



# Tradition modern interpretiert

Was Mittelständler im „War of Talents“ zu bieten haben

**O**bwohl manche Wirtschaftsforschungsinstitute Anstrengungen unternehmen, den Fachkräftemangel „wegzurechnen“, ist er für sehr viele Unternehmen seit längerer Zeit bittere Realität. Wachstumschancen können nicht genutzt werden, weil die personellen Kapazitäten fehlen. Aktuelle Zahlen belegen dies nachdrücklich:

Im September 2012 lag die Zahl der offenen Stellen für Ingenieure, trotz einer allgemeinen Abkühlung am Arbeitsmarkt, immer noch bei 80.500; die meisten davon im Maschinenbau, in der Fahrzeugtechnik sowie in der Energie- und Elektrotechnik. Gleichzeitig waren 23.250 Ingenieure arbeitslos, vor allem in den Bereichen Bau, Vermessung, Gebäudetechnik. In der Maschinen- und Fahrzeugtechnik kommen dagegen mehr als acht offene Stellen auf einen Arbeitslosen. Regional sind weiterhin vor allem Baden-Württemberg, Bayern und Nordrhein-Westfalen betroffen.

„Trotz der sehr positiven Entwicklung bei den Absolventenzahlen bleiben Ingenieure die Engpassqualifikation am deutschen Arbeitsmarkt“, kommentiert IW-Geschäftsführer Hans-Peter Klös die Daten des aktuellen VDI-/IW-Ingenieurmonitors.

Verschärft wird die Situation für den Mittelstand durch veränderte Erwartungen der Absolventen. Persönliche Entwicklungsmöglichkeiten, eine kollegiale Arbeitsatmosphäre, die Balance zwischen Beruf und Freizeit, Selbstverwirklichung stehen hoch im Kurs. Wie geht man als kleines oder mittelgroßes Unternehmen damit um? Welche Chancen hat man noch im Kampf um die zukünftigen Leistungsträger?

Dabei können gerade gelebte Grundsätze und Werte, Glaubwürdigkeit, Kontinuität und emotionale Bindung attraktiv für potenzielle Mitarbeiter sein. Denn sie rücken die Frage

in den Fokus: „Wofür arbeite ich eigentlich?“ In Zeiten globaler Vernetzung und weltweiter Krisen hat die Frage nach dem Sinn der Arbeit durchaus Relevanz – denn dieser motiviert einen Mitarbeiter letztendlich.

## Relevanz und Substanz, statt großer Namen

Bereits vor der globalen Wirtschaftskrise konnten wir beobachten, wie zunehmende Dynamik, wie Veränderung als Dauerzustand im privaten wie beruflichen Umfeld das Bedürfnis nach Kontinuität und letztendlich nach Sicherheit schafft. Mittelständische Unternehmen signalisieren genau das. Wer möchte nicht gerne für ein Unternehmen arbeiten, das schon manche Herausforderung gemeistert hat und immer noch erfolgreich ist? Und das flexibel genug ist, um sich neuen, veränderten Anforderungen anzupassen.

Es ist mehr gefordert als Name, Logo und kreative Werbung. Relevanz und Substanz sind gefragt. Relevant ist ein Unternehmen, wenn es seine Zielgruppen genau kennt. Substanz besitzt es, wenn es sein Leistungsversprechen auch einlöst, durch seine Produkte, seinen Service, das Verhalten seiner Mitarbeiter und seine Kommunikation mit dem Kunden. Solch eine wertschätzende Unternehmenskultur bietet Mitarbeitern Raum sich zu entfalten und zeigt, dass der Arbeitgeber an der erfolgsorientierten Entwicklung seiner Angestellten interessiert ist.

Ein Unternehmen, das zukunftsorientiert geführt wird, bietet seinen Mitarbeitern folglich sehr viel: die anspruchsvolle Arbeit für ein gemeinsames Ziel, der respektvolle Umgang miteinander, die Identifikation mit den Werten und der Stolz auf „ihr“ Unternehmen. ■



Autor Dr. Udo Esser, esserpersonalkonzept in Mönchengladbach.