

WERBEN UM PERSONAL

Wenn das Menschliche fehlt

Wo sind denn all die Menschen geblieben? Das ist eine Frage, die sich derzeit viele stellen. Nicht nur in der Touristikbranche fehlt das Personal. Wirtschaftsforschungsinstitute und die Organisation für Entwicklung und wirtschaftliche Zusammenarbeit (OECD) übertreffen sich derzeit gegenseitig in der Ermittlung der unbesetzten Stellen, der Beschäftigungs- und Abwanderungsquoten.

Das Sammeln von Zahlen ist eine Sache. Das Verstehen, was sich am Arbeitsmarkt gerade abspielt, eine andere. Dass der demografische Wandel kommen wird, war klar. Ein schleichender Prozess, dessen Ergebnis irgendwann abrupt sichtbar wird. Das haben Dinge, die sich langsam, aber stetig weiterentwickeln, so an sich. Zum Klimawandel gibt es durchaus Parallelen. Auch hier kann niemand ernsthaft behaupten, er sei überrascht worden von Hitzewellen

und Überflutungen. Probleme sind immer unangenehm. Und daher neigen viele Menschen auch dazu, die Augen davor zu verschließen und einfach mit Gewohntem weiterzumachen.

Die Probleme klein zu reden oder – noch schlimmer – sie unter den Tisch zu kehren lässt sie größer werden. In der Touristik war der Personalmangel schon vor der Pandemie spürbar. Also bekannt. Dennoch haben Unternehmen in der Krise Kurzarbeit gemacht und Personal entlassen.

Absolut verständlich. Vielerorts ging es nicht anders. Im Vordergrund standen das Überleben und Sichern des Unternehmens. Verwunderlich wäre es allerdings, wenn sich nun diejenigen, die zuvor entlassen haben oder in der Krise nicht besonders fürsorglich mit ihren Beschäftigten umgegangen sind, über Personalmangel beklagen. Sie brauchen jetzt attraktive Arbeitsbedingungen und gute Verkaufsargumente, warum Wechselwillige ausgerechnet für ihre Firma arbeiten sollten.

Suchende scheinen die volle Auswahl zu haben. Die Unternehmen überbieten sich: Urlaubs-, Weihnachtsgeld, Neueinsteigerprämien, Homeoffice, Arbeiten im Ausland, Vergünstigungen bei Sportclubs oder anderen Einrichtungen, E-Bike-Leasing – der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Ein Bäcker in Hamburg wirbt sogar mit Anwesenheitsprämien. Auf gut Deutsch: Wer nicht krank ist, erhält mehr Geld. Das ist gut für Arbeitnehmer, keine Frage.

Aber: Wäre es nicht noch besser, wenn die verantwortlichen Führungskräfte, Unternehmer und Personalmanager mal ganz ehrlich zu sich selbst sind und den Ursachen auf den Grund gehen? Vielleicht sind es ganz andere Gründe als nur Gehalt und Boni, die dafür sorgen, dass Personal abhanden kommt. Das weiß sicher jeder am besten, wenn er wirklich in sich geht.

Selbstreflexion ist für viele unangenehm, aber meistens erkenntnisreich. Angesichts der Digitalisierung herrschte in den vergangenen Jahren in Unternehmen die Devise, möglichst viele Digital Natives einzustellen.

Hätte man nicht auch mehr darauf achten müssen, die älteren, erfahrenen, loyalen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv weiterzuentwickeln? Denn: Digitalisierung hat nicht nur mit Technik zu tun, sondern ist eine Frage der Haltung: offen und neugierig für Neues zu sein, die Fähigkeit zu entwickeln, agil zu sein und sich Marktveränderungen anzupassen. Hierbei ist Führung gefragt.

Fakt ist: Der Nachwuchs ist rar und wählerisch. Der Freizeitwert gewinnt an Bedeutung. Die Unternehmen brauchen stimmige Personalkonzepte – und zwar für alle Altersklassen.



Sabine Pracht
Chefredakteurin