



Arbeitgeber-Marketing bleibt unverzichtbar

Personal Austria, 7. Fachmesse für Personalwesen, 1. und 2. Oktober 2008, ACV Wien

Wie erhöhe ich meinen Marktwert als Arbeitgeber? Diese Frage stand im Mittelpunkt der Personal Austria, die Anfang Oktober 182 Aussteller und 2.291 Fachbesucher in Wien zusammenführte. Der Jahresspitzel für die österreichische Personalbranche lieferte zahlreiche Anregungen, wie Unternehmen zum „attraktiven Arbeitgeber“ werden – eine Aufgabe, die Personalmanager auch in der angespannten Wirtschaftslage weiterhin auf Trab hält.

„Die Arbeitslosigkeit steigt, aber der Fachkräftemangel bleibt.“ Mit diesen Worten kennzeichnete Dr. Johannes Kopf, Vorstand des Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), zum Messeauftakt den Spagat, in dem sich Unternehmen derzeit befinden. Um begehrte Leistungsträger anzuziehen, müssten sich Arbeitgeber auch in wirtschaftlich schwächeren Zeiten „wahnsinnig“ um ihre Mitarbeiter bemühen, folgerterte Dr. Kopf. „Am Klima einzusparen ist das Schlechteste, was sie tun können – da verlieren sie ihre besten Leute“, bestätigte Mag. Tarek El-Dabbagh. Sein Unternehmen setze auf eine „hierarchielose Kommunikation“ und die Partizipation der Belegschaft, benannte der Personalleiter von Silhouette International Schmied einige Vorzüge des Brillenherstellers.

Für ein neues Führungsverhalten plädierte auch Keynote-Speaker Friedrich Him-

melfreundpointner. „Autorität ist bitte ausschließlich Vorbild und sonst gar nichts!“, betonte der Direktor der Sparkasse Neuhofen, die zu Österreichs bestem Arbeitgeber 2008 gekürt wurde. „An die Stelle von Kostensenkung ist Unternehmenskultur getreten. Sie ist der Faktor, den wir noch am meisten beeinflussen können“, so der Bankdirektor. Den Attraktivitäts-Hebel ansetzen können Unternehmen zudem bei ihrem Weiterbildungsangebot, dem auch im internationalen Personalmanagement große Bedeutung zukommt: Institutsleiter Dr. Michael Landertshammer berichtete beim traditionellen WIFI Bildungsgespräch am zweiten Messetag von einer regen Nachfrage nach Bildungsprogrammen in Osteuropa. Trotz verbreiteter EU-Skepsis unterhielten inzwischen fast 5.000 österreichische Unternehmen Niederlassungen in den einstigen Ostblock-Staaten.



Während in Kroatien vor allem Logistik- und Verkaufsthemen sowie Projektmanagement gefragt seien, interessierten sich polnische Mitarbeiter eher für technische Ausbildungen, in Ungarn hingegen rangierten Führungstechniken an erster Stelle. Generell ließen sich heimische Bildungskonzepte „nicht einfach überstülpen“, betonte Mag. Ivan Siptak. „Wer Weiterbildungsinhalte transferieren will, sollte das mit den Partnern vor Ort absprechen“, so der Geschäftsführer des Institute for Crossborder, Mediation & HRM Wien. Tschechen und Slowaken etwa würden es bevorzugen, Seminaranbieter selbst auszusuchen. Auch Alfred Wiktorin, Learning Leader bei IBM Austria, sprach sich für eine fundierte Kenntnis der örtlichen Gegebenheiten aus. Der Personalentwickler ist selbst ein „gebranntes Kind“: Da er davon ausging, dass Manager unabhängig von Feiertagen zur Verfügung stehen sollten, terminierte er ein Leadership Development Center auf das Fest zum Ende des Ramadan. Damit stieß er jedoch auf wenig Gegenliebe und musste die Veranstaltung schließlich absagen.

Der hohe Stellenwert der Weiterbildung, die mit neuen Ständen und einer weiteren Aktionsfläche Training bereits deutlich mehr Raum auf der Fachmesse einnahm, schlägt sich beim nächsten österreichischen Branchengipfel am 11. und 12. November 2009 in einer eigenen Messe nieder. Als Parallelveranstaltung zur Personal Austria präsentiert die „Professional Learning“ neue Produkte und Trends aus dem Bereich Weiterbildung und Training in einer eigenen Halle. Weitere Informationen sind im Internet unter www.personal-austria.at erhältlich.