

NEWS

03/04

Informationsbulletin der SWISSCONSULT-Organisation

Bringt uns die Zukunft ein besseres Leben?

Das Wirtschaftswunder ist vorbei. Heute Geld zu verdienen ist anstrengender, mühsamer und viel komplexer, als in den Jahren 1950 bis 2000. Wohl gab es dazwischen Rezessionen, aber sie waren Korrekturen eines zu schnellen Wachstums. Zukünftiges Wachstum erfolgt in kleinen Schritten. Wer vom wirtschaftlichen Erfolgskuchen einen Teil für sich abschneiden will, muss innovativer, flexibler und cleverer sein.

Um sich der Zukunft anpassen zu können, gibt es die Trendforschung. Mehrere Institute weltweit befassen sich damit. Sie veröffentlichen Theorien, Projektionen und Meinungsumfragen und wenn mehrere Veröffentlichungen gelesen und miteinander verglichen werden, können folgende Trends vorausgesagt werden:

1. Momentan befinden wir uns im Trend der Globalisierung. Die Mobilität von Mensch und Produkt ist zunehmend. Dadurch steigt der globale Wettbewerbsdruck auf Preise und Löhne. Bereits jetzt ist ein Gegen-trend zu erkennen, der Trend, dass sich Konsumenten nach regionalen Produkten und Dienstleistungen ausrichten, dass sie bewusster einkaufen, Öko-Labels berücksichtigen und weniger, dafür qualitätsbewusster einkaufen. Forscher sagen eine Gegenreaktion zur Globalisierung voraus.

2. Momentan zeigt der Trend, dass in gesättigten Märkten die Erlebnisqualität wichtiger ist, als die Produktqualität. Kunden suchen nicht Waren, sondern Einkaufserlebnisse, Geschichten, Selbstbestätigung und

Emotionen. Doch das Leben in der Erlebnisgesellschaft erschöpft den Menschen und als Gegenteil wird das Streben nach Lebenssinn, Ruhe, Zeit und Aufmerksamkeit aufkommen.

3. Der momentane Trend lässt viele Produkte und Dienstleistungen ineinander verschmelzen. Elektronische Geräte werden angeboten, die zu einem Vielfachen fähig sind, was der Konsument damit ausführen will. Auch Dienstleistungen werden zusammengelegt, mit einer Kreditkarte erwirbt man noch Punkte für Flugbillette und noch eine spezielle Versicherung dazu. Die entstehende Unübersichtlichkeit und die Doppelspurigkeiten werden zum Gegenteil führen, dass immer mehr kleinere Anbieter in Marktnischen bevorzugt werden.

4. Momentan wird vom Business-Menschen erwartet, dass er flexibel, aktiv, stets zur Arbeit bereit und 24 Stunden pro Tag abrufbar ist. Die Steigerung dieses Trends wird dazu führen, dass die Belastung wächst und viele Menschen dazu bringt, eine Karriere abzubrechen oder gar nicht anzufangen. Der Gegenteil dazu ist die Wertorientierung. Die Menschen werden vermehrt nach Qualität bei Produkten und nach Lebensqualität streben.

5. Der momentane Trend ist, dass der Zeit- und Kostendruck in allen Lebensbereichen zunimmt. Alles wird ökonomisiert. Der Gegenteil dazu ist, dass sich Wirtschaft und Gesellschaft entfremden und dadurch die Wirtschaft vermehrt bezüglich ihren Angeboten und Marktstrategien unter Druck gerät.

6. Der Trend ist, dass das Leben der Menschen zunehmend komplexer und dynamischer wird.



Inhaltsverzeichnis:

Bringt uns die Zukunft ein besseres Leben?

Ist des Personalberaters Schublade ein Reservoir von «High-Potentials»?

Vorbild USA gerät ins Wanken

Meine Freundin heisst Arbeit

Gesundheitsprävention als Chefsache

Es wird zu einem Punkt kommen, wo Komplexität und Dynamik sich in einer Art Explosion auflösen werden. Der Gegenteil ist, dass sich Menschen nach besserer Orientierung ausrichten, nach Klarheit und Übersichtlichkeit.

7. Der momentane Trend gebietet, dass sich Produkte und Dienstleistungen auf die persönlichen Präferenzen der Menschen ausrichten müssen. Individualisierung lautet das Gebot der Stunde. Doch der Mensch wird sich zukünftig vermehrt nach Gemeinschaftsformen ausrichten, die ihm Orientierung, Sicherheit, Geborgenheit, Halt und Wissen vermittelt.

Diese Trends sind ebenfalls Folge einer Veränderung der Bevölkerungsstruktur. Massstab für Produkte und Dienstleistungen ist heute der junge, dynamische Mensch, der allerdings nicht die beste Kaufkraft bietet. Die zukünftige Kaufkraft liegt bei Menschen über 40 Jahren, die zudem gemessen an der Gesamtbevölkerung noch zahlreicher werden.

jb

Ist des Personalberaters Schublade ein Reservoir von «High-Potentials»?



Jeder Personalberater hat schon erlebt, dass ein möglicher Kunde zu ihm sagt:

«Ja, wir suchen einen (.....), schauen sie doch einmal in ihre Schublade, vielleicht können sie uns einen tüchtigen Kandidaten empfehlen».

Was denken kompetente Personalberater, wenn sie mit einem derartigen Ansinnen konfrontiert werden?

A) Möglich ist, dass der Aussagende die Arbeit eines Personalberaters nicht kennt, denn in der «Schublade» des Beraters sind diejenigen Kandidaten, die einmal für eine spezielle Aufgabe kontaktiert, aber nicht ausgewählt wurden. Darunter können auch überqualifizierte sein, die für andere Aufgaben prädestiniert wären. Die meisten «Schubladen» sind – be-

sonders bei langjährigen Beratern – gut gefüllt und die «Schublade» kann wohl ein Fundus sein, um geeignete Kandidaten zu finden. Aber einer von mehreren! Der Beste aus der «Schublade» muss nicht der wirklich Beste sein, vielleicht gibt es noch viel geeignetere Kandidaten. Kompetente Berater wollen für ihre Klienten Spitzenresultate erreichen und dazu ist die «Schublade» kaum aktuell genug. Zudem sind «High Potentials» sehr begehrt und wenn sie einmal den Wunsch nach einem Wechsel verspüren, dann ist die Zeitdauer, in der sie in der «Schublade» des Beraters liegen, sehr kurz.

B) Der Aussagende möchte wohl des Beraters Leistung, aber nicht die Leistung, sondern nur das Resultat honorieren. Und wenn er das Resultat von intern bezieht oder aus einer andern Quelle, dann geht der Berater leer aus. Der kompetente Berater wird sich nicht auf einen Schubladen-auftrag einlassen, denn seine Kompetenz und seinen Ruf hat er erhalten, weil er seriöse und perfekte Auftragsabwicklungen durchgeführt hat. Für den kompetenten Berater gilt, eine Position bei seinem Klienten optimal zu besetzen. Nur damit kann er seinen Klienten behalten und Weiterempfehlungen bekommen. Der Personalberater ist Dienstleister und rekrutiert Kandidaten für eine vakante Position bis zum Einstellungsvorschlag. Ob der Auftraggeber die Position wirklich besetzt, neu organisiert oder auf andere aufteilt, liegt nicht im Auftrag und in der Kompetenz des Beraters. Seriöse Arbeit kann deshalb nicht nach dem Motto erfolgen: «Mensch gegen Geld».

Die wirtschaftliche Talfahrt der letzten Jahre hat auch den Personalberatern zugesetzt. Der Rückgang der Aufträge brachte einige Berater dazu, Aufträge auf Erfolgsbasis anzunehmen. Sie haben aber weder sich, noch ihren Klienten, Vorteile gebracht, denn viel Zeit konnte für Erfolgsaufträge nicht eingesetzt werden, weil die Honorierung unbekannt war. Entsprechend wurde ungenau gearbeitet. Die Klienten erhielten wohl viele Kandidaten, hatten ihre Mühe und Aufwand damit, aber die gesuchten «High Potentials» waren nicht dabei. Für Firmen, die in der ansteigenden Konjunktur ihre Chancen mit optimalen

Positionsbesetzungen wahren möchten, ist eine vertrauensvolle, enge Zusammenarbeit mit einem Personalberater auf Mandatsbasis Garantie dafür.

jb

Vorbild USA gerät ins Wanken

Der amerikanische Ökonom Jeremy Rifkin, Leiter der Foundation on Economic Trends in Washington und Autor zahlreicher Bücher, hat ein neues Buch mit dem Titel: «Der europäische Traum: Die Vision einer leisen Supermacht», veröffentlicht (Campus-Verlag). Darin warnt er die Europäer, das amerikanische Modell zu übernehmen, denn er ist der Überzeugung, dass Amerika einem Irrglauben anhängt. Die Amerikaner glauben, sie seien das beste Land auf der Erde, dabei sei Amerika konfus und der Leim, der das Land zusammenhalte sei brüchig. Amerika sei immer im Glauben an die unbegrenzten Möglichkeiten gewesen, an die soziale Mobilität nach oben. Doch dieser Weg ist zum Stillstand gekommen. Eine Umfrage hat ergeben, dass nur noch 51 Prozent der Amerikaner an den amerikanischen Traum glauben. Zu diesem Traum gehört, dass es eine Verbindung zwischen allen ethnischen und sozialen Unterschieden gibt. Nach Ende des Traums wird der Zusammenhalt der USA gefährdet.

Die Europäer – meint er – seien immer noch vom amerikanischen Traum als Vorbild überzeugt. Deshalb tendiere Europa dazu, seine Wirtschaftskraft unter dem Wert zu sehen, während Amerika seine Kraft übertreibt. Dabei hat Europa ein Bruttosozialprodukt, das 100 Milliarden Dollar höher ist, als das amerikanische. Europa ist weltweit der grösste Exporteur und hat zudem den grössten Binnenmarkt. Unter den 140 grössten Unternehmen der Erde befinden sich 61 europäische Firmen und nur 50 amerikanische. Die europäischen Firmen wachsen in Wirklichkeit schneller als die amerikanischen, doch diese Tatsache wird in Amerika verschwiegen und durch europäische Medien nicht wahrgenommen. Die Amerikaner glauben, sie können jede Menge Ar-

beitsplätze schaffen, während Europa von «Eurosclerose» geprägt sei (Unflexibilität, Bürokratie). Unter Clinton sind wohl 26 Millionen neue Arbeitsplätze geschaffen worden, aber durch billige Kredite und auf Kosten einer riesigen Verschuldung der Privathaushalte. Die Arbeitslosigkeit in den USA sei höher, als in Europa, denn viele Arbeitslose werden nicht mitgezählt, wie z. B. die zwei Millionen Gefängnisinsassen.

Jeremy Rifkin versucht mit vielen markanten Zahlenvergleichen zu zeigen, dass Europa gegenüber den USA viele Vorteile aufweist. Die Armut in den USA sei wesentlich grösser, die Mordrate vier Mal höher und das Gesundheitswesen könne nur funktionieren, weil 46 Millionen Amerikaner gar nicht versichert seien. Er weist auch auf einen grundlegenden Mentalitätsunterschied hin: Amerikaner wollen viel Geld verdienen, um sich damit Freiheit, Autonomie und Unabhängigkeit zu erkaufen. Für Europäer hingegen bedeutet Freiheit, eingebettet zu sein in Beziehungen und Gemeinschaften. Deshalb würden sich die Europäer in Zukunft besser in einer integrierten Welt zurechtfinden. Die Amerikaner dagegen haben Mühe, Teil einer Gruppe zu sein.

Vielleicht hilft das Buch von Jeremy Rifkin den Europäern, etwas stolzer auf ihre eigene Leistung zu sein und nicht immer alles anzunehmen, was aus Amerika kommt. Seit 60 Jahren kommen aus den USA Managementmodelle in sich überschlagender Fülle und bisher sind alle Modelle in Europa als «Muss» hingenommen worden. Auf Grund der Zahlenvergleiche sollte Europa zum Exporteur von Ideen werden, wie Unternehmen zu gestalten und zu führen sind.

jb

Meine Freundin heisst Arbeit

(Glosse)

Also sicher ist: Ich liebe meine Freundin! Sie fordert mich, sie hält mich jung und flexibel und ich glaube, sie liebt mich auch. Es ist schön, mit ihr zusammen zu sein, manchmal 40 Stunden in der Woche, manchmal bis



Der Mächtige muss nicht der Stärkere sein, sondern nur allen als solcher erscheinen.

*Erhard Blanck
(*1942), deutscher Heilpraktiker,
Schriftsteller und Maler*

zu 60 Stunden. Wenn sie nur nicht so launisch wäre. Manchmal verlangt sie von mir Sachen, die noch gar nicht existieren. Und wenn ich dann mit viel Mühe am Ziel ihrer Wünsche bin, braucht sie das Verlangte gar nicht. Das belastet unser Verhältnis. Dann habe ich das Bedürfnis, allein zu sein und übers Internet eine andere Freundin suchen zu müssen. Doch irgendwie schafft sie es, mich ständig mit neuen Wünschen anzuspornen. Zudem bietet sie mir viel Angenehmes. Mein Schreibtisch ist jetzt 180 Zentimeter breit und das neue Auto, das sie mir geschenkt hat, hat sogar ein Navigationsgerät. Weil ich dadurch nicht mehr Adressen suchen muss, kann ich vermehrt mit ihr zusammen sein. Und mit ihr entdecke ich ständig Neues. Sie macht mich mit andern Menschen bekannt, dank ihr habe ich einen besonderen Status, durch sie bin ich gerne gesehener Gast im Bekanntenkreis und auf Partys. Und letztes Jahr hat sie sogar verlangt, dass ich vor der Geschäftsleitung einen Vortrag halten soll. Der Geschäftsleiter hat anschliessend gesagt, dass meine Freundin und ich sehr gut zusammenpassen würden. Da war ich sehr stolz auf sie und eine Zeit lang konnte sie von mir verlangen, was sie wollte.

Manchmal ärgert sie mich schrecklich. Sie verlangt von mir, dass ich alles, was ich für sie tue, aufschreibe. Jeden Kuss, jede Umarmung, sogar jeden Grashalm im Blumenstraus, den ich ihr schenke, muss ich als Geldwert beziffern. Das macht sie, weil sie furchtbar eifersüchtig ist. Nach jedem Rapport giftelt sie mich an, wirft mir vor, andere Freundinnen zu haben und zuviel mit Kollegen zusammenzusein. Dabei gehe ich doch nur ins Fitnesscenter, damit ich ihr besser gefalle und potenter bin. Und die Abendschule mache ich nur, damit ich besser mit ihr reden und sie besser verstehen kann. Obwohl sie weiss, dass ich unter ihrer Zickigkeit leide, nimmt sie kein Blatt vor den Mund. Einmal sagte sie sogar, dass meine Potenz früher besser gewesen sei. Das hat mich sehr hart getroffen. Da habe ich ihr gesagt, ich sei krank und bin zwei Tage zuhause geblieben. Doch ich hielt es nicht aus, ohne sie. Sie hat mich mit offenen Armen empfangen und seither kommen wir wieder gut aus. Damals hat sie mir auch etwas versprochen. Sie würde

gesellschaftlich eine Stufe höher steigen und mich mitnehmen.

jb

Gesundheitsprävention als Chefsache?

Grossunternehmen haben die Gesundheit ihrer Mitarbeiter als Voraussetzung für deren Leistungsfähigkeit erkannt und entsprechend Programme zur Gesundheitsprävention aufgebaut. Die Mitarbeiterfitness wird zu einem Wertschöpfungsfaktor. Deshalb findet man an Vorgesetzten tagungen körperliche Trainings, Wellness oder spezielle Gesundheitstests. Grosse Unternehmen bauen eigene Fitness- und Wellnesscenter auf oder beteiligen sich an andern, damit ihre Mitarbeiter vergünstigt oder sogar gratis ihren Körper trainieren können. Mittelständischen Unternehmen ist ein generelles Gesundheitsmanagement noch fremd. Wohl gibt es vorausschauende Unternehmen, die für spezielle präventive Massnahmen Unterstützung und Kostenübernahmen bieten. Eine Studie der des deutschen Bundesverbandes von Betriebskrankenkassen hat errechnet, dass sich für jeden in Gesundheit investierten Euro die Kosten durch Fehlzeiten um € 5,90 verringern. Auch wenn die Einsparung nur halb so gross ist, kann festgestellt werden, dass Massnahmen nicht nur kosten, sondern auch einen Ertrag bringen. Ein Gesundheitsmanagement sollte in drei Teilen aufgebaut sein:

1. Gesundheitscheck. Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sollte die Möglichkeit gegeben werden, periodisch ihre Gesundheit überprüfen zu lassen.
2. Generelle Massnahmen, z.B. Aufklärung über Ernährungsverhalten, kalorienarme Ernährung in Kantinen, Verbote von Suchtmitteln am Arbeitsplatz, Ermässigungen bei Besuchen von Fitnesscentern und Unterstützung unternehmenseigener Sportclubs, Einbau von Gesundheitsmassnahmen in interne Weiterbildungsprogramme.
3. Individuelle Massnahmen, z.B. Gefährdungspotential spezifischer Arbeiten erkennen und individuelle Vorbeugemassnahmen ergreifen.

Impressum

Redaktion:
Zentrale der
SWISSCONSULT-Organisation
Dreikönigstrasse 47
CH-8002 Zürich
Telefon +41 (0)1 202 75 60
E-Mail:
swissconsult@swissconsult.org
www.swissconsult.org
Druck: DT Druck-Team AG, Wetzikon

Auflage: 4'500 Ex.