

Pro Fachkraft

Ist ein von der Wirtschaftsförderung Pirmasens initiiertes Projekt, um dem drohenden Fachkräftebedarf der Zukunft - speziell in strukturschwächeren Regionen - zu begegnen. Der durch den demografischen Prozess eingeleitete Fachkräftemangel wird die Entwicklung des Arbeitsmarktes in den nächsten Jahren maßgeblich beeinflussen. Unternehmen in Metropolregionen spüren diesen Effekt schon länger und haben mit der Entwicklung ihrer Arbeitgebermarke als Marketingstrategie reagiert. Mit dieser werben attraktive Unternehmen um die besten Köpfe. In ländlich geprägten Gebieten besteht hingegen noch ein deutlicher Nachholbedarf. Das Projekt soll vor diesem Hintergrund Unternehmen dazu sensibilisieren, eine Arbeitgebermarke zu entwickeln, um ihre Attraktivität für die Fachkräftegewinnung und Fachkräftesicherung zu verbessern.

Fachkräfte von heute orientieren sich an Unternehmen in denen sie ihre beruflichen Bedürfnisse respektiert sehen und in denen sie eine Wertschätzung erfahren. Unternehmen, die diese Entwicklung des Arbeitsmarktes nicht gezielt und zeitnah umsetzen, werden in Zukunft nicht die gewünschten Mitarbeiter gewinnen, bzw. Leistungsträger verlieren.

Die Folgen

Die Wettbewerbsfähigkeit wird schwinden und regionale Gebiete bluten aufgrund der abwandernden Fachkräfte aus. Vorausschauend ist Unternehmen anzuraten, anlässlich dieser sich abzeichnenden Entwicklung, rechtzeitig mit der richtigen Strategie zu reagieren.

Um Sie auf diesem Weg nachhaltig zu begleiten bieten wir Ihnen unsere Unterstützung an. Kontaktieren Sie uns, wir beraten Sie ausführlich zur Durchführung des Projekts und bieten Ihnen hierzu unsere Hilfestellung an.

Beraterteam



Horst Anschütz
Dipl. Ingenieur



Klaus Löchel
Dipl. Ökonom



Anschütz Personalmanagement Personalberatung

Wasgaustraße 29a
66955 Pirmasens

Telefon: 06331 - 219 251
Fax: 06331 - 219 250

h.anschuetz@anschuetzpm.de
www.anschuetzpm.de

Projektpartner



Pro Fachkraft Der Faktencheck für Ihr Unternehmen



Entwicklung einer Arbeitgebermarke

„Mittelständische Arbeitgeber müssen mehr für ihre Selbstvermarktung tun!“



Was bedeutet Arbeitgebermarke?

Definition^{*1}

„Die Arbeitgebermarke, auch Employer Branding, ist die identitätsbasierte, intern wie extern wirksame Entwicklung und Positionierung eines Unternehmens als glaubwürdiger und attraktiver Arbeitgeber“.

Kennen Sie die Zufriedenheit und die Bedürfnisse Ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen?

Nach der *Gallup-Studie*^{*2} sind nur etwa 16 % der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in deutschen Unternehmen „hoch motiviert“. Dieses ernüchternde Ergebnis kann nicht der Anspruch eines attraktiven und wirtschaftlich ausgerichteten Unternehmens sein!

Wesentliche Einflüsse auf die Mitarbeiterzufriedenheit und deren Motivation liegen in der Wertschätzung, dem Verhalten von Vorgesetzten, den persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten und einer guten Kommunikation eines jeden einzelnen Unternehmensmitglieds. Diese Einflussfaktoren begünstigen eine gute Unternehmenskultur und tragen entscheidend zu einer angenehmen und produktiven Arbeitsplatzatmosphäre und zum Unternehmenserfolg bei.

Der Arbeitsmarkt befindet sich im strukturellen Wandel. Patriarchalisch geführte Arbeitsmodelle gehören der Vergangenheit an und werden heute von selbstbestimmten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern nicht mehr akzeptiert. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, sowie die Flexibilisierung des Arbeitseinsatzes stehen heute ganz oben auf der Zufriedenheitsskala und sind mitentscheidend für die Gewinnung neuer Arbeitskräfte. Dieser Mega-Trend wird für die zukünftige Fachkräftesicherung unabdingbar sein.

Welche Auswirkung hat eine falsche Personalstrategie?

- Geringe Bindung, hohe Fluktuationsrate
- Anstieg der Fehltage
- Schlechte Produktivität
- Ungenügende bzw. keine Personalgewinnung

Der hierdurch entstehende wirtschaftliche Schaden beläuft sich laut *Gallup-Studie*^{*} in deutschen Unternehmen auf einen Verlust im oberen zweistelligen Milliardenbereich. Fehlt die Bindung und das Vertrauen zum Unternehmen, steigt die Fluktuationsrate an. Muss ein ausscheidender Mitarbeiter wieder ersetzt werden, entstehen durch den Rekrutierungsprozess Kosten von ca. 25 TEUR. Für Fachkräfte mit entsprechender Expertise können die Kosten noch weitaus höher liegen. Das Finden geeigneter Mitarbeiter steigt aufgrund des schwindenden Fachkräfteangebots ferner stetig weiter an. Nimmt die Motivation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ab, steigt die Unzufriedenheit am Arbeitsplatz und führt zu höheren Ausfallzeiten und zu einer schlechten Produktivität und Qualität.

Wie kann dieser Entwicklung gegengesteuert werden?

Dieser Entwicklung können Unternehmen nur gegensteuern, indem sie auf den Einsatz moderner Arbeitsmethoden setzen, um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben. Mitarbeiter wollen heute nicht nur Befehlsempfänger sein, sondern proaktiv ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten dürfen.

Pro Fachkraft analysiert mittels einer gezielten Befragung Ihrer Mitarbeiter Defizitbereiche im Unternehmensablauf und zeigt dazu Lösungsmöglichkeiten auf. Die Ergebnisse werden transparent gemacht und von der Geschäftsleitung den Mitarbeitern kommuniziert.

Der Fragenkatalog als Lösungsansatz

7 Kriterien zur Mitarbeiterzufriedenheit und Attraktivität des Unternehmens

1. Aus- und Weiterbildung
2. Aufstiegschancen/Personalentwicklung und Karriere
3. Renommee/Betriebsklima und Unternehmensstruktur (Identifikation mit dem Unternehmen, Verhalten von Vorgesetzten)
4. Entgelt und Vergütung
5. Jobsicherheit und Arbeitsorganisation (Arbeitsbedingungen)
6. Kommunikation und Information (Produkte, Ideen und Innovationen)
7. Betriebliche Sozialleistung (Gesundheits- und Sportangebote; BGM)

Durchführung

Mit einer Beurteilung zu den einzelnen Themenbereichen können Ihre Mitarbeiter in einem Fragenkatalog ihre Wahrnehmung am Arbeitsplatz wiedergeben. Die zuvor erfolgte Befragung der Geschäftsführung wird mit dem erhaltenen Befragungsergebnis der Mitarbeiter verglichen. Lösungsvorschläge zu den eventuell vorhandenen Abweichungen werden von der Beratung Anschütz PM unterbreitet. Ein anschließend ausgearbeiteter Maßnahmenplan soll dazu dienen, die Abweichungen in einem angemessenen Zeitrahmen zu korrigieren. Eine zweite Befragung ermöglicht die eingeleiteten Schritte im Ergebnis zu überprüfen und ebnet somit den Erfolg zur Mitarbeiterzufriedenheit am Arbeitsplatz. Die Befragung wird neutral und anonym durchgeführt. Ergebnisse und Firmendaten werden selbstverständlich vertraulich behandelt.

Befragung von Schülern und Studierenden

Eine ergänzende Befragung von Schülern und Studierenden zu dem Unternehmen ermöglicht Rückschlüsse auf den Bekanntheitsgrad am Standort und führt zur gezielten Wahrnehmung zukünftiger Bewerber.

Prüfzeichen

Mit dem von der Wirtschaftsförderung verliehenen Prüfzeichen **Pro Fachkraft**, können Firmen als fachkräftefreundliches Unternehmen werben.

^{*1} Deutsche Employer Branding Akademie, DEBA

^{*2} Gallup Meinungsforschungsunternehmen/Studie 2014

^{*} Gallup Studie 2014