„Firmen müssen zu Bewerbern werden“ RP 18.12.2019

Der Düsseldorfer Ausbilderkreis unterstützt Unternehmen im Bereich Personal, fordert aber ein Umdenken in den Betrieben.

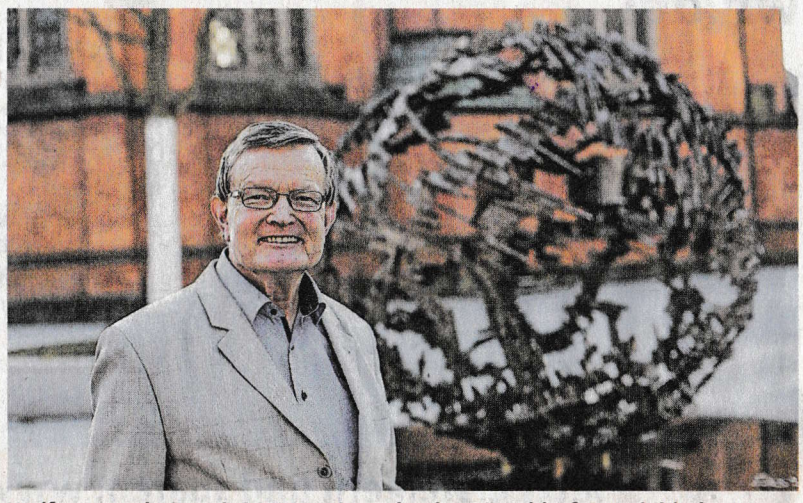
VON STEFAN OSORIO-KÖNIG

Der Düsseldorfer Ausbilderkreis (DAK) möchte Unternehmen helfen, Fachkräfte auszubilden und an sich zu binden. Als eine große Herausforderung für Betriebe sieht der DAK-Vorsitzende Wolfram Brecht die Digitalisierung. Entsprechend hat der Verein auch sein Programm für das kommende Jahr ausgerichtet.

„Die Unternehmen sehen sich gegenwärtig einer ganzen Reihe von Herausforderungen gegenüber“, erklärt Brecht. „Die Baby-Boomer gehen einerseits in Rente und andererseits gibt es weniger Schulabgänger.“ Außerdem müssten sich Unternehmen auch dem Wertewandel der Generationen anpassen, die zwischen 1980 und 1995 und nach 1995 geboren sind, also den sogenannten Generationen Y und Z.

„Für die Generation Y ist vor allem eine Work-Life-Balance wichtig und dass sie eine zufriedenstellende Arbeit haben“, so Brecht weiter. Die Generation Z sind Digital Natives, also junge Menschen, die mit den digitalen Technologien groß geworden sind. „Für diese Menschen steht die Karriere nicht so im Vordergrund. Für sie sind Fragen wie der Klimawandel wichtig.“ Diesem Wertewandel müssten auch die Unternehmen Rechnung tragen, zumal sich nur noch wenige Menschen heute langfristig an ein Unternehmen binden.

„Bedenklich finde ich auch die Ergebnisse der letzten Pisa-Studie“, so Brecht weiter. „Aktuell wurde ja ein besonderes Augenmerk auf die Lesekompetenz gerichtet. Und da ist die Situation in Deutschland ja nicht so erfreulich.“



Wolfram Brecht ist seit 2017 Vorsitzender des Düsseldorfer Ausbilderkreises.

RP-FOTO: HANS-JÜRGEN BAUER

Weil das Personal immer kürzer bleibt, müssten die Personalabteilungen auch ihre Planungszeiträume anpassen. „Auch auf diese Herausforderung versucht unser Programm im kommenden Jahr Antworten zu geben.“

Und vor allem müssen die Unternehmen in einem Bereich umdenken. „Die Firmen müssen zu Bewerbern werden, wenn sie Fachkräfte binden wollen“, so Brecht. „Sie müssen zum Beispiel beim Azubi-Marketing umdenken. Das heißt, sie müssen sich fragen, welche Kanäle sie nutzen wollen, um ihre Zielgruppe zu erreichen.“ Außerdem seien die Webauftritte vieler Unternehmen „bieder und grottenschlecht“ und würden so nicht das Interesse der junge Menschen wecken. „Man muss sich hier einfach von alten Wegen verabschieden.“

In dem neuen Programm des DAK geht es deswegen auch um Themen wie das Employer Branding und darüber, wie Firmen grenzüberschreitend Fachkräfte anwerben können. „Aber gerade wenn ausländische Arbeitskräfte in die Stadt kommen, ist es wichtig, dass Unternehmen sie auch über die Arbeit hinaus unterstützen“, so Brecht weiter. „Sonst kann keine Bindung an die Firma entstehen.“

Außerdem möchte der Düsseldorfer Ausbilderkreis neue Formate ausprobieren. „Dazu gehört beispielsweise ein Online-Workshop, um die Leute nicht immer zur physischen Präsenz zu zwingen.“

Der Verein, der in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag gefeiert hat, hat gegenwärtig rund 125 Mitglieder, darunter Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Trainer und Hochschulen. „Im Moment stehen wir in Verhandlungen mit der Stadt Düsseldorf als Arbeitgeber, dem DAK beizutreten“, so Brecht. „Unser Verein ist deswegen einzigartig in Deutschland, weil er im Gegensatz zu anderen Wirtschaftsvereinigungen auch öffentliche Arbeitgeber mit einbezieht.“

Mehr Infos und Termine des Vereins unter www.ausbilderkreis-duesseldorf.de