

Spitzenkräfte beim Speed-Dating

Die Kölner Bäckerei Newzella findet und fördert Mitarbeiter auf ungewöhnliche Weise.

Von Thorsten Keller

Köln-Heimersdorf, Haselnussweg. Die Stammfiliale der Bäckerei Newzella in einer Einkaufspassage: zehn Meter Fensterfront, 16 Sitzplätze an Bistrotischen. Eigentlich unauffällig – wäre da nicht das Konzept, das hinter der 1965 gegründeten Kleinbäckereigruppe steht. „Von unserem Stammsitz aus haben wir in den letzten Jahren fünf Filialen aufgebaut. Neben 20 Vollbeschäftigten sind 70 Aushilfen und zehn Azubis unsere Mitarbeiter“, fasst Verkaufsleiterin Sabine Newzella zusammen. „Mitarbeiter“, nicht „Personal“. Ein Unterschied, der der gelernten Sozialversicherungsangestellten enorm wichtig ist. „Bei vermeintlichen Kleinigkeiten fängt der Respekt an.“ Der Respekt vor den Menschen, die mit der Geschäftsleitung am gleichen Ziel arbeiten.

Aus der Not eine Tugend gemacht

Köln-Heimersdorf, Köln-Seeberg, Köln-Weidenpesch, Leverkusen-Wiesdorf, Leverkusen-Alkenrath, Pulheim – sechs Newzella-Filialen, sechs völlig unterschiedliche Kundengruppen. Die Mitarbeiterstrategie: Angepasst an die örtlichen Begebenheiten. In Köln-Seeberg ein hoher Migrantenanteil, die Newzella-Mitarbeiter multikulturell. In Leverkusen-Alkenrath, da wo es vor allem Wochenendgäste hinzieht, die zum Kaffeetrinken gezielt zu Newzella wollen ein völlig anderes Bild. Aber eine Gemeinsamkeit: „Wir spiegeln im Unternehmen eine Familienstruktur wider. Wir sind untereinander so verbunden, dass die Newzella-Familie gelebt wird“, sagt die Verkaufsleiterin.

Von 16 bis 72 reicht die Altersspanne der Mitarbeiter, die in den Newzella-Filialen beschäftigt sind. Besonders Auszubildende, ältere Arbeitnehmer



Aussichtsreiche Models (von links): Bäckermeister Michael Arens und die Lehrlinge Andreas Hecht und Robin Schmieder bewerben sich für das Kalendershooting einer Zeitung. Der Meister hat im Voting der Newzella-Kunden die Nase vorn. Foto: Newzella

und Migranten erhalten eine Chance. Menschen, die andernorts kaum eine Perspektive hätten. „Eigentlich kommt das aus der Not heraus. Wenn man keine Fachkräfte findet, muss man sehen, wo man Mitarbeiter sucht und man muss sie weiter qualifizieren.“ So lautete die Devise, unter der das Unternehmerepaar Newzella seinerzeit expandierte.

Bei der Suche nach Auszubildenden gab es anfangs Probleme, für die Pulheimer Filiale suchte Sabine Newzella vier Jahre lang. Heute gibt es diese Probleme nicht mehr. Das Mitarbeiterkonzept Newzella hat sich rumgesprochen. Die Bäckerei gilt als beliebter Ausbildungsbetrieb.

„Azubi Speed Dating“, eine Veranstaltung der Handwerks-

kammer Köln – so rekrutiert man heute. Zwei ihrer Auszubildenden hat die Bäckerei hier gefunden, berichtet Sabine Newzella. Das Konzept: Ausbildungsbetriebe sitzen an einer Tischlängsseite, Ausbildungssuchende an der anderen. Ein kurzes Anschnuppern unter möglichen Geschäftspartnern. Wenn's passt, folgt die Einladung zum Vorstellungsgespräch.

Ausstrahlung und Offenheit

Worauf achtet Sabine Newzella? „Ausstrahlung, Offenheit und die Unterstützung der Eltern. Wenn die nicht da ist und unsere Auszubildenden schlechte Bedingungen haben, weil sie sich beispielsweise eine eigene Wohnung finanzieren müssen, können sie nicht entspannt verkaufen.“

Sind die Azubis im Unternehmen angekommen, geht es vor allem um den Verkauf. Und um die Mitarbeiterentwicklung. Eine Übernahme kann die Bäckerei nicht garantieren. Deshalb sollen die Azubis die Freiräume nutzen, sich selbst berufsnah und kreativ zu entfalten, wie zum Beispiel beim Handwerk.com-Wettbewerb „Newcomer meets Meister“. Die Videoeigenproduktion eines Newzella-Azubis und seines Bäcker-

meisters erreichte einen Spitzenplatz unter den Beiträgen. Der Streifen, der die beiden bei der Arbeit zeigt, ist unterlegt mit einer Techno-Version des Hits „Bakerman“.



Sabine Newzella gibt Jugendlichen Freiräume für Kreativität.

Um den Platz im „Germany's Power People“-Kalender 2012 des Deutschen Handwerksblatts streiten sich gleich drei Newzella-Mitarbeiter. Das Voting wird beworben auf den Brötchentüten des Unternehmens. Mittlerweile liegt Michael Arens, einer der Bäckermeister und Ausbilder, uneinholbar vorne. Er darf auf ein Kalendershooting hoffen, später kann noch der Titel „Mr. Handwerk 2012“ herauspringen. Seine beiden Kontrahenten, beide noch Azubis, sehen das gelassen. Der Spaß zählt, Coubertin's Motto ohnehin –

und das Unternehmen unterstützt die Bewerbungen aller Mitarbeiter.

„Die Fotos und der Wettbewerb setzen den Beruf des Bäckers doch in ein völlig anderes Licht“, ist Sabine Newzella begeistert. „Wenn wir es schaffen, das oft bemitleidete Image des Jungbäckers umzukehren und unsere Branche zufriedene junge Menschen in unseren Reihen präsentieren kann, ist uns doch allen geholfen.“

Klassenbeste in der Berufsschule

Und die Bewerbergespräche? Wie erklärt man ausbildungswilligen Jungbäckern die oft unattraktiven Arbeitszeiten? Auch hier hat Sabine Newzella ihr eigenes Konzept: „Ich drehe den Spieß einfach rum“, argumentiert sie. „Wer früh zum Arbeiten aufstehen muss, ist am Mittag zuhause und hat die schönste Zeit des Tages zum Relaxen oder um sich um die Kinder zu kümmern.“ Der freundliche Vollzeitjob – bei Newzella zeigt das Mitarbeiterkonzept bereits Wirkung. Ziel eins – eine Berufsschul-Klassenbeste – wurde schon erreicht. „Davon waren wir früher meilenweit entfernt“, freut sich Sabine Newzella. Die Kölner Bäckerei hat die hierzu nötige Flexibilität erkannt und umgesetzt.

Mehr dazu unter: www.baecerei-newzella.de



Guter Standort: Die Stammfiliale der Bäckerei Newzella liegt in einer Ladenpassage im Kölner Norden. Foto: Keller