

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Demografischer Wandel: Strategische Handlungsansätze der Teschma Automatentechnik GmbH im Rahmen des Personalmanagements Norbert Hettstedt und Dirk Schmale	1
Altersstrukturanalysen: Vorgehen und ableitbare Schlussfolgerungen bei der ZF Friedrichshafen AG Christian Brand	17
Rekrutierungsstrategien zur Beschäftigung älterer Arbeitnehmer – Das Beispiel Fahrion Engineering Jens Fahrion und Otmar Fahrion	29
Entwicklung einer einzigartigen Arbeitgebermarke auf Basis gelebter Markenwerte bei der TNT Express GmbH Jürgen Seifert	39
Gestaltung der internen Arbeitgeberattraktivität bei tegut... Karl-Heinz Brand	53
Konzeption und Umsetzung einer demografieorientierten Personalentwicklung der Gothaer Thomas Barann und Petra Dick	67
Mitarbeiter schulen Mitarbeiter – Ein Projekt der Voestalpine AG Ernst Balla und Wolfgang Danner	87

Strukturiertes Wissensmanagement bei DMT – Kontinuität im demografischen Wandel Roland Rehage	99
Wilkhahn: Betriebliches Gesundheitsmanagement als integrierter Bestandteil der Unternehmenskultur Burkhard Remmers	119
Die Hochschule Fulda auf dem Weg zu einer „gesundheitsfördernden Hochschule“ – ein Projektbericht Anja Kroke, Angela Reichelt und Klaus Stegmüller	141

Inhalt

1	Demografischer Wandel im Landkreis Minden-Lübbecke	4
2	Das betrachtete Unternehmen	5
3	Beschäftigte werden älter	6
4	Handlungsfelder des künftigen Personalmanagements	9
5	Maßnahmen und Umsetzung	12
6	Fazit und Ausblick	15

Inhalt

1	Einleitung	19
2	Altersstrukturanalysen: Vorgehen und ableitbare Schlussfolgerungen bei der ZF Friedrichshafen AG	20
2.1	Altersstrukturanalyse und Szenarien	20
2.2	Experteninterviews.....	22
2.3	Bereichsinterviews mit Führungskräften und Mitarbeitern.....	23
2.4	ABC-Analyse und Entscheidungsvorlage.....	25
2.5	Demografiemonitor.....	26
2.6	Interne Kommunikation	26
3	Fazit	27
4	Literatur	27

Inhalt

1	Einleitung	31
2	Schwieriger Personalmarkt – Fabrikplaner	32
2.1	Anpassung der Personalstruktur an neue Auftragsstrukturen.....	33
2.2	Rekrutierung „ausgemusterter“ Fachleute.....	34
2.3	Fakten statt Vorurteile	36
2.4	Wettbewerbsvorteile.....	37
3	Fazit: Wissenszenit 50plus ist Berufszenit	37

Inhalt

1	Entwicklung einer einzigartigen Arbeitgebermarke auf Basis gelebter Markenwerte	41
2	Ziele des Employer Branding bei einem Premium-Expressdienstleister	42
3	Die Arbeitgebermarke stimmt mit den Markenwerten überein	43
4	„Excellence gesucht“ – Employer Branding in der Rekrutierung	48
5	Überprüfung der Employer Branding Maßnahmen	50

Inhalt

1	Einleitung	55
2	Wozu – Sinn	56
2.1	Leitbild.....	56
2.2	Geschäftspolitik	56
3	Wie – Strategie	57
3.1	Unternehmenskultur.....	57
3.2	tegut... Schule, Bildung und Entwicklung für alle bei tegut.....	58
3.3	Salutogenese.....	58
3.4	Funktionsentwicklung	59
3.5	Gesundheitsförderung	59
4	Was – Welche Maßnahmen werden aktiv angeboten?	60
4.1	Mensch – Bildung	60
4.2	Seminare	60
4.3	Vorträge.....	61
4.4	Arbeitsjubiläen	61
4.5	Aktivitäten der Gesundheitsförderung	61
4.6	System-Organisation	64
5	Fazit	65

Inhalt

1	Der Gothaer Konzern	69
2	Zentrale personalstrategische Herausforderungen in der Gothaer	69
2.1	Gewinnung und Bindung qualifizierter Mitarbeiter	70
2.2	Sicherstellung der Managementnachfolge	70
3	Das Gothaer Demografiemanagement im Überblick	71
4	Lösungsansätze im Umgang mit demografischen Risiken aus dem Bereich Personalentwicklung	72
4.1	Lösungsansatz 1: Nachwuchsentwicklung und -bindung.....	73
4.2	Lösungsansatz 2: Nachfolgeplanung auf der Basis von Job Families.....	75
4.3	Lösungsansatz 3: Erschließung der Zielgruppe „Frauen“ – Projekt „Frauen im Management“	77
4.4	Lösungsansatz 4: Das Senior Expert Modell – Neue Aufgabenfelder für erfahrene Manager	79
4.5	Lösungsansatz 5: Betriebliches Gesundheitsmanagement	81
4.6	Lösungsansatz 6: Familienbewusste Personalpolitik	82
5	Fazit und Ausblick	84
6	Literatur	84

Inhalt

1	Das Unternehmen Voestalpine	89
2	Das LIFE-Programm der Voestalpine: Mitarbeiter schulen Mitarbeiter	90
3	Evaluation des LIFE-Programms	95
4	Fazit	97

Inhalt

1	Einleitung	102
1.1	Vorstellung des Unternehmens	102
1.2	Hintergrund und Problemstellung für ein strukturiertes Wissensmanagement bei DMT	103
1.3	Ziele und Rahmenbedingungen eines Wissenstransfer-Prozesses bei DMT	105
2	Der strukturierte Wissenstransfer-Prozess bei DMT: Ein Konzept für den systematischen Erhalt und die Weitergabe von Knowhow zwischen Generationen	106
2.1	Prozessschritte im Wissenstransfer-Prozess	106
2.2	Auswahl der Mitarbeiter für den Wissenstransfer	107
2.3	Analyse transferrelevanter Schlüsselkompetenzen.....	108
2.4	Ansprache der Beteiligten (Wissensgeber, Wissensnehmer).....	111
2.5	Planung des Wissenstransfers.....	113
2.6	Durchführung des Wissenstransfers und Transfercontrolling.....	114
2.7	Erfolgskontrolle.....	115
3	Fazit und Ausblick	116

Inhalt

1	Das Unternehmen Wilkhahn – ein Überblick	121
2	Mitarbeiterorientierung als Grundlage des Gesundheitsmanagements	122
2.1	Partnerschaft und Fairness im täglichen Miteinander	123
2.2	Von der materiellen zur immateriellen Beteiligung.....	124
3	Das betriebliche Gesundheitsmanagement bei Wilkhahn	126
3.1	Krankenstandsanalyse als Grundlage für die ersten Anfänge	126
3.2	Kooperationsprojekt zur Weltausstellung Expo 2000 und „prospektiver Beitragsbonus“	127
3.3	Grundlegende Bewertungskriterien des Gesundheitsmanagements bei Wilkhahn	129
3.4	Die zentrale Bedeutung der Mitarbeiterbefragung	132
4	Möglichkeiten, Herausforderungen und Grenzen der betrieblichen Gesundheitsförderung bei Wilkhahn	138

Inhalt

1	Einführung	144
2	Die Hochschule Fulda als „gesundheitsförderndes Setting“	145
3	Struktur und Strategie – Das Projekt „Gesundheitsfördernde Hochschule Fulda“	147
3.1	Ausgangssituation	147
3.2	Ziele und Struktur.....	148
3.3	Arbeitsweisen	151
3.4	Arbeitsfelder.....	154
4	Fazit und Ausblick	156
5	Literatur	157