

COMPUTERWELT

DIE ZEITUNG FÜR IT • TELEKOM • INTERNET

AUSBILDUNG & KARRIERE



© Falco Matz@www.fotolia.de

NEUWALDEGGER TOP MANAGEMENT SURVEY

Top-Manager halten Waage zwischen Arbeit und Privatem

Manager in Österreich, Deutschland und der Schweiz sind glücklich mit ihrer Work-Life-Balance. Ihre Arbeitszeit hält sich bei durchschnittlich 48 Stunden pro Woche.

WIEN – 48 Stunden arbeiten österreichische, deutsche und Schweizer Top-Manager durchschnittlich pro Woche – ein Wert, der für solche Spitzenpositionen überraschend moderat klingt. Michael Patak, geschäftsführender Gesellschafter der befragenden Beratergruppe Neuwaldegg, hat dafür auch eine Erklärung: »Manager arbeiten sicher länger pro Woche, als sie sich selbst eingestehen. Es gilt heute eben auch als Gradmesser des Erfolgs, seine Arbeitszeiten im Griff zu haben.« Der Berater fordert mehr Ehrlichkeit der Manager zu sich selbst, denn in der Selbstunter-schätzung liegen Gefahren, nicht zu-letzt gesundheitlicher Art. »Der Körper registriert mein tatsächliches Arbeitspensum und nicht das, was ich mir vormache und so ist Selbst-reflexion eine wichtige Voraussetzung für eine gute Führungskraft.« Je zehn Prozent gaben bei der tele-phonischen Befragung an, 60 bezie-hungsweise 55 Stunden pro Woche zu arbeiten, der gleiche Prozentsatz schafft sein Pensum in 40 Stunden. Die Zufriedenheit mit der Work-Life-Balance ist gegenüber der letz-ten Abfrage vor drei Jahren gleich hoch geblieben, was Michael Patak als Verbesserung und auch als Sig-nal, vor allem wenn man die zuneh-mende Geschwindigkeit im Arbeits-alltag berücksichtigt, wertet: »Als nächstes sind die mittleren Führungskräfte und immer mehr auch die Mitarbeiter auf allen Ebe-nen an der Reihe. Unternehmen soll-ten gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten darauf achten,

um Motivation und Produktivität hoch zu halten«, so Patak. Unternehmen achten auch immer mehr darauf, ihre Mitarbeiter sport-lich und gesund zu halten: 60 Pro-zent bieten Sport- und Gesundheits-programme an; besonders engagiert sind hier Unternehmen aus der Informations- und Consulting-branche (72 Prozent), nur Unter-nehmen aus der Finanzbranche (97 Prozent) achten mehr auf den sport-lichen Ausgleich. 42 Prozent der befragten Manager sagen dazu, diese Angebote würden genau so angenommen, wie sie sich das vorgestellt haben. Für knapp ein Viertel werden sie noch stärker ge-nutzt als erwartet, in 28 Prozent der Fälle kommen sie allerdings weni-ger gut an. Die Herausforderung liegt also sichtlich darin, maßge-schneiderte Pakete für die Mitarbei-ter zu schnüren, die sie mit ihrer Arbeitszeit und familiären Ver-pflichtungen verbinden können und die ihre Interessen und Bedürfnisse treffen. Dort genau hinzusehen, Bedarf abzufragen und dann ent-sprechende Maßnahmen zu setzen, ist eine Investition, die sich lohnt: »Wir können deutlich nachweisen, dass diese Angebote die Loyalität und die Arbeitszufriedenheit er-höhen«, konstatiert Patak. Gesundheitsfragen beinhalten natürlich auch das Rauchen – ein Thema, das gerade in letzter Zeit ziemlich emotionalisiert wahrgenommen wurde. Laut Top-Manage-ment Survey hat sich der Nichtraucher-schutz für fast die Hälfte der Un-ternehmen als Problem »erledigt«.

46 Prozent der Top-Manager sagen, man habe in ihrem Unternehmen Lösungen dafür gefunden und das Thema verliere an Bedeutung. 38 Prozent geben an, sie hätten immer schon Regelungen gehabt – dies gilt besonders für Deutsche (43 Prozent) und Schweizer (37 Prozent). Öster-reich steht in diesem Punkt mit nur 27 Prozent vergleichsweise schlecht da. Zehn Prozent der Manager geben zu, dass man in ihrem Unternehmen noch nach einer Lösung für den Schutz der Nichtraucher suche. Am schwersten tun sich damit Firmen aus der Informations- und Consul-tingbranche – vielleicht ein Grund, warum sich genau diese so engagiert für Sport- und Gesundheitspro-gramme engagieren. Die Tendenz, in der Betriebsküche oder Cafeteria zu rauchen, ist offen-bar auch eine österreichische Ange-wohnheit: 36 Prozent der Befragten sagen, dies sei in ihrem Unterneh-men Standard, in der Schweiz ist dies nur in 14, in Deutschland in acht Prozent der Unternehmen üblich. 13 Prozent erfassen Rauchpausen sogar im Zeiterfassungssystem und schicken ihre rauchenden Mitarbei-ter vor die Tür. Nur rund ein Viertel der österreichischen Unternehmen setzen ein generelles Rauchverbot um. »Rauchen wird auch in den kommenden Jahren noch ein hoch emotionales Thema bleiben – auch wenn viele Manager sagen, dass es Lösungen gibt. Ein attraktiver Arbeitgeber wird sich auch dadurch auszeichnen, in diesem Punkt krea-tive und gute Strategien zu finden«, so Patak. Die Studie wurde von der Berater-gruppe Neuwaldegg gemeinsam mit OGM Ende Juni 2008 durchgeführt. 300 Top-Manager in Deutschland, Österreich und der Schweiz aus Betrieben mit mindestens hundert (Österreich) beziehungsweise 250 Mitarbeitern wurden telefonisch befragt. [mi]

GEHALTSVERHANDLUNGEN TROTZ KRISE

Poker um mehr Einkommen

WIEN/ESCHBORN – Die Finanzkrise und ihre wirt-schaftlichen Folgen zwingt viele Unternehmen zu erheblichen Ein-sparungen, auch und vor allem im Personalbereich – es sind also schwierige Zeiten für Gehaltsver-handlungen angebrochen. Trotzdem möchte rund die Hälfte der vom Karriereportal Mon-ster befragten Arbeitnehmer aus Österreich (49 Prozent), Deutsch-land (45 Prozent) und der Schweiz (50 Prozent) demnächst eine Gehaltserhöhung erreichen und plant somit, in naher Zukunft mit dem Vorgesetzten darüber zu reden. Ein Drittel allerdings glaubt, dass eine Gehaltsverhandlung aus ver-

schiedenen Gründen momentan keine Aussicht auf Erfolg haben wird. »Die Umfrage zeigt, dass die Ar-beitnehmer trotz der Finanzkrise den Mut haben, mit ihrem Vorge-setzten über ihr Gehalt zu spre-chen«, erklärt Marco Bertoli, Ge-schäftsführer Central Europe bei Monster Worldwide. Den Mitar-beitern sei bewusst, dass sie einen wichtigen Beitrag zum Unterneh-menserfolg leisten und möchten auch dementsprechend belohnt werden. Trotz umfangreicher Bemühun-gen und Wünsche können aller-dings viele Arbeitnehmer wegen ihres Gehalts nicht in Neuver-handlungen treten. So gaben 13

Prozent der Befragten an, nach Tar-iff bezahlt zu werden und somit keine Möglichkeit zu haben, auf die Höhe des Einkommens Ein-fluss zu nehmen. Rund zehn Prozent der befragten Arbeitnehmer wollen hingegen überhaupt nicht neu verhandeln, weil sie erst vor Kurzem eine Gehaltserhöhung bekommen haben. Fünf Prozent glauben nicht, dass eine Steigerung ihres Verdiensts möglich ist, spekulieren aber auf einen Bonus am Ende des Jahres. An der Monster-Umfrage nahmen 555 deutsche, 149 österreichische und 75 schweizerische Arbeitneh-mer zwischen dem 24. November und 7. Dezember 2008 teil. [mi]

GASTKOMMENTAR TALENT RELATIONSHIP MANAGEMENT



BERNHARD OTTI

Vor dem Hintergrund unserer heutigen Wissensgesellschaft werden Mitarbeiter und besonders qualifizierte High Potentials zu einer Grundlage des Unternehmenserfolges. Um wettbewerbs-fähig zu bleiben ist es daher notwendig, geeignetes Personal zu rekrutieren und langfristig zu binden. Zwar kann angesichts der hohen Arbeitslosenquoten und der Menge an Bewerbungsein-gängen der Eindruck entstehen, es sei unproblematisch, geeig-nete Mitarbeiter zu akquirieren. Doch zahlreiche Studien belegen das Gegenteil: Demzufolge wird es immer schwieriger, quali-fizierte Talente zu finden und zu begeistern. Ein Ungleichgewicht entsteht, weil einerseits die Anforderungen an die Mitarbeiter steigen, während andererseits die durchschnittliche Qualität der Absolventen und Bewerber nicht im gleichem Maße zunimmt. Für Unternehmen stellt sich daher die Frage, wie dem begegnet werden kann: Wie kann vermieden werden, dass aus dem Engpassfaktor Mitarbeiter ein Wettbewerbsnachteil entsteht? Ein Instrument zur Begegnung dieser Problematik ist das »Talent Relationship Management (TRM)«. Dieses Konzept baut auf der Grundphilosophie des Beziehungsmarketings auf, die als integrativer Bestandteil der Unternehmenskultur von allen Mit-arbeitern getragen werden soll. Die Gewinnung von Talenten zählt danach nicht mehr nur in den Zuständigkeitsbereich der Personalabteilung, sondern wird zur unternehmensweiten Auf-

gabe. Dabei fußt dieses innovative Konzept auf dem Gedanken, ein unternehmensübergreifendes Netzwerk aufzubauen, um sich langfristig einen Pool an qualifizierten Kandidaten zu sichern. Der Fokus zielt auf die qualifizierten Mitarbeiter als strategi-schen Engpassfaktor. Deren Gewinnung soll nicht nur durch iso-lierte Einzelaktionen erreicht werden, vielmehr wird eine Wende zur langfristigen Rekrutierung und Mitarbeiterbindung beab-sichtigt. Es wird ein strategisch und nachhaltig ausgerichtetes Konzept angestrebt, das auf einer Beziehung zwischen mög-lichen Mitarbeitern und Unternehmen basiert. Auch das Internet nimmt eine neue Stellung ein. Es ist nicht mehr nur ein Medium zur Verteilung von Stellenanzeigen, sondern es unterstützt syste-matisch den gesamten Rekrutierungsprozesses. Strategisches Ziel des TRM ist die Steigerung der Wettbewerbs-fähigkeit durch ein Beziehungsmanagement zu (potenziellen) Leistungsträgern, die einen kritischen Erfolgsfaktor darstellen. Damit wird das Talent Relationship Management in besonderer Weise den neuen Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt ge-recht und ist ein entscheidender Erfolgsfaktor, um im War for Talents die wichtigen Humanressourcen für sich zu gewinnen.

Bernhard Otti ist Geschäftsführer des Personalberaters Otti & Partner.

aristid
personalberatung

Franz Geller
Senior Partner

confidence
through
competence in
IT-Specialists
and
Management

Tel. +43 664 22 66 952
geller@aristid.at

www.aristid.at