Nr.1/Oktober 2010

MEDIA PLANET

ERFOLGSFAKTOR MENSCH

3 TIPPS

FÜR ZUFRIEDENE MITARBEITER

Die Branche zieht an Deutsche Unternehmen stellen ein

Trend Fernstudium Familie, Studium und Beruf unter einem Hut

Ausländische Fach und Führungskräfte Die Lösung für die deutsche Wirtschaft?

Regionen im Wettbewerb Den Standort zum Erfolgs-faktor machen

FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEMANGEL IN DEUTSCHLAND?

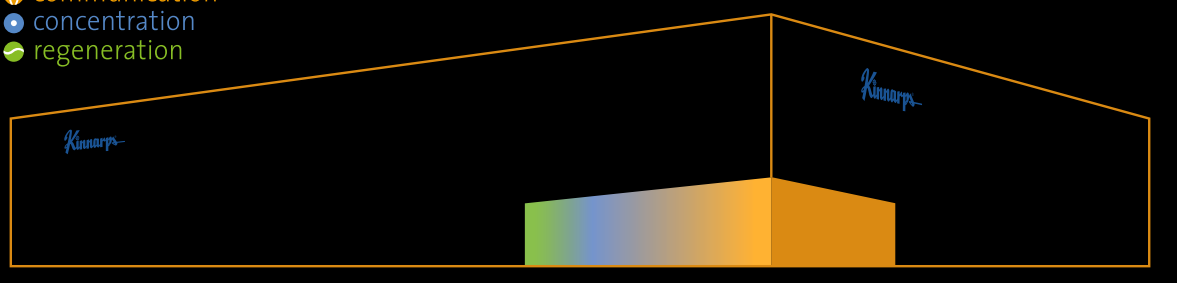
Expertenwissen: Der Markt hat viel zu bieten. Schauen Sie nur mal genauer hin!

FOTO: POLYLOOKS

ANZEIGE

Kinnarps

communication
concentration
regeneration



ORGATEC 2010
06.1
A-060
B-061
www.kinnarps.de

drabert fortschritt MARTINSTOLL MBT schärf Kinnarps MATERIA

VORWORT

Die Konjunktur in Deutschland springt an, doch es fehlen viele Fach- und Führungskräfte in den Unternehmen. Fantasie ist gefragt, um die Reserven, die der Arbeitsmarkt bietet, zu heben. Eine dieser „stillen Reserven“ sind die Frauen.

Großes Reservoir noch nicht gehoben

Den Fachkräftenachwuchs zu gewinnen und zu qualifizieren, ist die zentrale Herausforderung für jeden Wirtschaftsstandort und nicht nur für einzelne Unternehmen. Heute stehen aufgrund des eklatanten Fachkräftemangels in Deutschland nicht nur Unternehmen im Wettbewerb um gutes Personal, sondern auch Standorte und Regionen.

Auch wenn die Wirtschafts- und Finanzkrise in der bundesdeutschen Entwicklung eine heftige Delle hinterlassen hat, stehen die Zeichen jetzt, nach dem Anziehen der Konjunktur, bei Fach- und Führungskräften wieder auf Nachfrage. Schlimmer noch, regelmäßig warnen die Industrie- und Arbeitgeberverbände vor dem gravierenden Fachkräftemangel in Deutschland.

Die Diskussion um die Anwerbung ausländischer Fach- und Führungskräfte ist neu entbrannt. Wirtschaftsverbände des Mittelstandes haben errechnet, dass im schlimmsten Fall schon in fünf Jahren ein Defizit von gut einer Million Fachkräften mit Hochschulabschluss drohe, hinzu komme noch einmal eine Lücke von 1,3 Millionen Mitarbeitern mit beruflichem Abschluss. Schon heute können viele Stellen nicht besetzt werden.

„In der Arbeitswelt sehe ich manches im Umbruch. Die typische Berufsbiografie innerhalb eines Unternehmens wird es in Zukunft kaum noch geben.“

Joachim Sauer ist Geschäftsführer Personal und Arbeitsdirektor Airbus Operations GmbH und Präsident des Bundesverbands der Personalmanager

Stille Reserven haben

Deutschlands stille Reserven wurden noch nicht gehoben. Ich meine damit die Frauen. Wir könnten viel mehr Frauen beschäftigen, wenn wir in Deutschland noch stärker die Vereinbarkeit von Beruf und Familie organisieren würden. Dann hätte die Diskussion um die Anwerbung ausländischer Arbeitskräfte einen ganz anderen Charakter, diese würde sich nur auf jene Qualifikationen konzentrieren, die absolut rar sind.Dabei schiebe ich den Schwarzen Peter nicht nur der Politik zu. Vielmehr müssen die Arbeits- und Lebensbedingungen für Familien so geschaffen werden, dass es Frauen ermöglicht wird ohne ständige Sorgen um Kinderbetreuung arbeiten zu können. Das kann dann sogar so weit gehen, dass sowohl mittelständische, als auch Großbetriebe - dort, wo der Staat ausfällt - sich selbst um die entsprechenden Rahmenbedingungen, sprich Kinderbetreuungsmöglichkeiten, durch den Betrieb organisiert, kümmern.

Umbrüche akzeptieren

In der Arbeitswelt sehe ich manches im Umbruch. Die typische Berufsbiografie innerhalb eines Unternehmens wird es in Zukunft kaum noch geben. Schon jetzt vermischen sich Wohnen und Arbeiten wieder verstärkt, denn durch die Digitalisierung und durch das World Wide Web, steht der Betrieb als alleiniger Ort der Arbeit nicht mehr im Mittelpunkt.

Neue Arbeitsmöglichkeiten nutzen

Home Office, auf Projekte bezogenes Arbeiten, Interim-Management, all dies sind Formen neuen Arbeitens, die in Zukunft noch stärker zum Tragen kommen werden. Und dazu gehört ebenso ein lebenslanges Lernen, um sich auf neue Entwicklungen einzustellen.

Viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe,
Ihr Joachim Sauer

WIR EMPFEHLEN

SEITE 07

Avivah Wittenberg-Cox CEO des auf Genderthemen spezialisierten Beratungsunternehmen 20-first

„Darum können Unternehmen von einer besseren Genderbalance profitieren – und wie sie eine solche etablieren können.“

MEDIA PLANET
We make our readers succeed!

ERFOLGSFAKTOR MENSCH,
ERSTE AUSGABE, OKTOBER 2010

Print Director: Christian Züllig
Editorial Manager: Franziska Manske

Münzstraße 15, 10178 Berlin
Neuer Wall 80, 20354 Hamburg
www.mediaplanet.com

Verantwortlich für den Inhalt dieser Ausgabe, Project Manager:
Daniela Rilat
Tel: +49 (0)30 88711 29 62
Fax: +49 (0)30 8871129 37
E-Mail: daniela.rilat@mediaplanet.com

Business Development: Kerstin Wegner

Text: Frank Tetzel, Stefanie Hornung
Layout: Henriette Heinke

Vertriebspartner: Frankfurter Allgemeine
Print: Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH

Das Ziel von Mediaplanet ist, unseren Lesern qualitativ hochwertige redaktionelle Inhalte zu liefern und sie zum Handeln zu motivieren. Dadurch bieten wir unseren Inserenten eine Plattform, um Kunden zu pflegen und neue zu gewinnen.
leserservice@mediaplanet.com

ANZEIGE

ANZEIGE

www.trenkwalder.com/de

Arbeitsplätze mit Erfolg besetzen.

Als einer der führenden Personaldienstleister in Europa sind wir auch regional stark vertreten und somit nah an den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter und Kunden. Unsere Kernkompetenz ist die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage am Arbeitsmarkt. Wir finden für jeden Mitarbeiter den richtigen Arbeitsplatz und für jeden Arbeitsplatz den idealen Mitarbeiter - über Zeitarbeit oder Personalvermittlung.

TRENKWALDER IST HAUPTSPONSOR DER "ZUKUNFT PERSONAL" IN KÖLN

PODIUMSDISKUSSION “ARBEITNEHMERFREIZÜGIGKEIT: SCHLAFEN POLITIK UND WIRTSCHAFT?“

14.10., 10.15 Uhr, Halle 2.1, Forum 3

u. a. mit Helga Schwitzer, IG Metall Bundesvorstand, und Dr. Oliver Koppel, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Wir sind für Sie da:
450x in Europa - über 70x in Deutschland
Telefon (08 00) 0 23 03 30

trenkwalder

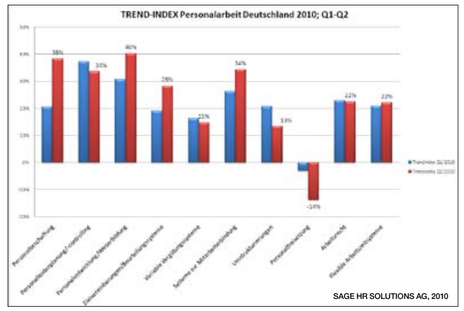
NEWS

Deutsche Unternehmen wollen wieder mehr Personal einstellen

TIPP 1 AUFSCHWUNG NUTZEN

Die Stimmungslage in der deutschen Wirtschaft ist so gut wie lange nicht mehr: Während der Ifo-Geschäftsklimaindex Ende August zum dritten Mal in Folge auf nunmehr 106,7 Punkte stieg und damit auf ein neues Jahreshoch kletterte, hat sich auch die Stimmung unter den deutschen Personalentscheidern deutlich aufgehellt. So wird für fast die Hälfte aller befragten Personal-Chefs das Thema Personalbeschaffung in den nächsten Monaten weiter an Bedeutung zunehmen. Gleichzeitig sinkt das Thema Personalfreisetzungen auf den niedrigsten Wert seit anderthalb Jahren.

Dies belegt der „Trendindex Personalarbeit", eine quartalsweise durchgeführte Umfrage unter mehr als 300 Personalentscheidern. Vergleichbar mit dem ifo-Geschäftsklimaindex berechnet und berücksichtigt die Umfrage eine aktuelle Lageeinschätzung und die Erwartung der Personaler an die Zukunft.



Personalbeschaffung liegt wieder im Trend

Laut Aussagen der befragten Unternehmen bekommt das Thema Personalbeschaffung wieder mehr Gewicht: Der Index-Wert zur aktuellen Lage verzeichnete den größten Zuwachs aller abgefragten Themen und stieg um rund 15 Prozentpunkte, womit das Thema nun erstmals mit 5,7 Prozent im positiven Index-Bereich liegt: Mehr als zwei Drittel der befragten Firmen (73 Prozent) messen dem Thema eine hohe bis mittlere Bedeutung zu. Nur für ein Viertel der Unternehmen (27 Prozent) besitzt das Thema aktuell eine niedrige Priorität.

Schaut man auf die Prognosen für die nächsten sechs Monate, so nimmt der Bereich der Personalbeschaffung perspektivisch sogar noch an Wichtigkeit zu. Während 2009 der Indexwert durchweg im Negativbereich des Trend-Index lag, stieg er im April 2010 erstmals auf einen positiven Wert. Dieser Trend hat sich mit der neuen Befragung nun weiter verfestigt: So halten 42 Prozent der Befragten das Thema für wichtiger als zuvor, für 54 Prozent der Unternehmen bleibt es gleich wichtig und nur noch vier Prozent der Personal-Chefs halten den Bereich der Personalbeschaffung für weniger wichtig. Damit steigt auch der Gesamt-Trendindex beim Thema Personalbeschaffung um rund 18 Prozentpunkte auf 38 Prozent und ist in den kommenden Monaten der Bereich mit der zweitgrößten Bedeutung, knapp hinter der Personalentwicklung und Weiterbildung.

Personalkostenplanung bleibt wichtigstes Thema

Personalkostenplanung und -controlling sind ein hohes Anliegen der Personal-Chefs. Gegenüber der letzten Umfrage hat der Themenbereich mit 4,5 Prozentpunkten sogar hinzu gewonnen. Aufgrund der negativen Erfahrungen in der Finanz- und Wirtschaftskrise scheint ein vorsichtiges Kostenmanagement immer noch eine hohe Priorität unter den Personalern zu besitzen.

Fachkräftemangel wird wieder Thema – Auszubildende stärker gefragt

Trotz des Krisenjahres 2009 hat der Fachkräftemangel nichts an seiner Brisanz verloren. Insgesamt bestätigen mehr als zwei Drittel der Personalentscheider in Deutschland (63 Prozent), dass es zunehmend schwieriger würde, qualifizierte Mitarbeiter zu finden und zu halten. 16 Prozent sagen sogar, es sei heute fast unmöglich, qualifizierte Bewerber zu finden. Rund 20 Prozent der Befragten verspüren dagegen bisher keinerlei Auswirkungen. Einem drohenden Fachkräftemangel würden dabei nur fünf Prozent der Befragten durch Rekrutierung von Fachpersonal aus dem Ausland entgegenwirken. Vielmehr wollen die deutschen Unternehmen (61 Prozent) in die eigene Ausbildung und Bindung von Fachkräften investieren und sich auch stärker bei Ausbildungsstätten engagieren (20 Prozent).

Dazu passt, dass mehr als zwei Drittel der befragten Unternehmen in diesem Jahr auch wieder in die Ausbildung jüngerer Arbeitnehmer investieren. Über die Hälfte der Befragten gab aktuell an, in diesem Jahr gleich viele Auszubildende wie im nächsten Ausbildungsjahr einzustellen. Fast jedes siebte Unternehmen will sogar mehr Auszubildende einstellen und noch einmal über neun Prozent der Befragten, die aktuell keine Auszubildende beschäftigen, werden in diesem Jahr Auszubildende einstellen. Lediglich jeweils zehn Prozent der befragten Firmen verkündete, keine bzw. weniger Azubis einstellen zu wollen.

Quelle und Anforderung der Studienergebnisse unter:
www.sage.de/trendindex

FRANK TETZEL
redaktion.de@mediaplanet.com

4

TIPPS, WIE SIE IHRE MITARBEITER MOTIVIEREN

Mit einer angenehmen Arbeitsatmosphäre erhöhen Sie Mitarbeiterzufriedenheit und Motivation. Hier bieten sich folgende Ansatzpunkte an:

1 Beziehen Sie die Beschäftigten in die Entscheidungsprozesse ihrer Arbeitsbereiche ein. Steigende Verantwortung motiviert. Bessere Leistungen sind die Folge. Beschäftigte fühlen sich ernst genommen. Das Selbstwertgefühl steigt.

2 Auch ein Dankeschön ist mit keinerlei Ausgaben verbunden. Damit erkennen Sie Leistungen an. Das ist nicht nur höflich, sondern wirkt sich ebenfalls motivierend aus.

3 Flexiblere Arbeitszeiten bieten dem Mitarbeiter Freiräume und Möglichkeiten, Arbeit und Privatleben besser zu koordinieren. Das ist sowohl für Familien mit Kindern als auch für die Freizeitgestaltung von Vorteil und steigert die Zufriedenheit.

4 Betriebliches Vorschlagswesen zur Ermittlung von Sparpotenzialen und Produktivitätssteigerung ist insbesondere in wirtschaftlich schlechten Zeiten von Nutzen. Die damit verbundenen Prämien amortisieren sich in der Regel schnell.

Fazit:
Geschickt umgesetzt, verursacht Mitarbeitermotivation keine Kosten und bringt dem Unternehmen unter dem Strich nur Vorteile. Offene Kommunikation, verbunden mit umfassender Information sowie ein gutes Arbeitsklima werden ihre Wirkung zeigen.

ANZEIGE

UNTER EINEM HUT: Fernuniversitäten bieten gute Möglichkeiten neben der Arbeit zu studieren

Studieren und seinen Beruf ausüben? Im heutigen hektischen Betrieb der bundesdeutschen Universitäten scheint das kaum möglich, gäbe es mit der FernUniversität in Hagen nicht ein Modell, das sich exakt auf die besonderen Bedürfnisse dieser Zielgruppen eingestellt hat.

In nur 35 Jahren hat sich die einzige staatliche deutschsprachige Fernuniversität weltweit, gemessen an der Zahl ihrer Studierenden, an die Spitze der Universitäten in der Bundesrepublik gesetzt. Schon als der damalige NRW-Wissenschaftsminister und spätere Bundespräsident Johannes Rau Anfang der siebziger Jahre die Gründung der FernUniversität Hagen vorantrieb, hatte er vor allem Berufstätige im Auge, die sich weiterqualifizieren wollten. Viele konnten dies aufgrund beruflicher oder familiärer Einbindung jedoch nicht, denn die Präsenzuniversitäten schrieben und schreiben Anwesenheiten bei Vorlesungen und Seminaren vor, so dass für Berufstätige Weiterbildung und Qualifikation in Eigeninitiative kaum möglich ist.

Die FernUni Hagen verbindet seither die akademische Ausbildung mit der Möglichkeit, weiter berufstätig zu sein. Viele der rund 70.000 Studierenden haben bereits ein erstes Studium abgeschlossen oder ergänzen ihre berufliche Ausbildung. Andere nutzen die Elternzeit, um sich weiterzubilden oder frisches Wissen aufzunehmen. Dabei kann man sich an der FernUniversität Hagen für die weltweit anerkannten Abschlüsse Master und Bachelor einschreiben. Auch Promotions- und Habilitationsmöglichkeiten bietet sie.

Immer stärker werden neue Medien und das Internet für die Vermittlung von Wissen genutzt. Prüfungen erfolgen mündlich und schriftlich, großenteils auch weit entfernt von Hagen, dafür nah am Wohnort der Studierenden. Im Ausland werden dafür sogar Botschaften und Goethe-Institute genutzt, in Deutschland und in einigen europäischen Ländern stehen hierfür Regional- und Studienzentren der FernUniversität zur Verfügung. Nicht einmal für die mündlichen Prüfungen muss man dank Videokonferenztechnik weit nach Hagen fahren.

Für das Studium gibt es große zeitliche Freiräume, schließlich ist die Vereinbarkeit von Beruf und Studium erklärtes Ziel der FernUniversität: „Das Teilzeitstudium," so Susanne Bossemeyer von der FernUniHagen, "bietet die Möglichkeit, seine individuelle Lerngeschwindigkeit zu finden". Dabei sei es durchaus auch einmal möglich, für ein Semester auszusteigen, weil es die familiäre oder berufliche Situation verlange.

Die große Flexibilität der FernUniversität ermöglicht es auch Interessierten ohne Abitur, sich die Tür zu einem Universitätsstudium in Hagen zu öffnen. Die Möglichkeit, fast das ganze Jahr über mit einem Studium zu starten, steht ebenfalls hierfür.

Während früher und auch heute noch die Post einen Großteil der Studienbriefe transportiert, wird das Internet immer wichtiger für das FernUni-Studium. So können die Studierenden in einem virtuellen Studienplatz auf ihre Veranstaltungen und Übungen zugreifen. Er ermöglicht ihnen die umfassende Kommunikation mit anderen Studierenden und Lehrenden, die Belegung von Kursen und vieles mehr. Die Studierenden können also zuhause arbeiten, auf dem Weg zur Arbeit in der Bahn lesen, auf Dienstreisen Aufgaben lösen. Zum Erfolgskonzept „Blended Learning" der FernUniversität gehört eben die Kombination zahlreicher „traditioneller" mit elektronischen Medien und Präsenzstudieneinheiten, persönliche und technikgestützte Kommunikation und vor allem maximale Flexibilität in jeder Hinsicht.

Eine der von den Studierenden besonders gelobten Besonderheiten des Hagener Studiensystems ist die individualisierte Betreuung, sei es in Hagen, sei es durch fachlich bestens qualifizierte Mentorinnen und Mentoren in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Mittel- und Osteuropa.

Bei dieser Betreuung spielt das gerade weiter entwickelte Netz der Regional- und Studienzentren eine ganz große Rolle. 13 Regionalzentren koordinieren in der ganzen Bundesrepublik die Arbeit der Studienzentren.

FAKTEN

Gründung 1974 in Hagen, Nordrhein-Westfalen Studierende; ca. 70.000, davon rund 54.000 in Universitätsstudiengängen; Mitarbeiter ca. 1.000

Fakultäten:
- Fakultät für Kultur- und Sozialwissenschaften: ca. 23.600 Studierende
- Fakultät für Mathematik und Informatik: ca. 11.800 Studierende
- Fakultät für Wirtschaftswissenschaft: ca. 25.000 Studierende
- Rechtswissenschaftliche Fakultät: ca. 9.000 Studierende

Bachelorstudiengänge
Bildungswissenschaft, Kulturwissenschaften mit Fachschwerpunkt Geschichte, Literaturwissenschaft, Philosophie Politik- und Verwaltungswissenschaft, Psychologie, Informatik, Mathematik, Rechtswissenschaft - Bachelor of Laws Wirtschaftswissenschaften und Wirtschaftsinformatik

Masterstudiengänge
Bildung und Medien – eEducation, Europäische Moderne - Geschichte und Literatur Governance, Philosophie - Philosophie im europäischen Kontext, Soziologie - Individualisierung und Sozialstruktur, Elektrotechnik und Informationstechnik, Computer Science Informatik, Mathematik, Rechtswissenschaft, Wirtschaftswissenschaft
Volkswirtschaftslehre

Weiterbildende Masterstudiengänge
Weiterbildende Studien und Kurse
Akademiestudium

Kontakt:
FernUniversität in Hagen
58084 Hagen
Tel.: 02331 – 987 2444
e-Mail: info@fernuni-hagen.de
Web: www.fernuni-hagen.de

ANZEIGE

NEWS

TIPP 2 FRAUEN AN DIE MACHT

Ausländische Fach- und Führungskräfte sind unverzichtbar. Deutsche Unternehmen brauchen Internationalität für Wettbewerbsfähigkeit.

TREND 2011: AUSLÄNDISCHE FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE

Deutschland hat in der globalisierten Welt einen wichtigen Rang als Exportnation. Ein Großteil deutscher Produkte geht ins Ausland. Trotzdem, so Frank Schabel vom Personaldienstleister Hays AG, tun sich Unternehmen schwer mit der Rekrutierung ausländischen Personals.

Dabei gebe es innerhalb der Europäischen Union Freizügigkeit. Meist seien es aber vor allem kulturelle Unterschiede und Grenzen, die deutsche Unternehmen davon abhielten, ausländische Fachkräfte einzustellen.

Andere Kulturen integrieren

Interkulturelle Kompetenz ist das Schlagwort. Wenn die Unternehmen diese nicht entwickeln, werden sie zukünftig im globalen Wettbewerb an Schlagkraft verlieren. Jedes Land und damit jeder potentielle Markt verfügt über eigene Kulturen, vor allem in Bezug auf geschäftliche Beziehungen und Herangehensweisen.

So ist gerade für die „Global Player", aber auch für so manch einen der „Hidden Champions" die Rekrutierung von Mitarbeitern aus anderen Ländern geradezu ein „Muss" um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

Kosten und Aufwand lohnen sich.

Interkulturelle Sichtweisen bereichern das Unternehmen, sie sind nicht nur in der Produktentwicklung oder im Marketing für die Zielmärkte wichtig, sondern sie bringen traditionell neue Perspektiven und Ansätze. Deutsche Unternehmen, die sich in den Bereichen Investmentbanking oder auch Pharma bewegen, setzen mit großem Erfolg auf gemischte, internationale Teams.

Während die deutschen Global Player strategisch an die Entwicklung ausländischer Fach- und Führungskräfte gehen, besetzen die mittelständischen Unternehmen eher nach Bedarf Positionen mit ausländischen Fach- und Führungskräften. Ein Fokus bildet hier übrigens Osteuropa.

Stille Reservoirs ausnutzen

Grundsätzlich werden jedoch von fast allen Beteiligten im Markt die bürokratischen Hürden bei der Anwerbung von ausländischen Fachkräften bemängelt. Viele der exzellent ausgebildeten Ausländer machen einen großen Bogen um Deutschland. Das liegt zum einen daran, so Frank Schabel, dass wir uns im Gegensatz zu Frankreich oder Großbritannien nicht als Einwanderungsland fühlen. Zum anderen liegt das an Vorschriften, dass etwa das jährliche Einkommen einer Non-EU-Fachkraft bei mindestens 64.000 Euro liegen muss, damit von den deutschen Behörden eine Arbeitsgenehmigung erteilt wird. Bei einem einheimischen Hochschulabsolventen im naturwissenschaftlich-technischen Bereich liegt das Einstiegsgehalt dagegen eher unter 40.000 Euro im Jahr. Und noch ein stilles Reservoir ausländischer Fachkräfte könnte man ausschöpfen: Unter den in Deutschland lebenden Migranten gibt es einer Umfrage zufolge ein hohes Bildungs- und Ausbildungsniveau. Meist liegt dies brach, weil der russische Arzt eher Taxi fährt und die serbische Krankenschwester putzen geht. Durch diese im Fachjargon genannte „skill underutilization" gehen in Deutschland viele Fähigkeiten verloren.

Frank Schabel
Marketingleiter der Hays AG in Mannheim

FRANK TETZEL
redaktion.de@mediaplanet.com

IM GESPRÄCH
Mediaplanet unterhielt sich mit Avivah Wittenberg-Cox und erfuhr spannendes
PHOTO: PRIVAT

„Frauen wollen keine Führungsverantwortung übernehmen. Aber wen interessiert das?"

Avivah Wittenberg-Cox ist CEO des auf Genderthemen spezialisierten Beratungsunternehmens 20-first. Die in Frankreich lebende Genderexpertin, die neben der französischen auch die kanadische und die schweizer Staatsangehörigkeit besitzt, beschreibt in ihren Vorträgen und Büchern, warum Unternehmen von einer besseren Genderbalance profitieren – und wie sie eine solche etablieren können.

Frau Wittenberg-Cox, immer mehr Unternehmen versuchen, Frauen in führende Positionen zu bringen – über Quoten oder andere Instrumente. Inwieweit profitieren sie von weiblichen Führungskräften?

Wir leben im 21. Jahrhundert, in dem 60 Prozent der Hochschulabsolventen Frauen sind. Unternehmen können einen so großen Prozentsatz des Talentepools nicht ignorieren. Frauen fällen zudem 80 Prozent der Kaufentscheidungen. Wenn Sie 60 Prozent der Talente und 80 Prozent der Kunden ignorieren, wird Ihr Unternehmen nicht auf eine gesunde Zukunft zusteuern. Daher ist es keine große Überraschung, dass Arbeitgeber dieses Thema aufgreifen. Überraschend ist, dass sie so lange gewartet haben.

Die Deutsche Telekom hat als erstes DAX-30-Unternehmen eine Frauenquote eingeführt, die auch für ihre Tochter T-Mobile Austria gilt. Sind Quoten gute Instrumente für eine Genderbalance?

Die Deutsche Telekom sagt, dass 30 Prozent der Führungspositionen für Frauen bestimmt sein sollten. Natürlich kann man diskutieren, warum sie sich für 30 Prozent entschieden haben. Aber grundsätzlich werden Unternehmen über Zahlen geführt. Wenn sie keine Zahlen vorgeben, erhalten sie keine Resultate. Ich würde allerdings keine Frauenquote, sondern eine „Genderbalance-Quote" empfehlen. Anstatt einer Frauenquote von 30 Prozent, könnten Arbeitgeber anstreben, auf jeder Hierarchieebene mindestens 30 Prozent Frauen und 30 Prozent Männer zu beschäftigen. Dann wäre die Quote genderneutral, Frauen und Männer könnten sie besser akzeptieren und sie würde Männer in Zukunft schützen.

Sie befürworten demnach eine Quote als Instrument der Genderbalance?

Es ist viel besser, wenn Unternehmen sich selbst Ziele setzen, als wenn die Regierung diese Quoten vorgibt, was derzeit in vielen Ländern geschieht.

Eine Quote ist nur ein Instrument für die Genderbalance. Welche weiteren empfehlen Sie?

Die Quote zwingt Manager dazu, Frauen und Männer anzuwerben, zu halten und zu fördern. Damit das gelingt, müssen Unternehmen ihre Prozesse, Managementstile und Kulturen verändern. Indem sie sich Ziele stecken, lernen sie, was sie dafür benötigen, diese zu erreichen. Das bringt Veränderungen mit sich - und die meisten haben damit zu tun, wie Manager managen.

Können Sie diese Veränderungen an einem Beispiel erläutern?

Die meisten Unternehmen identifizieren Führungskräfte im Alter zwischen 30 und 35 Jahren. Damit wollen sie Frauen nicht bewusst diskriminieren. Aber sie können keinen schlimmeren Zeitraum wählen als jenen, in dem die meisten Hochschulabsolventinnen, die im Beruf stehen und Kinder möchten, mit der Familienplanung beginnen. Systemimmanente Regeln wie diese sind oft unbewusst, bis Unternehmen versuchen, Frauen zu fördern. Dann realisieren sie, dass ihre Regeln im 20. Jahrhundert gemacht wurden - für Männer, deren Frauen zu Hause blieben und sich um den Alltag kümmerten.

Das Bemühen um mehr Genderbalance könnte daran scheitern, dass Frauen keine Führungsverantwortung übernehmen wollen. Oder ist das nur ein Klischee?

Nein, das stimmt. Frauen wollen keine Führungsverantwortung übernehmen. Aber wen interessiert das? Geht es darum, was Frauen wollen oder was Unternehmen brauchen? Unternehmen brauchen Genderbalance, denn sie ist gut für Gewinne, Kunden und Talente. Wenn Frauen in Unternehmen, wie sie jetzt sind, keine Führungspositionen übernehmen wollen, müssen sich die Organisationen ändern. Außerdem: Wer hat jemals nachgewiesen, dass nur Menschen, die Macht wollen, am besten geeignet sind, diese auszuüben? Unternehmen befördern zurzeit nur diejenigen, die befördert werden wollen. Und Frauen - es stimmt insgesamt - wollen wahrgenommen werden, aber nicht dabei, ihre Karriere zu pushen. Heißt das, man kann sie nicht befördern? Nein. Wir kennen Unternehmen, in denen Frauen Karriere machen und sich gut entwickeln. Manager müssen eben lernen, Leute zu befördern, die nicht darum bitten, auch wenn sie sich dabei intellektuell umstellen müssen.

! Veranstaltungstipp
„Why & How Women Mean Business: A Walk around Womenomics". Vortrag von Avivah Wittenberg-Cox auf der Zukunft Personal in Köln, 13. Oktober 2010, 14.30-15.30 Uhr, Forum 8, Halle 3.2.

STEFANIE HORNUNG
redaktion.de@mediaplanet.com

ANZEIGE

EUROPEAN EXECUTIVE MBA:
HOW TO APPROACH YOUR CAREER GOAL

We enable high-potential managers to acquire the skills they will need to handle major international responsibilities.

Take advantage of our extra-occupational executive programme, which drives your International Management understanding to a new level and accompanies you towards your career goals. If you are a manager who would like to complete an intensive course of business studies on an international level, with great networking opportunities and with a high practice orientation, we look forward to meeting you.

To start you can also choose our General Management Programme.
For further information see our website:
escpeurope.de/exec

For an individual meeting, please contact:
Timo Runge
mba@escpeurope.de
T + 49 (30) 32 007 179

Our next Information Session will take place at the Berlin Campus on Saturday, November 6th, 2010 at 1:45 pm.
www.escpeurope/openday

Apply until December 1st for the European Executive MBA and our GMP Programme 2011.

PS: Only 1% of the world's business schools are triple accredited and have earned the 'Triple Crown': ESCP Europe is one of them.

EQUIS ACCREDITED · AACSB · Accredited by Association of MBAs

ESCP EUROPE
PARIS LONDON BERLIN MADRID TORINO | BUSINESS SCHOOL

ANZEIGE

sma social media akademie

Gefahrenzone Culture Clash:
HR und Management in Bedrängnis?

Wie bauen Sie eine starke Arbeitgebermarke auf und binden High Potentials an Ihr Unternehmen?

Wirkungsvolle Rekrutierungsstrategien und zukunftssichernde HR-Kommunikation mit Social Media!

Employerbranding – eRecruiting – Personalentwicklung 2.0 …

Online-Lehrgang: Personalmanagement 2.0
START: 22.11.2010

Wie erreichen Sie Innovations- und Wettbewerbsvorsprung durch intelligente Social-Media-Nutzung?

Interne Vernetzung – Wissensorganisation – Intranet 2.0 …

Online-Lehrgang: Enterprise 2.0
START: 23.11.2010

JETZT ONLINE ANMELDEN

! Top-Dozenten, modernste Video-Technik, exklusives Netzwerk!

www.socialmediaakademie.de

TIPP 3 JOBS IM WWW FINDEN

INSPIRATION

Online Jobbörsen boomen. Wie hoch ist der Nutzwert?

Die Suche nach geeigneten Fach- und Führungskräften ist für Personalchefs immer schwieriger geworden, weil immer weniger Menschen dem Arbeitsmarkt zur Verfügung stehen. In einigen Bereichen, wie beispielsweise in vielen technischen Berufen, ist der Mangel dramatisch. So verwundert es nicht, dass die Personalbranche inzwischen sogar kriegerische Ausdrücke benutzt, um an das geeignete Personal zu kommen. „War for Talent" ist zur feststehenden Redewendung geworden. Ein Hilfsmittel zur Rekruitierung von Personal sind Online-Jobbörsen. Gerhard Kenk, Profi im Bereich Research bei online-Jobbörsen, stand dieser Mediaplanet - Ausgabe Rede und Antwort.

GERHARD KENK ist das Urgestein der Jobbörsen-Szene und Gründer der Informationsplattform Crosswater-Systems.com FOTO: PRIVAT

Herr Kenk, wie nützlich sind Online-Jobbörsen?
Um mit einem Missverständnis aufzuräumen: Online-Jobbörsen schaffen keine zusätzlichen Kandidaten, verbessern aber die Erreichbarkeit der Kandidaten durch eine höhere Transparenz des Recruiting-Markts, in dem man in ihnen etwa auf Bewerberdatenbanken zurückgreifen kann. Durch die große Vielfalt an Jobbörsen und der Kandidatenansprache, müssen Personalverantwortliche und Recruiter inzwischen viele Kanäle benutzen. Wir sprechen inzwischen von Recruiting-Channels.

Sie sprachen selbst von einer großen Anzahl von Jobbörsen, wie kann man da noch den Überblick behalten?
Seit einigen Jahren befragen wir Nutzer von Jobbörsen über ihre Erfahrungen. Bis jetzt haben wir 10.300 Nutzer qualitativ befragen können. Stellensuchende sind mit dem Funktions- und Informationsumfang der Jobbörsen weitgehend zufrieden, der durchschnittliche Zufriedenheitsgrad liegt für die Top-30 Jobbörsen und Jobsuchmaschinen bei 1.86 (auf einer Bewertungsskala von 1 für „sehr gut" bis 4 für „überhaupt nicht zufrieden"

Also: Online-Jobbörsen sind das ideale Suchinstrument für eine neue Herausforderung?
Weniger gut schneidet in der Umfrage die Suchqualität beziehungsweise die Treffergenauigkeit in den Augen der Stellensuchenden ab. Hier liegt der Zufriedenheitsgrad der Top-30 Jobbörsen und Jobsuchmaschinen lediglich bei 2.06 . Auffallend ist ebenfalls, dass Stellensuchende mit Jobsuchmaschinen tendenziell eher zufrieden sind als mit Jobbörsen.

Verlassen sich die Jobsuchenden allein auf ein Angebot?
Nein, auf keinen Fall. Ein weiteres, wichtiges Ergebnis der Jobbörsen-Umfrage zeigt sich bei der Mehrfachnutzung von Jobbörsen. Umfrage-Teilnehmer wurden gefragt, wie viele Jobbörsen bei ihrer Stellensuche gleichzeitig genutzt werden. Die Auswertung zeigt, dass 67.7 Prozent der Stellensuchenden bis zu vier Jobbörsen gleichzeitig nutzen, knapp 92 Prozent nutzten sogar bis zu sechs Jobbörsen gleichzeitig, um sicherzustellen, dass sie keine interessanten Karriere-Chancen verpassen.

Was bedeutet das für Personalchefs?
Für Arbeitgeber ist es offensichtlich, dass die Publikation von Stellenangeboten in einer einzigen Jobbörse geringe Chancen bietet, geeignete Kandidaten anzusprechen. Vielmehr müssen sich Personaler bei der Medienplanung und Schaltung von Anzeigen auf die Notwendigkeit der Mehrfachnutzung einstellen und konsequent eine Multi-Channel-Strategie benutzen.

FRANK TETZEL
redaktion.de@mediaplanet.com

FAKTEN

Von wegen „Altes Eisen": Seniorexperten sind zunehmend gefragt. Während die gemeinnützige SES-Stiftung Senioren vor allem ins Ausland vermittelt, wo sie projektweise kleineren und mittleren Unternehmen helfen, gibt es in Deutschland eine ganze Reihe von Institutionen, die Experten für hiesige Unternehmen vermitteln. Die Idee ist einfach: zum einen soll gesammelte Erfahrung an junge Leute weitergegeben werden und so Wissen erhalten bleiben, zum anderen sollen so Menschen, die sich noch lange nicht als Rentner empfinden, im beruflichen Alltag gehalten werden. In Deutschland helfen die Senior Experten oder Berater kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU). Da sie überwiegend aus einem Managementbereich kommen, können sie aufgrund ihrer Erfahrung auch als „Teilzeit-Führungskräfte" bei der Unternehmenssicherung eingesetzt werden. Das Leitmotiv aller Seniorexperten ist die Hilfe zur Selbsthilfe. Bei den örtlichen Handwerkskammern oder bei den Industrie- und Handelskammern kann man sich über die Seniorexperten in der Region informieren.

ONLINE-JOBBÖRSEN

Es gibt inzwischen eine unübersichtliche Zahl an Jobbörsen im Internet. Umso wichtiger ist es für Fach- und Führungskräfte, die sich auf Arbeitssuche befinden, das richtige Umfeld zu finden. Häufig haben einschlägige Fachtitel eine angeschlossene Jobbörse. So können Medien- und Marketingleute etwa auf den elektronischen Stellenteil der Fachzeitschriften Horizont oder w&v zurückgreifen.

Für viele andere Branchen existieren im Netz ähnliche Angebote. Wichtig ist unter anderem darauf zu achten, dass die eingestellten Angebote möglichst aktuell sind. Anbieter wie Stepstone, Stellenmarkt, Monster und Jobscout24 sprechen überwiegend Fach- und Führungskräfte an. Stellenmarkt hat dabei im IT und Engineering-Bereich einen Schwerpunkt, bietet aber für alle möglichen Berufsgruppen Stellenangebote an. Stepstones Zielgruppen befinden sich unter anderem im Finanz- und Personalwesen, der Pharma- und Biotechbranche und dem IT & Telekommunikationsbereich. Experteer hat sich auf Führungskräfte über 60.000 Euro Jahresgehalt spezialisiert.

Besonders umfangreich, wenn auch nicht unumstritten, ist das Angebot der Arbeitsagentur, da sie für jeden Beruf vom Aushilfskellner bis zum Zoowärter Angebote hat. Bei der Nutzung von Jobbörsen sollte man darauf achten, dass man die Bewerbung direkt mitschicken kann. Bei der überwiegenden Zahl der Anbieter funktioniert dies ohne Probleme.

Ferner sollte man darauf achten, dass ein Suchagent für die Wunschstelle mit angeboten wird, der automatisiert interessante Stellenanzeigen auf den eigenen e-mail-Account sendet.

Viele Jobbörsen haben sich in den letzten Jahren zu Portalen oder gar Kompetenzcentern entwickelt, in dem man zahlreiche Tipps für Bewerbungen, Gehaltsverhandlungen etc. erhalten kann. In diesem Zusammenhang bieten viele Anbieter auch die Möglichkeit an persönliche Profile zu hinterlegen, um nicht immer erneut, Lebenslauf, Bilder oder Zeugnisse hochladen zu müssen.

Ob man das eigene Profil auf einer Jobbörse eingeben will, ist jedem selbst überlassen, wichtig wäre nur darauf zu achten, dass die Daten anonymisiert bleiben. Wer möchte schon, dass seine Arbeitszeugnisse oder sein Wechselwunsch frei im Internet kursieren oder dass der Chef wohlmöglich vom Wechselwunsch seiner Mitarbeiter erfährt?

Kommunikation - Konzentration - Regeneration

Der optimale Arbeitsplatz: Wie der Lebensraum Büro Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeiter steigert, weiß der Geschäftsführer des Marketing und Vertriebs bei der Kinnarps Samas GmbH.

Möglichst viel Büro auf möglichst kleiner Fläche und trotzdem zufriedene, motivierte Mitarbeiter: vor dieser Herausforderung stehen viele Unternehmen, wenn es um die Einrichtungsplanung geht. Die räumliche Situation hat einen maßgeblichen Einfluss auf das Wohlbefinden und damit die Leistungskraft der Menschen. Im klassischen Großraumbüro dagegen, oft favorisiert wegen geringer Flächenkosten, fühlen sich die Mitarbeiter vor allem durch Lärm gestört und in ihrer Produktivität eingeschränkt. Inzwischen gibt es Einrichtungslösungen, die ein positives Arbeitsklima auch bei optimaler Raumnutzung schaffen. Hierbei spielt die Akustikplanung eine entscheidende Rolle.

Hohe Lautstärkenpegel vermeiden

Lärm ermüdet und verursacht Stress. Dabei hat sich heraus gestellt, dass vor allem die menschliche Stimme ablenkt. Akustiklösungen, die eine individuelle schalltechnische Ausstattung pro Arbeitsplatz beinhalten, ermöglichen den Mitarbeitern konzentriertes Arbeiten. Dabei variieren die Anforderungen je nach Raumsituation und Arbeitsaufgabe. Handelt es sich um ein Einzelarbeitsplatz oder ein Großraumbüro? Muss der Mitarbeiter sich häufig mit Kollegen abstimmen, telefoniert er viel oder arbeitet er meist für sich?

Akustiklabore nutzen

Bürositiuationen können inzwischen in aufwändig eingerichteten Akustiklaboren, unabhängig davon ob es sich im ein Einzel- oder einen Gruppenraum handelt, nachempfunden werden. Durch die Analyse der Akustik können die Einrichtungsplaner nun individuell regelbare Möbelsysteme, wie zum Beispiel Stellwände, die den Schall dämpfen und seine Ausbreitung lenken, anordnen. Sie können auch mit Stoffen in unterschiedlichen Farben bespannt werden, um das Wohlbefinden der Mitarbeiter zu steigern oder mit Rollladenschränken und beschreibbares Whiteboards versehen werden und übernehmen dann gleichzeitig eine Funktion als Stauraum oder Infotool.

Innovative Möbel, wie z. B. ein Tisch mit einer schalldämmenden Oberfläche, tragen ebenso dazu bei, den Geräuschpegel um bis zu 50 Prozent zu reduzieren.

Bürokonzept für Kellogg

Wie wichtig diese Büroraumlösungen inzwischen sind, unterstreicht die Einrichtung des neuen Verwaltungsgebäudes von Kellogg in Bremen. Hier entwarfen die Einrichtungsplaner zum Beispiel ein zusätzliches Frontelement aus Plexiglas am Schreibtisch, das jedem Mitarbeiter ein Stück Privatsphäre und Schallschutz ermöglicht. Als Bürokonzept entschied Kellogg sich für eine Mischform aus Großraumbereichen und Einzelbüros sowie diversen Besprechungsbereichen. Für kürzere interne Meetings entstanden im Großraumbereich sogenannte „Think Tanks". Sie sind durch transparente Glaswände vom Rest des Büros abgetrennt und helfen so, den Geräuschpegel zu senken.

NEWS

POTENZIAL WIRD NICHT AUSGENUTZT

Repräsentative Marktstichprobe zeigt: Es gibt Potenzial für, Ingenieur- und Personaldienstleister gerade bei Mittelständischen Unternehmen

Nach welchen Kriterien wählen mittelständische Unternehmen ihre Dienstleister aus? Für welche Leistungen werden Ingenieur- und Personaldienstleister beauftragt? Diesen und weiteren Fragen ging eine repräsentative Marktstichprobe nach, in der im Sommer 2010 mehr als 130 deutsche Mittelständler befragt wurden. Die Unternehmen mit 20 bis 1.000 Mitarbeitern kamen durchweg aus technischen Branchen wie Maschinenbau, Elektro- und Energietechnik, Automobilindustrie sowie IT und Telekommunikation.

Grundsätzlich offenbart die Studie eine Diskrepanz zwischen Unternehmen, die schon mit Ingenieur- und Personaldienstleistern zusammengearbeitet haben und solchen, die noch keine Partner beauftragt hatten. Die Unternehmen ohne Erfahrungen – etwa die Hälfte der Befragten – befürchten hohe Kosten, fehlende interne Betriebskenntnis und mangelnde Identifikation der externen Mitarbeiter mit dem Kundenunternehmen. Ein anderes Bild zeichnen die Antworten der Unternehmen, die bereits mit einem Dienstleister zusammenarbeiten. Auch bei ihnen ist das Kostenbewusstsein ausgeprägt, im Vordergrund stehen jedoch die Vorteile: die flexible Bewältigung von Auftragsspitzen sowie das Know-how, das die externen Spezialisten in die Betriebe einbringen. Jedes zweite befragte Unternehmen hat also schon Ingenieur- und Personaldienstleister beauftragt – allerdings nur in begrenztem Umfang und in erster Linie zur Überbrückung personeller Engpässe.

Ob erfahren oder nicht: Ein Großteil der Studienteilnehmer teilt die Wertschätzung für die Flexibilität und das Fachwissen der Ingenieur- und Personaldienstleister. Darüber hinaus gaben mehr als die Hälfte an, dass ihre wichtigsten Ziele für die nächsten zwei Jahre die Behauptung der eigenen Marktposition, der Ausbau der Marktanteile sowie die Entwicklung neuer Technologien seien. Dass trotz der Anerkennung der Expertise der Dienstleister die Möglichkeit einer strategischen Zusammenarbeit zum Erreichen der genannten unternehmerischen Ziele nicht in vollem Maße genutzt wird, lässt folgende Rückschlüsse zu: Die Mentalität des „Selbermachens" ist unter Mittelständlern nach wie vor stark verbreitet. Das Wissen um das Potenzial von Ingenieur- und Personaldienstleistern für die Steigerung der Wirtschaftlichkeit gerade von mittelständischen Unternehmen hingegen kaum. Eine fundierte Aufklärung kann also dafür sorgen, dass Mittelständler gerade vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels vermehrt auf externe Expertise setzen.

Personalsuche wird mobil:

Der Kampf, um die besten Köpfe hat längst begonnen und ist inzwischen auch ins world wide web eingezogen. E-Recruiting heißt das Zauberwort und besteht nicht nur darin, ein elektronisches Formular mit seinem Lebenslauf zu füllen und an den potentiellen Arbeitgeber zu versenden. Neben dem elektronischen Bewerbermanagement, das heute durch aufwändige Softwarelösungen abgewickelt werden kann, geht es im immer enger werdenden Personalmarkt der qualifizierten Fach- und Führungskräfte darum, wie man potentielle Kandidaten am besten erreicht.

Carsten Franke von der milch & zucker AG in Bad Nauheim, einem HR Marketing und Software Unternehmen, geht aber schon einen Schritt weiter, im Rahmen des e-Recruiting seien bei vielen Arbeitgebern inzwischen sogar mobile Recruiting Lösungen angesagt: sie erreichen potentielle Jobkandidaten auf ihren Smartphones in dem sie entsprechende Apps zu Verfügung stellen. Carsten Franke: „Gerade die mobile Generation, die neue Zeitfenster erschließt, wenn sie auf Flughäfen oder Bahnstationen wartet, wird mit derartigen Lösungen angesprochen. Sie haben nicht viel Zeit, sind aber möglicherweise an einem Jobwechsel interessiert. Jobangebote, Vorstellungstermine oder Hinweise auf Websites werden aber auch via e-Mail an Interessenten versendet. Um von den Unternehmen oder von Jobbörsen erreicht werden zu können, müssen sich die Bewerber vorher, zum Beispiel mit Ihrer Handynummer bei den Jobanbietern registrieren."
Vor allem beim Recruiting jüngerer Bewerber kommen diese Dienste zum Einsatz, da die Personaler davon ausgehen, dass die Zielgruppe eher online als auf klassischem Weg erreicht werden kann. Eine wichtige Rolle spielen dabei Social Media.
Der Bereich des Social Media nimmt bei der Anwerbung von Personal inzwischen eine wichtige Funktion ein. So betreiben viele Großunternehmen inzwischen Facebook Fanpages, um sich dort den Zielgruppen als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren.

Eine Untersuchung in Personalabteilungen zum e-Recruiting ergab, dass 62 Prozent aller Befragten die beschleunigte Reaktionszeit und die bessere Erreichbarkeit bei der Nutzung von elektronischen Medien besonders schätzen. Außerdem erhoffen sich 30 Prozent der Experten eine Senkung des administrativen Aufwands und des Papierverbrauchs. Kostenersparnis hingegen wird in der aktuellen Umfrage von nur 13 Prozent als Vorteil genannt.

„E-Recruiting ist ein Hilfsmittel zur Gewinnung von Personal," resümiert Carsten Franke. Am Ende stehe aber immer das persönliche Gespräch mit dem Kandidaten. Heute müsse man - aufgrund von Fachkräfte und Nachwuchsmangel eben dort Bewerber aufsuchen, wo sie sich normalerweise aufhalten. Und dies sei nun einmal im Netz oder unterwegs.

FOTO: POLYLOOKS

FOTO: POLYLOOKS

PROFESSIONELLER EINBLICK

Nicht nur Unternehmen müssen um Fachkräfte kämpfen, sondern auch Regionen. Zunehmend werden gut ausgebildete Menschen zum Standortfaktor und sind ein Grund zu Unternehmensansiedlungen.

Fachkräfte sind Standortfaktor

So rüsten auch regionale Wirtschaftsverantwortliche Programme nach, um Fachkräfte in der Region zu binden. Vor allem in Ostdeutschland ist dies nicht einfach. Zahlreiche Städte, vor allem in Mecklenburg-Vorpommern oder in Brandenburg, leiden unter dem Fortzug junger Menschen. Vor allem gut ausgebildete Frauen sehen ihre Chancen häufig außerhalb der Heimat. Viele Betriebe zwischen Kap Arkona und Zwickau haben jetzt schon enorme Schwierigkeiten, Auszubildende zu bekommen.

„Der wirtschaftliche Erfolg Jenas ist kein perpetuum mobile."

Erfolgsstory Jena

Es gibt aber Ausnahmen. Die thüringische Stadt Jena schreibt eine Erfolgsstory. Auch wenn Professor Michael Behr von der Friedrich Schiller Universität warnt: „Die Fachkräfte sind Jenas Achillesferse. Spätestens nach dem Abflauen der Wirtschaftskrise wird sich dies deutlich zeigen. Die demographische Entwicklung mag dabei auf die Arbeitslosenstatistik positiv wirken, für die Unternehmen erschwert sie die Situation." Doch die Stadt hat an vielen Stellen vorgesorgt. So hat man schon sehr frühzeitig ein Netzwerk geschaffen, in dem sich die Wirtschaftsunternehmen, die Stadt, Schulen, Ausbildungsstätten, die Universität und die Fachhochschule vernetzt haben.

Zudem besitzen Unternehmen wie Carl-Zeiss, Jenoptik, Schott, Analytik Jena, Biolitec und CyBio oder Intershops eine hohe Leuchtturmfunktion, um entsprechende Fachkräfte, entweder in der Region zu binden oder sogar neue Fach- und Führungskräfte anzuwerben.

Wirtschaftsförderungsgesellschaft genutzt

Um an verlässliches Datenmaterial zu kommen, führte die JenaWirtschaft, die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Stadt, in Zusammenarbeit mit dem OptoNet e.V. eine gemeinsame Untersuchung zum Thema Fachkräfte durch. JenaWirtschaft Geschäftsführer Wilfried Röpke: „Wir müssen – trotz Krise – alles tun, um Fachkräfte in Jena zu halten, damit wir fit sind für den Aufschwung. Rund 88 Prozent der Jenaer Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes stimmten dieser Aussage voll und ganz zu. „Der wirtschaftliche Erfolg Jenas ist kein perpetuum mobile. Unsere Studie zeigt klar und deutlich, dass die ansässigen Unternehmen bestimmte Voraussetzungen benötigen, um als Technologie- und Marktführer bestehen zu können. Die richtigen Fachkräfte sind eine ganz wichtige Bedingung für die Innnovationskraft und den geschäftlichen Erfolg der Jenaer Unternehmen", so Wilfried Roepke. Mit einigen pragmatischen Beispielen gehen die Jenaer dieses Thema an: So haben sie einen ganz besonderen Fachkräfteservice etabliert: Schon während der Bewerbung bei einem Unternehmen in der Stadt wird der Kandidat an die Hand genommen und ihm die Stadt mit ihrer Infrastruktur gezeigt. Weitere Module wie ein Relocation Service oder ein Welcome-Service, bei dem beispielsweise ausländische Fach-und Führungskräfte durch das Behördendickicht der Stadt geführt werden, gehören ebenso zum Angebot dieses Programms.

FRANK TETZEL
redaktion.de@mediaplanet.com

STANDORTMARKETING

Standortmarketing beschränkt sich heute nicht nur auf die Fragen, welche Straßen-, Bahn – oder Flugverbindungen eine Region aufweisen kann.

Familienfreundlichkeit von Regionen

Eine immer wichtiger werdende Komponente ist die Familienfreundlichkeit von Regionen. Im Wettbewerb um Investoren, Unternehmen und Fach- und Führungskräfte ist zunehmend auch eine bessere Lebensqualität entscheidend. Die Kommunen profitieren bereits heute von einem attraktiven und positiven Image der Gesamtregion.

Kompetenzprofile entwickeln

Zudem ist es wichtig für die Regionen sogenannte Kompetenzprofile zu entwickeln, die an Stärken ansetzt und über deren Ausbau man zu imagebildenden Alleinstellungsmerkmalen kommen kann.

Investitionen in Bildung

Nach wie vor ist die Investition in Bildung ein geeignetes Mittel sowohl Nachwuchs, als auch Fach- und Führungskräfte anzuziehen. Denn vor allem dort, wo Fachhochschulen und Universitäten entstehen, siedeln sich im Umfeld auch entsprechend attraktive Unternehmen an.

Wenn daraus dann entsprechende Branchencluster entwickelt werde, etwa Photvoltaik-Regionen, Biotech-Regionen, Pharma-Regionen oder Automotiv-Regionen ist das Ziel eines guten Standortes mit hoher Attraktivität für hochgebildetes und spezialisiertes Personal, das eine hohe Wertschöpfung erbringen kann, erreicht.

FOTO: ART-KON-TOR

INSPIRATION

BÜROAUSSTATTUNG

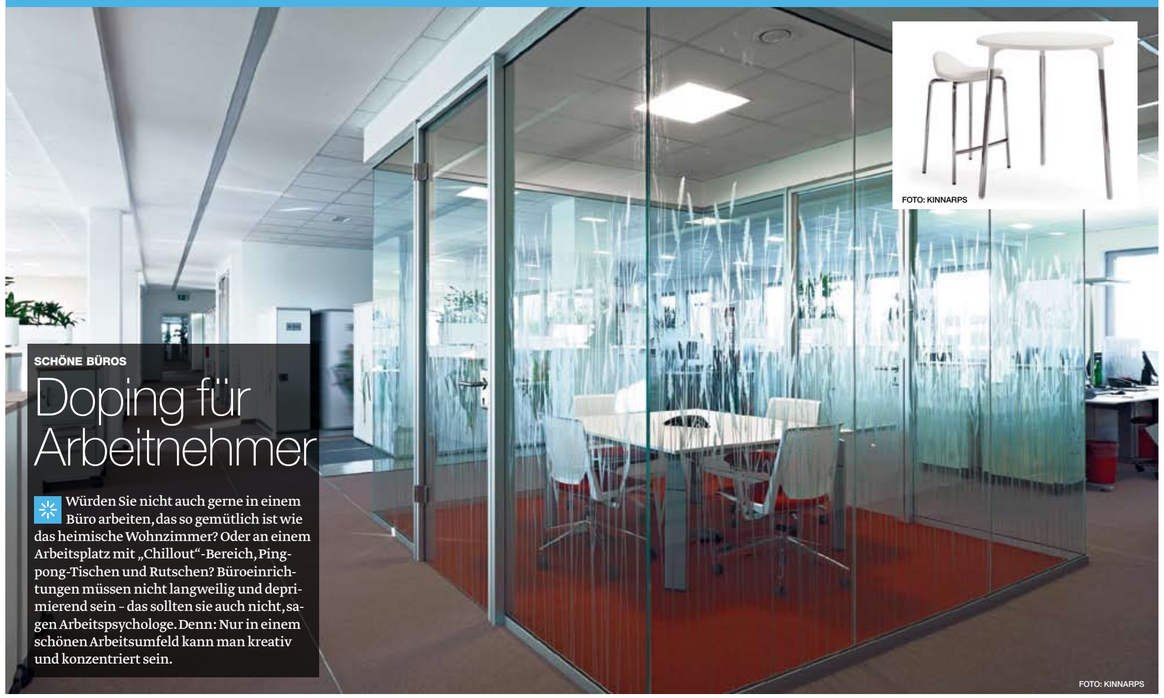


FOTO: KINNARPS

SCHÖNE BÜROS

Doping für Arbeitnehmer

Würden Sie nicht auch gerne in einem Büro arbeiten, das so gemütlich ist wie das heimische Wohnzimmer? Oder an einem Arbeitsplatz mit „Chillout"-Bereich, Ping-pong-Tischen und Rutschen? Büroeinrichtungen müssen nicht langweilig und deprimierend sein – das sollten sie auch nicht, sagen Arbeitspsychologe. Denn: Nur in einem schönen Arbeitsumfeld kann man kreativ und konzentriert sein.

ANZEIGE

BRUNEL GMBH – DER MENSCH IM MITTELPUNKT

Seit 15 Jahren bietet der Projektpartner in Deutschland Ingenieur- und Personaldienstleistungen

Die Brunel GmbH, ein internationaler Projektpartner für Technik und Management, zählt zu den führenden Ingenieur- und Personaldienstleistern Deutschlands. Hauptsitz der börsennotierten Muttergesellschaft Brunel International N.V. ist Amsterdam. Sie ist an 90 Standorten in 34 Ländern aktiv. So auch seit 1995 in Deutschland: Mit 33 Standorten sind wir bundesweit immer in der Nähe unserer Kunden – ein wichtiger Faktor für den Erfolg unserer Arbeit, in deren Mittelpunkt stets der Mensch steht. Denn unser Arbeitsmodell basiert auf hochqualifizierten Mitarbeitern, die für unsere Kunden komplexe Aufgaben entlang der gesamten Prozesskette lösen. Dabei bringen sie ihre Kompetenz über mehrere Monate oder sogar Jahre in die Teams der Unternehmen ein und unterstützen sie von der Entwicklung und Konstruktion über die Verifikation, das Prototyping und Testing bis hin zum Management Support in allen Bereichen. Das Leistungsspektrum geht dabei über die rein technische Umsetzung hinaus. Denn es umfasst auch Aufgaben im Controlling, in der Dokumentation, im Qualitäts- und Projektmanagement sowie Tätigkeiten im kaufmännischen und administrativen Bereich.

Bei Brunel arbeiten Ingenieure, Techniker, Informatiker und Kaufleute, die sich schnell auf neue Anforderungen einstellen können. Sie schätzen die berufliche Vielfalt, die die Tätigkeit bei einem Ingenieur- und Personaldienstleister mit sich bringt. Von dieser Einstellung profitieren unsere Kunden ebenso wie von der Flexibilität, die wir ihnen durch unsere Arbeitsweise ermöglichen. Denn qualifizierte Mitarbeiter zu finden, ist eine Herausforderung für Unternehmen jeder Größenordnung. Für Mittelständler wie für Konzerne stellt der Ausgleich personeller Engpässe unter Zeitdruck eine Aufgabe dar, die Erfahrung und Know-how erfordert. Gleiches gilt für die langfristig geplante Einbindung externer Kapazitäten: Hier ist eine durchdachte Herangehensweise entscheidend, um den Einsatz spezialisierter Expertise zielgerichtete für die Entwicklung und Umsetzung von Innovationen zu nutzen. Schließlich ist es von großer Relevanz, inhaltlich wie menschlich passgenaue Mitarbeiter zu finden. Mit einem Netzwerk aus deutschlandweit 2.000 und weltweit 8.000 Spezialisten leistet Brunel diese Arbeit zuverlässig, effektiv und versiert. Doch die Chancen dieser Dienstleistung wird nicht überall erkannt: Eine von uns beauftragte Studie ergab, dass mittelständische Unternehmen den Fachkräftemangel zwar beklagen, die Potenziale flexibler Arbeitsmodelle jedoch nicht ausreichend kennen und nutzen. Mit unserer Initiative für den Mittelstand kommen wir ihrem Informationsbedarf nach.

Neben der Projektunterstützung im eigenen Hause bieten wir branchenübergreifend auch die Umsetzung ganzer Projekte oder Teilprojekte. Denn die Prüf-, Test- und Entwicklungseinrichtungen Brunel Transport & Energy, Brunel Communications und die Brunel Car Synergies GmbH sind hochspezialisiert, verfügen über das nötige Equipment und Fachwissen. Brunel Communications mit Sitz in Hildesheim führt als Entwicklungszentrum für Embedded Systems beispielsweise die Entwicklung, Ausführung und Dokumentation von Modultests, Integrationstests sowie System- und Funktionstests durch. Zudem entwickeln die Spezialisten Netzelemente und Managementsysteme für Telekommunikationsnetze. Die Brunel Car Synergies GmbH ist ein Entwicklungspartner und Systemdienstleister für die Fahrzeug- und Verkehrstechnik. In Bochum werden unter anderem Umweltsimulationen an Hardware- und Elektronikkomponenten sowie Schwingungs- und Schockprüfungen durchgeführt. Zunehmend werden die Testverfahren auch auf Bauteile aus der Windenergie angewendet. 2010 wurde in Rostock Brunel Transport & Energy eröffnet. Die Experten setzen Projekte für die Branchen Anlagenbau, maritime und Offshore-Industrie sowie Stahlbau um. Dazu zählt die Entwicklung von Gründungsstrukturen für WEA- und Umspannplattformen oder die Integration von Antriebs- und Systemtechnik in Bohr- oder Produktionsplattformen.

Das Unternehmen

Die Brunel GmbH ist ein internationaler Projektpartner für Technik und Management an 33 Standorten in Deutschland. Rund 2.000 hoch qualifizierte Mitarbeiter lösen komplexe Aufgaben entlang der gesamten Prozesskette, von der Entwicklung über Konstruktion, Verifikation, Prototyping und Testing bis hin zum Management Support. Das Leistungsspektrum geht dabei über die rein technische Umsetzung hinaus und umfasst auch Aufgaben im Qualitäts- und Projektmanagement, im Controlling, in der Dokumentation und Tätigkeiten im kaufmännischen, administrativen Bereich. Mit der nötigen Infrastruktur übernimmt Brunel in seinen eigenen Prüf-, Test- und Entwicklungseinrichtungen auch Projekte oder Teilprojekte. Die börsennotierte Muttergesellschaft Brunel International N.V. ist mit mehr als 8.000 Mitarbeitern an 90 Standorten in 34 Ländern aktiv.
Auch 2010 trägt die Brunel GmbH den Titel „Top-Arbeitgeber für Ingenieure". Diese Auszeichnung wird jährlich vom international tätigen CRF-Institute verliehen.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an
Brunel GmbH, Marketing & Kommunikation,
Maren Winter, Airport City,
Hermann-Köhl-Str. 1, 28199 Bremen,
Tel.: 0421/1 69 41-10, Fax: 0421/1 69 41-17,
E-Mail: presse@brunel.de

Brunel

Unser Geschenk zum Abitur: Baden-Württemberg.

Deutschlands erfolgreichster Hochschulstandort freut sich auf die neuen Studienanfänger.

Auto, Weltreise, ein Sparbuch von der Erbtante – alles ganz nett. Doch wer zwei Drittel seines Lebens die Schulbank gedrückt hat, der hat das Beste verdient: ein Studium in Baden-Württemberg. Schließlich befinden sich vier von deutschlandweit neun Elite-Universitäten und fünf der zehn besten Fachhochschulen bei uns. Und nirgendwo sonst in Deutschland kommen auf eine Lehrkraft weniger Studierende. Dass Ihr Professor einmal keine Zeit für Sie hat, kann trotzdem hin und wieder vorkommen: Wissenschaftspreise holen sich nicht von selbst ab. Das hohe Ausbildungs- und Forschungsniveau hat sich herumgesprochen – unsere Absolventen sind auf dem Arbeitsmarkt hoch begehrt. Wundern Sie sich also nicht, wenn Sie auf dem Campus von Fremden angesprochen werden; es könnten Personalchefs renommierter Unternehmen sein. Am besten machen Sie sich selbst ein Bild von Ihren Studienmöglichkeiten. Dazu haben wir die Seite www.studieninfo-bw.de eingerichtet, auf der Sie unter anderem einen hilfreichen Orientierungstest finden. Und was Ihr Abiturgeschenk sonst noch zu bieten hat, erfahren Sie unter www.baden-wuerttemberg.de

Baden-Württemberg

Wir können alles. Außer Hochdeutsch.