BILD: SNVITALI VOODOOLAKNV – STOCK.ADOBE.COM

Wie man Talente holt – und hält

Wien, Berlin oder doch Salzburg: Speziell in Bereichen wie IT oder Digitalisierung wird der Kampf um hochqualifizierte Arbeitskräfte immer heftiger. Was können der Standort Salzburg und seine Unternehmen tun, um Talente zu binden?

RALF HILLEBRAND

Herbert Gölzner hat bereits vor rund zweieinhalb Jahrzehnten miterlebt, wie viele Optionen es für Hochqualifizierte geben kann: Er ist in Niederösterreich aufgewachsen, hat in Wien und Innsbruck studiert. Dennoch hat er sich 1999 für Salzburg als Arbeitsort entschieden. „Im Grunde war die angebotene Stelle (Leiter Servicebereich Personal am Uniklinikum, Anm.) ausschlaggebend", begründet der 56-Jährige seinen Schritt damals. Heute aber reiche ein attraktiver Arbeitgeber für Bewerberinnen und Bewerber oft nicht mehr, um sich für einen Arbeitsort zu entscheiden, ergänzt Gölzner, der mittlerweile den Fachbereich Human Resource Management & Leadership an der FH Salzburg leitet. Die junge Generation gehe nicht „gleich innerlich auf die Knie", sobald ein großes Unternehmen anklopfe.

Laut Umfragen haben gegenwärtig sieben von zehn Salzburger Firmen Umsatzeinbußen, da ihnen Fachkräfte fehlen. Selbst Großunternehmen kann es mittlerweile schwerfallen, Talente für den Standort Salzburg zu gewinnen. Und hat man welche gewinnen können, ist eine weitere Herausforderung, sie langfristig zu binden. Was sind also Ansätze, um Talente zu holen – und sie auch zu halten?

Siegfried Reich, Geschäftsführer der Salzburg Research Forschungsgesellschaft, beschäftigt sich intensiv mit diesen Fragen. Für die Forschung Austria, den österreichischen Dachverband der außeruniversitären Forschung, bereitet er gegenwärtig einen Workshop für die Technologiegespräche auf dem Forum Alpbach vor. Das Thema, auf Deutsch übersetzt: „Mutige Menschen für ein mutiges Europa – Wie kann man Talente gewinnen und halten?" Dass es einen Talente- und somit Fachkräftemangel gibt, sei nicht wegzudiskutieren, sagt Reich. Allein ein Blick auf die Geburtenstatistik belege das Problem: „1968 hatten wir in Salzburg rund 8000 Geburten, 2021 waren es rund 6000. Da ist es logisch, dass es einen Mangel an jungen Leuten gibt." Zumal auch die Bildungslandschaft deutlich breiter geworden sei, die Ausgebildeten sich also auf mehr Spezialgebiete verteilen. Dazu komme die gestiegene Mobilität junger Menschen: „Viele wollen nach der Matura einfach einmal weg. Und das ist per se nicht schlecht: Schon im Mittelalter gab es die Wanderpflicht – und manche bleiben halt bei ihren Lehrmeistern hängen."

BILD: SNPUNTIGER

„Salzburg kann mehr Offenheit vertragen."

Siegfried Reich, Salzburg Research

Damit Salzburg das finale Ziel der Wanderungen wird, muss laut Reich vor allem an der Außenwirkung gearbeitet werden: „Die Marke Salzburg ist an sich sehr attraktiv. Diese steht für Berge, gute Luft, sauberes Wasser, Kunst und Kultur – aber nicht für Technologie und Digitalisierung." Just in diesen Feldern werden aber Talente gebraucht. Deshalb müsse man die Marke stärker „mit Digitalisierung und Technologie aufladen – in Verbindung mit dem Menschen". Gemeint sei, nicht nur das rein Technologische zu betonen, sondern „den Nutzen-Aspekt, die Fragen um die Menschen herum". Ein Beispiel sei die Karajan Music Tech, eine Konferenz, veranstaltet vom Eliette und Herbert von Karajan Institut, die die Wechselwirkungen von technologischer Innovation und kulturellem Schaffen beleuchtet.

Um den Wandel hinzubekommen, müsse Salzburg etwa Role Models, also einschlägige Vorbilder, stärker vor den Vorhang holen – und stärker kommunizieren, was es im Bundesland an außeruniversitärer Forschung oder Start-ups gibt. „Denn da ist die Region eigentlich stark aufgestellt." Aber auch die in Salzburg ansässigen (Groß-)Unternehmen nimmt Siegfried Reich in die Pflicht: So manche Firma könne sich breiter nach außen hin darstellen und dabei auch „die Marke Salzburg stärker aufladen".

Sein Arbeitgeber habe sich bewusst zu ebendiesem Schritt entschieden, betont Klaus Fetka: „Vor einem Jahr haben wir uns von Porsche Holding auf Porsche Holding Salzburg umbenannt." Bei Porsche Holding Salzburg, dem größten Automobilhandelshaus Europas, ist Fetka als Personalleiter für Österreich tätig und somit für rund 6500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zuständig; 2700 davon arbeiten in Salzburg. Entsprechend der Größe sei das Unternehmen ständig auf Angestelltensuche: Aktuell gebe es rund 130 offene Stellen, beschreibt Fetka. Diese Zahl liege aber im Mittel der vergangenen Jahre – bei der Porsche Holding Salzburg gebe es aktuell also keinen auffällig starken Fachkräftemangel. Dennoch konstatiert Fetka: Etwa wegen der geburtenschwachen Jahrgänge („Das wird sich auch in 20 Jahren nicht ändern") oder eines stärkeren Verlangens nach Work-Life-Balance bei den Bewerberinnen und Bewerbern sei es „für jedes Unternehmen schwerer als früher, gute Leute zu finden". Entsprechend müsse man sich als attraktiver Arbeitgeber auszeichnen. Wichtigstes Kriterium sei, reizvolle Positionen zu schaffen, sagt Fetka. Und diese Positionen sollten, falls irgendwie möglich, mit zukunftsträchtigen Themen verquickt sein: Suche die Porsche Holding Salzburg in Bereichen wie E-Mobilität oder Carsharing nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, sei das Interesse besonders groß, ergänzt Fetka.

BILD: SNPORSCHE HOLDING

„Arbeiten, wo andere Urlaub machen."

Klaus Fetka, Porsche Holding Salzburg

Ähnliches betont auch FH-Fachbereichsleiter Herbert Gölzner: Es habe einen Wertewandel gegeben. Der jungen Generation gehe es weniger um Status, sondern vielmehr darum, wie sinnhaft ein Job ist. Und ist dieser sinnhafte Job noch mit einer interessanten Aufgabe verknüpft, sei bereits viel gewonnen.

Ein weiterer Faktor sei, wie mit den Angestellten umgegangen werde: „Mitarbeiter müssen als Menschen wahrgenommen werden", sagt Gölzner – und nennt als Exempel ein Unternehmen in Ried, Oberösterreich, das nach eigenen Angaben auf jede offene IT-Stelle drei bis vier Bewerber hat. „Nur ein Beispiel für deren Firmenkultur: In der Zeit, als wegen Corona keine Weihnachtsfeiern möglich waren, hat die Geschäftsführung für jeden Mitarbeiter ein ein- bis zweiminütiges individuelles Video aufgenommen."

Auch Klaus Fetka macht die Unternehmenskultur als entscheidenden Faktor fest – zumal diese „am Arbeitsmarkt transportiert wird". Dazu kämen flexible Arbeitsmodelle und Benefits wie ein Betriebskindergarten. Der Standort Salzburg biete ferner die Möglichkeit, „Freizeitbedürfnisse ideal mit dem Job zu verbinden. Man arbeitet, wo andere Urlaub machen", sagt Fetka. Aber auch er ergänzt, dass Salzburg oftmals als „alte Dame mit Perlenkette" wahrgenommen werde. Dagegen müsse man etwas tun. Ein derartiger Ansatz kommt etwa von Innovation Salzburg: Die Initiative „Work in Salzburg" will den Wirtschaftsstandort abseits der gängigen Klischees präsentieren.

Laut Siegfried Reich sind derartige Bestrebungen auch nötig. Denn: „Salzburg kann durchaus mehr Offenheit vertragen – wenn man nicht nur die sechs Wochen im Sommer eine Weltstadt sein will."

FH Salzburg
mozarteum university
INNOVATION SALZBURG featuring the future
salzburgresearch
PARIS LODRON UNIVERSITÄT SALZBURG