



Fachkräftemangel: Einsamkeit in der Interaktiv-Branche

Stefanie Bradish

Die Branche geht das Fachkräfte-Problem operativ an. Strategien gibt es hier keine.

Arbeitskräfte fehlen deutschen Unternehmen jährlich, so eine Analyse von IMC AG und Bitkom. Jede zehnte davon fehlt bei IT- und Internet-Unternehmen. Und es wird durch den demographischen Wandel von Jahr zu Jahr schlimmer. Kann die Interaktiv-Branche das Problem überhaupt lösen?

- www.cribb.de
- www.zaw.de
- www.db-n.com
- www.sinnerschrader.de
- www.hmmh.de
- www.quisma.com
- www.im-c.de

Die Interaktiv-Branche wächst seit Anfang der 90er-Jahre des vergangenen Jahrhunderts jährlich mit zweistelligen Raten. Kein Wunder: Allein der Siegeszug des Internets sorgt für eine wachsende Zahl von Arbeitsplätzen - sowohl in den Fachabteilungen der Unternehmen als auch bei den Dienstleistern und Agenturen. Parallel zu dem Personalwachstum steigert sich auch das Crescendo des Jammers: Es gäbe einfach keine qualifizierten Mitarbeiter. Das Problem Fachkräftemangel bekommt die Branche trotz gefühlter fünf Dutzend Ausbildungsinitiativen einfach nicht in den Griff. Denn es ist schließlich teilweise hausgemacht.

Bereits 2008 verwies Dwight Cribb, Geschäftsführer der Hamburger Personalberatung Cribb auf die Langzeitwirkung der Jahre 2001 bis 2005, in denen die Interaktiv-Unternehmen damals reihenweise Mitarbeiter entlassen haben. *„In dieser Zeit wurde kein Nachwuchs eingestellt. Diese damals nicht eingestellten Leute fehlen nun. Sie wären mit ihren drei bis sechs Jahren Berufserfahrung die Young Professionals, die als Leistungskern so wichtig für die Branchenbetriebe sind.“*

Geändert hat sich an der Situation bis heute wenig. So zeigt die aktuelle ZAW-Studie, dass vom Texter bis zum Marketing-Experten jede Berufssparte in der Interaktiv-Branche händeringend gesucht wird. Die spannende Frage ist nun: Wenn jetzt schon Teile der Politik den am Horizont dräuenden Fachkräftemangel für die Gesamtwirtschaft als Problem erkennen - um wie viel schlimmer wird dieser Mangel dann

erst in Zukunft für eine globale Wachstumsindustrie wie die Internetwirtschaft? Und was kann man dagegen tun?

Wie Interaktiv-Entscheider den Personalmangel einschätzen

Wenn der Gesamtwirtschaft schon der Nachwuchs ausgeht - wie schlimm wird es dann erst im Internet-Business? Auch die Sonderauswertung des Internetagentur-Rankings 2010 zeigt, dass die Branche stark mit dem Personalmangel zu kämpfen hat. Auf einer Skala von eins („stimme ich nicht zu“) bis fünf („stimme ich voll zu“) bewerten die Befragten die These, dass geeignetes Personal nur schwer zu finden ist mit einem Indexwert von 3,8 - ein riesiges Problem, mit dem die Interaktiv-Dienstleister nicht erst seit fünf Jahren kämpfen.

Nach wie vor führen die Verantwortlichen den Fachkräftemangel auf ein ungenügendes Bildungsangebot der deutschen Hochschulen zurück. Um den Bedarf an fehlendem Personal zu decken, sind die Agenturen zumindest nach eigenen Angaben verstärkt bereit, Mitarbeiter sogar über 45 Jahre einzustellen. Hier ist 2010 der Indexwert mit 3,8 um einen ganzen Punkt im Vergleich zum Jahr 2009 gestiegen.

Da ist es nur ein schwacher Trost, dass nicht in allen Feldern der Internetwirtschaft das Heulen und Zähneklappern gleich laut ist. Ina Wagner beispielsweise, Personalleiterin der Internetagentur Deepblue Network erzählt, dass sie in Sachen Kreative gut versorgt seien. Bedarf bestehe hauptsächlich an IT-Spezialisten, vor allem an Programmierern.

Schuldig ist das Bildungssystem

Sinnerschraders HR-Verantwortliche Vanessa Boysen stellt direkt das Bildungssystem an den Pranger: Ihrer Einschätzung nach sei das neue Bachelor- und Master-System auf eine Weise umgesetzt worden, die



Vanessa Boysen, SinnerSchrader:

„Immer mehr Menschen sind insgesamt zu schlecht ausgebildet, um überhaupt noch am Arbeitsmarkt zu bestehen, während der Bedarf an hochqualifizierten Mitarbeitern beständig steigt.“

zu einer „zunehmenden Verschulung der universitären Ausbildung führt“. Und genau dies helfe überhaupt nichts, denn Internetagenturen benötigten Absolventen, die in der Lage sind, sich selbstständig, schnell und tief in ein neues Thema einzuarbeiten.

Auch der Managing Director der HMMH Multimediahaus AG, Stefan Messerknecht, lässt kein gutes Haar an den deutschen Universitäten. Seiner Meinung nach „kümmern sie sich zu viel um Studienzeige ohne große Perspektive“. Auch eine „deutliche Verbesserung der Qualität der Lehrkräfte an Schulen“ wäre seiner Meinung nach angebracht.

Eine abgedroschene Diskussion

Inzwischen schaue sich immerhin Dwight Cribb durchaus für seine Kunden verstärkt auch in Österreich und der Schweiz nach neuen Mitarbeitern um. Der Großteil der Agenturen sieht darin allerdings keinen Weg. Zu aufwändig ist die Suche, zu kompliziert das bürokratische Prozedere, zu dünn gesät die Experten in den Personalabteilungen der meist eher kleinen Agenturen. Bei Deepblue Network beispielsweise ist nicht geplant, den Personalmangel mit der Suche nach Mitarbeitern im Ausland zu beheben. Hier verlässt man sich auf das eigene Engagement im Bereich Ausbildung: „Wir setzen vermehrt auf Ausbildung und darauf, dass wir unsere Auszubildenden später übernehmen können“, argumentiert Ina Wagner. Weil das Praktikum beiden Seiten die ideale Möglichkeit biete, schon vor Ende des Studiums zu sehen, ob die Chemie stimme, erhöht Deepblue Network die Zahl der Praktikumsplätze.

Den Lösungsvorschlag von Agentur-für-Arbeit-Chef Weise, statt auf ausländische Experten zu setzen lieber Langzeitarbeitslose umzuschulen, hält sie jedoch schlichtweg für unrealistisch: „Das Niveau der im IT-Bereich gesuchten Fachkräfte ist einfach so hoch, dass man es meist mit der relativ kurzen Zeit einer Umschulung nicht erreichen kann und somit keine Grundlage dafür ist, um später in diesem Job zu arbeiten.“

Auch bei SinnerSchrader sind Ideen wie ein Begrüßungsgeld für ausländische Experten keine Lösung. Jedoch äußert Vanessa Boysen ebenfalls einen deutlichen Bedarf an einem „signifikanten Abbau bürokratischer Hürden, um für ausländische Arbeitnehmer den Standort Deutschland attraktiver zu gestalten.“

Vanessa Boysen setzt zumindest zum Teil auf Eigeninitiative der Interaktiv-Branche: „Zu einem Teil müssen wir dieses Problem sicherlich selbst lösen. In unserer Branche gibt es keine klassischen Berufsbilder, und die konkreten Anforderungen wandeln sich in einem Prozess der ständigen Innovation. Daher ist es für uns ganz normal, dass wir einen relativ großen Teil der Aus- und Weiterbildung als Unternehmen leisten müssen“, gibt sich Boysen verantwortungsbewusst.

Dwight Cribb sind vor allem die unzureichende Transparenz der Branchenstrukturen und die Berufsbilder ein Dorn im Auge. Diese würden dazu führen, dass zu wenige Hochschulabsolventen den Onlinebereich als Karrierepfad einschlagen. Geändert werden müssen seiner Meinung nach vor allem die Berufsbilder.

Da sie hochqualifizierte Mitarbeiter benötige, die über die nötige geistige Flexibilität und Leistungsfähigkeit bereits verfügen, fordert Vanessa Boysen eine insgesamt progressivere Bildungspolitik, die eine qualitativ hochwertige Ausbildung für alle im Fokus hat: „Immer mehr Menschen sind insgesamt zu schlecht ausgebildet, um überhaupt noch am Arbeitsmarkt zu bestehen, während der Bedarf an hochqualifizierten Mitarbeitern beständig steigt“, ärgert sie sich.

Eigeninitiative und Verantwortung

Manchmal hilft es ja auch, sich als Interaktive auf die eigenen Stärken zu besinnen. Die Performance-Marketing-Agentur Quisma beispielsweise versucht via Onlinevideo interessierte Bewerber zu ködern. Diese können sich über den firmeneigenen Youtube-Channel bewerben. Intention dieser neuartigen Personalsuche ist dabei, den potenziellen Bewerbern Quisma persönlicher zu vermitteln, als es über die üblichen Online- und Print-Anzeigen möglich wäre. CEO Ronald Paul: „Mit dem Film haben wir die Möglichkeit, uns gegenüber Interessenten authentisch zu präsentieren. Die Bewerber sehen, wer und was sie während des Trainee-Programms erwartet, und YouTube ist das ideale Medium, um eine junge, internetaffine und damit für uns relevante Zielgruppe anzusprechen.“

Strategisch weist die Branche allerdings mit dem Finger nach Berlin. So die ‚information multimedia communication AG‘ in ihrem Thesenpapier „10 Thesen zum Lösungsbeitrag der Informationstechnologie für das Fachkräfteproblem in Deutschland“. Darin fordern die Autoren, Informatik- bzw. PC-Unterricht als Pflichtfach einzuführen, und die Kinder schon an den Schulen in der richtigen Nutzung sozialer Netzwerke auszubilden.

Noch mehr online...

- Alle Interviews mit Branchen-Experten
- Die vollständige Analyse
- Das Problem der deutschen Universitäten

Index: 0634545b

DER TREND

Für die interaktiven Personalentscheider ist der Hauptverantwortliche für den großen Personalmangel das deutsche Bildungssystem. Eigene Anstrengungen unternehmen wollen aber die wenigsten Agenturen. Das wird in den kommenden Jahren zu einem Wettbewerbshindernis.

TRENDINDIKATOREN

Wenn die ersten großen Agenturen verstärkt auf internationale Experten setzen, werden auch die mittelständischen Dienstleister ihre Augen ins Ausland richten müssen.