



METRO Group wird Partner von Erfahrung Deutschland

Internationaler Handelskonzern engagiert sich für den Einsatz von Fach- und Führungskräften im Ruhestand – Kunden profitieren von erfahrenen Mitarbeitern

Senioren stehen bei ihm hoch im Kurs: „Wir brauchen ältere Manager, denn unsere Mitarbeiterstruktur soll auch ein Abbild unserer Kundenstruktur sein“, sagt Dr. Jürgen Pfister, Leiter Personal und Soziales bei der METRO AG in Düsseldorf. Und in der Tat ein ausschlaggebender Grund, sich für den Einsatz von Fach- und Führungskräften im Ruhestand zu engagieren: Seit Ende September ist die METRO Group neuer Partner von „Erfahrung Deutschland“.

„Ein Handelskonzern wie die METRO muss berücksichtigen, dass nicht nur die Belegschaften, sondern ebenso die Kunden älter werden“, erläutert Pfister die weitblickende Firmenstrategie des Unternehmens. Dabei sieht er Erfahrung Deutschland als eine hilfreiche Initiative, „um unbürokratisch und schnell temporäre Unterstützung für die Umsetzung unserer personellen Ziele zu bekommen“.

Denn beim Handelsriesen METRO achtet man schon seit Jahren auf eine ausgewogenere Altersstruktur; 45 Prozent aller Führungskräfte sind hier über 45. Altersteilzeit und



Braucht Manager über 45: METRO-Personalchef Jürgen Pfister

Vorruhestand wurden bereits 2004 abgeschafft; wer ausscheidet, steht der Firma meist weiter mit Rat und Tat zur Seite. „Die Bedeutung der älteren Arbeitnehmer am Arbeitsmarkt wächst, und wir müssen nachhaltig darauf hinwirken, ungerichtete Vorurteile über die Leistungsfähigkeit älterer Mitarbeiter abzubauen“, betont Pfister. 1700

Mitarbeiter, die älter als 50 Jahre sind, hat der Konzern vergangenes Jahr eingestellt, davon rund 520 in Deutschland. Insgesamt stieg in den letzten Jahren deutschlandweit der Anteil der über 50jährigen von 21 auf 26 Prozent im Konzern.

Als Partner von „Erfahrung Deutschland“ beweist die METRO Group Verantwortung für die Folgen der demografischen Entwicklung: Eine Diskriminierung des Alterns und des Alters, so Pfister, führe weltweit zu einem ökonomischen und geistigen Standortnachteil.

„Wir freuen uns, mit der METRO-Group einen starken und vorausschauenden Partner gefunden zu haben“, sagt Steffen Haas, Geschäftsführer von Erfahrung Deutschland. „Das Düsseldorfer Unternehmen hat in der Vergangenheit immer wieder bewiesen, dass vernünftiges Entrepreneurship und Nachhaltigkeit zusammen gehören.“

Für Unternehmen dürfen Kandidaten auch gerne über 50 sein

Unfrage bei deutschen Managern: „Arbeit macht zuviel Spaß um früher auszusteigen“

manager magazin

Auf der
Langstrecke

Die Zukunft hat bereits begonnen. „Schon bald rutschen die ersten

geburtstarken Jahrgänge über die 50; 2010 wird jeder vierte Arbeitnehmer 50 Jahre und älter sein“, sagt Hartmut Buck vom Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO). „Aging Workforce“ nennen Fachleute das.

„Noch vor einigen Jahren gab es in vielen Firmen keine Entwicklungsgespräche mehr für Manager über 55 – die waren ja eh bald weg. Doch das

Image der Silberrücken hat sich gewandelt. „Früher hieß es: bloß keinen über 45“, sagt Personalberater Eberhard von Rundstedt, „seit zwei, drei Jahren dürfen Kandidaten auch gern über 50 sein“.

Auch von den in der mm-Studie Befragten erwarten fast 90 Prozent, dass ihr Wissen künftig länger gefragt sein wird – und fast 70 Prozent glauben, dass sie infolge des



demografischen Wandels länger als Führungskräfte benötigt werden.

Die Hoffnung ist berechtigt. Studien zeigen, dass ältere Angestellte loyaler als jüngere sind, zudem nicht häufiger krank oder weniger motiviert. Entgegen dem gängigen Vorurteil konnte auch kein eindeutiger Zusammenhang von Alter und Produktivität belegt werden. [...]

Jungmanager mögen fixer, kreativer und risikofreudiger sein; ältere dafür

gelassener, sie denken in größeren Zusammenhängen, können Folgen besser abschätzen und wissen, welche Untiefen auf sozialer Ebene in den verschlungenen Konzernstrukturen lauern. „Ideal ist also eine Kombination“, sagt Berater von Rundstedt, „der Junge hat die Idee, der Alte weiß, was die Kunden wollen.“ [...] Eine Entwicklung, die älteren Managern in die Hände spielt: Ihre Erfahrung wird plötzlich wieder

mehr geschätzt. Das Netzwerk „Erfahrung Deutschland“, die größte Stellenbörse für pensionierte Manager, spricht von 500.000 hoch qualifizierten Führungskräften im Ruhestand und beziffert deren Wissenspotenzial auf „mehr als eine Billion Euro“. Zunehmend möchten Firmen auf die erfahrenen Kämpen nicht mehr verzichten und binden ausgeschiedene Manager als Berater ein.

"Silver Surfer" sind stark im Kommen

Die Generation 50 plus erobert zunehmend das Internet

Das Internet wird für die Generation 50 plus immer attraktiver. Wie eine aktuelle Erhebung des Marktforschungsinstituts Nielsen/Netratings belegt, kletterte der Anteil der so genannten Silver Surfer seit dem ersten Quartal 2006 überdurchschnittlich stark nach oben: Während alle anderen Altersgruppen relativ konstant blieben, legten die über 50-Jährigen um 16 Prozent zu. Insgesamt gab es in diesem Zeitraum nur ein Wachstum von vier Prozent.

Gleichwohl ist das Potenzial der Silver Surfer noch lange nicht ausgeschöpft. Die Netratings-Zahlen von vergangem Juli zeigen, dass erst 28,6 Prozent bzw. 10,3 Mio. der Internetnutzer älter als 50 Jahre sind. Zum Vergleich: Nach Angaben des deutschen statistischen Bundesamtes sind derzeit etwa 38 Prozent der Bevölkerung über 50 Jahre alt.

Mehr noch: Die Netratings-Erhebung zeigt auch, dass die über 50-Jährigen in der Regel über einen höheren Bildungsstand sowie ein höheres Einkommen verfügen als die durchschnittliche Internetgemeinde. 55 Prozent der User über 50 Jahren verfügen über ein jährliches Haushaltseinkommen von über 36.000 Euro. Außerdem hat knapp jeder Zweite einen Hochschulabschluss.

Kein Wunder also, dass die Silver Surfer inzwischen zu einer wichtigen Zielgruppe in der Online-Welt geworden sind – zumal Netratings international über die Jahre hinweg beobachten konnte, dass sich die Altersverteilung der Onlinebevölkerung immer mehr der Verteilung der Gesamtbevölkerung angleicht. „Im Netz mehren sich die Angebote, die auf diese Altersgruppe zugeschnitten sind“, so Oliver Sender, Sales



Als Zielgruppe in der Online-Welt zunehmend gefragt: Die moderne Generation 50 plus

Manager bei Nielsen/Netratings, auch wenn das Gros der Angebote in erster Linie auf junge User ausgerichtet sei. „Da besteht noch viel Nachholbedarf.“

Besonders beliebt bei den Silver Surfern sind beispielsweise Technologie-Marken. Die ältere Generation spricht insbesondere auf Produkte von Hewlett Packard, T-Online, Microsoft und AOL an. In punkto Medienwebseiten stehen Welt Online und ZDF.de hoch im Kurs.



ED-Experte Manfred Brock, Leiter Kompetenzzentrum Informationstechnik bei Erfahrung Deutschland

Manfred Brock leitet das IT-Kompetenzcenter bei ED

„Daheim rumsitzen, das ist nichts für mich.“ An diesen Leitsatz hat sich ED-Experte Manfred Brock (63) stets gehalten – auch als Ruheständler. Im Jahr 2000 ging der DV-Fachmann in Rente, zuvor sammelte er als Manager im IT-Bereich jahrzehntelange Erfahrung bei namhaften Unternehmen wie IBM und Siemens. Seit Mitte 2006 ist der gebürtige Hamburger bei Erfahrung Deutschland und leitet das Kompetenzzentrum Informationstechnik. Hier betreut er die im ED-Expertenpool registrierten

IT-Fach- und Führungskräfte und schlägt anfragenden Unternehmen die geeigneten Experten vor. Doch damit nicht genug. Als ED-Experte berät er selbst Firmen oder hält Seminare. Sein vielseitiges Wissen ist gefragt: Soeben hat er mit zwei Kollegen die Jubiläumsfeier eines Maschinenbauers organisiert, nun baut er dort das Auslandsgeschäft mit auf. „Die Firmen merken, dass sie auf das Wissen der Älteren nicht verzichten können. Dazu trägt auch der Fachkräftemangel bei“, so Brock.