

PERSONAL AUSTRIA



Von links: Peter Buchmayr (Projektleiter Generationenmanagement Salzburg AG), AMS-Vorstand Johannes Kopf, Moderatorin Karin Bauer, Xenia Weilguny (HR Management Coface) und Bernd Stieger (HeptaCon) zum Messe-Auftakt. Foto: Urban

Strategien für die Jungen und die Älteren

AMS-Auftakt: Nachwuchssicherung

Fragen zu strategischem Wissensmanagement, zum Sichern der Erfahrung im Unternehmen und Beispiele aus der Praxis, wie lebenslanges Lernen möglich und erwünscht gemacht werden kann, waren Thema des traditionellen Auftaktes der Personal Austria, beim Expert Talk des Arbeitsmarktservice (AMS).

Aufgrund des bestehenden Fachkräftemangels stellte AMS-Vorstand Johannes Kopf die Förderpalette des AMS vor: Lehrlingsförderung für Unternehmen (Blum-Bonus für zusätzliche Lehrstellen), Qualifizierung älterer Mitarbeiter via zwei-Drittel-Förderung durch AMS und Europäischer Sozialfonds, Finanzierung der Qualifizierungsberatung durch externe Unternehmensberater für Firmen mit weniger als 50 Mitarbeitern, Implacement-Stiftungen.

Da sich das AMS ebenfalls vor der Herausforderung einer älter werdenden Belegschaft sieht, wurde im Haus, so Johannes Kopf, etwa die Seminarreihe „50+“ konzipiert. Dies um Motivation und Einsatzbereitschaft aufrecht zu erhalten, basierend auf dem Ansatz, dass körperliches und mentales Wohlbefinden in engem Zusammenhang mit der individuellen Leistung steht.

Xenia Weilguny, Human Resource Managerin der Coface Austria, auch Drehscheibe für das Osteuropa-Geschäft, berichtete über umfangreiche Programme in ihrem Haus, ausgestattet mit entsprechenden Budgets: „Wenn Positionen neu besetzt, neu geschult werden müssen, dann ist das noch wesentlich teurer“.

Für die Karriereplanung gibt es bei Coface ein eigenes Modell, in dem sich die Menschen nach zwei Jahren für

eine Management- oder eine Spezialistenkarriere entscheiden. In beiden Fällen setzt ein Fortbildungsprogramm für weitere zwei Jahre an. Zusätzlich wird ein Mobility Program für Auslandsentsendungen angeboten.

„Ein altersgerechtes Umfeld anbieten“, sagte Peter Buchmayr, sei das Ziel der Salzburg AG, regionaler Energie- und Infrastrukturdienstleister mit rund 2000 Mitarbeitern. Er erinnert daran, dass schon 2010 die 45- bis 59-Jährigen die größte Gruppe sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch am Arbeitsmarkt ausmachen werden. Für sein Generationenprojekt „Genera“ hat er im Vorjahr den „Nestor“, Preis des Sozialministeriums, erhalten. Spezielle Weiterbildungskurse plus Angebote zur Gesundheits- und Ernährungsberatung sind Teil davon. Bernhard Stieger, Geschäftsführer der HeptaCon berichtete aus seiner Markterfahrung über die Entwicklungen in Unternehmen auf internationalem und nationalem Parkett und stellte Strategien vor, damit sich Mitarbeiter auch selbst für ihre Aus- und Weiterbildung verantwortlich fühlen.

Einig alle Diskutanten: Singuläre Maßnahmen sind nicht zielführend, sowohl Nachwuchsförderung als auch Generationenmanagement müssten ganzheitlich betrachtet werden. Und: Es handle sich um riesige Veränderungsprozesse, in denen Entwicklungen (wie etwa die möglichst früh erreichte Pension oder der Lernstopp ab 40) umzukehren seien. Dies könne nicht „von heute auf morgen“ gelingen. „Geduld“ nannte auch Bernd Stieger als eine der nötigen Tugenden. (kbau)

Attraktive „soft facts“

US-Unternehmen gelten als leistungsorientiert. Als attraktive Arbeitgeber wollen sie vor allem mit der Unternehmenskultur punkten. Ein paar Imperative an Studenten gab es auch.



Unternehmenskultur, weiche Faktoren, als besondere Faktoren. Von re.: Marion Maurer (Xerox), Johann Hainzl (IBM), Christian Wallpach (Trialox), Helmut Meier (BAH). Foto: Regine Hendrich

Wert und Anerkennung, ist Helmut Meier, Senior Vice President der Booz Allen Hamilton und Präsident der US-Handelskammer, überzeugt, seien das beste Umfeld, um Talente zu finden und zu halten. Auch wenn laut einer aktuellen Studie der US-Handelskammer heimische Studenten die österreichischen Firmen als tendenziell viel „gemütlicher“ einstufen als die US-Firmen: „Nur nett und cosy – das kann es ja nicht

sein, das ist in keinem Unternehmen so“, formuliert er die nicht ganz richtigen Vorstellungen der Studenten. Leistungsprinzip in Kombination mit dem Angebot der Kompetenzentwicklung, ist für ihn ein wesentlicher Attraktivitätsfaktor. Johann Hainzl, Per-

sonalchef der IBM, setzt, so wie Marion Maurer (Xerox Personalchefin) auf die Unternehmenskultur als Attraktor. Dies werde schon in sehr aufwändigen Recruitingprozessen für beide Seiten so gut wie möglich fühlbar gemacht und abgetestet. Hainzl: „Mentoring

und Coaching sind bei uns auch ganz essenziell für die Jungen, und: Hire & Fire funktioniert bei uns in der IT sowieso nicht“. Soft-Faktoren, so das Podium, seien die wesentlichsten Faktoren besonderer Attraktivität. Infos: www.amcham.or.at

Wodurch Mentoring wirksam ist

Zum firmenübergreifenden Projekt

Mentoring ist wirksam, sagt Unternehmensberaterin Marlies Buxbaum (Beraterzentrum bzd), und zitiert sowohl US-Studien als auch eine aktuelle Diplomarbeit aus Tirol. Einerseits, weil dieses Instrument ein Korrektiv für das Selbstkonzept ist, andererseits, weil es Zugänge zu Netzwerken („fat cat syndrom“) schafft.

Dass sowohl Mentee als auch Mentor profitieren, belegte nicht nur Gabriele Hahn, Eigentümerin der acm, dem Unternehmen, das den

STANDARD-Mentoring-Circle betreut, sondern auch Andreas Philippitsch (Capgemini) und Erika Egger (ÖBB), zwei Unternehmen, die dieses firmenübergreifende Mentoringprojekt fördern. „Offenheit und Vertrauen in die Mitarbeiter“, so Philippitsch, sei die Basis, um Cross-Mentoring zuzulassen. Von der befruchtenden Wirkung für die Beteiligten sind sie überzeugt. Nachlese der Diskussion unter www.personal-austria.at; Infos zum Projekt: www.academicmentoring.net



Große Resonanz – die Frage nach dem adäquaten Bildungscontrolling (von re): Martin Zehetgruber (Mondi Business Paper), Daniela Albrecht (Gulet Touristik), Moderatorin Karin Bauer, Wifi-Chef Michael Landertshammer und Bernd Simon. F.: Fischer

„Qualitätsspirale weiter treiben“

Wifi stellt umfangreiches Bildungscontrolling in den Mittelpunkt

„Unternehmen, die sich nicht um ihr Bildungsmanagement kümmern, werden in der Wissensgesellschaft Probleme bekommen“, warnt Bernd Simon, Chef der knowledge markets, einem Spin-off der WU Wien, bei der Experten Diskussion des Wifi auf der Personal Austria. Und: „Der trendige Return on Education (ROE) allein ist eine schlechte Kennzahl, weil sie über die gesamten Weiterbildungsaktivi-

täten und ihre Wirkung (Transfer) nicht genug aussage. Simon plädiert auf Basis zweier Studien zum Thema aus seinem Unternehmen für ein „Kennzahlen-Portfolio“, angepasst an das jeweilige Unternehmen. Aus Zahlen, sagt Daniela Albrecht, zuständig für Human Resources bei Gulet, lese sie nicht alles, was sie brauche. Bildungscontrolling beginnt für sie bei der Zieldefinition gemeinsam mit dem

Management. Zentral: „Die Verknüpfung mit der Unternehmensstrategie, die Plausibilität.“

Evaluation im Vorfeld, Rückmeldungen, all das habe Mondi Business Paper verwirklicht, sagt Martin Zehetgruber, Leiter der Personalentwicklung. „Informelles Controlling“, wie er sagt. Was eingesetzt werde, sei eine Frage der Unternehmenskultur, aber, so auch Simon: Effekti-

ves Bildungscontrolling bedürfe einer fundierten Datenbasis auf beiden Seiten, die – so wie die Forschung dazu – über weite Strecken noch fehle. Mit dem Beispiel im eigenen Haus will Michael Landertshammer, Institutsleiter Wifi Österreich, die Diskussion und Anwendung adäquater Werkzeuge in die Wirtschaft tragen. „Aus der Verantwortung des Marktführers heraus“, wie er sagt. (kbau)



Von li.: Cross-Mentoring-Expertise: Marlies Buxbaum, Erika Egger, Gabriele Hahn und Andreas Philippitsch. Foto: Newald