

New Work oder doch Fachkräftemangel?

Thorsten Saathoff

Coaching und die Vorteile betrachteten wir bereits in der Etiketten-Labels 6/2021. Heute ergibt sich die Frage, ob sich in den Zeiten des harten Wettbewerbs und der Corona-Zeit überhaupt noch jemand mit einem solchem „Luxus“-Thema beschäftigen kann?



Eine Fachkraft zeichnet sich durch die Gesamtheit ihrer Kenntnisse, ihrer Ausbildung, Erfahrungen und Fähigkeiten aus.

Haben wir nicht andere Themen, um die Wettbewerbsfähigkeit abzusichern und mittelfristig am Markt zu bestehen? Themen wie Materialbeschaffung und Lieferzeiten für Maschinen sind wichtig. Ein entscheidender Faktor sind die Menschen in einer Druckerei, die Produkte herstellen, verkaufen und dafür sorgen, dass ein Unternehmen funktioniert. Wir haben in den letzten Jahren erkannt, gute Mitarbeiter sind schwer zu bekommen und nicht immer leicht zu halten. Das Verhältnis von Arbeitszeit zu Freizeit hat sich über die Generationen verändert. Der Arbeitgeber ist gefordert, Mehrwert für den Mitarbeiter zu schaffen. Hier kann Coaching und eine zeitgemäße Unternehmenskultur eine Motivation für die Mitarbeiter sein, sie an das Unternehmen zu binden.

Der „War of Talents“

Der Fachkräftemangel ist bei uns angekommen und zwingt zum Handeln. Mittlerweile spricht man vom „War of Talents“, der sich durch alle Beschäftigungsebenen zieht. Dieser wird sich in den kommenden Jahren weiter zuspitzen. Ein beängstigendes Zukunftsszenario für Unternehmen, in denen

Menschen arbeiten und unseren wirtschaftlichen Erfolg maßgeblich gestalten. Dies kann aber auch eine Chance sein, sich vom Wettbewerb abzuheben und den „War of Talents“ oder den Kampf um Fachkräfte für sich zu entscheiden.

Eine Fachkraft zeichnet sich durch die Gesamtheit ihrer Kenntnisse, ihrer Ausbildung, Erfahrungen und Fähigkeiten aus. Dank unseres guten dualen Ausbildungssystems hatten wir in der Vergangenheit wenig Probleme, gut ausgebildete Fachkräfte zu bekommen. Die Situation hat sich geändert. Hauptursache für den Fachkräftemangel ist der demographische Wandel in Deutschland. Im Jahr 2030 sinkt die Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter auf einen Bestand von 45,9 Millionen, 2060 werden es dann nur noch 35,7 Millionen Erwerbsfähige sein. Je weniger Menschen geboren werden, desto weniger Fachkräfte stehen unserer Branche zur Verfügung.

Wie finden wir die Fachkräfte

Doch wie bekommen wir genau diese Fachkraft in unser Unternehmen die zu uns passt? Diese Herausforderung ist uns allen bewusst und wir bemerken es nicht erst, wenn

Ausbildungsplätze nicht besetzt werden, weil ganz simpel die Bewerber fehlen. Doch was können wir den Bewerbern bieten? Die Prioritäten verschieben sich. Laut Statistik verbringen die Deutschen im Schnitt 1383 Stunden im Jahr (Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH) mit Arbeit und die sollte den eigenen Werten und Vorstellungen entsprechen.

Nach Umfrage unterschiedlicher Job-Portale sind Transparenz, Inhalt der Tätigkeit, Wertschätzung, Mitgestaltungsmöglichkeit, kollegiale Kollegen und loyale Vorgesetzte wesentliche Kriterien für die Auswahl des Arbeitgebers. Natürlich ist die Bezahlung nach wie vor ein Faktor, aber nicht nur!

Einfluss auf die Arbeitswelt

Wir hören in den Medien und im Unternehmensumfeld immer häufiger die Worte Sinn- /Werteorientierung und Unternehmenskultur. Dies hat Einfluss in vielen Bereichen und Ebenen unserer Arbeitswelt. Doch was zeichnet eine Unternehmenskultur oder auch den Charakter eines Unternehmens aus?

Hier einige Beispiele:

- Die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen
- Der Umgang mit Konflikten und Problemen, intern sowie extern bei Kunden
- Das Kommunikationsverhalten, intern sowie extern bei Kunden
- Loyalaler Umgang
- Die Feedbackkultur
- Die Familienfreundlichkeit

Hier kommt wieder das Coaching ins Spiel. Für die Unternehmen kann ein Coaching der Steigerung der Leistungsfähigkeit, der Arbeitsmotivation, der Identifikation und der Loyalität dienen. Ein Unternehmen kann mit einem Coach eine Unternehmenskultur erarbeiten und gemeinsam implementieren. Ziel kann es sein, dadurch einen Vorteil in der Außenwahrnehmung zu bekommen. Die nach außen wahrnehmbare Unternehmenskultur hat sich in den letzten Jahren immer mehr als Wettbewerbsfaktor positioniert wenn es um das Anwerben von Fachkräften geht. Idealerweise könnten beispielsweise ein angeleitetes Bediener an einer Weiterverarbeitungsmaschine und ein

Quelle: istockphoto

Geschäftsführer ihre Tätigkeiten ähnlich wertvoll und sinnvoll empfinden, da beide ihren Teil dazu beitragen, das Produkt, in unserem Fall ein Etikett oder eine Verpackung, herzustellen und zum Kunden zu bringen. Das Gefühl der Zugehörigkeit und der Identifikation mit dem Unternehmen sind wesentlicher Faktoren einer guten Unternehmenskultur.

Mehr als gute Bezahlung

Um gute Fachkräfte zu bekommen bedarf es also mehr als ei-

Mitarbeiter durch eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur langfristig zu binden. Je offener und flexibler ein Unternehmen mit seinen Beschäftigten umgeht, desto größer sind die Chancen, auch in Zukunft qualifizierte Fachkräfte gewinnen zu können und diese dauerhaft zu halten. Die Unternehmenskultur sollte also transparent und offen sein, um nicht im Nachhinein festzustellen, dass der Mitarbeiter nicht zum Unternehmen passt oder das Unternehmen nicht zum Mitarbeiter.



Quelle: istockphoto

Wir haben in den letzten Jahren erkannt, gute Mitarbeiter sind schwer zu bekommen und nicht immer leicht zu halten.

ner gute Bezahlung. Die neue Generation der Bewerber priorisiert sogenannte weiche Faktoren. Wie hierarchisch ist ein Unternehmen aufgestellt, kann ich mich einbringen, wie flexibel ist die Arbeit und (z.B. das Vertrauen in Home-Office), ist das Unternehmen nachhaltig, um nur einige Faktoren zu nennen. Mittlerweile können sich Bewerber im Internet über ihren zukünftigen Arbeitgeber auf Plattformen wie „kununu“ oder über „LinkedIn“ ähnlich informieren wie beim Kauf eines neuen Autos auf diversen Test- und Meinungsforen. Die Arbeitswelt ist transparent geworden. Diese neue Herausforderung bietet aber auch Chancen sich abzugrenzen und letztendlich das Wichtigste, den Mitarbeiter, in unserem Unternehmen für uns zu gewinnen und bei uns zu halten.

Wenn ein passender Kandidat gefunden wurde, gilt es, den

Abschließend sei zu sagen, dass eine offene Unternehmenskultur ein Baustein zu einem erfolgreichen Unternehmen mit motivierten Mitarbeitern sein kann. Es ist auch eine Möglichkeit und Chance, Fachkräfte erst einmal für Ihr Unternehmen zu gewinnen und langfristig zu binden. Der Mensch ist wesentlich für den Unternehmenserfolg. Vielleicht ein Denkanlass, sich intensiver mit dem Thema zu beschäftigen. ■

Thorsten Saathoff,

Techniker, Betriebswirt und Coach ist seit über 30 Jahren in der Grafischen Industrie und als Geschäftsführer der Nilpeter GmbH mitverantwortlich für die Produkte von Nilpeter, GM, Prati und Screen in der D/A/CH-Region

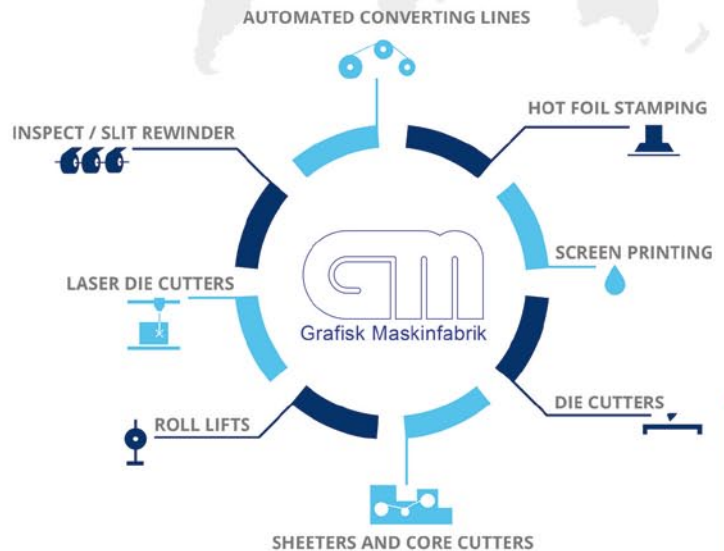


GM

Grafisk Maskinfabrik

CONVERTING MADE EASY

The best finishing SOLUTIONS for digital printers on the market.



Nilpeter GmbH
Rodenbecker StraBe 25
32427 Minden
Tel. +49 (0) 571 388338 0
e-mail@nilpeter.de
www.nilpeter.de

Nilpeter GmbH
Münichreiterstrasse 7
1130 Wien
Tel. +43 (1) 877 94883 0
e-mail@nilpeter.de
www.nilpeter.de