

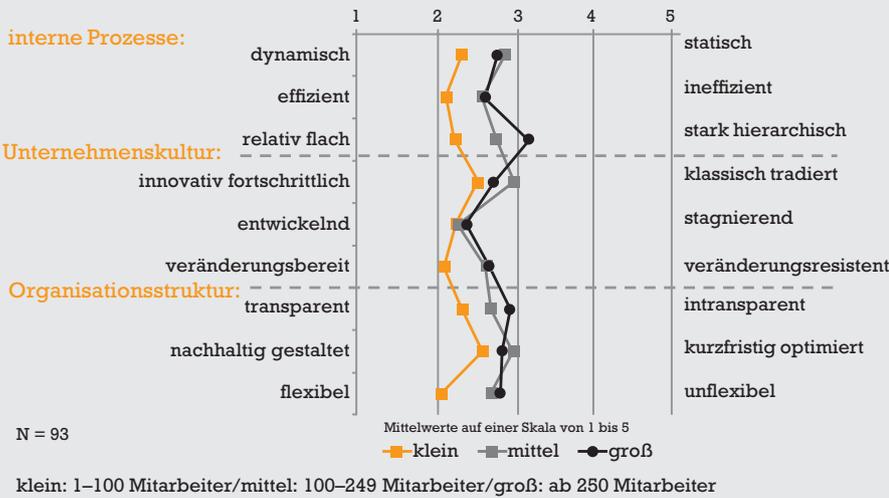
STUDIE:

Wie attraktiv sind Stadtwerke zukünftig als Arbeitgeber?

Eine im Herbst 2012 von dem Beratungsunternehmen BET Büro für Energiewirtschaft und technische Planung GmbH durchgeführte repräsentative Studie, bei der bundesweit Geschäftsführer und Personalverantwortliche der Energiebranche zum Thema Arbeitgeberattraktivität befragt wurden,

Die Studienergebnisse ergeben, dass Maßnahmen zur Personal- und Organisationsentwicklung bei den Stadtwerken durchaus einen hohen Stellenwert haben. Häufig bleiben sie jedoch auf der Ebene von vielen einzelnen Fortbildungen – und damit hinter den Möglichkeiten moderner Unternehmen zurück. Gleichzeitig zeigen

Welche Eigenschaften beschreiben die internen Prozesse, die Unternehmenskultur und die Organisationsstruktur Ihres Unternehmens?



zeigt, dass insbesondere bei den Stadtwerken strategischer Handlungsbedarf besteht, sich zukunftsicher und leistungsstark als Arbeitgeber aufzustellen.

Die Energiebranche genießt wegen einer Vielzahl von Rahmenbedingungen große Aufmerksamkeit in der Gesellschaft. Die Branche steht unter enormen Innovationsdruck und damit vor der Herausforderung, als Arbeitgeber Voraussetzungen zu schaffen, die den Mitarbeitern die Möglichkeit geben, die Herausforderungen der Zukunft anzugehen. Denn die Neuausrichtung der Versorgungsunternehmen muss zum großen Teil mit dem bestehenden Personal umgesetzt werden. Parallel bedarf es aber auch zusätzlicher Qualifikationen und – u. a. bedingt durch den demographischen Wandel – jüngeren Personals.

die Ergebnisse, dass viele Stadtwerke gerade im Fachkräftebereich in den nächsten Jahren einen großen Bedarf sehen und die Unternehmen der eigenen Branche als größte Wettbewerber um clevere Köpfe benennen. Die Stadtwerke sind sich aber selbst als Arbeitgeber unsicher, ob sie ein klares Arbeitgeberbild transportieren. 62% der Befragten gaben an, dass es in ihrem Unternehmen keinen bewussten Umgang mit dem Thema Arbeitgeberimage oder Unternehmenskultur gibt.

Dabei bewerten kleinere und mittlere Stadtwerke ihre aktuelle Situation positiv: Sie beschreiben ihre Organisationskultur als offen, fortschrittlich und dynamisch (siehe Grafik). Gleichzeitig bescheinigen sie den Mitarbeitern eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen. Was fehlt, ist eine Gesamtstrategie, die die Unterneh-

mensstrategie in eine Personalmanagementstrategie übersetzt und mit der Arbeitgeberkommunikation verzahnt.

„Wer sich rechtzeitig der Herausforderung stellt, die Unternehmenswerte in eine klare Arbeitgebermarke zu fassen, und diese in Organisations- und Personalstrategien umsetzt, hat langfristig eine gute Chance, im Wettbewerb zu gewinnen – dies gilt insbesondere für kleine und mittlere Stadtwerke“, so Nicole Mai, Beraterin für strategisches Employer-Branding, die die Studie begleitet hat. In Zukunft werden werteorientierte Konzepte in der strategisch eingebundenen Organisationsentwicklung die Leistungsfähigkeit und Attraktivität von Unternehmen bestimmen. Einzelne Weiterbildungsmaßnahmen sind lediglich Bausteine dieser Strategie. Das heißt: Geschäftsleitungen und Vorstände müssen Personal- und Organisationsmanagement noch stärker als strategisches Handlungsfeld anerkennen und Ressourcen dafür schaffen. Um sich als leistungsstarkes Versorgungsunternehmen aufzustellen und sich gegenüber den Wettbewerbern als Arbeitgeber zu differenzieren, bedarf es eines zur Unternehmensstrategie passenden, klaren Bildes, das den handelnden Personen einen Rahmen für ihre Arbeit gibt, sei es als Führungs- oder als Fachkraft. Neue Formen des Miteinander-Arbeitens, des Wissensmanagements und der Transparenz in Prozessen sind dabei wichtige Bausteine für die Organisationsgestaltung. Individualisierte Personalentwicklungsmethoden und innovative Formen des Lernens werden in Zukunft eine noch wichtigere Rolle spielen. „Unsere Erfahrung zeigt, dass die Investition in Menschen und deren Fähigkeiten in den zunehmend wissensintensiven Arbeitsprozessen das Thema der nächsten Jahre sein wird. Innovative Unternehmen investieren heute in Projekte, die mit der Optimierung von Abläufen einen Kulturwandel initiieren. Sie steigern ihre Attraktivität durch eine beteiligungsorientierte Gestaltung der Veränderungen– und sichern sich so die Mitwirkung ihrer Mitarbeiter“, so Dr. Christiane Michulitz, Leiterin der Studie bei BET Aachen.

Die Ergebnisse der Studie finden Sie unter www.bet-aachen.de.