



EMPLOYEE BRANDING

Berufsanfänger: Wertewandel findet statt

In den letzten Jahren hat in der Generation der heutigen Studenten und Absolventen ein Wertewandel stattgefunden. Dies belegt eine vom VAA initiierte und gemeinsam mit dem Zentrum für Sozialforschung Halle (zsh) erstellte Studie zum Employee Branding. Das Resultat: Auf eine ausgeglichene Work-Life-Balance kommt es an. Im Vergleich zu gestandenen Führungskräften haben sich beim Führungskräftenachwuchs die Prioritäten für ein gelungenes Arbeitsleben deutlich verschoben. Gleichzeitig steigen die Erwartungen an Flexibilität und Selbstbestimmung.

Unter dem Schlagwort „Türen öffnen sich – Aspekte der Arbeitgeberwahl“ hat das Zentrum für Sozialforschung Halle (zsh) wissenschaftlich untersucht, was Berufseinsteiger bewegt und welche Kriterien ihnen bei der Wahl ihrer potenziellen beziehungsweise aktuellen Arbeitgeber besonders wichtig sind. Dabei haben die an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg angesiedelten Sozialwissenschaftler über 600 Studenten und Absolventen im VAA befragt. Schwerpunkte der Untersuchung waren Fragen nach dem idealen Ar-

beitsplatz, dem optimalen Start ins Berufsleben, den Entwicklungsperspektiven im Unternehmen, den Konditionen des Arbeitsvertrages, verschiedenen Standortfaktoren sowie den Lebensprioritäten der jungen Arbeitnehmergeneration.

Das Ergebnis der Studie ist durchaus überraschend, vergleicht man es mit den Vorstellungen der älteren Arbeitnehmergenerationen. Denn zu den wichtigsten Kriterien bei der Arbeitsplatzsuche gehören für Berufsanfänger nicht etwa das Einkommen

oder das Image eines Unternehmens, sondern vielmehr die Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben, ein angenehmes Arbeitsklima sowie die Perspektive beruflicher Entwicklungsmöglichkeiten. Demnach zeichnet sich eine deutliche Abkehr von materiellen Argumenten wie Vergütung oder Dienstwagen ab – ehemalige Statussymbole werden von Erwartungen familiärer Unterstützung durch den Arbeitgeber abgelöst. Der zsh-Untersuchung zufolge sticht die Trumpfkarte einer optimalen Vernetzung von Wohn-, Lebens- und Arbeitssituation weit mehr.

Bei der Arbeitsplatzsuche rücken für Berufsanfänger Kriterien wie die Vereinbarkeit von Arbeits- und Privatleben, ein angenehmes Arbeitsklima sowie die Perspektive beruflicher Entwicklungsmöglichkeiten in den Vordergrund. Foto: BASF

Recruiting: Kinderbetreuung als Köder

Mittlerweile beginnen die Unternehmen, sich den Vorstellungen ihres Fach- und Führungskräftenachwuchses allmählich anzupassen. Auch große Konzerne, die sich nicht über einen Bewerbermangel beklagen können, wissen um die Bedeutung des stattfindenden Wertewandels für die unternehmensinterne Demografie. Daher rücken Möglichkeiten zur Kinderbetreuung oder eine flexiblere Arbeitszeitgestaltung beim Thema Employee beziehungsweise Employer Branding immer mehr in den Vordergrund und dienen als wichtige Recruitinginstrumente. Bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) lässt sich zunehmend ein Kooperationsansatz beobachten: KMU schließen sich an ihren Standorten zusammen und bündeln ihre Kompetenzen, um jungen Mitarbeitern ein familiengerechtes Arbeitsleben zu ermöglichen. Gemeinsam werden Betreuungsmöglichkeiten organisiert und eingerichtet.

So ist zum Beispiel am Chemiestandort Bitterfeld-Wolfen ein Servicebüro für Unternehmen und Arbeitnehmer eingerichtet worden, das Maßnahmen zur Kinderbetreuung koordiniert und Unterstützung beim Umgang mit Behörden und Dienstleistern am Standort gewährt. Gleiches gilt im Übrigen für Wohnungssuche, Gesundheitsprophylaxe oder Freizeitgestaltung. Auch hier bietet das Servicebüro – ein gemeinsam mit den in Bitterfeld-Wolfen und Leuna ansässigen Betrieben, der kommunalen Verwaltung sowie dem zsh konzipiertes Modellprojekt – Hilfe an. Auf diese Weise wird die Attraktivität dieser Standorte gesteigert, die nach dem Ende der DDR teilweise komplett abgewickelt und dramatischen Restrukturierungen unterzogen wurden. Neue Lösungen werden direkt in der betrieblichen Praxis erprobt und Entwicklungsressourcen der Chemiestandorte genutzt. Insbesondere am Verbundvorhaben beteiligt sind dabei KMU, die aus eigener Kraft kaum die nötigen Maßnahmen

zum Aufbau einer modernen, familienfreundlichen Arbeits- und Lebensinfrastruktur beisteuern können. Wohnsituation, Verkehrsanbindung und Kinderbetreuung werden immer mehr zu knallharten Standortfaktoren im Wettbewerb der Arbeitgeber um den Führungskräftenachwuchs.

Arbeitsverhältnis 2.0: flexibel, Vollzeit, unbefristet

Für die Teilnehmer der zsh-Studie steht Familienfreundlichkeit an der Spitze der Erwartungen an die Arbeitgeber. Kriterien wie die Möglichkeit der eigenen Arbeitsorganisation, Teamarbeit und ein breitgefächertes Tätigkeitsfeld stehen ebenfalls im Fokus. Bei der Frage nach der idealen Arbeitszeitorganisation spricht sich die Mehrheit der Befragten für flexible Arbeitszeiten bei einer unbefristeten Vollzeitbeschäftigung aus, allerdings möglichst ohne Wochenendarbeit. Neben einer ausgeglichenen Work-Life-Balance legen die VAA-Studenten und -Absolventen bei der Unternehmenswahl viel Wert auf die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Image, Größe und Bekanntheitsgrad des Arbeitgebers spielen dagegen eine untergeordnete Rolle.

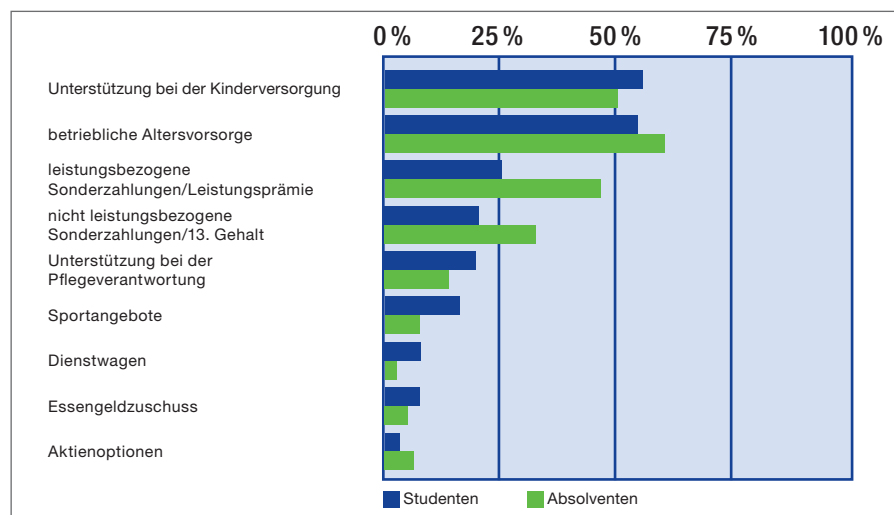
Es ist offensichtlich, dass sich bei jungen Akademikern nicht allein das Verhältnis zur Arbeit, sondern auch die Lebensprioritäten verändert haben. So bewertet die Mehrzahl der Studienteilnehmer die Aspekte Familie und Freunde sowie Gesundheit als besonders wichtig im Leben. Erst an dritter Stelle – und

mit deutlichem Abstand – stehen Erfolg und Karriere, gefolgt von Freizeit und Erholung sowie Selbstverwirklichung.

Demografie: Gute Ausgangslage für Berufsanfänger

Häufig bringen junge Menschen ihren eigenen, bereits gefestigten Wertekanon in die Unternehmen ein. Im Umkehrschluss setzen sie bei ihren künftigen Arbeitgebern die Einhaltung ethischer Mindeststandards voraus. Dabei sind sie in einer guten Verhandlungsposition, da die demografische Entwicklung ihnen in die Hände spielt. So belegt beispielsweise die Studie der europäischen Chemie-Sozialpartner von 2011, dass in den kommenden Jahrzehnten der demografische Wandel in der chemischen Industrie besonders durchschlagen wird (zum freien Download unter www.demographicsinchemistry.eu).

Der Wertewandel bedeutet allerdings nicht, dass Berufsanfängern materielle Leistungen nicht mehr wichtig sind. Vielmehr wird ein angemessenes und leistungsorientiertes Einkommen vorausgesetzt. Absolventen sind sich der im Vergleich zu anderen Industriezweigen überdurchschnittlichen Verdienstmöglichkeiten bewusst. Eine Tatsache bleibt jedoch, dass andere Aspekte viel stärker in den Vordergrund rücken als bisher. Für die Unternehmen bedeutet dies: Um neue Mitarbeiter gewinnen und an die Unternehmen binden zu können, müssen die Bedingungen für die Work-Life-Balance verbessert beziehungsweise geschaffen werden.



Quelle: zsh

VORSTELLUNG DER ZSH-STUDIE

„Vereinbarkeit von Familie und Beruf ermöglichen!“

Bei der Arbeitgeberwahl orientiert sich der Führungskräftenachwuchs vor allem an weichen Faktoren: An vorderster Stelle steht die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Karriere. Das ist eines der zentralen Ergebnisse der vom VAA initiierten Studie zu Employee Branding und zugleich der Hauptpunkt der erstmaligen Präsentation der Studie gegenüber der Öffentlichkeit. In Potsdam diskutierten auf Einladung des Brandenburger Arbeitsministeriums Personalleiter von zahlreichen Firmen der chemischen Industrie in Ostdeutschland mit Staatssekretär Prof. Dr. Wolfgang Schröder und Dr. Thomas Fischer, 1. Vorsitzender des VAA, über die Schlussfolgerungen, die Politik und Wirtschaft aus der Befragung von über 600 Studenten und Absolventen ziehen können.

Das Potenzial der Erwerbspersonen werde in Brandenburg nach aktuellen Prognosen im Zeitraum bis zum Jahr 2030 um rund 30 Prozent schrumpfen, verdeutlichte Schröder die Dramatik des demografischen Wandels auf dem Arbeitsmarkt. Es gelte daher, den regionalen Arbeitsmarkt zu stärken. Die Unternehmen stünden vor gewaltigen Herausforderungen. Allein könnten sie allerdings „an der Nahtstelle des Zyklus des Überflusses zum Zyklus des Personalmangels“ nicht bestehen.

Es bedürfe einer Reform der Unternehmensstrukturen, der öffentlichen Infrastruktur von Kinderbetreuungseinrichtungen, Bildungsangeboten und des Gesundheitswesens und einer neuen Kooperationsstruktur zwischen Unternehmen und Politik, fasste Schröder zusammen. Dabei betonte er, dass das erkennbare Bedürfnis nach dem unbefristeten Normalarbeitsverhältnis als Voraussetzung der Innovationsfähigkeit unbedingt ernst genommen werden müsse. Für nicht unbedenklich hält er in einer modernen, offenen Gesellschaft die erkennbare schwindende Bereitschaft zur Mobilität. „Das könnten auch Anzeichen einer saturierten Gesellschaft sein“, so Schröder.

In zahlreichen Beiträgen der Personalleiter wurde deutlich: Selbst bei gegebener Umzugsbereitschaft der gesuchten Führungskräfte können diese immer öfter dennoch nicht angestellt werden, weil der ebenfalls berufstätige Partner vor allem in



Der VAA-Vorsitzende Dr. Thomas Fischer und Staatssekretär Prof. Dr. Wolfgang Schröder (im Bild rechts) stellen bei einer Pressekonferenz in Potsdam gemeinsam mit den Sozialwissenschaftlerinnen des Zentrums für Sozialforschung Halle die Ergebnisse der Studie zu Employee Branding vor. Foto: Arbeitsministerium Brandenburg

strukturschwächeren Gebieten keine adäquate Stelle findet. Plastisch schilderten dies Yvonne Baatz, Personalleiterin der Stickstoffwerke Piesteritz, ebenso wie die Personalchefin der Omnisal in Wittenberg Angela Schwarz.

Der VAA-Vorsitzende Dr. Thomas Fischer fasste seine Schlussfolgerungen zusammen: „Es hat ein Wertewandel stattgefunden, da hat sich etwas gedreht.“ Er gehöre zur Generation der Babyboomer, für die der Dienstwagen noch ein wichtiges Statussymbol und Incentive war. Heute stünden dagegen die Betreuungsangebote für Kinder im Vordergrund.

Bettina Wiener und Christina Buchwald vom Zentrum für Sozialforschung in Halle bestärkten als Autorinnen der Studie: „Uns hat es sehr überrascht, wie eindeutig sich das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf durch die gesamte Studie hinweg als ganz zentral herausgestellt hat. Selbst junge Studenten und Studentinnen, die weder Kinder haben noch in nächster Zeit bekommen, messen diesem Thema die größte Bedeutung bei.“

Personalleiterin Maria Görschel von Arevipharma berichtete, dass zwar das Thema Elternzeit in Vorstellungsgesprächen von den Bewerbern noch nicht zum Thema gemacht werde. Allerdings sei das Unternehmen inzwischen dazu übergegangen, proaktiv selbst mit Angeboten auf Frauen sowie Männer zuzugehen, um hochqualifizierte Kräfte nicht zu verlieren.

Als weiteres Ergebnis zeigte sich, dass die ganz überwiegende Mehrzahl der Absolventen entweder in ihrem Heimatbundesland oder im Umkreis des Studienstandorts ihre erste Beschäftigung sucht und aufnimmt. Deshalb sei es wichtig, bereits frühzeitig die Studenten für ein Unternehmen zu gewinnen. Dieser Befund deckte sich mit Trendbeobachtungen des Personalleiters von Berlin Chemie, Dr. Georg Rheinbay, und des Arbeitsdirektors der BASF Schwarzheide, Dr. Colin von Ettingshausen.

Mehr auf PINKO.