



# UNTERNEHMENS STAMMTISCH

Personalgewinnung und Arbeitgeberattraktivität



„Blaues Haus“ des Sauerland-Museums, 13. November 2019

### **(1) Begrüßung durch Bürgermeister Ralf Paul Bittner**

### **(2) Impulsvorträge**

- **„Arbeitgeberattraktivität im HSK“ – Vorstellung der Ergebnisse einer gemeinsamen Befragung mit der FH Südwestfalen durch die Kompegio GmbH**
- **„Standortstärkung und Regionalmarketing“ – Impuls von Christoph Schwermer vom „Wirtschaft für Südwestfalen e.V.“**
- **„Gap Year Südwestfalen“ – Saskia Haardt-Cerff von der Südwestfalen Agentur stellt das Programm vor**
- **Berufsfelderkundung und Landesinitiative „Kein Abschluss ohne Anschluss“ - Ulla Schneider vom Hochsauerlandkreis und Christina Baganz, Regionalkoordinatorin KAoA, erörtern die Unterstützungsmöglichkeiten**

### **(3) Networking**

# Masterclass-Veranstaltung zur Projektstudie „Arbeitgeberattraktivität HSK“ 13.11.2019



# Relevanz der Thematik: Warum eine Studie?

## Status quo der Arbeitgeberattraktivität unbekannt



Was bedeutet es als Arbeitgeber attraktiv zu sein?

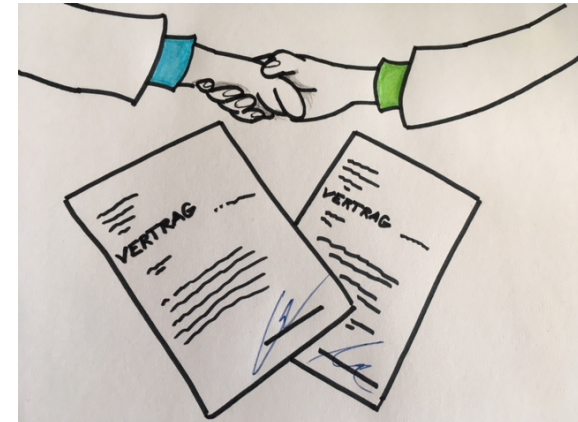
Wie attraktiv sind Sie als Arbeitgeber wirklich?

## Fachkräftemangel – Folgen?



Wie sieht die Zukunft der Unternehmen/Institutionen in Folge des demografischen Wandels aus?

## Bewerbermanagement nicht professionell genug



Wie gestalten Sie ein attraktives Umfeld für Ihre Bewerber?  
Was schafft ein positives Image?



# Positionierung der Arbeitgebermarke

Untersuchte Items: Interest Value, Economic Value, Management Value

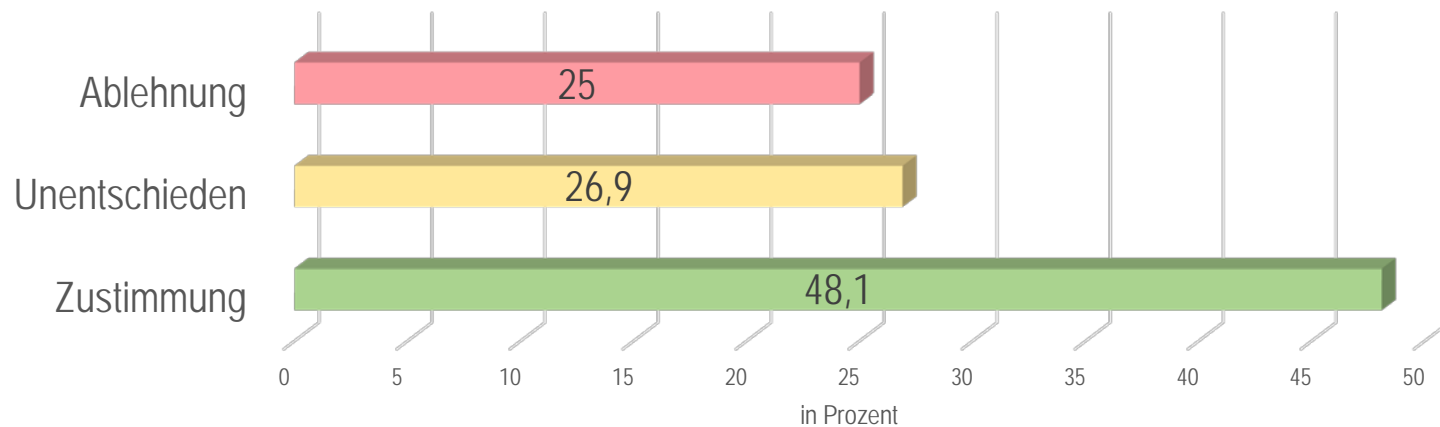
Differenzierung nach Unternehmensgröße und Branche

## Arbeitgebermarke: Erkennungsgrad - Interest Value

Wie innovativ ist mein Arbeitgeber?

Beispielfrage:

Inwiefern stimmen Sie der Aussage zu: "Mein Arbeitgeber bietet hochwertige Produkte bzw. Dienstleistungen an"?



Hinsichtlich aller **fünf Fragen** sind die Befragten mit insgesamt **64 Prozent unentschieden** über den Innovationswert des eigenen Unternehmens!

# Rankings

## Wahrnehmung der Arbeitgebermarke nach Branche

1. Handwerk
2. Öffentliche Verwaltung
3. Produzierendes Gewerbe



## Wahrnehmung der Arbeitgebermarke nach Unternehmensgröße

1. Kleinunternehmen/ Institutionen
2. Kleinstunternehmen
3. Großunternehmen

## Empfehlung durch Dritte fördert Wahrnehmung der Arbeitgebermarke



„Priminig-Effekt“ - Der zu Anfang vermittelte Eindruck durch Andere hat einen **größeren Einfluss** als der eigene vermittelte Eindruck des Unternehmens/der Institution.

Andere Kanäle, wie Jobbörsen und Zeitung, etc., haben geringen Einfluss.



# Rückmeldung Bewerbermanagement

Untersuchte Items: **Information, Partizipation, Transparenz, Feedback**

Differenzierung nach Unternehmensgröße und Branche

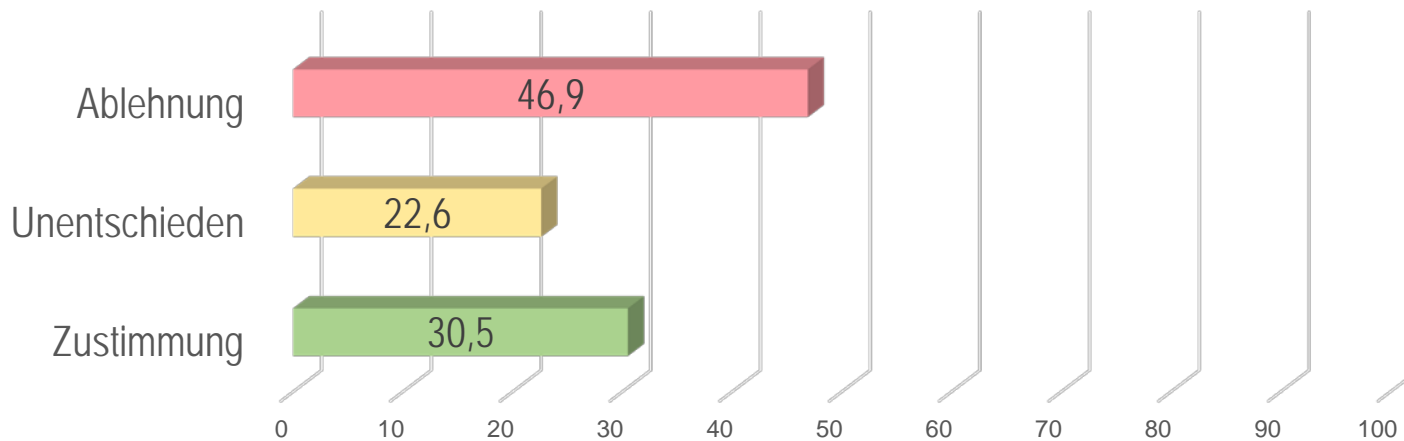


# Bewerbermanagement: Wahrnehmungsgrad – Information

Wie gut wurde ich im Bewerbungsprozess informiert?

Beispielfrage:

Inwiefern stimmen Sie der Aussage zu: "Während meiner letzten Bewerbung hatte ich Einblicke in die Unternehmenskultur (z.B. Betriebsklima)"?



Hinsichtlich aller **vier Fragen** sind die Befragten mit insgesamt **64 Prozent unentschieden** über den Informationswert des Unternehmens während des Bewerbungsprozesses!

# Rankings

## Wahrnehmung des Bewerbermanagements nach Branche

1. Handwerk
2. Gesundheit
3. Produzierendes Gewerbe



## Wahrnehmung des Bewerbermanagements nach Unternehmensgröße

1. Kleinstunternehmen/ Institutionen
2. Kleinunternehmen
3. Öffentliche Verwaltung

## Empfehlung durch Dritte fördert positive Bewertung des Bewerbermanagements



Empfehlung durch Dritte ist für den Bewerbungsprozess am Effektivsten.

- Eigene Arbeitnehmer vermitteln mehr Informationen als eine Stellenanzeige
- Aktiver Austausch möglich
- Transparente Prozesse
- Einfache Rückmeldung möglich



---

# Kernbotschaften und Impulse der Projektstudie

## Auswahl Kernbotschaften und Impulse aus der Befragung:

Empfehlungen Dritter ist wichtigster Faktor um Fach- und Führungskräfte zu gewinnen  
→ eigene Mitarbeiter = Botschafter

Weiterbildung und Qualifizierung ist wichtiges Bindungsmittel für Fachkräfte (fachliche Führung)  
→ Weiterbildung fördern

Identifikation mit Unternehmen und Produkten/ Dienstleistungen ist sehr schwach ausgeprägt  
→ Interne Kommunikation ausbauen

Feedback zum Bewerberprozess wird weitestgehend vermisst  
→ Chance Imageverbesserung

Feedback an Bewerber wird als unkonkret wahrgenommen  
→ Chance Positiv-Image auch bei Absagen

Unternehmen werden in der Region eher als sicherheitsorientiert und wenig innovativ wahrgenommen  
→ Innovation als Magnet für Fachkräfte

# Vielen Dank! – Welche Fragen haben Sie noch?

kompegio GmbH – Im Schwarzen Bruch 56 – 59872 Meschede  
www.kompegio.de

**Sarah Schmitt**

Ansprechpartnerin Projektstudie

Phone: +49 291 / 90 85 40 30  
E-Mail: sarah.schmitt@kompegio.de



Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**LAND**  
**AUF**  
**SCHWUNG**





# UNTERNEHMENS STAMMTISCH

Personalgewinnung und Arbeitgeberattraktivität



„Blaues Haus“ des Sauerland-Museums, 13. November 2019