

Führung/Kommunikation

## Prof. Dr. Volker Eichener: Der „War For Talents“ ist schon im Gange – wie ein Wohnungsunternehmen qualifizierten Nachwuchs rekrutieren kann

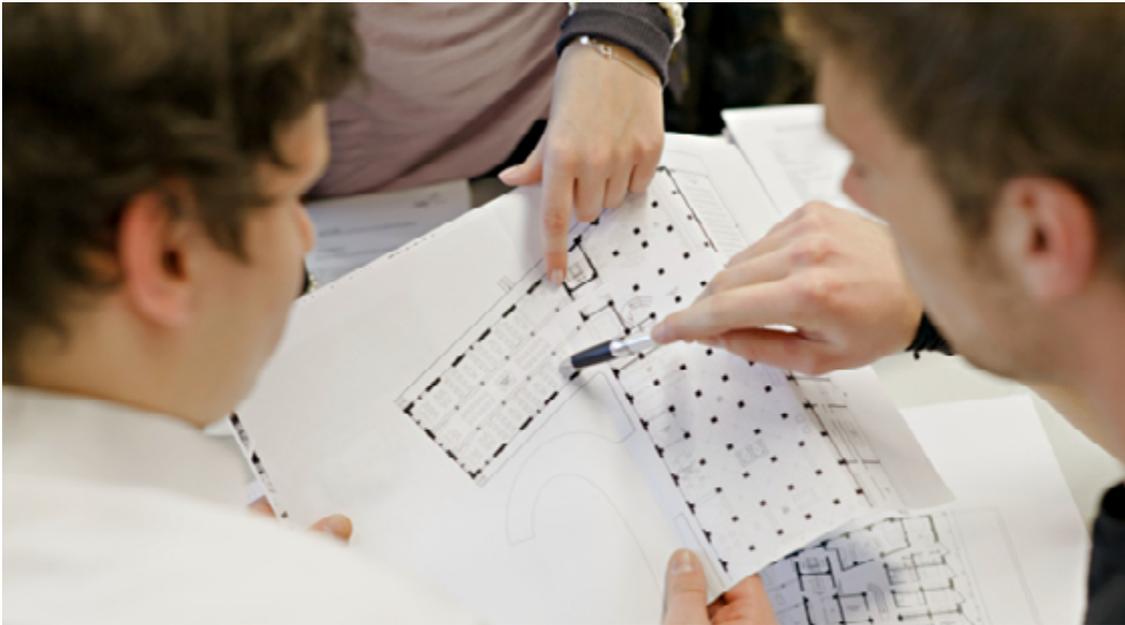
„Es wird zunehmend schwieriger, qualifizierte Mitarbeiter zu finden“ – Nicht weniger als 66% von über 900 Wohnungsunternehmen, die wir im Rahmen der Studie „Unternehmenstrends 2020“ befragt wurden, stimmen dieser Aussage zu. Und es wird sich noch verschärfen: Die Zahl der Schulabgängern ist seit Anfang der 2000er Jahre bereits von bundesweit knapp 950.000 Personen pro Jahr auf rund 850.000 zurückgegangen, und in den nächsten Jahren steht uns ein weiterer Rückgang auf nur noch 750.000 junge Menschen bevor, welche die Schulen verlassen.



Studentische Gruppenarbeit an der EBZ Business School; alle Fotos EBZ Business School

Der „War For Talents“ – der Kampf um die besten Köpfe – ist bereits in vollem Gange. Während zahlreiche Wirtschaftszweige bereits über Fachkräftemangel klagen, haben große Unternehmen und etliche Branchen damit begonnen, sich durch strategisches „Employer Branding“, d.h. Markenbildung als Arbeitgeber, die „Rosinen“ zu sichern. Die Wohnungswirtschaft muss sich also rüsten, um sich in der Konkurrenz um qualifizierte Nachwuchskräfte zu behaupten. Doch wie sollten sie dabei verfahren?

Große Unternehmen sichern sich schon die „Besten“



Studierende an der EBZ Business School überarbeiten einen Grundriss im Rahmen der Bestandsmodernisierung. Quelle: EBZ Business School

## Die eigenen Bekanntheit steigern

Schon durch lokale Maßnahmen können sich Wohnungsunternehmen als Arbeitgeber in die Köpfe der jungen Menschen rufen. So können sie den Schulen Plätze für Schülerpraktika anbieten oder sich über Fördervereine, Sponsoring, Arbeitskreise und Veranstaltungen bekannt machen. Einige Unternehmen, wie z.B. die Genossenschaft Freie Scholle Bielefeld und der Altonaer Spar- und Bauverein haben bereits begonnen, örtlichen Schulen Kooperationen bei Unterrichtseinheiten anzubieten.

Solche Maßnahmen sind geeignet, die Wohnungswirtschaft in die „Mund-zu-Mund“-Propaganda zu bringen. Diese Vorgehensweise ist sehr erfolgreich, denn Studien haben gezeigt, dass Empfehlungen von Eltern, Freunden und Bekannten nach wie vor der wichtigste Weg sind, um sich einen potentiellen Arbeitgeber auszusuchen.

## Kooperationen mit Schulen

## Welche Arbeitgeber für die „Generation Y“ attraktiv sind

Als Arbeitgeber muss man nicht nur bekannt sein. Eine Studie einer Beratungsfirma hat aufgezeigt, dass die Übereinstimmung der Werte des Unternehmens mit den persönlichen Werten für Bewerber das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Arbeitgebers darstellt. Welche der Werte für die junge Generation wichtig sind, hat die Shell-Jugendstudie aus dem Jahr 2010 aufgewiesen. Danach sind „gute Freunde“, eine „gutes Familienleben“ und „eigenverantwortlich leben und handeln“ für jeweils über 90% der jungen Leute wichtig. Über drei Viertel der Jugendlichen halten auch „Fleiß und Ehrgeiz“, „Phantasie und Kreativität“ sowie „das Leben in vollen Zügen genießen“ für wichtig.

## Die fünf wichtigsten Faktoren, die einen Arbeitgeber attraktiv machen

Damit bestätigt sich, dass die „Generation Y“ eine pragmatische Lebenseinstellung aufweist, bei der im Zweifel die Work-Life-Balance wichtiger ist als die berufliche Karriere. 74% der deutschen Fach- und Führungskräfte sind Familie und Privatleben wichtiger als der Beruf, und ein Viertel hat sogar schon einmal eine Beförderung auf eine Führungsposition abgelehnt.

Noch konkretere Anforderungen an attraktive Arbeitgeber hat die Universum Studierendenumfrage aus dem Jahr 2014 ermittelt. Die fünf wichtigsten Faktoren, die einen Arbeitgeber attraktiv machen, sind danach – in dieser Reihenfolge – ein attraktives Grundgehalt, ein freundliches Arbeitsumfeld, eine sichere Anstellung, hohes Einkommen in der Zukunft und vielfältige Arbeitsaufgaben. Und unter den langfristigen Karrierezielen liegt eine ausgewogene Work-Life-Balance an erster Stelle.

Angesichts solcher Erwartungen haben Wohnungsunternehmen durchaus gute Chancen, talentierte junge Leute für sich zu gewinnen. Gerade zu den sicherheits- und familienorientierten Werten können regional tätige Wohnungsunternehmen attraktive Bedingungen bieten. Mit sozial verantwortlichem Unternehmenshandeln lässt sich ebenfalls punkten.

## Die Nachwuchskräfte wollen einen Hochschulabschluss – früher oder später



Prof. Dr. Volker Eichener

Die Studien machen auch deutlich, dass Routinearbeit und Verwaltungshandeln als nicht so „sexy“ gelten wie abwechslungsreiches und kreatives Arbeiten. Tatsächlich führt der Strukturwandel der Wohnungswirtschaft dazu, dass Aufgabenprofile vielfältiger und anspruchsvoller werden. Die Wohnungswirtschaftler von morgen müssen nicht nur immer anspruchsvollere betriebswirtschaftliche Kompetenzen aufweisen, sondern auch zunehmende technische sowie soziale und kommunikative Kompetenzen. Diese polyvalenten Qualifikationsbilder erfordern Analyse- und Problemlösungskompetenzen, die über Rezeptwissen hinausgehen und typischerweise in akademischen Studiengängen vermittelt werden. Mit ihrer allmählichen Akademisierung wird die Wohnungswirtschaft als Arbeitgeber attraktiver. Die Hälfte aller Schulabgänger weisen eine Hochschulzugangsberechtigung auf, davon nehmen 70% ein Hochschulstudium auf. Von den übrigen 30% absolvieren viele eine kaufmännische Ausbildung. Exakt 90% der angehenden Immobilienkaufleute am EBZ verfügen über eine Hochschulzugangsberechtigung. Bei diesen Immobilienkaufleuten glimmt der Wunsch im Herzen, sich doch noch irgendwann akademisch zu qualifizieren.

Routinearbeit und Verwaltungshandeln sind nicht „sexy“

Durch ihr modulares Bildungsangebot kann die Wohnungswirtschaft Schulabgängern hervorragende Perspektiven bieten. Dies wird beispielsweise an der EBZ Business School sichtbar:

- Wer die Ausbildung zum/zur Immobilienkaufmann/-frau beginnt, kann an der EBZ Business School parallel zur Ausbildung, zeitversetzt oder auch nach dem Abschluss der Ausbildung das Bachelorstudium Real Estate und sogar noch ein anschließendes Masterstudium absolvieren. Es gibt neben der immer beliebter werdenden Möglichkeit des Fernstudiums sogar eine spezielle Studiengruppen und ein Zeitmodell, um den Bachelor parallel zur Berufsausbildung zu erwerben.
- Wer nach dem Schulabschluss sofort studieren will, kann mit dem „Werkstudentenmodell“ der EBZ Business School für die Wohnungswirtschaft gewonnen werden. Das Wohnungsunternehmen beschäftigt den oder die Studierende/n auf Teilzeitbasis, das Studium erfolgt simultan freitags und samstags oder als Fernstudium, das Unternehmen zahlt die Studiengebühren und ein Taschengeld. Das Modell ist für beide Seiten hochattraktiv: Der Schulabgänger erhält die Möglichkeit, unter den exklusiven Bedingungen einer privaten Hochschule zu studieren, hat schon einen Arbeitgeber und bekommt sein Studium und seinen Lebensunterhalt finanziert. Und das Wohnungsunternehmen erhält für bescheidene Kosten einen motivierten jungen Menschen, der von Monat zu Monat mehr kann. Und das Wohnungsunternehmen schlägt konkurrierenden Branchen im „War for Talents“ ein Schnäppchen: Während die anderen Arbeitgeber mit aufwendigen Recruitment-Angeboten um Hochschulabsolventen buhlen, bindet das Wohnungsunternehmen bereits die Abiturienten und Fachabiturienten an sich. Bachelor- und Masterabsolventen müssen übrigens nicht zwangsläufig Führungspositionen angeboten werden. Stattdessen können „Fachkarrieren“ mit job enrichment (Aufgabenintegration), Sonderaufträgen oder Projekten erfolgen. 83% der Nachwuchskräfte ist eine gute fachliche Arbeit sogar wichtiger als ein hierarchischer Aufstieg.

Prof. Dr. Volker Eichener

Rektor der EBZ Business School – University of Applied Sciences in Bochum