

Der Mitarbeiter – die umkämpfte Ressource

Die Personalabteilungen stehen vor großen Herausforderungen: Nach Angaben des Instituts der deutschen Wirtschaft fehlen derzeit bereits in jedem sechsten Beruf dauerhaft Fachkräfte. Und die Situation spitzt sich weiter zu. Bis zum Jahr 2030 wird die Zahl der Erwerbstätigen Schätzungen zufolge um 6,1 Millionen sinken. Die Arbeitnehmer nutzen die Gunst der Stunde und sind wechselwillig wie selten zuvor. Laut der Personalberatung Michael Page planen unglaubliche 69 Prozent, binnen zwölf Monaten einen neuen Job anzutreten. Der War vor Talents ist in vollem Gange – die die HR-Abteilungen sind gefordert, entsprechende Gegenmaßnahmen zu ergreifen. Ganz oben auf der Prioritätenliste steht das Thema Employer Branding. Mit dem Aufbau einer attraktiven Arbeitgebermarke will man zwei Fliegen mit einer Klappen schlagen: die eigenen Mitarbeiter im Unternehmen halten und neue Köpfe auf sich aufmerksam machen. Während große Konzerne längst entsprechende Strategien umgesetzt haben, tut sich vor allem der Mittelstand noch schwer bei diesem Thema. Oft fehlt es an entsprechenden zeitlichen und personellen Ressourcen. Auch der finanzielle Aspekt spielt eine Rolle. Denn der Return on Investment von Employer Branding ist oftmals schwer zu beziffern – und wenn doch, dann nur zeitversetzt. Die Frage, die sich insbesondere die Entscheider in KMU stellen, lautet folglich: Lohnt sich das wirklich? Auch für uns? Dieser Frage geht Prof. Dr. Irene López, Studiengangsleiterin für Wirtschaftspsychologie an der Cologne Business School in ihrem Artikel ab Seite 18 nach. Sie wirft die Frage auf, ob Employer Branding eher als nice-to-have angesehen werden sollte oder ein unumgängliches Must-have ist, um im War vor Talents mithalten zu können.

Um den Mitarbeiter als „umkämpfte Ressource“ geht es auch bei Christian H. Schneider ab Seite 21. Er berichtet

aus seinen Erfahrungen als Personaldienstleister und zeigt die neuesten Trends zum Thema Recruiting auf. Er plädiert unter anderem für einen cross-medialen War for Talents und für die stärkere Einbindung von ausländischen Fachkräften. Ganz im Sinne eines Diversity Managements sollten Unternehmen und Politik die Zuwanderung gleichermaßen als Herausforderung und als Chance begreifen. Zudem betont Herr Schneider die Bedeutung von älteren Mitarbeitern. An diesem Punkt setzt auch Jens Gieseler ab Seite 24 an. Er spricht sich für den verstärkten Einsatz der Generation 50plus aus – auch in Branchen, die bisher eher auf jüngere Mitarbeiter gesetzt haben. Zudem fordert er weniger Hierarchien und mehr Eigenverantwortung – und stellt dabei das mittlere Management in Frage.

Ein Thema, das immer im Trend liegt, ist die Weiterbildung. Doch auch hier gibt es Neues. So erobert zum Beispiel Video-Learning mehr und mehr die Unternehmenswelt. Zudem setzen Unternehmen im Sinne einer ganzheitlichen Mitarbeiterschulung zunehmend auf die Vermittlung von Persönlichkeitsaspekten und Menschenkenntnis statt – wie in der Vergangenheit – nur auf die Aneignung von Faktenwissen.

Übrigens: Der War for Talents und der demografische Wandel – und wie man diesen gesellschaftlichen Herausforderungen mit einem Personalmanagement 2.0 sowie Strategien aus dem Wissensmanagement begegnen kann, ist auch Thema bei den 11. Stuttgarter Wissensmanagement-Tagen, die dieses Jahr am 10. und 11. November stattfinden. Als Abonnent der Zeitschrift „wissensmanagement – Das Magazin für Führungskräfte“ erhalten Sie attraktive Rabatte und können bis zu 300 Euro gegenüber dem Normalpreis sparen! Alle Infos finden Sie unter www.wima-tage.de.

→ Ihr Herausgeber



Oliver Lehnert

Oliver Lehnert