

UNTERNEHMENSNACHFOLGE

Überalterung in der Führungsetage

Überalterung ist nicht nur im Gesundheitswesen ein Thema, sondern auch in der Wirtschaft. Bereits heute sind zwölf Prozent der Führungskräfte in der ersten Führungsebene älter als 65 Jahre. Fast die Hälfte aller Chefs gehört der Altersklasse der 40- bis 54-Jährigen an, und lediglich ein Sechstel der Firmenlenker sind unter 40 Jahren. Deutschlands Chefs sind im Durchschnitt 50 Jahre alt. Das ergab die aktuelle Studie von Databyte, einem Anbieter von Wirtschaftsinformationen.



Alarmierend sind diese Zahlen, weil viele Unternehmenslenker es versäumen, schon frühzeitig einen passenden Nachfolger zu suchen oder aufzubauen. Das gilt auch für Apotheken. Vor dem Hintergrund des steigenden Fachkräftemangels kann dies zu einem massiven Wettbewerbsnachteil führen.

Trotz der aktuellen Diskussion um die Frauenquote sind Frauen mit rund 17 Prozent in den Etagen der Top-Entscheider nach wie vor stark unterrepräsentiert. Je älter die Führungskräfte werden, desto dünner sind die Stellen mit Frauen besetzt – gerade auch in der zahlenmäßig starken Altersklasse der 40- bis 54-Jährigen. Bei jungen Führungskräften zwischen 20 und 24 Jahren liegt das Verhältnis von männlichen zu weiblichen Geschäftsführern nur bei 4:1. Die Untersuchung basiert auf der Databyte-Online-Datenbank, in der rund zwei Millionen aktuelle Firmenprofile abgebildet sind.

→ **Buchtipps****ALS APOTHEKER ERFOLGREICH****Alles Einstellungssache!**

Ein Apotheker schreibt einen Ratgeber über Erfolgsstrategien: In den Zeiten von AMNOG und Existenzängsten mag dies manchem anachronistisch erscheinen – oder eben ganz besonders passend. Denn das Buch „Weniger arbeiten – mehr verdienen“ wählt einen Ansatz, der zunächst einmal nichts mit der Apotheke an sich sowie ihrem Umfeld zu tun hat.

Der Autor, Albrecht Kiesow, setzt vielmehr bei Person und Persönlichkeit an: „Der erste und wichtigste Schritt zum Erfolg ist die Auseinandersetzung mit der eigenen Persönlichkeit, dem eigenen Glauben und Denken.“ Wer erfolgreich sein will, müsse zunächst seine Einstellung überprüfen – die Einstellung sich selbst, seiner Arbeit, seinen Mitarbeitern und Kunden gegenüber und diese dann ggf. so korrigieren, dass erfolgreiches Handeln selbstverständlich wird.

Was zunächst nach den oftmals gehörten Standardempfehlungen amerikanischer

Ratgeberautoren klingt, entpuppt sich beim Weiterlesen als handfeste und praxisbezogene Begleitung (auch) im Apothekenalltag.

Beispiel Mitarbeiter: Kiesow macht nicht nur klar, welche Bedeutung perfekte Mitarbeiter für den Erfolg einer Apotheke haben; er zeigt Schritt für Schritt, was zu tun ist, um die richtigen zu finden. Beispiel Apothekenalltag: Hier erfährt der Leser, wie er durch ebenso gezielte wie individuelle Maßnahmen alltägliche Arbeiten rationell erledigen kann. Und damit nicht nur Zeit und Kreativität für Anderes freisetzt, sondern letztlich zufrieden und motiviert seinen Alltag bewältigt.

Info

Albrecht Kiesow: **Weniger arbeiten – mehr verdienen. Erfolgsstrategien für Selbstständige und leitende Angestellte.** Graco Verlag, Berlin 2010, ISBN 978-3-9418-8305-5, 16 Euro

Kurz notiert**Schlechtes Beschwerdemanagement**

Vier von fünf Bundesbürgern wurden mit ihrer Beschwerde bereits einmal ignoriert, über ein Drittel haben diese Erfahrung sogar schon häufiger gemacht. Mit fatalen Folgen: Jeder zweite Deutsche gibt einem Unternehmen das auf eine Beschwerde oder Anfrage zu spät reagiert, keine zweite Chance. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage der Kommunikationsberatung Faktenkontor und des Marktforschers Toluna unter 1000 Bundesbürgern. +++ **Miniaturschweinzüchtung:** Das „Göttinger Minipig“ eignet sich sehr gut, um die Sicherheit der Anwendung von Medikamenten und Chemikalien beim Menschen zu testen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des europaweiten Forschungsprojekts Rethink. Beim Göttinger Minipig handelt es sich um ein Miniaturschwein, dessen Herzkreislauf-System, Haut und Verdauungstrakt dem des Menschen ähneln. +++ Nach Auffassung des Bundesverband Digitale Wirtschaft wird Employer Branding in den sozialen Netzwerken zum essenziellen Bestandteil für Unternehmen bei der Rekrutierung von neuen Mitarbeitern. Bewerber setzen zunehmend auf User Generated Content und informierten sich über Unternehmen anhand der Online-Präsenz, der Bewertungen sowie der Social-Media-Aktivitäten. +++ **Motivation:** Laut des aktuellen Gallup Engagement Indexes zeigen nur 13 Prozent aller Beschäftigten eine hohe emotionale Bindung zum Unternehmen und sind bereit, sich freiwillig für ihren Arbeitgeber einzusetzen. 66 Prozent der Befragten weisen eine geringe emotionale Bindung auf und leisten lediglich Dienst nach Vorschrift. +++