

Mitarbeiter abbauen, Mitarbeiter finden

Ein Gespräch mit Frank Hensgens und Dr. Carsten Busch zum Arbeitsmarkt in der Weltwirtschaftskrise

Frage: Herr Hensgens, die Medien sind voll von Nachrichten von Einschnitten und Meldungen über Personalabbau, die der derzeitigen Krise zugeordnet werden. Trotzdem lesen wir auch von einem Mangel an Fach- und Führungskräften. Wie passt das zusammen?

Frank Hensgens: Die Unternehmen sind derzeit in der schwierigen Situation, dass sie einerseits den Abbau von Stellen vertreten, auf der anderen Seite aber gleichzeitig aufpassen müssen, gerade hochqualifizierte Mitarbeiter zu finden und an sich zu binden. Gemeinsam mit der britischen Economist Intelligence Group haben wir eine umfangreiche Studie zu diesem Thema durchgeführt und dazu über 480 Entscheider aus überwiegend Unternehmen mit mehr als einer Milliarde Jahresumsatz befragt. Die Ergebnisse bestätigen den gerade beschriebenen Trend: Zwar sagen mehr als die Hälfte der Unternehmen, dass die derzeitige Rezession mit Stellenabbau oder gar dem Einfrieren von Neueinstellungen verbunden ist, aber 48 Prozent stellen nach wie vor einen Mangel an Fach- und Führungskräften fest. 46 Prozent glauben gar, dass es künftig schwieriger wird, Fachkräfte zu finden.

Frage: Ein Spagat in der Außendarstellung, aber auch was die Unternehmensstrategie nach innen angeht. Wie lösen das die Unternehmen?

Carsten Busch: Ohne Frage ist das ein Spagat, auf den sich viele Unternehmen aber einstellen. Schließlich gehen die meisten Unternehmen davon aus, dass sich die Lage kurzfristig nicht ändern wird. Unsere Studie beweist: Die Strategie der Unternehmen im Wettbewerb um die besten Köpfe hat sich geändert. Die HR-Budgets fallen. Darauf müssen sich die Unternehmen einstellen und Schlüsselmitarbeiter identifizieren und binden. In verbesserter Vergütung etwa sehen nur noch ein Viertel der befragten Unternehmen ein Mittel, gute Leute zu halten oder zu finden – vor einem Jahr lag dieser Wert noch bei 35 Prozent. Stattdessen setzen die Unternehmen zunehmend auf die Entwicklung der Mitarbeiter, die Einbindung älterer Fachkräfte sowie auf flexiblere Arbeitsbedingungen hinsichtlich Arbeitszeit und -platz.

Frage: Trotzdem: Was passiert mit den Mitarbeitern, die von Unternehmen freigesetzt werden?

Frank Hensgens: Fach- und Führungskräfte sind nach wie vor gefragt. Ein interessantes Ergebnis unserer Untersuchung: 42 Prozent der befragten Unternehmen wollen antizyklisch handeln und sich jetzt verstärkt nach qualifizierten Leuten umschaun, die anderswo ihren Arbeitsplatz aufgrund der Krise verloren haben. Ziel dieser Unternehmen ist es, beim zu erwartenden Aufschwung 2010 oder 2011 personell so gut gerüstet zu sein, dass man nachträglich als Gewinner aus der jetzigen Situation hervorgeht. Wer jetzt den langen Atem beweist, wird mittel- und langfristig Marktanteile gewinnen.

Frage: Denken viele Unternehmen derzeit also zu kurz?

Carsten Busch: Viele Unternehmen erkennen die Lage und haben aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt, als sich schnelle Entlassungen zur Kostenreduktion später als Fehler erwiesen. Die Unternehmen wissen: Derzeit wäre es fatal, Leistungs- und Potenzialträger im Unternehmen zu verlieren. Daher unternehmen sie enorme Anstrengungen, diese Leute zu halten und zu motivieren. Daher stehen Weiterbildung und Mitarbeitermotivation derzeit ganz oben auf der Tagesordnung. Bestes Beispiel: Sechs von zehn Unternehmen wollen zukünftig auf flexiblere Arbeitsbedingungen bauen. Rückschluss: Trotz der gegenwärtigen Krise bewegen sich die Unternehmen auf ihre besten Mitarbeiter zu und setzen den Dialog an die Stelle einer möglichen Abgrenzung.

Frage: Ihr Fazit?

Frank Hensgens: Die Schlagzeilen sind zwar gefüllt von zu erwartenden Kürzungen, reflexartige Streichorgien, wie wir sie bei früheren Krisen erlebt haben, werden aber ausbleiben. Auch wenn die Arbeitgeber derzeit den Gürtel enger schnallen, müssen wichtige Schlüsselpositionen weiter besetzt werden beziehungsweise bleiben. Folge: Der Fachkräftemangel dauert an, auch wenn sich die Voraussetzungen im Vergleich zum vergangenen Jahr etwas geändert haben.

Carsten Busch: Und diese Veränderungen stellen vor allem eine besondere Herausforderung an die Personalabteilungen in den Unternehmen dar. Die Auswirkungen der geforderten Einsparungen der Personalkosten auf die Geschäftstätigkeit müssen möglichst gering bleiben.

Über StepStone

1996 in Norwegen gegründet, ist StepStone heute eines der erfolgreichsten E-Recruiting-Unternehmen Europas. In Deutschland ist StepStone mit über 4,5 Millionen Besuchen monatlich einer der stärksten Online-Stellenmärkte im Markt. Dabei liegt der Fokus stets auf einer an optimalem Service und bester Qualität orientierten Dienstleistung. Renommierte Kunden wie Robert Bosch, ThyssenKrupp, die Deutsche Telekom oder Siemens nutzen www.stepstone.de erfolgreich zur Rekrutierung qualifizierter Fach- und Führungskräfte. Durch das internationale StepStone „Network“ ist es ihnen zudem möglich, in weltweit mehr als 70 Ländern neue Mitarbeiter zu finden. Ende 2008 wurde www.stepstone.de von mehr als 1,5 Mio. Internetnutzern zur beliebtesten Karriere-Website des Jahres gewählt.

Seit Ende 2004 ist die Axel Springer AG mit 49,9 Prozent an der StepStone Deutschland AG beteiligt. In Zusammenarbeit mit den Tageszeitungen DIE WELT, HAMBURGER ABENDBLATT und BERLINER MORGENPOST sowie der Wirtschaftszeitung EURO am Sonntag bietet StepStone leistungsfähige Online/Print-Kombiprodukte für noch mehr Reichweite und Qualität.

StepStone Solutions ist als Teil der börsennotierten StepStone-Gruppe der führende europäische Anbieter von softwarebasierten Lösungen und innovativen Technologien für eine effektive Personalarbeit: Von der Stellenanzeige über E-Recruiting, Personalmanagement, Skill- & Kompetenzmanagement, Performance Management, 360-Grad-Feedback, Compensation Management und Weiterbildungsmanagement bis zur Nachfolgeplanung. Zu den mehr als 1.600 Kunden gehören Aral, Deloitte, die Europäische Zentralbank, Lufthansa, McDonald's, Carlsberg, Dannemann und die WAZ Mediengruppe. StepStone ist der einzige europäische Anbieter, der im Gartner „Magic Quadrant for E-Recruitment Software“ als ‚Leader‘ bewertet wurde. Weitere Informationen: www.stepstonesolutions.de



Kontakt:

StepStone Deutschland AG
Sascha Theisen, Public Relations
Telefon +49 211 93493 5702
E-Mail: sascha.theisen@stepstone.de
www.stepstone.de

StepStone Solutions GmbH
Lars Grigo, Marketing Manager
Telefon: +49 211 86282 332
E-Mail: lars.grigo@stepstone.com
www.stepstonesolutions.de