



Abstract

Hella Hagen,
von Rundstedt HR Partners,
Partnerin

Die Demografie verändert den Arbeitsmarkt: Employer Branding - das Wort der Zukunft

So wie sich Unworte eines Jahres herausbilden (im Jahr 2007. „Herdprämie“), so entstehen auch neue positive Schlagworte, z. B. das Wort Employer Branding (oder auch employer of choice, employability etc.). Es steht beispielhaft für einen demnächst zu erwartenden Paradigmenwechsel in der Wirtschaft. Unternehmen müssen wieder interessant für ihre Mitarbeiter bzw. für zu rekrutierendes Personal werden.

Sowohl die Entwicklung als auch die Bindung von Mitarbeitern werden immer wichtiger, beeinflusst durch die Demographie! Geburtenzahlen sinken, die Menschen werden immer älter, müssen immer länger arbeiten, werden länger gebraucht. Innovative Unternehmen haben das bereits erkannt, der Wettlauf um die besten Köpfe hat verstärkt begonnen. Sie setzen auf Employer Branding und bieten Anreize für Arbeitnehmer. Eine gute Investition, denn mehr als 30 Prozent des Unternehmenserfolgs werden durch die Unternehmenskultur beeinflusst.

Diversity ist hier das neue Schlagwort: Über die Wertschätzung aller Mitarbeiter wird die Wertschöpfung für das Unternehmen erreicht. „Diversity does not only make business sense. It is a business must“ (Dr. Dieter Zetsche) Employer branding muss sich dieses Themas annehmen.

Wertschätzung findet sich wieder in einem Umdenken gegenüber „älteren Mitarbeitern“ (in manchen Branchen zählt man bereits mit 40 zur Gruppe der „älteren Mitarbeiter“). In Zukunft wird es darauf ankommen, die Arbeitskraft bis ins hohe Alter zu erhalten durch berufsbegleitende Weiterbildung – begleitet von einem Massnahmenbündel zur Gesunderhaltung, zur Steigerung der körperlichen und geistigen Leistungsfähigkeit und des subjektiven Wohlbefindens. In Zukunft wird es auch wieder vermehrt Stellenangebote mit der Überschrift „Mitarbeiter 55+ gesucht“ geben.

Wertschätzung findet sich ebenso wieder in frauenspezifischen Angeboten, im Umgang mit Migranten und in verstärkten Investitionen in die Ausbildung. Die Besten gewinnen und nachhaltig begeistern ist die Devise!