

Demografie zum Anfassen

DEN WANDEL BEGLEITEN

Wie klingt Klassik mit einem Hörschaden? Wie trägt man rückschonend? Und was macht 318 mal 792? Antworten gibt die sogenannte Demografie-Arena bei Heidelberger Druck. Eine ihrer Hauptbotschaften: Veränderungen sind wichtig und notwendig – in jedem Alter!

Demografischer Wandel, alternde Belegschaften, vergreisende Gesellschaft: Darüber diskutieren Wirtschaft und Wissenschaft seit Jahren, Nachwuchsmangel gilt als ernste Bedrohung des Wirtschaftsstandorts Deutschland.

Trotzdem wird das Thema gern als ein Abstraktes in die Zukunft verschoben. »Für Unternehmen ist die Beschäftigung mit dem demografischen Wandel ein Kraftakt«, sagt Ralph Conrads vom Internationalen Institut für Empirische Sozialökonomie (Inifes). Nicht wenige sind damit überfordert.

Wie es anders geht, zeigt Heidelberger Druckmaschinen in Wiesloch. In eine ungenutzte Werkhalle ist im Mai die sogenannte Demografie-Arena eingezogen, eine Ausstellung zum Anfassen und Ausprobieren. Sie ist Teil eines Demografie- und Qualifizierungsprojekts, mit dem der Maschinenbauer ein Bewusstsein für künftige Herausforderungen wecken will. Projektleiter ist Ralph Conrads, täglich führt er Beschäftigte durch fünf Themenräume und klärt mit Schautafeln über gesunde Ernährung, ergonomische Arbeitsplatzgestaltung und guten Führungsstil auf.



Foto: Heidelberger Druck

Demografie-Arena der Heidelberger Druckmaschinen: Gemeinsames Stapeln von Getränkeboxen als praktische Übung

Dabei sind die Besucher auch selbst gefordert und vertiefen die Theorie mit praktischen Übungen. Dazu zählt ein neues Rechenverfahren zum Multiplizieren dreistelliger Zahlen (Botschaft: Zum Lernen ist man nie zu alt!) ebenso wie ein Wettbewerb im gemeinsamen Stapeln von Getränkeboxen, um Zusam-

menarbeit live zu erfahren. Das soll bei jedem Einzelnen Betroffenheit erzeugen, aber niemanden für seine bisherige Arbeits- oder Lebensweise kritisieren, sagt Jochen Ludwig von Heidelberger Druck, der das Projekt mitbetreibt. »Das Ziel ist, dass jeder Vorschläge macht, wie es besser gehen kann. Wir richten unsere Energie nach vorne, nicht nach hinten.«

Zukunftsfähig bleiben. Bis Projektende im Dezember sollen fast alle der rund 5200 Beschäftigten am Standort die Arena besuchen, die Führungskräfte gehen mit gutem Beispiel voran. Selbstverständlich ist das keineswegs angesichts des harten Wettbewerbs, in dem sich das Unternehmen befindet. Nur dank eines strikten Sparprogramms mit Personalabbau schreibt Heidelberger

Druck überhaupt wieder schwarze Zahlen. Dass die Demografie-Arena trotz alledem Not tut, dafür sprechen die nackten Zahlen. 35 Prozent der Belegschaft sind heute älter als 51 Jahre, in zehn Jahren trifft das auf über 70 Prozent zu. Um zukunftsfähig zu bleiben, braucht Heidelberger alle Beschäftigten, junge wie alte, und alle müssen lernfähig sein – so die Botschaft an dieser Stelle.

Noch zweifeln einige Beschäftigte allerdings daran, dass auch das Unternehmen etwas für den Erhalt ihrer Arbeitskraft unternimmt: »Wie sehen Deine Arbeitsaufgaben heute und in zwei Jahren aus?«, fragt Ralph Conrads die Besucher immer zu Beginn des Rundgangs. Die Antworten schmücken mittlerweile eine ganze Wand – und hinter der Zukunftsfrage prangen eine ganze Menge Fragezeichen. ■



DIE DEMOGRAFIE-ARENA

Wie fühlt es sich an, älter zu werden?

Die Demografie-Arena ist eine Ausstellung zum Ausprobieren: Besucher lernen auf einem zweieinhalbstündigen Rundgang, wie es sich anfühlt, alt zu werden, was dies für die Zukunftsfähigkeit ihres Betriebs bedeutet und wie sich die Beschäftigten möglichst lange in Job und Freizeit fit halten können. Die Ausstellung ist Teil des Projekts »Wandel gestalten – Demografie, Qualifizierung und Gesundheit im Maschinenbau« der Heidelberger Druckmaschinen. Gefördert wird das Vorhaben vom Europäischen Sozialfonds und dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales; zu den Unterstützern gehört auch die IG Metall.