



Le Mans - verladung von Rennfahrzeugen und Material

„Man muss etwas zurückgeben“

Markus Grenzer leitet die Maintaler Gruppe. Sein Credo: Qualität und Wertschätzung. Damit punktet er nicht nur beim Kunden, sondern ganz besonders auch bei seinen Mitarbeitern.



Island - Materialtransport zum WM-Quali-Fussballspiel Island gegen Deutschland in Reykjavik

Herr Grenzer: In mehr als 30 Jahren Firmengeschichte hat Maintaler Logistik beachtliche Entwicklungen vollzogen. Heute sind Notfalllogistik, Thermotransporte, Eventlogistik und Fahrzeugtransporte die Grundpfeiler des Geschäfts. Kann man sagen, Fahrzeugtransporte ist quasi Champions League was den Anspruch betrifft?

Auf jeden Fall. Wir haben einmal sechs Bugatti der „Legenden“-Reihe transportiert. Das waren damals alles Einzelstücke mit einem Wert von über 15 Millionen Euro. Bei solchen Transporten ist besondere Sorgfalt und Umsicht der Fahrer gefragt. Das ist bei so hochwertigen Fahrzeugen oft Millimeterarbeit. In dieser Sparte erfahren sowohl unsere Fahrer, als auch wir als Dienstleister noch besonders große Wertschätzung. Im Bereich Event-Logistik ist das ähnlich. Da sind unsere Fahrer nicht selten wie ein Teil des Veranstaltungsteams. Deshalb suchen wir Fahrer, die das mit Herzblut machen und Spaß daran haben.

Foto: xxxxxxxx



Nur wer sich mitteilt, dem kann geholfen werden

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie aktuell?

Unser Team umfasst derzeit 157 Mitarbeiter, davon 115 Fahrerinnen und Fahrer. Wir haben 115 Fahrzeuge im Einsatz und zusätzlich 74 Auflieger und Anhänger.

Und was zeichnet Maintaler als Arbeitgeber aus?

Wir legen sehr viel Wert auf ein familiäres Arbeitsklima. Uns liegt jeder Mitarbeiter am Herzen. Es ist mir wichtig, für die Probleme der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ansprechbar zu bleiben und zu helfen, wo

es mir möglich ist. Meine Bürotür ist dafür immer offen. Bei uns herrscht ein gutes Arbeitsklima, und auch der Spaß kommt nicht zu kurz – bei uns wird viel gelacht. Wir haben während Corona keine Mitarbeiter entlassen, sondern haben im Team nach Möglichkeiten gesucht, Touren außerhalb unseres Tagesgeschäftes zu finden. Hierdurch konnten wir fast alle Mitarbeiter halten und deren Verdienstauffälle so minimal wie möglich halten. Das war uns besonders wichtig, auch wenn wir als Firma dabei nichts verdient haben. Ein Investor hätte wahrscheinlich die Reißleine gezogen und Mitarbeiter entlassen. Wir haben aber einen anderen Anspruch.

Die Arbeitgebermarke wird immer wichtiger, sehen Sie das auch so und wenn ja, was sind Ihre Erfahrungen damit?

Das ist mit Sicherheit richtig. In den letzten Jahren ist es immer schwieriger geworden, gutes Fachpersonal zu finden – sowohl Berufskraftfahrer als auch für das Büro. Wir bekommen zwar viele Bewerbungen, aber die



Le Mans - Maintaler Fahrzeugtransporter mit ordentlich PS im Laderaum



Wir sind ein familiäres Unternehmen. Das leben wir



In schönen Büroräumen arbeitet es sich besser.



Emotionale Verabschiedung eines Mitgliedes der Maintaler Familie - nach 27 gemeinsamen Jahren



DIE MAINTALER GRUPPE

Gegründet 1991 vereint die Gruppe mehrere Marken unter einem Dach: Maintaler Notfalllogistik, Maintaler Thermosprint, Maintaler Event Trucking und Maintaler Fahrzeugtransporte. Die Flotte umfasst alle Klassen vom leichten Transporter bis zum schweren Spezial-Lkw. Das Unternehmen wird in zweiter Generation familiengeführt. Maintaler ist spezialisiert auf Qualitätstransport mit höchsten Ansprüchen.

www.maintaler.de

Qualifikationen sind oft nicht ausreichend. Um das Thema Employer Branding zu stärken haben wir eine neue Agentur beauftragt. Sie unterstützt uns neben einem komplett neuen Außenauftritt wie Logo und Website auch dabei zu zeigen, was wir als Arbeitgeber zu bieten haben (Benefits, familiäres Arbeitsumfeld, soziales Engagement, etc.). Das ist zum einen wichtig, um neue Mitarbeiter zu finden, aber auch um bestehendes Personal zu halten.

Was haben Sie bis jetzt in Angriff genommen, und was planen Sie für die Zukunft umzusetzen?

Wir sind momentan sehr aktiv auf Facebook und Instagram. Rücklauf auf Stellenanzeigen für Berufskraftfahrerinnen und -fahrer bekommen wir zum größten Teil über Facebook. Wir planen, diese Plattformen in Zukunft noch mehr zu bespielen. Durch Mundpropaganda finden wir auch regelmäßig neues Personal. Auf unserer Website findet man ebenfalls jederzeit alle offenen Stellen. Mitarbeiter für Büro und Verwaltung finden wir eher über Jobbörsen wie Stepstone und Indeed, Xing oder LinkedIn und durch Headhunter.

Es kommen also viele Bewerbungen über Social Media rein?

Ja, im Fahrerbereich auf jeden Fall. Wobei mir der Weg per E-Mail an jobs@maintaler.de lieber ist. Den Bewerbungsprozess werden wir in Kürze noch vereinfachen und komplett über unsere Homepage leiten. Bewerberinnen und Bewerber müssen sich dann nur durchklicken und ihren Lebenslauf hochladen. Auf den legen wir großen Wert. Es ist uns wichtig zu wissen, wer bei uns arbeiten möchte. Wir suchen langfristige Mitarbeiter. Im November etwa hatten wir 13 Jubilare mit 5-, 10- und 15-jährigen Betriebszugehörigkeiten. Das ist unser Ziel – glückliche, langjährige Mitarbeiter, auf die wir uns verlassen können und umgekehrt.

Wie erklären Sie sich, dass Sie so viele Mitarbeiter haben, die so lange Ihrem Unternehmen treu sind? Erhalten Sie ein Feedback von den Mitarbeitern?

Ich denke, weil wir das familiäre Umfeld wirklich leben und das nicht nur ein Werbespruch für uns ist. Wir versuchen wirklich, immer alles möglich zu machen – von Urlaubswunsch bis

zum Arzttermin. Wir haben auch schon Touren spontan komplett umbesetzt, weil ein direkter Angehöriger eines Fahrers im Sterben lag. So etwas geht bei uns, und das ist uns wichtig. Natürlich spielt auch ein fairer Lohn eine große Rolle und gutes Arbeitsequipment. Schöne Büroflächen und top ausgestattete Lkw sind für uns ein Ausdruck von Wertschätzung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Stellen sich Ihre Fahrer ihren Lkw selbst zusammen?

Wir haben aktuell zwei Marken im Fuhrpark. Wenn ein Fahrer eine Weile dabei ist und gute Arbeit macht, dann kann er bei Neuanschaffungen zwischen den Marken wählen. Die Grundausstattung ist schon sehr hochwertig, aber der Fahrer bekommt trotzdem die Ausstattungsliste und kann sagen, was er braucht oder möchte. Normalerweise haben wir zum Beispiel Aluoptik. Einer unserer Fahrer wollte lieber Holzoptik haben, da gehen wir schon sehr drauf ein. Gerade jetzt haben wir einen Fahrer,

Foto: xxxxxxxx

der einen sehr hochwertigen Zug bekommen wird, der hat sich tausendmal bedankt und gefreut und gesagt, dass er das noch nie durfte: das Auto und Ausstattung mit auswählen und zum anderen auch direkt vom Werk abholen. Das ist noch einmal ein bisschen was Besonderes.

Und die Büromitarbeiter? Was schätzen diese an ihrem Arbeitgeber?

Das familiäre Arbeitsumfeld, die schönen Räumlichkeiten und die lockere Arbeitsatmosphäre. Die Arbeit ist in Schichten organisiert, mit flexiblen Arbeitszeiten. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben Mit-

spracherecht und dürfen Schichten bei Bedarf untereinander tauschen. Diese Flexibilität wissen sie sehr zu schätzen. Wir übertragen unserem Personal ein hohes Maß an Eigenverantwortung, dadurch entsteht keine Monotonie. Ich denke, auch das ist ein Pluspunkt. Außerdem haben wir eine sehr konstruktive Fehlerkultur. Wenn mal etwas nicht optimal läuft, dann schauen wir gemeinsam mit den Betroffenen, was verbessert werden kann. Und wir arbeiten darauf hin, unsere Auszubildenden zu übernehmen. Zwei unserer ehemaligen Azubis sind im letzten Jahr zu Teamleitern befördert worden.

Es geht also auch um Zusammenhalt?
Ja, es geht um Zusammenhalt. Wir wissen sehr genau, was wir an unserem Team haben. Der Zusammenhalt hat uns schon so manche Herausforderung meistern lassen. Ohne unser Team wären wir nicht da, wo wir heute sind. Im Gegenzug stehen wir als Unternehmen parat, wenn Unterstützung gebraucht wird. Wir haben zwei Küchen, die Treffpunkte für die Mittagspausen sind, und ein Fahrerzimmer mit Küche, Badezimmer, Aufenthaltsbereich mit Fernseher und Waschmöglichkeit. Die Fahrer kommen mittlerweile aus ganz Deutschland und verbringen ihre Pausen oder freien Tage hier. Mit dem geplanten Neubau werden wir den sogar noch schöner gestalten.

Kommen wir wieder zur Außenwirkung: Welche Plattform oder Medien nutzen Sie, um sich als Arbeitgeber darzustellen?

Wir nutzen zur Personalgewinnung momentan vorwiegend die Agentur für Arbeit und Facebook. Über Facebook kommen sehr viele Fahrer zu uns – hier punkten wir besonders durch Bilder unserer Lkw-Ausstattungen. Für spezielle Ausschreibungen nutzen wir Jobportale wie Indeed, Monster und Stepstone.



Tatsächlich haben wir schon viele Kunden durch positive Referenzen gewonnen!

Instagram, LinkedIn und Xing nutzen wir ebenfalls. All diese Plattformen werden wir in Zukunft noch weiter ausbauen und vermehrt bespielen, um unsere Benefits als Arbeitgeber noch besser nach außen zu kommunizieren. Bei Printmedien war der Rücklauf auf Stellenangebote leider zuletzt sehr gering, sodass wir diese nicht mehr nutzen.

Nutzen sie auch ihre eigenen Mitarbeiter als Markenbotschafter?

Auf jeden Fall. Wenn Stellen zu besetzen sind, bitten wir etwa auch immer unsere Mitarbeiter darum sich umzuhören. Wir haben sogar ein Prämiensystem für die Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter, durch die wir Stellen neu besetzen können. Auf dem Weg

konnten wir bereits mehrere Positionen füllen. Das ist mir sogar fast noch lieber auf diesem Weg als über Ausschreibungen, denn so habe ich schon positive Referenzen. Einer unserer Mitarbeiter hatte dieses Jahr angefragt, ob wir einen Lkw für den Faschingsumzug stellen würden. Die Idee war so gut, dass wir das natürlich gern gemacht haben, und so wurden aus dem Maintaler Lkw dann Bonbons geworfen. Ich denke, unsere Mitarbeiter sind gute Markenbotschafter und stehen jederzeit hinter und für Maintaler.

Sie hatten bereits erwähnt, dass Facebook gut läuft. Was posten Sie da?

Wir posten auf Facebook unsere aktuellen Stellenausschreibungen. Wir kommunizieren auch sehr direkt, welche Art Mitarbeiter wir suchen, und wer bei uns nicht richtig ist. Tatsächlich bekommen wir dadurch weniger Bewerbungen von Leuten, die wir für nicht geeignet halten. Wir bewerben unsere Fahrzeugflotte mit entsprechenden Bildern von Features und Ausstattung. Besonders beliebt sind auch unsere „on-the-road-Bilder“ aus ganz Europa. Die bekommen wir von unseren Fahrern von überall her geschickt. Tolle Bilder haben wir etwa aus Schweden,



Maintaler transportiert auch schwere Landmaschinen, bzw. generell auch sehr breite oder hohe Ladungen



Eventtrucking - Verladung von Licht- und Tontechnik über die Eventrampe des Megakoffers

wo unsere Fahrzeugtransporter im Winter sehr viel unterwegs sind, mit Lkw und Polarlicht. Oder einen Fahrzeugtransporter mit verladenen Rennwagen. Da geht mir das Herz auf, und da wären wir wieder beim Thema Markenbotschafter. Hinzu kommen noch saisonale Posts wie Weihnachts- oder Ostergrüße oder Aktuelles.

Sie veröffentlichen doch sicherlich auch noch anderen Content, um ihr Unternehmen in den sozialen Medien zu präsentieren. In welcher Form passiert das und was kommt besonders gut an?

Das war es im Wesentlichen. Gerade bei Facebook und Instagram folgen uns viele Kunden und Fans. Wir posten dort Bilder von Fahrten, die außerhalb vom normalen Fahrgeschäft stattfinden. Das hebt uns von der Masse ab und generiert Klicks ohne Ende – wenn ein Fahrer zum Beispiel die Färöer Inseln ansteuert oder dreieinhalb Wochen in Marokko unterwegs ist.

Würden Sie sagen, dass genau solche Beiträge auch sehr hilfreich für die Mitarbeiterfindung sind?

Sicherlich. Auf diese Weise zeigen wir unser Leistungsspektrum und unsere Flexibilität. Und zwar nicht nur zukünftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sondern auch unseren Kunden. Das macht uns aus und hebt uns von der Masse ab. Wir sind sehr breit

aufgestellt und haben Flexibilität im Blut. Wir bekommen Bewerbungen von Leuten, die gern mehrere Wochen unterwegs sein möchten und von anderen, die lieber jeden Abend zu Hause sind. Wir machen fast alles möglich – für Mitarbeiter und Kunden.

Kriegen Sie eine Rückmeldung von außen zu Ihrem Unternehmen?

Glücklicherweise ja, und zwar fast nur positive. Viel begeisterte Rückmeldungen bekommen wir zu unserem Fuhrpark und unserer Website. Die wird in Kürze noch besser und vor allem schlichter und moderner werden. Auf der Website legen wir viel Wert auf Bilder unseres Fuhrparks, um zu zeigen, dass wir tatsächlich eigene Fahrzeuge aller Größen haben. So heben wir uns von vielen Wettbewerbern ab. Wir gewinnen sehr viele neue Kunden über Mundpropaganda. Über diese Art Rückmeldung freuen wir uns besonders. Generell ist uns aber jegliche Art von Feedback willkommen, egal ob positiv oder negativ. So behalten wir ein Gefühl dafür, was unsere Kunden bewegt und wo Wachstumspotential ist.

Gibt es andere Ansatzpunkte?

Wir versuchen unsere Lkw für uns sprechen zu lassen. Ich bin viel unterwegs, und es gibt wenig wirklich schöne Lkw. Die Fahrer wissen das sehr zu schätzen. Aber auch unsere Kunden sehen, das wir wirklich Geld

in gutes Equipment und gutes Personal investieren. Wir bieten dadurch ein gutes Produkt für unsere Kunden, was sich von den meisten Wettbewerbern abhebt. Dumpingpreise bieten wir nicht, das ist nicht unser Anspruch. Wir bieten Qualität.

Spielt soziales Engagement eine Rolle?

Ja, und zwar für mich persönlich wie auch für das gesamte Team. Zu Beginn des Ukraine-Kriegs haben wir eine große Hilfsaktion gestartet und Pakete gesammelt und gepackt. Es kamen so viele Leute, die Pakete abgeben wollten, dass die Polizei kam und hier die Straße gesperrt hat, weil mehrere Hundert Fahrzeuge zu uns wollten. Es kamen sogar die Bürgermeisterin und der Stadtrat. Insgesamt haben wir so Hilfsgüter für zehn Lkw zusammenbekommen. Wir stellen regelmäßig Fahrer und/oder Fahrzeuge für den Weihnachtspäckchenkonvoi, und wir spenden an regionale Hilfsorganisationen. Dabei fragen wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wo wir in der Region als Firma sinnvoll unterstützen können. Dadurch sind wir sicher: das Geld kommt da an, wo es gebraucht wird. Wenn es darum geht Fußballtrikots für die Jugendmannschaft zu besorgen, dann machen wir das gern. Oder wir stellen eben ein Fahrzeug für den Faschingsumzug. Es ist uns wichtig, einen sozialen Beitrag zu leisten und etwas zurück zu geben. Wir sind nicht auf maximalen Profit aus. Das spricht sich herum.

Foto: xxxxxxxx