



Solche Arbeitsplätze machen keine Lust auf neue Arbeitgeber, Bildhinweis Pixabay cco Lizenz

Neue Kräfte braucht das Land

Arbeitskräfte sind rar und werden noch viel rarer werden. Imagebildung ist ein Mittel, um auf sich aufmerksam zu machen.

Früher war aber mehr Lametta

Dieser Satz von Lorient lässt sich in vielen Bereichen anwenden; früher war einfach alles besser. Kunden kamen um zu kaufen und mussten nicht umworben werden, die Luft war noch sauber – wobei man da weit zurückgehen muss – und der Schreibtisch hat sich unter der Last der Bewerbungen gebogen. Heute muss hart um Kunden gekämpft werden, für die Luftreinhaltung gibt es Auflagen und der Stapel der Bewerbungen ist verschwunden.

Mehr gut ausgebildete Arbeitskräfte

Die Verluste an Arbeitsplätzen, die uns von Schwarzmalern der Digitalisierung angedroht werden, sind bei der Erfindung des mechanischen Webstuhls und den darauffolgenden Industrierevolutionen schon einmal angekündigt worden. Sie stimmen auch alle, vergessen aber die mehr als Millionen, die gleichzeitig neu entstanden sind. Alle diese Industrie Stufen zeigen, wie wichtig Qualifizierung ist und welche Möglichkeiten sich auftun, wenn man gut ausgebildet ist. So schön es ist, dass wir viele neue Menschen ins Land bekommen haben, so groß ist die Herausforderung, diese entsprechend zu qualifizieren um sie in den Arbeitsmarkt zu integrieren. Das unterscheidet die heutigen Zuwanderer von den Ruhrpolen Ende des 19. Jahrhunderts, den Gastarbeitern Anfang der 60er Jahre und den Flüchtlingen aus dem ehemaligen Jugoslawien in den 90er Jahren.

Neue Wege zur Mitarbeiter Bindung

Unternehmen müssen sich heute intensiver um neue Mitarbeiter kümmern, als das früher der Fall gewesen ist. Wer glaubt, dies über Auszubildende realisieren zu können, wird feststellen, dass auch dieser Markt stark geschrumpft ist. Es wird immer wichtiger, als attraktiver Arbeitsgeber zu gelten, um Abwerbeversuchen der eigenen Mitarbeiter von anderen Unternehmen entgegenwirken zu können und um neue Mitarbeiter zu interessieren. Die soziale Verantwortung eines Unternehmens, kurz CSR genannt, hat sich heute dadurch auf neue Bereiche ausgedehnt. Neben sozialen Projekten, wie sie von Krombacher mit der Regenwald-Aktion bekannt geworden ist, kommen jetzt die Bereiche Personal, Produktion und Umfeld hinzu. Soziale Verantwortung bedeutet hier, dass Mitarbeiter sich im Unternehmen entfalten können, dass die Unternehmensabläufe nachhaltig organisiert sind und der Betrieb von seinem regionalen Umfeld als verantwortungsbewusst anerkannt ist.

Nur wissen muss man es

Unternehmen, die so gut aufgestellt sind, stehen dann noch von einer weiteren Hürde. Es nützt nichts, ein „gutes“ Unternehmen zu sein, wenn niemand über den eigenen Dunstkreis hinaus davon Kenntnis nehmen kann. So wie ein gutes Produkt erst durch Marketing erfolgreich wird, wird auch ein guter Arbeitgeber erst durch Öffentlichkeitsarbeit bei potentiellen Mitarbeitern bekannt. Allerdings sind die Marketingregeln bei Kunden und Mitarbeitern heute gleich. Es geht um zielgerichtete Ansprache mit wenig Werbeeffekten und viel Inhalt. Dazu die Ansprache über die Kanäle, die die Zielgruppe zur Informationsbeschaffung nutzt. Was sich stark unterscheidet ist der Inhalt der Botschaft: Während für Kunden eher über Produktvorteile und Nutzen informiert wird, steht bei der Werbung um Mitarbeiter eher die Entwicklungsmöglichkeit im Unternehmen, die Nachhaltigkeit der Produktion, die Freude am Arbeitsplatz im Vordergrund.

Flexibilität und Perspektive ist auch für Unternehmen im ländlichen Raum ein interessanter Aspekt der Mitarbeiter Gewinnung. Junge Menschen können durch die Digitalisierung Arbeitgeber im ländlichen Raum mit dem Abenteuer einer Metropole zum Beispiel durch Home-Office verbinden. Entwickeln sich daraus junge Familien, bietet dann der gleiche Arbeitgeber auf dem Land ein günstiges und gesundes Wohnumfeld. Man darf also gespannt sein, wie sich der Personalmarkt weiter entwickeln wird und wie Unternehmen dieser Aufgabe angehen werden.