Kanälen wie Xing, LinkedIn, Facebook und Co. auf, die von einem eigenen Team betreut werden. Zudem hilft Manajump den Unternehmen, Stellenausschreibungen zu formulieren oder sich umfassend als attraktiver Arbeitgeber darzustellen. Dazu gibt es die Möglichkeit, ein zweiminütiges Unternehmensvideo drehen zu lassen.

## Entlastung für Personalabteilungen

Vor allem geht es den Manajump-Machern aber darum, die Personalabteilungen der Unternehmen zu entlasten und Streuverluste zu minimieren. „Für die Unternehmen ist das Recruitment von der Kandidatenansprache bis hin zur Absage mit großem Aufwand verbunden“, sagt Willam. Bei den großen Portalen wie Monster und Stepstone hätten Arbeitgeber zwar einen großen Käse, es finde aber keine Vorauswahl statt. Spezielle Personalberater wiederum seien für die Suche nach kaufmännischen Fachkräften zu teuer.

Den Kandidaten wiederum möchte Manajump den nächsten Karriereschritt oder auch -sprung ermöglichen. Denn dafür steht auch der Name des Start-ups. Mana kommt aus dem Hawaiianischen und bedeutet so viel wie „Kraft“. „Manajump“ steht also für Kraftsprung. „Uns war wichtig, dass der Name kompatibel für die Digital Natives und die sozialen Medien ist“, sagt Geschäftsführerin Sieg.

Das Preismodell von Manajump sieht eine Grundgebühr von 1500 EUR pro Stellenangebot vor. Darin enthalten sind das Einstellen der Anzeige sowie die Präsentation von zwei bis fünf geeigneten Bewerbern. Nur wenn ein Kandidat auch eingestellt wird, wird eine Vermittlungsprovision von 1500 EUR fällig. Ebenfalls 1.500 EUR pro Kandidat kostet es, wenn ein Unternehmen aus diesen Vorschlägen weitere Mitarbeiter rekrutiert. Sollte Manajump es aber nicht schaffen, mindestens zwei qualifizierte Kandidaten zu präsentieren, entfällt die Grundgebühr.

Aber: Für Arbeitgeber, die erstmals einen Mitarbeiter über Manajump suchen, gilt ein Kennlernangebot. Für alle Stellenangebote, die sie in den ersten sechs Wochen der Geschäftsbeziehung mit Manajump auf die Plattform einstellen, entfällt die Grundgebühr. Sie müssen dann nur bei erfolgreicher Vermittlung die Provision von 1500 EUR pro eingestellten Mitarbeiter zahlen.

Mit 10 bis 20 Jobangeboten geht Manajump dieser Tage live. Bis Dezember soll das Portal einige Tausend Follower auf den Social-Media-Kanälen haben. Das Ziel für 2018 lautet, drei bis fünf Kandidaten pro Monat an Unternehmen zu vermitteln. Rund 30 Arbeitgeber möchten die Macher im ersten Schritt von Manajump überzeugen.

Geschäftsführerin Susan Sieg gemeinsam mit drei der acht Investoren von Manajump (von links): Thomas Lieb, Hans-Jürgen Willam und Hans-Georg Brinkmann.

## „Bis 20 Prozent Fluktuation beim Personal“

Die Manajump-Macher über die Schwierigkeiten der Logistik im **Fachkräftewettbewerb**

Von Sebastian Reimann

## DVZ: Warum haben Sie Manajump gegründet? Gibt es nicht schon ausreichend Personaldienstleister und Jobportale?

**Susan Sieg:** Klassische Jobbörsen wissen oft wenig bis gar nichts über die speziellen Anforderungen der Branche. Hinzu kommt die schiere Masse der Stellenausschreibungen. Dort gibt es jeden Tag 1.000 neue Angebote. Große Logistiker sind dabei

auf zehn und mehr Portalen unterwegs. Das kann kaum noch jemand handeln. **Hans-Jürgen Willam:** Auf der anderen Seite kann die klassische Personalvermittlung, wie wir sie auch bei WCL - Worldwide Consultants in Logistics für Führungskräfte anbieten, ein entsprechendes Angebot für Fachkräfte nicht darstellen. Wir müssten dann eine Recruitment-Gebühr von circa 40 Prozent des Jahreseinkommens verlangen. Das akzeptiert kein Arbeitgeber für einen Sachbearbeiter.



Susan Sieg möchte jungen Leuten mit Manajump die Möglichkeiten in der Logistik aufzeigen. Das sei wichtig, da die Branche ein Nachwuchsproblem habe, betont Hans-Jürgen Willam (rechts). Thomas Lieb (links) bedauert, dass junge Logistiker nicht mehr so gern ins Ausland gehen. Eine ganzheitliche Personalbetreuung sei in vielen Unternehmen nicht mehr möglich, so Hans-Georg Brinkmann (ganz rechts).



**Herr Brinkmann, Sie haben lange Kühne + Nagel in Deutschland geleitet, sind aber seit einigen Jahren offiziell im Ruhestand. Warum hat Sie das Projekt Manajump noch einmal so gereizt, dass Sie sogar mit eigenem Geld eingestiegen sind?**

**Hans-Georg Brinkmann:** Meine erste Reaktion war in der Tat: Jobbörsen gibt es genug. Ich habe mich dann aber an die vielen Gespräche in Speditionsverbänden und Gremien der Logistikbranche erinnert, die nur einen Schwerpunkt kannten: Wo bekommen wir ausreichend Nachwuchs her, und wie können wir dafür sorgen, dass diese Talente der Logistikbranche erhalten bleiben? Zudem erinnerte ich mich daran, dass in unserer Branche, die von schnellen Lösungen und vielfach von Improvisation lebt, häufig nur Personalverwaltung statt Personalmanagement betrieben wird. Hier ist gute Hilfe nötig und vielfach auch sehr willkommen.

**Wie hoch schätzen Sie das Potenzial im deutschsprachigen Raum ein?**

**Willam:** Man kann davon ausgehen, dass es in der Dach-Region jeden Tag 12.000 bis 20.000 Stellenanzeigen mit Logistikbezug im Internet gibt. Wenn wir davon nur einen Bruchteil für

Manajump gewinnen würden, wären wir schon sehr zufrieden.

**Brinkmann:** Mal eine zweite Zahl: Die Fluktuation im kaufmännischen Bereich liegt - wenn es gut läuft - in den Unternehmen im niedrigen zweistelligen Bereich. Wenn es schlecht läuft, sind es bis zu 20 Prozent. Da gibt es also viel zu tun für die Personalrekrutierung.

**Herr Lieb, Sie sind ebenfalls Anteilseigner bei Manajump. Warum ist das Thema Fachkräfte und Fachkräfterekrutierung aus Ihrer Sicht so ein Megathema?**

**Lieb:** Dafür gibt es mehrere Gründe. Erstens ist die Logistikbranche von der Beschäftigtenanzahl her schon signifikant. Es gibt also einen großen Bedarf. Zweitens ist die Logistik ein People's Business, ohne gute Mitarbeiter geht es also nicht. Drittens spielt die demografische Entwicklung den Arbeitgebern nicht gerade in die Karten. Daher ist es so wichtig, selbst auszubilden. Allerdings reicht das nicht. Das heißt, dass sich die Unternehmen auch extern nach Talenten umsehen müssen. Hinzu kommt, dass die Prozesse in den Unternehmen zunehmend digitalisiert werden, was mehr und mehr auch in der Personalarbeit spürbar wird. Die

Folge ist, dass es sich die Betriebe sehr bald einfach nicht mehr leisten können, noch selbst große Rekrutierungsabteilungen zu unterhalten. Neutrale, offene Plattformen sind dabei die Lösung.

**Brinkmann:** Das zeigt sich meiner Meinung nach schon heute. Selbst in den großen, gut strukturierten Logistikunternehmen gibt es kaum noch Personalabteilungen in den Niederlassungen, die den Einstellungsprozess bis zum Ende mit begleiten und sich um das Personal kümmern. Stattdessen gibt es auch im Bereich Human Resources immer mehr Service Center, in denen sehr anonym gearbeitet wird. Dort ist dann vielfach nicht bekannt, welche Anforderungen es in der Praxis an die Mitarbeiter gibt.

**Wir haben also Sachzwänge bei den Unternehmen. Hat die Branche auch ein Nachwuchsproblem?**

**Willam:** Ja, die Logistikunternehmen täten daher gut daran, wenn sie schon Schüler gezielt ansprechen und für die Branche begeistern würden. Eine Möglichkeit wäre beispielsweise, enger mit den Handelsschulen und Höheren Handelsschulen zusammenzuarbeiten. Dort gibt es die richtigen Talente.

**Sieg:** Teil unseres Ansatzes bei Manajump ist daher auch, die Möglichkeiten

in der Logistik aufzuzeigen und somit für die Branche zu werben. In unserem Blog zeigen wir daher beispielsweise auch, welche Erfahrungen junge Leute in der Branche machen, geben Bewerbungstipps und Ähnliches.

**Brinkmann:** Hinzu kommt ein Nord-Süd-Gefälle. Der Beruf des Spediteurs und insbesondere des Seefrachtspediteurs ist hier im Norden noch bekannt, im Süden kann aber kaum jemand etwas damit anfangen. Außerdem ist in München oder auch rund um Stuttgart der Wettbewerb rund um die Talente noch einmal schärfer. Denn dort sitzen viele der großen Verlager, die für junge Menschen attraktive Arbeitgeber sind.

**Kommen wir noch einmal zu denjenigen, die ihren Weg bereits in die Logistik gefunden haben. Was für Mitarbeiter sind derzeit besonders knapp und unworben?**

**Willam:** Vertriebsmitarbeiter sind definitiv knapp. Das Problem dabei ist, dass es auch sehr teuer ist, wenn man sie extern rekrutieren möchte. Schließlich gibt es auch hier eine große Konkurrenz aus anderen Branchen um die Talente. Der Fokus sollte daher auch darauf liegen, vielversprechende Vertriebler intern zu finden und zu entwickeln. Aber auch

Sachbearbeiter und Disponenten sind schon seit Jahren nicht mehr leicht zu finden, das gilt in der Seefracht insbesondere für den Transatlantik, da man dort eben auch die US-Gesetzgebung und die Regeln der Federal Maritime Commission kennen muss.

**Die Branche benötigt gerade in der See- und Luftfracht auch Menschen, die sich vorstellen können, zumindest eine Zeit lang im Ausland zu arbeiten. In der Vergangenheit machte dies ja auch durchaus den Reiz von Spedition und Logistik aus. Ist das gerade bei jüngeren Leuten noch angesagt?**

**Lieb:** Leider nein. Die Bereitschaft, ins Ausland zu gehen, ist geringer geworden. Das ist schade, denn aus meiner Erfahrung machen gerade diejenigen Karriere, die sich ein wenig umgesehen haben. Aber für viele ist heute die Work-Life-Balance wichtiger als die Karriere. Hinzu kommt, dass viele junge Leute schon während der Schulzeit oder während des Studiums einen Auslandsaufenthalt gehabt haben. Vielleicht sind die dann anschließend der Meinung, schon genug gesehen zu haben. *Das Gespräch führten Lutz Lauenroth und Sebastian Reimann.*



### Fachkräftemangel in der Logistik

Der Bundesagentur für Arbeit zufolge gibt es nicht nur zu wenige Kraftfahrer und Lokführer, sondern auch Speditionskauffleute. Auf 100 offene Stellen kamen 2017 gerade einmal 94 Arbeitssuchende. Zugleich hatten im vergangenen Jahr 40 Prozent der Unternehmen aus Transport und Logistik Probleme, alle Ausbildungsplätze zu besetzen, zeigt die Ende Juli vorgestellte Umfrage „Ausbildung 2018“ des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK). Das sind noch einmal 5 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Und im Branchenvergleich ist es ein Spitzenwert.



FOTOS: OLAF BALLINUS