

ARBEITSMARKT

Soll ich jetzt den Job wechseln?

Die Corona-Krise und die Folgen für Arbeitsmarkt und Gehälter: Drei Personalberater über die wichtigsten Fragen.

Welche Folgen erwarten Sie durch die Corona-Krise für den Arbeitsmarkt im Bereich PR und Kommunikation?

Gabriele Kaminski: Weltweit können führende Ökonomen keine präzisen Prognosen bezüglich der wirtschaftlichen Folgen der Corona-Krise treffen. Deshalb möchte ich mich nicht zu weit aus dem Fenster lehnen, gehe indes davon aus, dass sich der Arbeitsmarkt zunächst verkleinern und sich seine Dynamik verlangsamen wird. Mittel- bis langfristig erwarte ich momentan aber keine grundlegenden Veränderungen in seiner Struktur, da die meisten Positionen besetzt werden müssen und die Unternehmen auf die Expertise angewiesen sind. Durch die Krise wird noch einmal deutlich, wie zentral Kommunikation ist.

Philip Müller: Weniger zu tun haben die meisten Kommunikatorinnen und Kommunikatoren aktuell nicht, im Gegenteil. Aber je länger die Krise dauert, desto mehr Verlierer wird es geben. Ich gehe davon aus, dass in den nächsten Monaten Interim-Management und Outplacement an Bedeutung gewinnen werden.

Ulrich Schuhmann: Wir haben in den vielen Jahren, die wir auf dem Markt sind, drei große Wirtschaftskrisen erlebt. Immer war der Personalmarkt der Kommunikatoren deutlich weniger betroffen als der vieler anderer Berufsgruppen. Das liegt an der Fülle an kommunikativen Aufgaben, die in außergewöhnlichen Situationen und danach auf Unternehmen zukommen. Nur: Diese Krise ist voraussichtlich größer als die vorherigen. Es gibt also keine Blaupause, nur Kristallkugeln.

Wie werden sich die Gehälter entwickeln?

Kaminski: Das Gehaltsniveau wird bereichsübergreifend zunächst stagnieren. Arbeitgeber werden vermutlich seltener den Luxus einer breiten Verhandlungsbasis für Gehälter haben. Von Gehaltskürzungen außerhalb des Instruments der Kurzarbeit gehe ich nicht aus.

Müller: Bei Festanstellungen wird es erst mal keine großen Veränderungen geben. Wenn sich

der Markt nachhaltig vom Kandidaten- zum Arbeitgebermarkt wandeln sollte, könnte sich das allerdings negativ auf die Gehälter auswirken. Interim-Manager mit Schwerpunkten in den Bereichen Interne, Change und Krise scheinen aktuell zu profitieren.

Schuhmann: Der aktuell in vielen Bereichen bestehende Arbeitnehmermarkt wird sich verändern. Günstigstenfalls kommt es zu einer Marktbalance. Das wird auch Auswirkungen auf die Gehälter haben. Wir erwarten indes keinen Einbruch. Es wird zu Streichungen oder Aussetzungen von Gehaltserhöhungen kommen, Boni werden kleiner oder ganz wegfallen. Gute Kommunikatoren, also genau die, die man in schwierigen Zeiten braucht, werden weiter ihren Preis haben. Es wird aber definitiv nicht die Zeit für überhöhte Gehaltsvorstellungen sein.

Wie finden Kommunikatoren, die arbeitslos werden oder geworden sind, schnell einen Job?

Kaminski: Natürlich empfehle ich, sich regelmäßig mit den jeweils relevanten Personalberatern auszutauschen. Schließlich gehört ein Überblick über die Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt und den damit verbundenen Chancen und Risiken zu unserem Kerngeschäft. Initiativ- und Blindbewerbungen können zudem Chancen für Arbeitsuchende bieten. So können sie sich bei einem besonders interessanten Unternehmen vorstellen und sich einen Vorsprung vor anderen Bewerbern sichern. Außerdem ist unbedingt zu empfehlen, in Krisenzeiten das persönliche Netzwerk zu nutzen. Gute Kontakte zu ehemaligen Kollegen sowie zu Kommunikatoren und Personalern aus der Branche können der schnellste Weg zu einer neuen Position sein.

Müller: Schauen, wo ihre Kompetenzen gebraucht werden. Prüfen, was sie dazulernen und wo sie sich umstellen sollten. Das eigene Netzwerk aktivieren. Und: Hilfe annehmen. Es kann sich lohnen, ein Coaching oder ein Outplacement in Anspruch zu nehmen, am besten bei einem spezialisierten Anbieter.

Schuhmann: Es wird nicht verkehrt sein, definierte „Muss“-Anforderungen an einen neuen Job zu hinterfragen: Welche Kriterien sind für mich ein No-Go, wo kann ich mich flexibel zeigen? Das betrifft nicht nur Rahmenbedingungen wie

Gehalt oder Ort, sondern auch Branchen, Aufgabenfelder, Teamführung, Schreibtischseiten und so weiter. Der Arbeitsmarkt wird vermutlich auf absehbare Zeit kein Wunschkonzert sein.

Wie bleibt man als Kommunikationsprofi trotz Arbeitslosigkeit attraktiv?

Kaminski: Es gilt, nicht untätig zu bleiben. Beispielsweise können Fort- und Weiterbildungen in Bereichen wie Krisen- und Veränderungskommunikation oder in puncto Digitalkompetenz ein Profil für einen potenziellen Arbeitgeber attraktiv machen. Auch stärkt die Positionierung via LinkedIn und Xing die Sichtbarkeit und schärft das Profil für spezifische Suchen.

Müller: Viele Führungskräfte sind plötzlich in einer ungewohnten Rolle: Eben waren sie noch Vorbilder, Wegweiser, Coaches – nun sind sie auf Hilfe angewiesen. Die sollte man sich dann auch suchen und annehmen, von Freunden, Branchenkollegen oder Beratern. Attraktiv bleibt man durch gezielte Aktivität: Netzwerk pflegen, im Austausch bleiben, Qualifizierungslücken schließen. Und indem man – so schwierig es gerade jetzt sein mag – souverän bleibt.

Schuhmann: Arbeitslosigkeit führte schon in früheren Krisen nicht automatisch zum Verlust an Attraktivität. Sie ist meist nachvollziehbar und gut zu begründen. Versuchen Sie, weiter aktiv zu bleiben. Nutzen Sie Ihr Netzwerk. Vielleicht ergibt sich daraus eine freiberufliche oder interimsistische Mitarbeit. Vielleicht ist dies auch der richtige Moment für eine schon länger geplante Zusatzausbildung oder Weiterqualifizierung.

Wo gibt es trotz oder wegen der Krise die besten Chancen auf neue Jobs?

Kaminski: Dazu schaut man sich am besten an, welche Branchen durch die Krise gestärkt werden. Dazu gehören die Pharmabranche, aber auch Hersteller von Hygieneartikeln sowie Lebensmittelproduzenten und -händler. Branchen also, die direkt für Gesundheit und Verpflegung zuständig sind. Auch soziale Medien, Streamingdienste und andere digitale Plattformen profitieren von den Einschränkungen des öffentlichen Lebens.

Müller: Kurzfristig profitieren zum Beispiel naheliegenderweise E-Commerce, digitale Dienstleistungen, Medizin und Pharma, aber auch spezialisierte Beratung.

Schuhmann: Bei Unternehmen, die lebenswichtige Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Und bei jenen, die von der Krise profitieren, zumindest aber weniger betroffen sind: Gesundheit, Medizintechnik, Hygiene, in Teilen

E-Commerce, um nur einige zu nennen. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Personalmarkt auf Agenturseite entwickelt. Viele Unternehmen greifen in solchen Zeiten gern verstärkt auf externe Dienstleister zurück, solange sie selbst keine eigenen Ressourcen aufbauen können oder möchten.

Welche Profile bleiben in der Krise gefragt?

Kaminski: Krisenkommunikation, interne Kommunikation, Finanzkommunikation und IR sind in Zeiten wirtschaftlicher Rezession essenziell für den Auftritt einer Organisation. Politische Kommunikation ist jetzt im Fokus. Aktuell zeigt sich auch in aller Deutlichkeit, wie wichtig digitale Kommunikation ist.

Müller: Interne Kommunikation und Change-Kompetenz werden weiter an Bedeutung gewinnen. Generalisten mit digitalem Know-how werden weiter gute Chance haben.

Schuhmann: Krise, interne Kommunikation, Change, CR, Corporate Brand.

Sollte man angesichts der drohenden Rezession den Job wechseln? Oder ist das zu gefährlich?

Kaminski: Meiner Auffassung nach bleibt ein gutes Angebot auch in einer Krise ein gutes Angebot. Die Modalitäten des Beschäftigungsverhältnisses machen den Unterschied. Kurze Probezeiten und längere Kündigungsfristen sind sicher dazu geeignet, Unentschlossene zu einem Wechsel zu bewegen.

Müller: Kommt auf Job und Unternehmen an. Und darauf, wo man herkommt. Ist das Gefühl der Unsicherheit zu groß, sollte man nicht wechseln. Aber gegen einen Wechsel in eine spannende Funktion bei einem gesunden Unternehmen spricht nichts. In unserer Blitzzumfrage gaben 30 von 40 Befragten an, dass sie aktuell wechseln würden. Nur für jeden Siebten hat sich die Wechselbereitschaft durch die Krise verringert.

Schuhmann: In einer Umfrage unter 200 Experten vom 21. bis 25. März haben wir eine gewisse Zurückhaltung festgestellt. Nur rund 30 Prozent lassen sich von der Krise in ihren Karriereüberlegungen nicht beeinflussen. Noch nicht. 16 Prozent würden das tun, sobald es ihrem Arbeitgeber schlechter geht. Der Rest achtet entweder verstärkt auf die wirtschaftliche Situation beim künftigen Arbeitgeber oder hat seine Wechselintentionen verschoben. Jeder muss für sich selbst das Risiko beurteilen. Ich denke, das Probezeit-Risiko ist bei Unternehmen, die in dieser Situation einstellen, nicht wesentlich höher als üblich.



Ulrich Schuhmann (Schuhmann Personalberatung):

„Der Arbeitsmarkt wird vermutlich auf absehbare Zeit kein Wunschkonzert sein.“



Gabriele Kaminski (GK):

„Ein gutes Angebot bleibt auch in der Krise ein gutes Angebot.“



Philip Müller (PRCC):

„Je länger die Krise dauert, desto mehr Verlierer wird es geben.“