

# PETER NÄF

## karrierecoaching

### WAR FOR TALENTS – CHANCE FÜR FACHKRÄFTE

#### Die Gründe für den Fachkräftemangel

Den Begriff «war for talents» hat 1998 Ed Michaels, amerikanischer Direktor der Unternehmensberatung McKinsey, in seinem gleichnamigen Buch geprägt. Seither sprechen wir von Fachkräftemangel vor allem in den Bereichen Informationstechnologie und Ingenieurwesen. Gründe dafür sind einerseits der Eintritt der geburtenstarken Nachkriegsjahrgänge in den Ruhestand. Andererseits haben sich zu wenige junge Menschen in den entsprechenden Disziplinen ausbilden lassen. Insbesondere fehlen Frauen in den sogenannten MINT-Berufen. Da Massnahmen zur Verbesserung der Situation erst langfristig wirken, wird sich das Problem über die nächsten Jahre noch akzentuieren. Der Bedarf nach Fachspezialistinnen und Fachspezialisten kann schon seit geraumer Zeit nicht mehr auf dem inländischen Arbeitsmarkt abgedeckt werden. Die Unternehmen stehen dadurch auf den internationalen Arbeitsmärkten in starker Konkurrenz um begehrte Fachkräfte. Zudem lagern Unternehmen auch höher qualifizierte Tätigkeiten in aufstrebende Volkswirtschaften aus. Diese verfügen über gut ausgebildete und vergleichsweise günstige Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer.

#### Weitere Massnahmen im War for talents

Der Fachkräftemangel beeinflusst auch das Kräfteverhältnis auf dem Arbeitsmarkt. Gesuchte Kandidatinnen und Kandidaten können unter verschiedenen Job-Angeboten auswählen. Nicht alle profitieren gleichermassen davon. Viele Fachkräfte mit attraktiven Profilen verharren in einem Mindset aus der Zeit, als die Arbeitgeber am längeren Hebel waren. Voraussetzung für eine optimale Positionierung ist eine gute Kenntnis der eigenen beruflichen Vorstellungen und Bedürfnisse. Eine Standortbestimmung kann dabei Klarheit schaffen, wird aber noch viel zu selten in Anspruch genommen. Die Unternehmen reagieren stärker auf die neue Situation. Sie untersuchen, was die begehrten Talente wünschen. Und sie passen ihr Angebot auf dem Arbeitsmarkt an, um für Mitarbeitende attraktiv zu sein (Employer Branding). Ein Beispiel sind neue Arbeitszeitmodelle, die dem Wunsch der jüngeren Generation nach Ausgleich von Privatleben und Berufsleben gerecht werden. Auch haben Unternehmen erkannt, dass Rekrutierung neuer Mitarbeitender teuer ist. Sie unternehmen daher Anstrengungen, bestehende Mitarbeitende zu halten (Retention Management) und weiter zu entwickeln (Talent Development).