

Pressemitteilung

HDS-Symposium zeigt Karrierechancen in der Schuhindustrie auf

Der Fachkräftemangel wird in Deutschland nicht zuletzt wegen des guten Konjunkturverlaufs immer sichtbarer und macht auch vor der Schuhbranche nicht Halt. Für den Bundesverband der Schuhindustrie HDS Grund und Anlass, sich intensiv mit der brisanten Thematik auseinanderzusetzen und rechtzeitig Lösungsansätze für eine erfolgreiche Zukunft der Branche aufzuzeigen. Im Mittelpunkt des diesjährigen HDS-Symposiums, das am 29. Juni in Rosenheim in den Räumlichkeiten des HDS-Mitgliedsunternehmens Gabor stattgefunden hat, stand daher das Thema ‚Qualifizierte Mitarbeiter - Bildung: Der Schlüssel zur Zukunft der Schuhindustrie‘. Rund 100 Teilnehmer aus Schuhindustrie und -Handel sowie Vertreter der Medien und Messen nutzten die Gelegenheit, um neue Erkenntnisse über die allgemeine wirtschaftliche Entwicklung sowie praktische Maßnahmen und Beispiele zur Nachwuchsförderung kennenzulernen. „Wir müssen die großartigen Perspektiven, die die Schuhindustrie jungen Menschen bietet, besser vermitteln“, appellierte der HDS-Vorsitzende Ralph Rieker an die Teilnehmer des Forums. „Wir arbeiten in einer zukunftsfähigen Branche, die schnelle und vor allem auch internationale Karrierechancen eröffnet.“

Arbeitslandschaft 2030 - Was bleibt, was kommt?

„Bei dem als Fachkräftemangel titulierten Phänomen handelt es sich um eine gesamtwirtschaftliche Herausforderung, die zudem struktureller Natur ist“, sagt Kai Gramke vom Wirtschaftsforschungsinstitut Prognos AG, Basel. Die maßgeblichen Einflussfaktoren für den zu erwartenden Mangel seien der demografische Wandel und die Globalisierung. Ersterer führe zu einem generellen Rückgang der Personen im erwerbsfähigen Alter, letzterer beschleunige den Strukturwandel sowie die internationale Arbeitsteilung und führe zu steigenden Anforderungen an die heimischen Arbeitsplätze. Gramke geht davon aus, dass bereits 2015 knapp drei Mio. Personen auf dem Arbeitsmarkt fehlen werden. „Wenn hier keine umfänglichen Veränderungen eintreten, droht Deutschland im Jahr 2030 ein Arbeitskräftemangel von rund fünf Mio. Personen“, prognostiziert der Experte. Zu den strategischen Maßnahmen, diesem Mangel vorzubeugen und ihn im Idealfall zu verhindern, gehören laut Gramke die Weiterbildung und Umqualifizierung von Mitarbeitern, die Erhöhung der Netto-Zuwanderung und Teilzeitkräfte sowie die Steigerung der Hochschulabsolventenquote.

Vor allem kleine Unternehmen hätten Probleme, Ausbildungsstellen zu besetzen, sagt Dirk Werner vom Institut der Deutschen Wirtschaft in Köln, der in seinem Vortrag die Fachkräftesituation in Deutschland beleuchtete. Dabei sei Größe nicht zwangsläufig entscheidend. „Erfolgreiche Unternehmen zeichnen sich durch eine intensive Personalarbeit aus, die ein systematisches und strategisches Rekrutierungsverhalten beinhaltet“, ist Werner überzeugt. Potenzial sieht der Fachmann u.a. in frühzeitig angelegten Kooperationen mit (Hoch-)Schulen, der Rekrutierung neuer Zielgruppen (Frauen, Migranten), einer stärkeren Mitarbeiterbindung (Vereinbarkeit von Familie und Beruf), der Ausweitung der Lebensarbeitszeit, flexiblen Arbeitszeiten und altersgemischten Teams. Außerdem seien Aus- und Weiterbildung unerlässlich, um eine höhere Qualifizierung der Mitarbeiter und damit den Unternehmenserfolg nachhaltig zu sichern.

Qualifikation, Motivation, Emotion

„Um Fachkräfte aus dem Markt zu gewinnen und langfristig an sich zu binden, ist eine starke Arbeitgebermarke wichtig“, weiß Alexander Gedat, Vorstand beim Modeanbieter Marc O'Polo. Anhand von Praxisbeispielen erläuterte der Manager die Säulen erfolgreicher Personalarbeit, zu denen unter anderem individuelle Führungskräfte-Trainings und Coachings, diverse Mitarbeiterbindungsaktivitäten (Ferienprogramm für Mitarbeiter-Kinder, Home-Office) oder regelmäßige Mitarbeiter-Zufriedenheitsbefragungen gehören. Potenzielle Bewerber müssten vor allem emotional zum Unternehmen passen – wenn nicht, nütze auch die beste Qualifikation nichts, so Gedat. Nach dem Motto ‚Einer für alle, alle für Einen‘ wird beim Rosenheimer Schuhhersteller Gabor erfolgreich Azubi-Marketing betrieben. Fünf Auszubildende stellten ihre persönliche Motivation vor, einen Beruf in der Schuhbranche zu erlernen und präsentierten erfolgreiche Maßnahmen, um neue Mitarbeiter bzw. Auszubildende für Gabor zu begeistern. Neben Info- und Messeveranstaltungen dient ein auf die junge Zielgruppe zugeschnittenes Kommunikationsportal im Internet als Motivator. Ein von den Auszubildenden eigenständig produzierter, aufwändig gestalteter Imagefilm weist darüber hinaus auf die verschiedenen Karrieremöglichkeiten bei Gabor hin.

Die Tagung wurde durch eine lebhafte Podiumsdiskussion mit Vertretern aus Industrie und Wissenschaft abgerundet. „Mit dem Symposium ist es uns gelungen, die Sensibilität der Unternehmen zu schärfen und Initiativen zu lancieren, mit deren Unterstützung die Schuhindustrie erfolgreicher im Wettbewerb um die besten Fachkräfte sein kann“, zieht HDS-Hauptgeschäftsführer Manfred Junkert das Fazit.

Offenbach, 30. Juni 2011

Kontakt:
Dr. Claudia Schulz
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit HDS
Berliner Str. 46
63065 Offenbach
Tel.: 069/829741-10
E-mail: c.schulz@hds-schuh.de