

Lebensmittel Zeitung

Lebensmittel Zeitung 52 vom 30.12.2010 Seite 023

Rückblick Management und Karriere

Arbeitgeber spüren steigenden Konkurrenzdruck

Gut ausgebildete Mitarbeiter werden knapp - Ernährungswirtschaft rüstet sich für den demografischen Wandel

Frankfurt. Ob Azubis oder High Potentials - der Fachkräftemangel hielt 2010 die Personaler in Handel und Industrie auf Trab. Qualifizierung lautet das Gebot der Stunde.

"Crisis - what Crisis?", möchte man in Anlehnung an das 1975 erschienene Album der Band Supertramp das zurückliegende Jahr überschreiben. Die Unternehmen legten die Rezession erstaunlich schnell ad acta, die Horrorszenarien mancher Auguren bleiben zum Glück Theorie. Deutschlands Arbeitsmarkt hat die Finanz- und Wirtschaftskrise gut gemeistert. Statt Millionen zusätzlicher Jobsuchender ist gar schon wieder von Vollbeschäftigung die Rede. Arbeitsmarktpolitische Maßnahmen wie die Kurzarbeiterregelung und ein funktionierender Dialog zwischen Arbeitgebern und Beschäftigten hätten dazu entscheidend dazu beigetragen, lobt die Internationale Arbeitsorganisation ILO.

Zurück zum Alltagsgeschäft, bedeutet das für die Personaler in Handel und Industrie. Zurück also zu den langfristigen Herausforderungen, die schon lange vor Beginn der ökonomischen Talfahrt auf der Agenda standen: demografischer Wandel, knappe Fachkräfte, schwer zu besetzende Azubistellen, verstärkter Wettbewerb um die besten Köpfe.

Das Personalkarussell gewinnt auf den Topetagen wieder an Fahrt. Laut einer internationalen Studie der Personalberater von Korn Ferry sehen sich die Unternehmen mehrheitlich gut gerüstet. "Ein unglaublicher Optimismus, der mich sehe erstaunt", kommentiert Christoph Kleinen, Senior Client Partner, die Ergebnisse. Denn gerade für die Besten sei der Handel nach wie vor nicht die erste Wahl. Die Unternehmen seien geradezu "alarmierend zuversichtlich", was die Strahlkraft ihrer Employer Brands betreffe. Erschwerend komme hinzu, dass die Branche nach der Krise andere Managertypen benötigt als zu ihrer Bewältigung. Ständen zuvor Kostenbremser und Restrukturierer hoch im Kurs, sind jetzt Innovationsfreudigkeit und Kreativität gefragt.

Auch gegenüber dem Nachwuchs gilt es, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Nachhaltiges Engagement zahlt sich dabei aus. Beispiel Ferrero. Seit zwei Jahren investiert der Süßwarengigant konsequent in Talent Management und Employer Branding - und landet 2010 in einer LZ-Sonderauswertung des Trendence-Arbeitgeberrankings für konsumgüteraffine Studenten auf Anhieb auf dem zehnten Platz. "Das zeigt, dass wir den richtigen Weg gewählt haben", freut sich Personalchef Dr. Alexander Lauer. Auch auf dem zweiten LZ Karrieretag, der im Oktober rund 230 Jungakademiker nach Frankfurt lockt, geht der Nutella-Hersteller in die Offensive und wirbt für Karrierechancen im Vertrieb.

Ein Bereich, in dem der Personalbedarf der Foodhersteller insgesamt besonders hoch ist, konstatiert Matthias Hennig vom Personalberatungsunternehmen Rau Consultants. Auch Anwendungstechniker für den Bereich Business-to-Business würden häufig gesucht. "Den Wunsch der Branche nach Innovationen und Neuproduktgeschäft spiegelt die hohe Nachfrage nach Produktentwicklungsfunktionen wieder. Stabil blieb die Nachfrage nach Produktionsfunktionen, während administrative Funktionen wie Controlling abgenommen haben", stellt Hennig weiter fest, der dem Arbeitsmarkt der Lebensmittelindustrie für 2010 einen "stabilen Aufwärtstrend" attestiert.

Auf dem richtigen Weg sehen sich viele Unternehmen der Branche auch mit Vorstößen zu mehr Vielfalt in der Belegschaft, neudeutsch "Diversity", und mehr Frauen in Führungspositionen. So will beispielsweise Metro den Frauenanteil auf den Topetagen durch eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf erhöhen. Personalbereichsleiterin Claudia Schlossberger kündigt überdies ein konzernweites Konzept zur Förderung von Frauen im Management an. Auch Nestlé ist aktiv: Damit Frauen nicht benachteiligt werden, hat der Lebensmittelriese seinen gesamten Recruitingprozess auf den Prüfstand gestellt. Mentoren- und Networkingprogramme flankieren das Engagement.

Älter werdende Belegschaften sind für die Branche ebenfalls eine Herausforderung. An passenden Arbeitszeitmodellen und Stellenbeschreibungen wird vielerorts gefeilt. Gesundheits- und Präventionsprogramme sollen die Mitarbeiter fit halten. Globus-Personalleiterin Sabine Ment zum Beispiel erarbeitet zurzeit ein umfassendes Konzept dazu, in das alle Aktivitäten der SB-Warenhausgruppe einfließen sollen. Vor allem die Führungskräfte will sie für die Thematik sensibilisieren, schließlich "müssen die darüber nachdenken, was sie der Belegschaft vorleben". cd/lz 52-10

Bildunterschriften:

Fotos: LZ-Archiv Begehrte Spezies: Ob am Point of Sale, in der Produktentwicklung oder der Qualitätssicherung - die Unternehmen der Nahrungsmittelbranche wetteifern um qualifiziertes Personal und talentierte Nachwuchskräfte.

Autor:

- Dühmann, Christiane

Länder:

Bundesrepublik Deutschland C4GER C4EUGE

Schlagworte:

- Personalwesen-Personalrekrutierung
- Personalwesen-allgemein

Illustration:

- mehrere Fotos

[\[Zur Ursprungsseite\]](#)