

Umdenken – jetzt!

IT-Experten gehören nach wie vor zu den am meisten umkämpften Fachkräften. Ebenso wie Ingenieure. Und Ärzte. Aber auch Optiker, Apotheker oder Verwaltungsexperten sind rar. Bedingt durch den demografischen Wandel ist der Fachkräftemarkt in vielen Branchen nahezu leer gefegt. Unternehmen buhlen um die Top-Talente auf dem Markt. Die Politik diskutiert die gezielte Rekrutierung ausländischer Fachkräfte – wie es zum Beispiel Norwegen vormacht. Doch eine Lösung ist noch nicht in Sicht. Und der deutsche Arbeitsmarkt? Der fechtet derweil weiter den War for Talents aus. Doch als Unternehmen muss man nicht tatenlos zusehen, bis die Politik eine Lösung gefunden hat. Auch steht man zahlungskräftigen Konzernen, die potenzielle Kandidaten mit monetären Anreizen locken, nicht hilflos gegenüber. Denn schon längst ist die Summe auf dem Gehaltszettel nicht mehr der einzig ausschlaggebende Punkt, der eine Stelle attraktiv oder eben unattraktiv macht. Was zählt, ist die Unternehmenskultur. Die Möglichkeit auf eine ausgeglichene Work-Life-Balance. Ein Arbeitsverhältnis, das sich mit den privaten Herausforderungen vereinen lässt und Raum bietet für flexible Bürozeiten, Home Office und Sabbaticals. Eine innovative IT-Strategie ist ebenso entscheidend wie Karrierechancen.

Vor allem Aus- und Weiterbildung ist ein schlagkräftiges Argument beim Werben um neue Talente. Wohin kann ich mich entwickeln? Welche Perspektiven bietet mir das Unternehmen? Gibt es Möglichkeiten, temporär ins Ausland zu wechseln? Employer Branding heißt demnach die Devise! Denn eine attraktive Arbeitgebermarke zählt weit mehr

als das Gehalt. Und daran können kleine und mittlere Unternehmen ebenso feilen wie große Konzerne. Denn hier geht es vor allem um Authentizität. Prof. Dr. Thomas Träger spricht in seinem Titelbeitrag ab Seite 18 von lebensphasenorientierter Personalpolitik als Schlüssel zum Erfolg. Und von der entscheidenden Rolle, die dabei dem Wissensmanagement zukommt.

Doch der demografische Wandel zwingt Unternehmen nicht nur, bestehendes Personal zu halten und neue Mitarbeiter anzuwerben. Unternehmen sind auch gefordert, das Wissen ausscheidender Mitarbeiter zu extrahieren und zu dokumentieren – um es für die neuen Mitarbeiter, die das Unternehmen dank Employer Branding hoffentlich zeitnah einstellen kann, zu bewahren. Es geht um die Wissensweitergabe. Am besten nicht erst dann, wenn eine langjährige Fachkraft kurz vor dem Ruhestand steht, sondern kontinuierlich und parallel zum Tagesgeschäft. Dass Altersbilder, die in den Köpfen der Mitarbeiter existieren, eine entscheidende Rolle für den Erfolg oder Misserfolg des Wissenstransfers spielen, erläutert Dr. Daniela Schmitz ab Seite 21.

Und damit stellt sich die Frage, ob sich die Demografiefalle nicht mit einem relativ einfachen, aber weit reichenden Mittel entschärfen lässt: Umdenken! Überholte Rollenbilder aktualisieren, Führungsstile erneuern, Unternehmenskulturen modernisieren. Damit Mitarbeiter und Unternehmen ein partnerschaftliches Verhältnis eingehen können, bei dem beide Seiten flexibel auf die Bedürfnisse des anderen reagieren.

→ Ihr Herausgeber



Oliver Lehnert