



Neu auf Kurs mit guter Mannschaft

Studie zu Chancen und Risiken der
Fachkräftesicherung in der Region
Leipzig

September 2020

Inhalt

1	Editorial	03
2	Rahmendaten	04
3	Schlüsselergebnisse	05
4	Best Practice	10
5	Ergebnisse im Einzelnen	13
5.1	Zur aktuellen Personalsituation	14
5.2	Zur Fachkräftegewinnung allgemein	20
5.3	Zur Gewinnung von Nachwuchs	31
5.4	Zur Mitarbeiterbindung	39
6	Studiendesign und Verbreitungsstrategie	51
7	Über ZAROF., TalentTransfer, qu er denken	57

Editorial

Der Arbeitsmarkt und damit die Anforderungen an eine erfolgreiche Fachkräftesicherung sind in einem starken Wandel. Sind die prognostizierten Fachkräftebedarfe noch relevant und sind die Schwerpunkte und Strategien noch passend? Vor welchen Herausforderungen stehen die Unternehmen? Ist mit Einstellungsstopp zu rechnen oder werden auch weiterhin Anstrengungen unternommen, um Nachwuchs zu gewinnen? Wenn ja, wie gelingt das, wenn sich Prozesse der Nachwuchsgewinnung immer mehr von Präsenz und persönlicher Kommunikation hin zu digitalen Ansprachen und online-Formaten verändern? Und welche Bedeutung haben Strategien zur Bindung von Mitarbeitenden? Ist das überhaupt noch wichtig? Wenn ja, welche Aktivitäten sind langfristig erfolgversprechend? Bleibt das mobile Arbeiten als moderne Arbeitsform erhalten oder geht alles wieder zurück? Was können Unternehmen tun, um auch langfristig nicht nur das passende Personal zu gewinnen sondern auch so attraktiv sein, dass der Nachwuchs auch bleibt? Diesen und weiteren Fragen geht die Studie „**Chancen und Risiken der Fachkräftesicherung durch Corona in der Region Leipzig**“ nach, die im Juli/August 2020 durchgeführt wurde.

Ziel ist es, umfangreiche Kenntnisse zur aktuellen Situation, künftigen Herausforderungen und Handlungsansätzen der Unternehmen in der Region Leipzig zu erlangen. Auf dieser Basis gilt es, **Impulse für die (Neu)ausrichtung der regionalen Fachkräftestrategien** zu geben und die **Unternehmen bei der Bewältigung der neuen Herausforderungen** zu unterstützen.

Die Studie wurde methodisch als **Online-Befragung** in Kombination mit **Telefoninterviews** vom **01.07. bis 19.08.2020** durchgeführt.

Die Studie wird im Rahmen der Umsetzung der Fachkräftestrategie 2030 von den Fachkräftesicherungsprojekten [TalentTransfer](#) und [querdenken](#) durchgeführt und durch ihre Netzwerkpartner unterstützt.



Umsetzung der Studie:

[ZAROF GmbH](#)

Fachkräftesicherungsprojekte [TalentTransfer](#) & [querdenken](#)

Moschelesstraße 7, 04109 Leipzig

Strategische Leitung: Kathrin Rieger (rieger@zarof-gmbh.de)

Operative Leitung: Augustine Burkert (burkert@zarof-gmbh.de)

STAATSMINISTERIUM
FÜR WIRTSCHAFT
ARBEIT UND VERKEHR



SACHSEN
Diese Maßnahme wird mitfinanziert mit Steuermitteln auf Grundlage des von den Abgeordneten des Sächsischen Landtags beschlossenen Haushaltes.



Studiendesign: Rahmendaten der Studie

Teilnehmer

Unternehmen (KMU) aus der Region Leipzig: Landkreis Nordsachsen, Landkreis Leipzig, Stadt Leipzig; Geschäftsführung oder Personalleitung

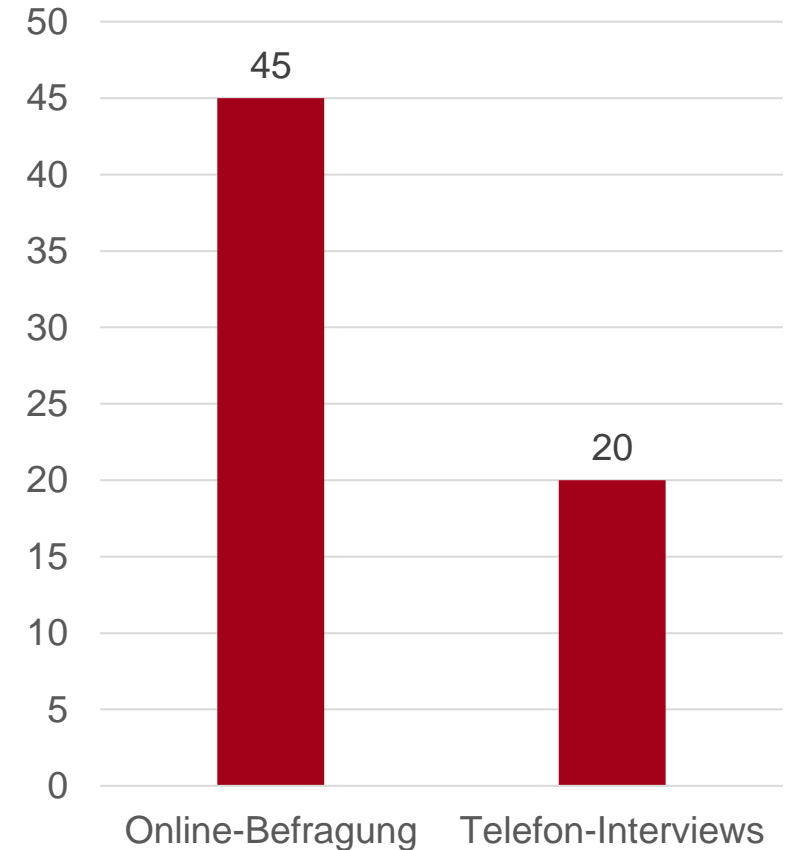
Befragungszeitraum
01. Juli bis 17. August 2020

Methodik

Kombination aus Online-Befragung (ca. 15 Minuten Bearbeitungszeit) und Telefoninterviews (ca. 30 Minuten Interview)

ca. **60**
Unternehmen

Anzahl Unternehmen, die an der Studie teilnahmen



Schlüsselergebnisse: Fachkräftesituation durch Corona

Die Unternehmen sind sich einig:

94%

„Es bleibt generell schwierig, die passenden Fachkräfte zu finden.“

Über 2/3 sind außerdem überzeugt, dass sich Chancen ergeben, Quereinsteiger*innen einzustellen.

ZUR AKTUELLEN PERSONALSITUATION

„Es ist ernst, aber nicht hoffnungslos.“

„Es bleibt alles wie bisher.“

53%

30%

TOP 3 HERAUSFORDERUNGEN DURCH CORONA

1. Verunsicherung, Ängste, Stress
2. Umstellung auf digitale Arbeitsweisen
3. Führung auf Distanz, Arbeiten im Homeoffice

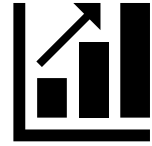
Schlüsselergebnisse: Fachkräftegewinnung

ZIELGRUPPEN

 Erfahrene Berufstätige

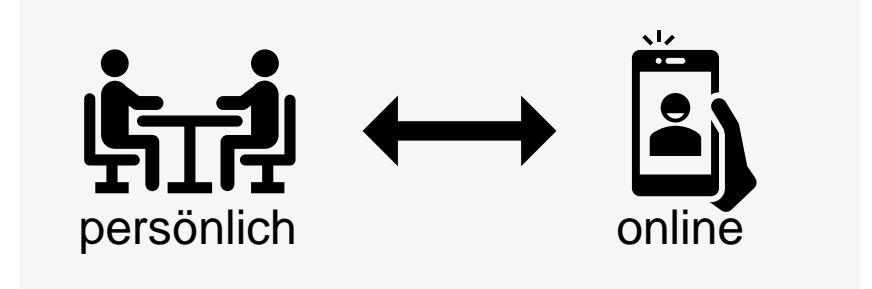
 Rückkehrer

 Internationale Fachkräfte



Unternehmensbereiche
mit zukünftigem Fachkräftebedarf

- ✓ Produktion
- ✓ Projektmanagement
- ✓ Vertrieb, IT/Digitalisierung



TOP WEGE DER FACHKRÄFTESICHERUNG

1. Digitale Rekrutierung
2. Persönliche Kommunikation
3. Agentur für Arbeit

Lerneffekte

durch Corona:

- + **Homeoffice** wird zukünftig weiter genutzt
- + **Digitalisierung** der Arbeit und der Rekrutierung wird vorangetrieben



Handlungsfelder

- + **Digitalisierung** in der Rekrutierung nutzen
- + **Balance** zwischen digitaler und persönlicher Kommunikation finden
- + **Internationale Fachkräfte** als Potenzial erkennen

Schlüsselergebnisse: Gewinnung von Nachwuchs

Beteiligung an Online-Formaten

Beteiligung an regionalen Projekten der Fachkräfteallianz

Praxistage

Trainee- und Mentorenprogramme

**HANDLUNGS-
FELDER**

**„Es wird schwieriger,
zukünftig Nachwuchs
zu gewinnen.“**



MAßNAHMEN ZUR

NACHWUCHSGEWINNUNG

Einige Aktivitäten zur Nachwuchsgewinnung sind zu verzeichnen, jedoch liegen erhebliche ungenutzte Potenziale darin, neue Möglichkeiten der Zusammenarbeit und verschiedener Maßnahmen zu erschließen.

NACHWUCHS sagt: Die wichtigsten Faktoren beim kommenden Berufseinstieg sind:

1. Möglichkeit zu eigenständigem Arbeiten
2. Gutes Verhältnis zum Vorgesetzten
3. Gutes Gehalt / Verdienstmöglichkeiten
4. Interessante Aufgaben / Abwechslung

Quelle: Umfrage unter Studierenden an der Universität Leipzig und der HTWK Leipzig 2019

UNTERNEHMEN sagen:
„Das Tätigkeitsfeld ist für den Nachwuchs nicht interessant.“

WARUM
wird es schwieriger?

Schlüsselergebnisse: Mitarbeiterbindung

Mitarbeiterbindung bleibt nach wie vor sehr wichtig, v.a.

FAKTOREN



Flexibles Arbeiten

wird relevanter, ungenutztes Potenzial liegt teilweise dennoch in

 Mobiles Arbeiten, Telearbeit



Gute Führung

wird relevanter, künftige Potenziale liegen in

 Weitere Führungskräfteentwicklung

 Führung verschiedener Generationen

Für die Zukunft ergeben sich Potenziale, v.a. folgende

HANDLUNGSFELDER



Vereinbarkeit Beruf und Privat

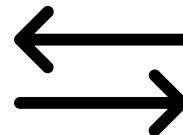


Gesundheitsmanagement

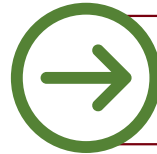


Zukunftsthemen

1. **Zusammenhalt** in der Belegschaft stärken
2. **Wirtschaftliche Sicherung** des Unternehmens
3. **Führungskräfteentwicklung**
4. **Lerneffekte** durch COVID-19 für die Unternehmensentwicklung nutzen.



Fazit – Was wird bereits getan und ist nun zu tun?



Ihre Mitarbeitenden liegen Ihnen am Herzen – aber haben Sie auch im Blick, welche große Rolle Ihre Führungskräfte für eine dauerhafte Mitarbeiterbindung spielen?



Sie wissen, was Ihre Mitarbeitenden benötigen, damit sie zufrieden und motiviert arbeiten können – aber nehmen Sie dabei auch schon explizit die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben oder das Gesundheitsmanagement in den Blick?



Sie möchten vor allem erfahrene Berufstätige und Rückkehrer für sich gewinnen – aber was ist eigentlich mit internationalen Fachkräften?



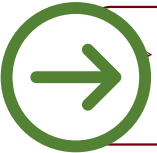
Sie tun viel, um auch junge Menschen für sich zu gewinnen – aber auf welchen digitalen Kanälen erreichen Sie sie am besten?



Sie haben bisher eher auf erfahrene Berufstätige gesetzt und die aktive Gewinnung von Nachwuchs steht bei Ihnen nun an – aber was tun Sie, um die ersten Schritte zu gehen? Welche Rolle spielen Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen, Veranstaltungen, Seminare, Online-Workshops und mehr?



Sie haben erkannt, wie wichtig die junge Generation für die Zukunft ist – aber wissen auch Ihre Führungskräfte, wie sie es schaffen, dass verschiedene Generationen sich in ihrer Arbeit sinnvoll ergänzen?



Sie sind passioniert und erfolgreich mit Ihrem Unternehmen am Markt – aber wie schaffen Sie es, dass Ihr Unternehmen und Tätigkeitsfeld auch für Ihre potenziellen (jungen) Fachkräfte attraktiv sichtbar ist?

Best Practice: Fachkräftegewinnung

Kanäle, um Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt zu erreichen:

- persönliche Kommunikation in bestehenden Netzwerken, z.B. Mundwerbung im Kreise der Mitarbeitenden, auf Messen, etc.
- Online-Portale, z.B. indeed, meinestadt.de, stepstone, monster etc.
- Jobbörse und Arbeitgeberservice der Agentur für Arbeit
- soziale Medien, z.B. Xing, LinkedIn; bei jüngerer Zielgruppe auch teilweise Facebook, Instagram etc.
- Unternehmens-Website als Visitenkarte

Interne Strategien zu einer erfolgreichen Fachkräftegewinnung:

- Mehr Personal für Human Resources zur Verfügung stellen
- Stärkere und zielgruppenorientiertere Ausformulierung von Stellenanzeigen
- Aktive Personalgewinnung betreiben („active sourcing“)
- Netzwerk- und Zusammenarbeit mit IHK, HWK u.a. Kammern/Innungen

Beispiel:

Für ein Handwerksunternehmen waren bisher Messen das Herzstück der Personalgewinnung, Print und Online haben die Strategie ergänzt. Durch die zunehmende Digitalisierung und Regelungen durch Corona will das Unternehmen nun verstärkt auf Online-Präsenzen.

Potenzielle Fachkräfte gewinnen Unternehmen besonders erfolgreich, wenn sie sie über geeignete Kanäle gezielt und direkt dort erreichen, wo sie real und digital aktiv sind.

Je jünger die Zielgruppe, desto digitaler die Verbreitungskanäle. Aber: Das persönliche Gespräch kann kein digitales Format ersetzen.

FACHKRÄFTE ALLGEMEIN

Die Strategien zur Fachkräftegewinnung bleiben in den Unternehmen weitgehend bestehen. Gleichzeitig ist den Unternehmen bewusst, dass durch die Digitalisierung und den demographischen Wandel eine Veränderung in diesem Bereich ansteht.

Nachwuchs gewinnen über ...

- Praktika
- Beteiligung an regionalen Projekten der Fachkräfteallianzen, z.B. TalentTransfer, quer denken etc.; z.B. Studentische Projekte
- Beteiligung an regionalen Messen, z.B. Ausbildungsmessen Delitzsch und Oschatz, Vocatium etc.
- Beteiligung an Messen der Hochschulen, z.B. WIK etc.
- Beteiligung an „SCHAU REIN!“ und mehr Kontakt zu Schulen
- Einführung von Trainee- und/oder Mentorenprogrammen
- Werkstudententätigkeiten, Betreuung von Abschlussarbeiten
- Zusammenarbeit mit dem Career Service und Nutzung der Jobportale der Hochschulen
- Nutzung der Jobvermittlung des Studentenwerkes

Beispiel:

Als sich ein junger Auszubildender in einem Elektrohandwerksunternehmen zu einem Hochschulstudium entschloss, unterstützte ihn das Unternehmen auch auf diesem Weg. Es begleitete ihn bei seiner Bachelor- und Masterarbeit, sodass er nach seinem akademischen Abschluss erneut als Planer ins Unternehmen einstieg und bis heute dort arbeitet.

Nachwuchs gewinnen Unternehmen erfolgreich über möglichst frühen Kontakt zu jungen Menschen, um Arbeitsweisen und Kultur kennenzulernen und die Identifikation mit dem Unternehmen für eine möglichst lange Bindung zu fördern.

Im Kontakt mit dem Nachwuchs ist das Angebot von digitalen Arbeitsweisen von Vorteil, um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden.

NACHWUCHS IM SPEZIELLEN

Zur Gewinnung von Nachwuchs setzen Unternehmen weiterhin auf Wege des persönlichen Kennenlernens im Praktikum oder auf Messen. Besonders interessant sind darüber in Zukunft interaktive Wege über Online-Formate oder Fachkräftesicherungsprojekte.

Best Practice: Mitarbeiterbindung

Proaktiver Informationsfluss durch die Führungskräfte

- besondere **Nachdrücklichkeit im Informationsmanagement**: Der Geschäftsführer erinnerte seine Führungskräfte immer wieder daran, neue Verordnungen zu lesen, sie zu verinnerlichen, die Mitarbeitenden daraufhin zu sensibilisieren und Schlussfolgerungen zu ziehen für den eigenen Arbeitsbereich. Er motivierte die Führungskräfte regelmäßig dazu, an den Veränderungen „dranzubleiben“
- wöchentliche **Teammeetings digital oder real**, um über die aktuelle Lage zu informieren (Montag oder Freitag)
- Führungskräfte holen sich regelmäßig **verbales Feedback** ein, wie Mitarbeitende die aktuelle Arbeitssituation erleben

Weiterentwicklung, Anpassung oder Intensivierung von Instrumenten der Personalentwicklung/ Human Resources

- In sehr unsicheren Zeiten führt die Führungskraft jede Woche/jeden Monat mit jedem Mitarbeiter ein **kurzes Einzelgespräch**, um einen vertrauensvollen Umgang zu fördern
- **Mitarbeitergespräche** werden intensiviert oder eingeführt
- Ein **360-Grad-Feedback** wird nach wie vor regelmäßig durchgeführt
- Die Führungskräfte erhalten **Weiterbildungen** dazu, wie konstruktives Feedback an die Mitarbeitenden gelingen kann

FÜHRUNG

Gute Führung (Informiertheit über aktuelle Situation, Transparenz, regelmäßige Kommunikation, Interesse am Einzelnen, Flexibilität, Lösungsorientierung; auch auf Distanz) ist ein Erfolgsindikator für die Bewältigung von Krisen: Unternehmen, in denen FK so agierten, berichten von einem zuversichtlichen Betriebsklima

Informationsfluss im Team und im Unternehmen

- Neben den Teammeetings Austausch über **digitale Austauschplattformen** (z.B. slack, Microsoft Teams) und internen **Unternehmens-Newsletter**
- Offizielle Kommunikation zu **Urlaubsregelungen**, z.B. FAQs zu Risikobereichen (FAQs werden aufbereitet), Mini-Belehrung für Urlauber
- regelmäßige **Meetings** von Betriebsrat, Sicherheitsbeauftragten, Standortleiter mit Headquarter: gemeinsame Abstimmung erforderlicher Maßnahmen je nach Bedarfen vor Ort (kein strikter Top-Down-Ansatz, eher starker Austausch)

Umgang mit Mitarbeitenden

- Bestimmung einer **Vertrauensperson**, an die sich Mitarbeitende wenden können
- täglich ein bestimmtes Zeitfenster, in dem Personalerin per **Videokonferenz** (z.B. Zoom) für Gespräche zur Verfügung steht: Wie geht es den Mitarbeitenden? Beruflich & privat?
- **Onboarding** neuer Mitarbeitender nicht individuell, sondern an einem Tag gemeinsam mit allen neuen Mitarbeitenden, um eine Einführung und Orientierung in das Unternehmen zu gewährleisten
- **Offboarding** ausscheidender Mitarbeitender mittels eines Gesprächs, das u.a. auch zu Lerneffekten für die Personalabteilung führen kann.

KOMMUNIKATION

Mitarbeitende in unsicheren Zeiten besitzen individuelle Bedürfnisse – eine offene, transparente, regelmäßige Kommunikation über bestehende Rahmenbedingungen und gleichzeitig ein offenes Ohr für individuelle Belange sind wichtig.

Homeoffice

- von 24 Tagen Homeoffice im Jahr zu 48, Montag und Freitag nur nach Abstimmung
- Ältere Mitarbeitende haben sich dank **Handouts / Fact Sheets** gut eingefunden in der mobilen Arbeitsweise
- **flexible Arbeitszeitgestaltung** durch mobiles Arbeiten wird sehr gut angenommen
- Homeoffice ist vor allem gut für **Standardprozesse** und Konzentrationsaufgaben, aber Innovation und Brainstorming funktioniert real im Büro besser

New Work


- Nach New Work kommt **New Pay** – Möglichkeiten der innovativen Entgeltumwandlung begeistern

ARBEITSSTRUKTUREN

Homeoffice-Strukturen einzurichten oder weiterzuentwickeln gelingt den Unternehmen gut und werden von den Mitarbeitenden sehr gut aufgenommen.

Unterstützungsmöglichkeiten

Als Arbeitgeber sichtbar sein

- 
 Unternehmens-Workshops
 - „Arbeitgebermarke stärken – Fachkräfte gewinnen“
 - „Recruiting durch soziale Medien“

www.querdenken-leipzig.de/veranstaltungen

- 
 Sichtbarkeitskampagne für Arbeitgeber

<https://www.vom-ikl-gesucht.de/>

- 
 (Digitale) Austauschformate





- ChatUp - Vernetzung zwischen Unternehmen und Studierenden
- MeetUp - Erfahrungsaustausch und Diskussionsplattform für Unternehmen

www.talenttransfer.de/leipzig



Ihre Ansprechpartnerin
 Augustine Burkert
burkert@zarof-gmbh.de
 0341/21729-19

Attraktiver Arbeitgeber sein

- 
 Beratung zur Einführung von Instrumenten der Personalentwicklung
- 
 Erarbeitung, Umsetzung und Evaluierung von Konzepten zur unternehmensweiten Einführung von mobilem Arbeiten
- 
 Workshops zu Führung auf Distanz
- 
 Workshops zu generationsübergreifendem Arbeiten und Führen

www.zarof-gmbh.de

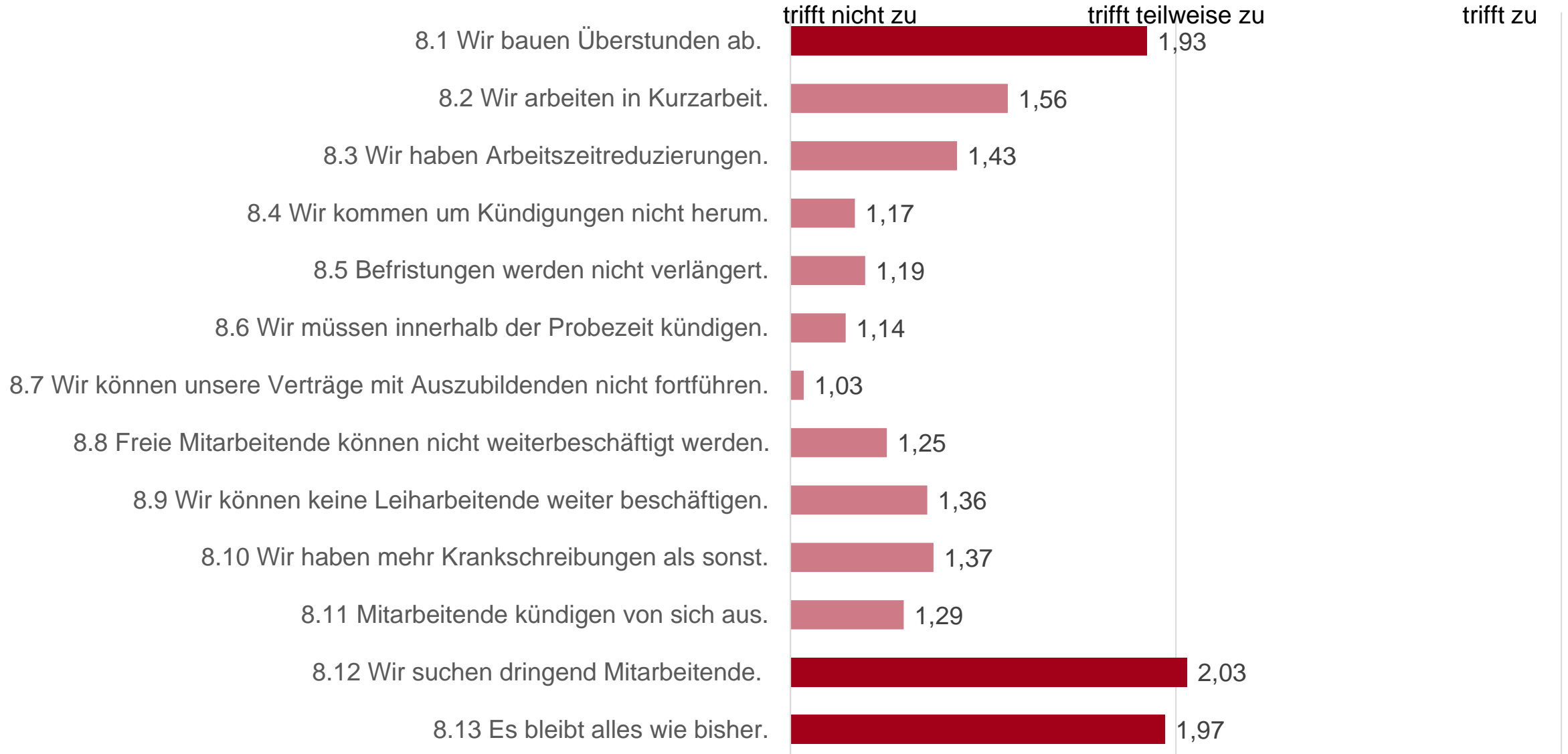
Ergebnisse im Einzelnen

1. Zur aktuellen Personalsituation
2. Zur Fachkräftegewinnung allgemein
3. Zur Gewinnung von Nachwuchs
4. Zur Mitarbeiterbindung

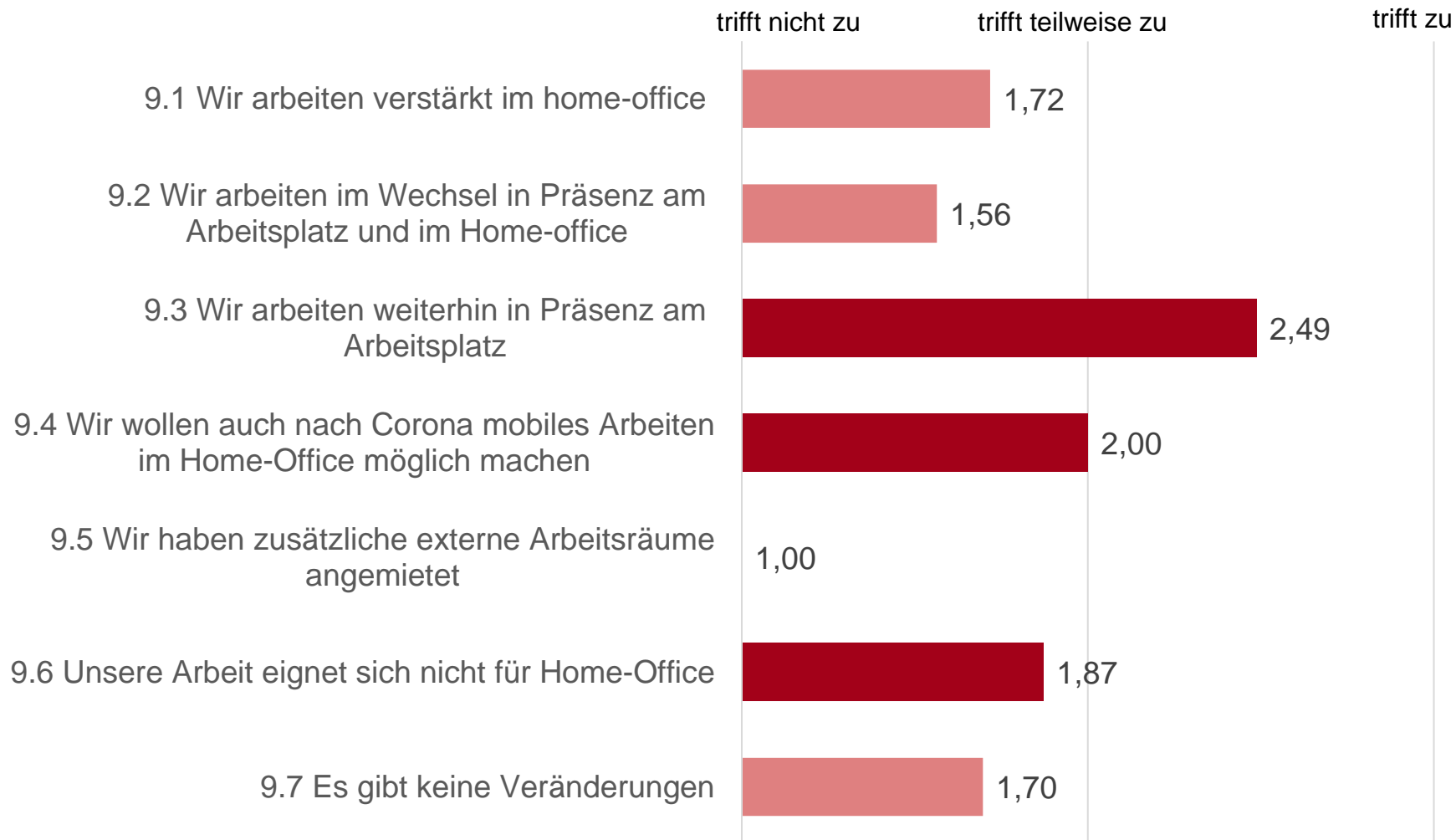


**Zur aktuellen
Personalsituation**

8. Wie verändert sich die Personalsituation in Ihrem Unternehmen durch COVID – 19?



9. Wie verändern sich die Arbeitsbedingungen bzgl. des Arbeitsortes?



Die Arbeitsbedingungen unterliegen keinen großen Veränderungen.

Ein hoher Anteil der Unternehmen arbeitet weiterhin in Präsenz – auch, weil sich die Tätigkeiten nicht für Homeoffice eignen.

Dennoch nutzen einige Unternehmen

Homeoffice verstärkt für sich und wollen auch nach Corona **mobiles Arbeiten** möglich machen.

Weiteres: Wir wollten eh vor Corona mobiles Arbeiten ermöglichen. Dies werden wir weiter forcieren. Insgesamt sind wir im Digitalisierungsprozess, der solche Überlegungen einschließt.

10. Inwieweit treffen folgende Herausforderungen auf Ihr Personal zu?

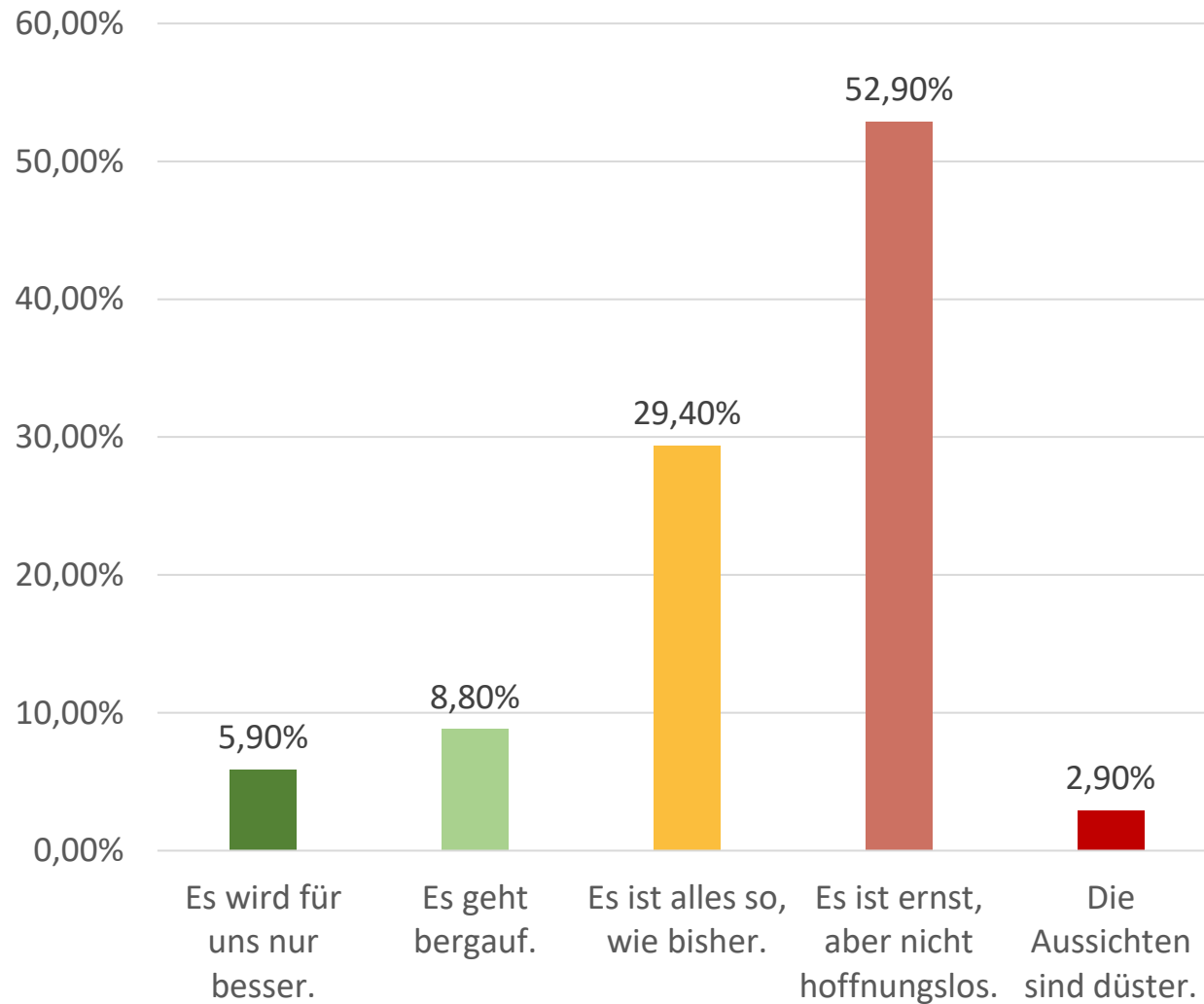


Die größten Herausforderungen der Mitarbeitenden bestehen aktuell in

- 1. Verunsicherung**
- 2. Zukunftsängste**
- 3. Erleben von Stress**

Aber auch die Umstellung auf digitale Arbeitsweisen und Führung auf Distanz sind Herausforderungen, denen die Beschäftigten entgegenblicken.

11. Wie schätzen Sie die aktuelle Personalsituation insgesamt ein?



Dennoch ist für fast jedes zweite Unternehmen die aktuelle Personalsituation **„ernst, aber nicht hoffnungslos“**.

Für die übrigen Unternehmen bleibt es wie bisher oder wird besser. Nur für ein Unternehmen sind die Aussichten düster.

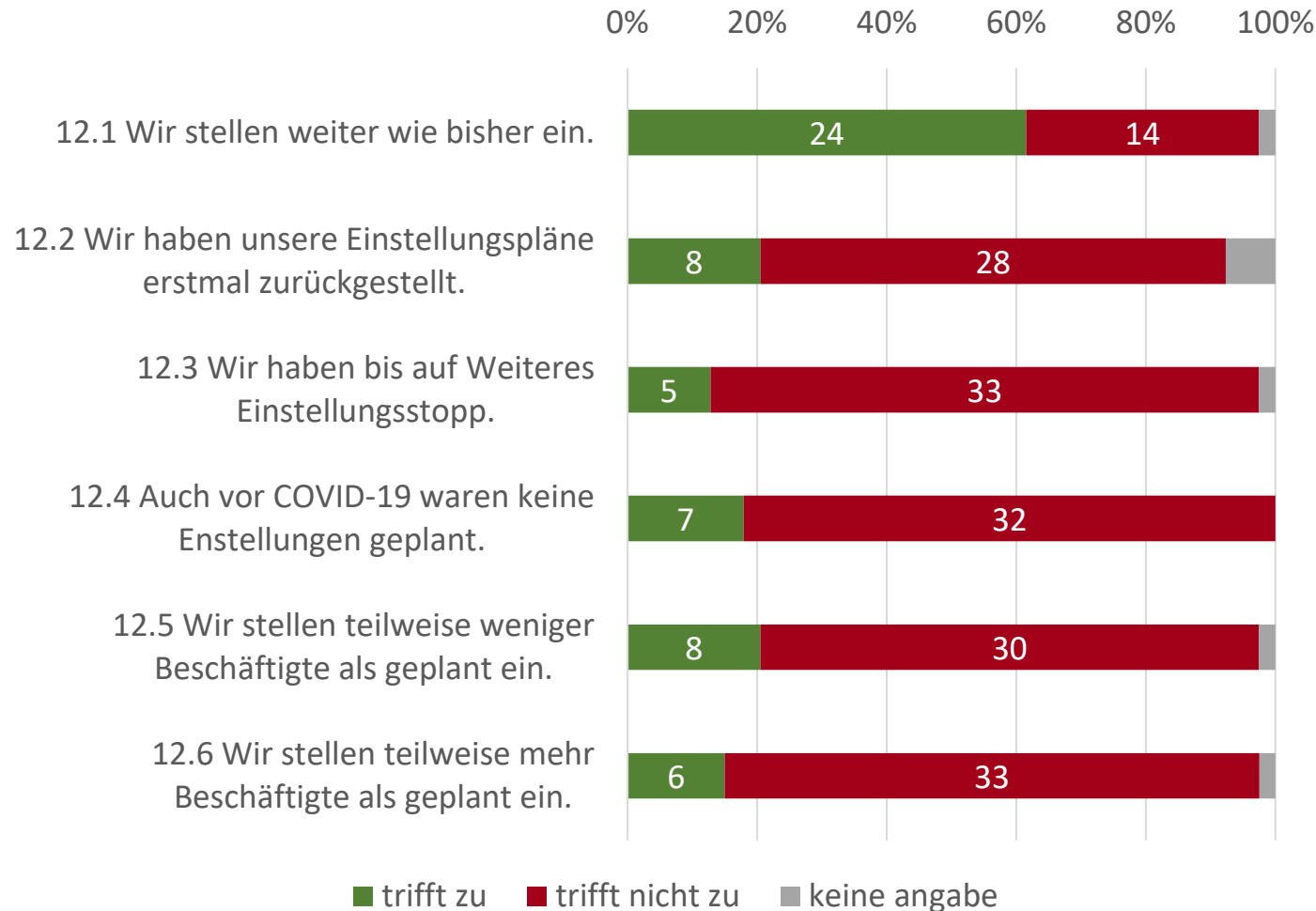
*„Wir sind gestärkt aus der Krise
herausgegangen mit neuen
Erfahrungen und Veränderungen,
die sich positiv auf das
Unternehmen auswirken.“*

Frau Pohl, Personal, Höning GmbH für Fenster und Türen,
Jesewitz, Landkreis Nordsachsen



**Zur
Fachkräftegewinnung
allgemein**

12. Wie verändert COVID-19 Ihre Pläne zur Personalgewinnung für die nächsten zwei Jahre?

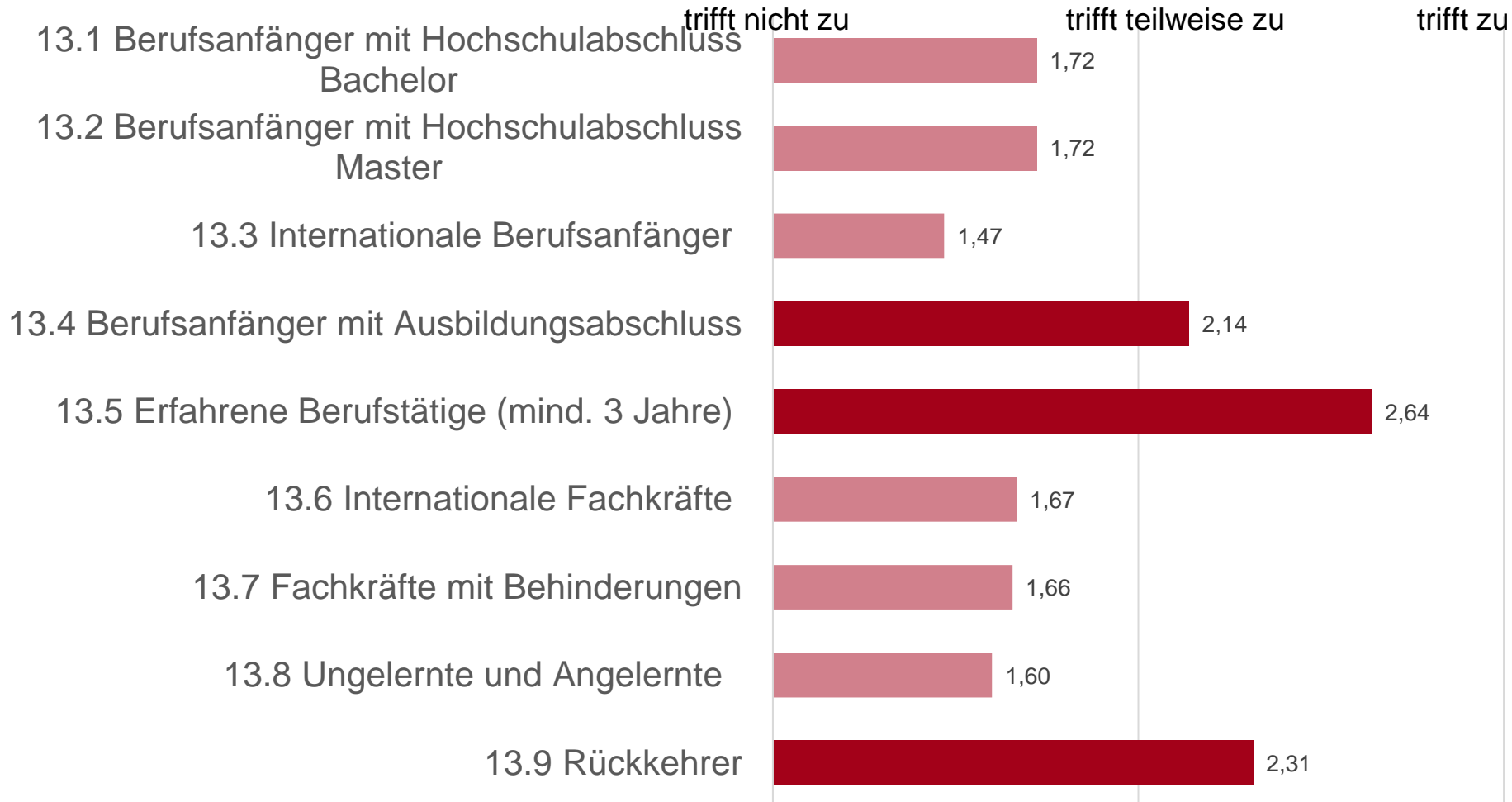


Zwei Drittel der befragten Unternehmen werden in den nächsten zwei Jahren weiter einstellen wie bisher.



Jedes fünfte Unternehmen stellt weniger als geplant ein, hat Einstellungspläne zurückgestellt oder Einstellungsstopps.

13. Wenn Sie weiterhin einstellen, welche Zielgruppen sind für Sie künftig interessant?



Für Unternehmen sind zukünftig vor allem interessant ...

1. **Erfahrene Berufstätige**
2. **Rückkehrer**
3. **Berufsanfänger mit Ausbildungsabschluss**

Auffällig ist, dass internationale Fachkräfte künftig wenig interessant sind.

Was die Unternehmen explizit sagen ...

Fachkräftebedarf ...

... besteht vor allem an Fachkräften mit beruflicher Ausbildung.

„Der Bedarf ist da, aber es gibt keine geeigneten Fachkräfte mit beruflicher Ausbildung am Markt. Wir fischen in einem leeren Teich.“

... besteht häufig auch durch demographischen Wandel.

„Wir brauchen junge, motivierte Menschen, die sagen, sie lernen das und bleiben dabei. Diese jungen Menschen wollen wir begeistern und ausbilden.“

„Der Fachkräftemangel bleibt bestehen: Viele ältere Angestellte verlassen das Unternehmen in den nächsten Jahren, mit unseren Azubis können wir dennoch nicht genügend Nachwuchs anlernen.“

14. Welche Fachrichtungen sind für Ihr Unternehmen interessant?



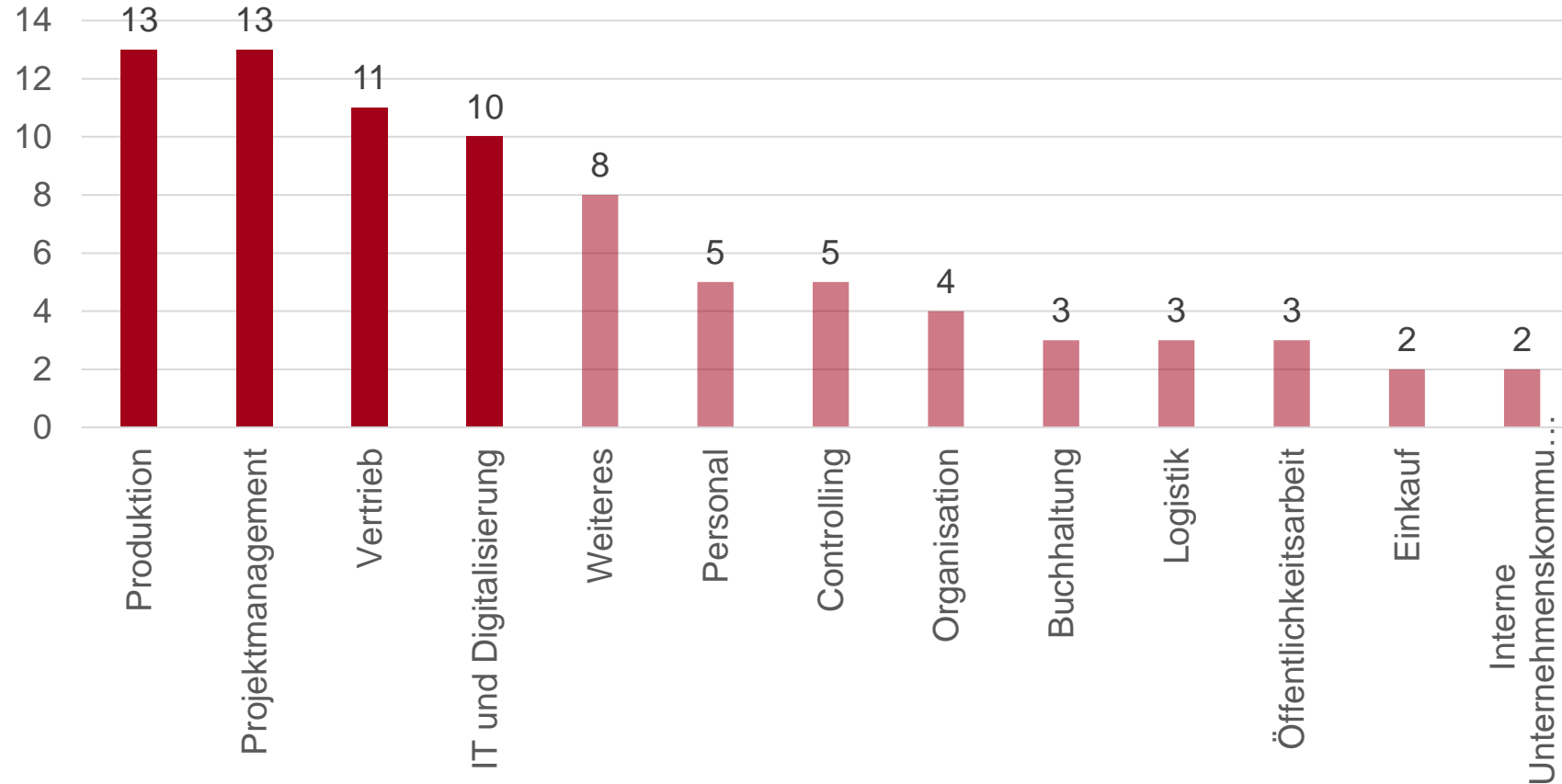
Für die befragten Unternehmen sind vor allem **naturwissenschaftliche** Fachrichtungen interessant. Einige Unternehmen suchen auch nach **sozialen oder geisteswissenschaftlichen** Fachrichtungen.

Auch im handwerklichen Bereich besteht Interesse.

Weiteres:

Berufskraftfahrer; Gastronomie; Industriermechaniker; Fachkräfte mit landw. Hindergrund; Mitarbeiter Rohr-, Kanal- u. Industrieservice; Floristik; Gießereimodellbauer; Handwerk; Marketing; Handwerker

15. In welchen Unternehmensbereichen rechnen Sie künftig mit zusätzlichem Fachkräftebedarf?



Fachkräftebedarf besteht in Zukunft voraussichtlich vor allem in den Unternehmensbereichen

1. **Produktion**
2. **Projektmanagement**
3. **Vertrieb**
4. **IT und Digitalisierung**

Weiteres:

Gastronomie; Zeichner; Service; gewerblicher Bereich; in keinem; Dispatching, Ingenieurwesen; medizinischer und pflegerischer Bereich

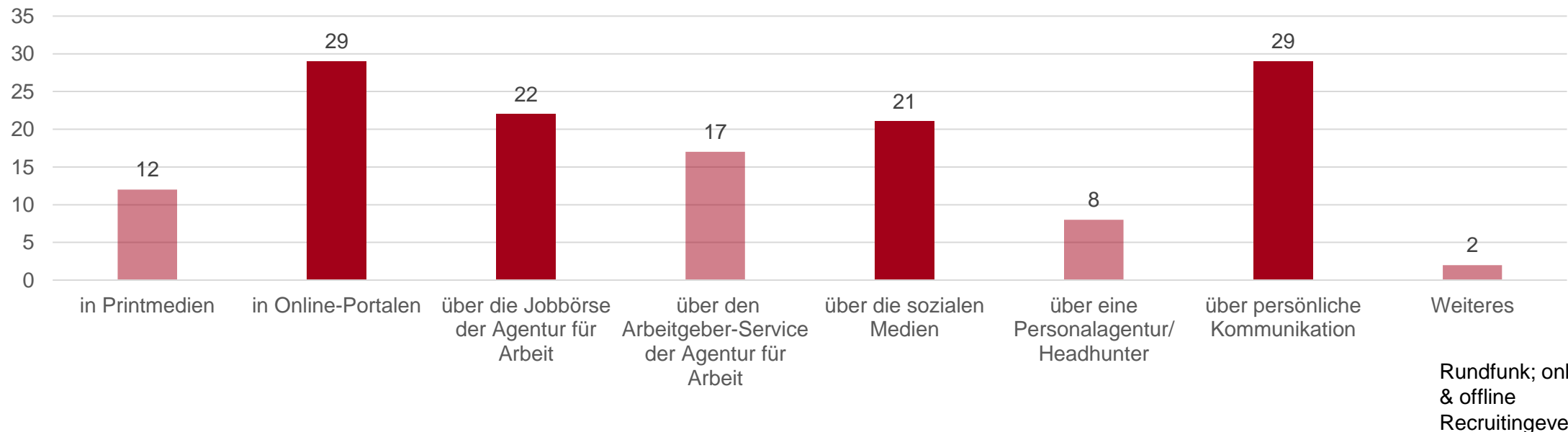
16. Auf welchen Wegen verbreiten Sie Ihre Stellengesuche? (Mehrfachnennungen möglich)

Die Favoriten der Unternehmen bei der Verbreitung von Stellengesuchen sind ...

1. **Digitale Rekrutierung (Online-Portale und soziale Medien)**
2. **Persönliche Kommunikation**
3. **Agentur für Arbeit (Jobbörse und Arbeitgeber-Service)**

Weitere Wege des Recruiting sind ...

- ✓ Übernahme aus Zeitarbeitsfirmen
- ✓ Netzwerk der IHK, AA, HWK



Digitalisierung in der Personalgewinnung



Der „Social-Media-Recruiter“

vs.

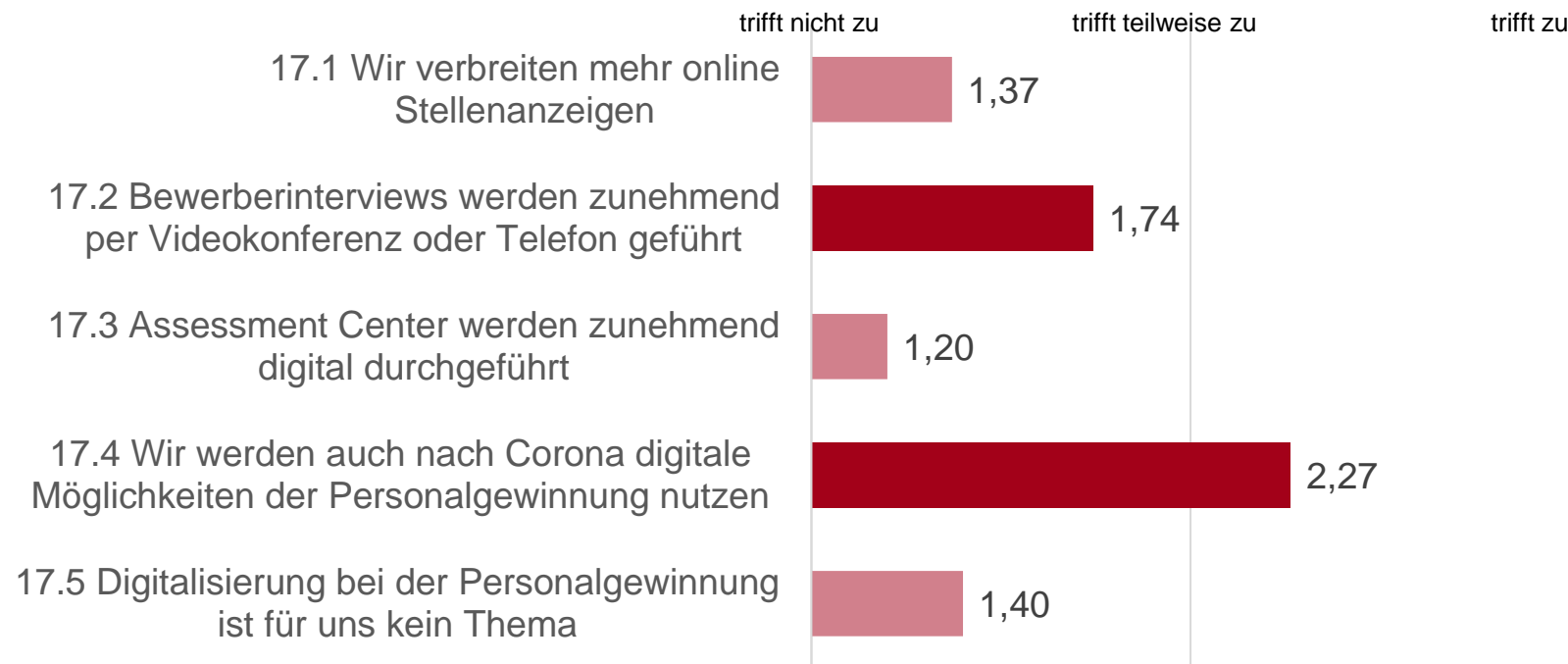


Der „klassische Recruiter“

Digitalisierung spielt eine große Rolle, sowohl im Recruiting als auch in der Weiterentwicklung von Arbeitsprozessen (z.B. papierloses Büro, mobiles Arbeiten)	... spielt insgesamt eine untergeordnetere Rolle, was teilweise auch mit dem Tätigkeitsfeld der Unternehmen in Verbindung steht
Zentrale Elemente des Recruitings	Website, Facebook, Stellenportale etc.	Persönliche Kontakte und Mundwerbung, Messen
Personalstruktur	Gemischte Altersgruppen	Ältere Altersgruppen, jüngere Generation rückt langsam nach

Für die nächsten Generationen ist die Digitalisierung aber notwendig, deshalb muss ausgelotet werden, bei wem es sich lohnt, einzusteigen. Das Kostet Geld, Kraft und Zeit.

17. Inwiefern hat sich durch COVID 19 der Digitalisierungsprozess der Personalgewinnung in Ihrem Unternehmen beschleunigt?



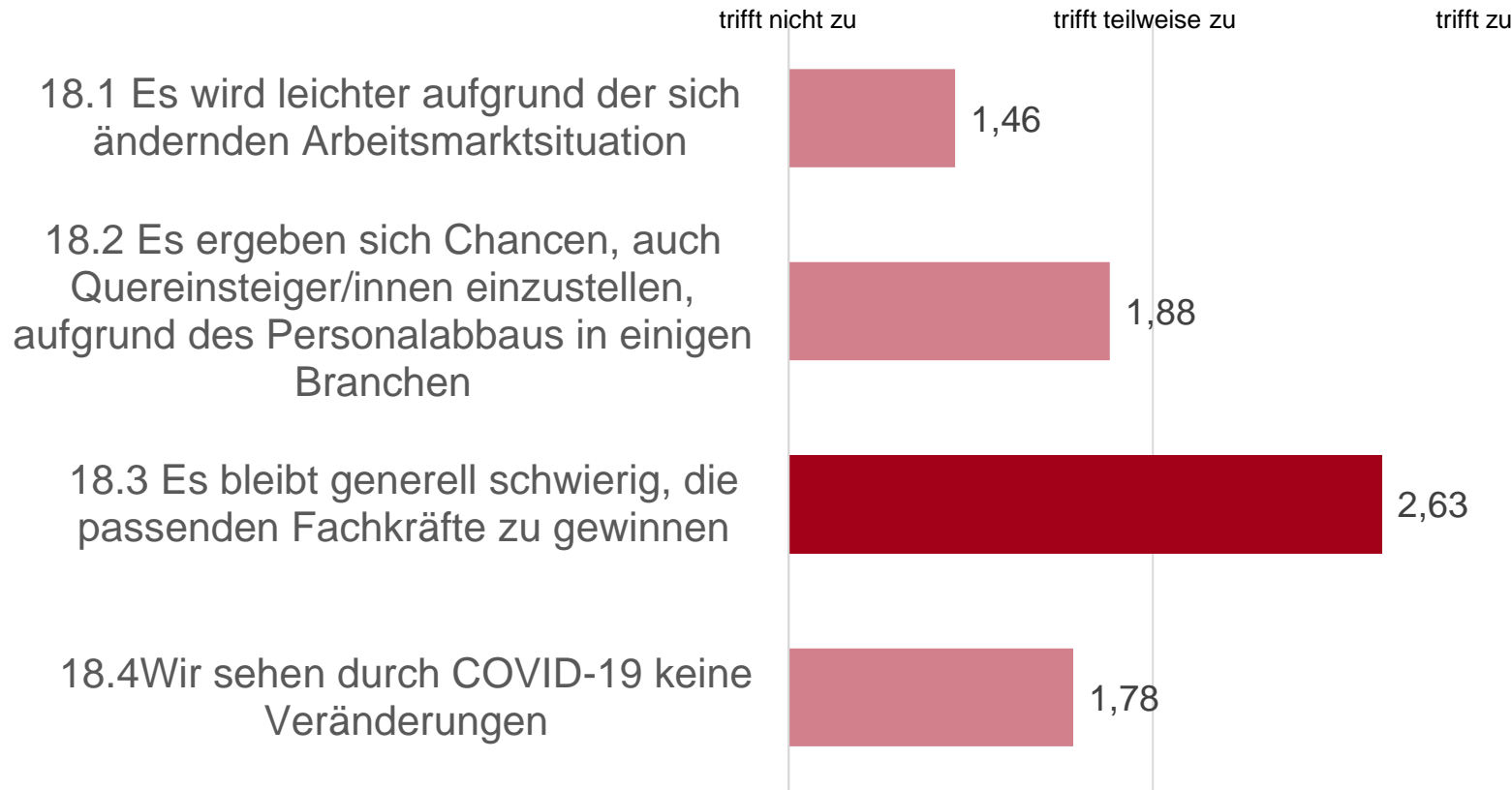
Der Digitalisierungsprozess beschleunigt vor allem ...

1. ... dass auch nach Corona digitale Möglichkeiten der Personalgewinnung genutzt werden
2. ... dass Bewerberinterviews zunehmend digital geführt werden

Weiteres:

- Digitalisierung ist kein Thema weil bereits weitestgehend digital (nicht falsch verstehen)
- Ist für uns nicht akut wichtig. Wird später entschieden und beleuchtet. Unabhängig von Corona.

18. Wie ist Ihre Einschätzung in Bezug auf die künftige Sicherung des Fachkräftebedarfs Ihres Unternehmens?



Wir sind insgesamt im Wandel. Wir schaffen neue, moderne Arbeitsbedingungen (New Work), sind mit Visions- und Strategieentwicklung beschäftigt, Arbeitgebermarke...

Zukunftspläne für die Fachkräftegewinnung allgemein

Neue Wege der Fachkräftegewinnung sollen gegangen werden, welche auch immer das sein mögen.

*Mehr Personal für HR; stärkere Ausformulierungen von Stellenbeschreibungen;
aktiver in der Personalgewinnung*

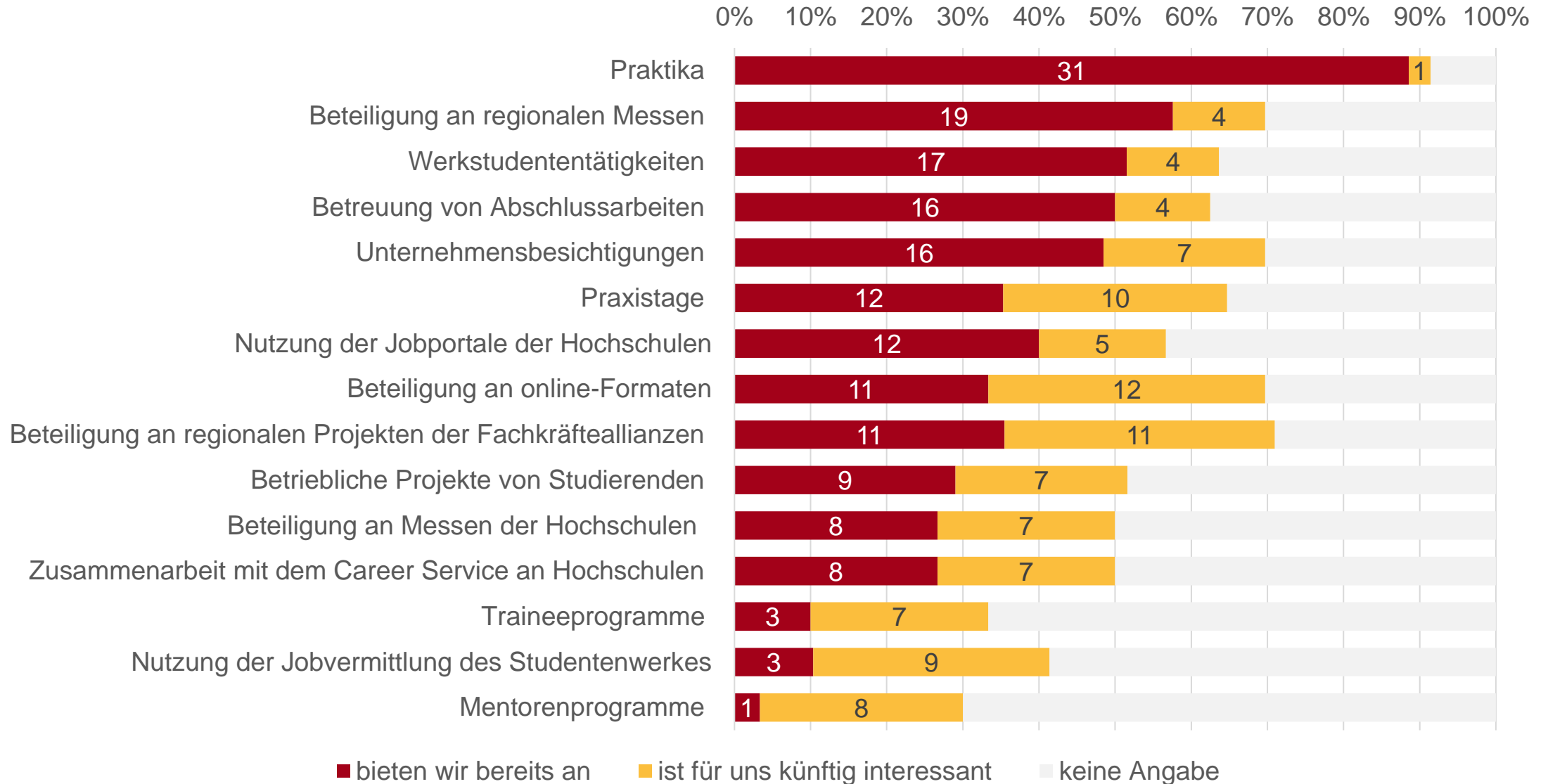
genauere Prüfung der Personalressourcen

Mehr mit Schulen in Kontakt treten

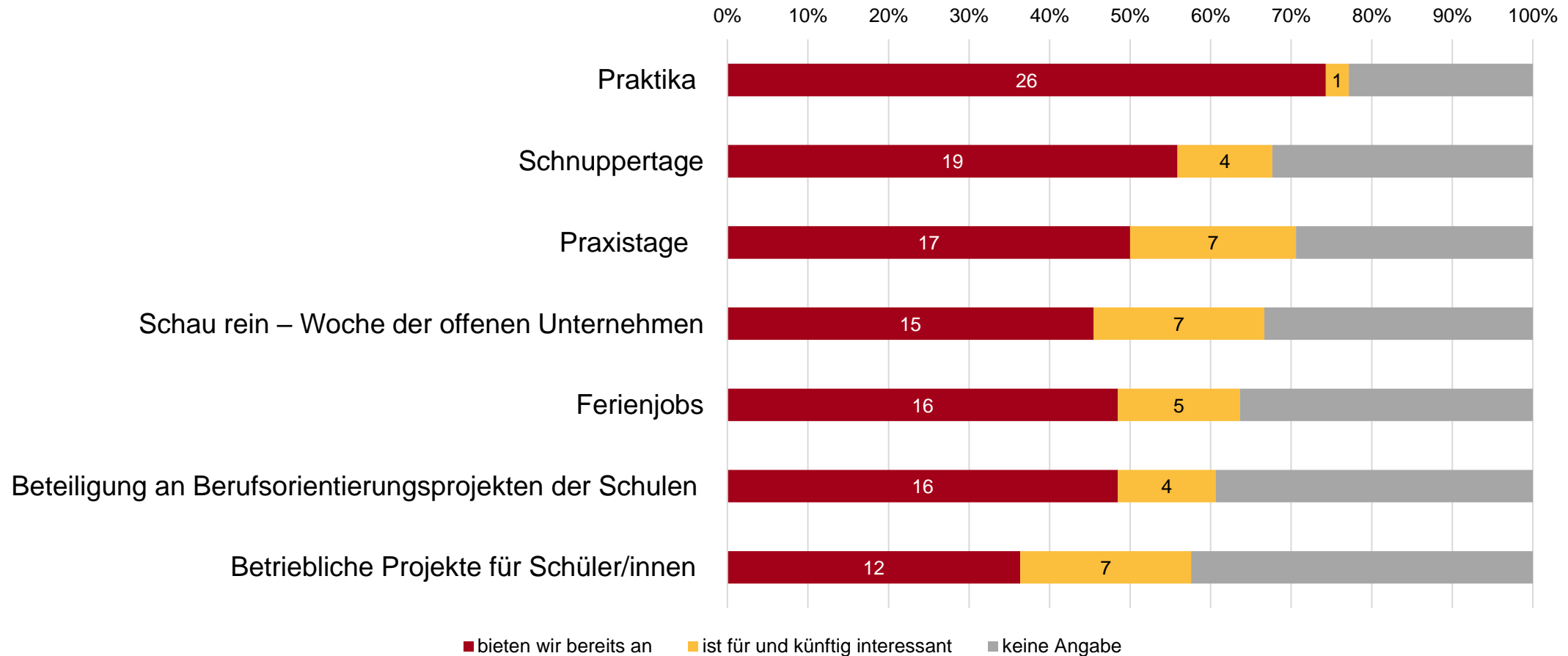


Zur Gewinnung von Nachwuchs

19. In Bezug auf die Gewinnung von akademischem Nachwuchs (Bachelor und Master) gewinnen Angebote für Studierende bereits vor dem Abschluss zunehmend an Bedeutung. Wie schätzen Sie folgende Angebote ein? (Mehrfachnennung möglich)



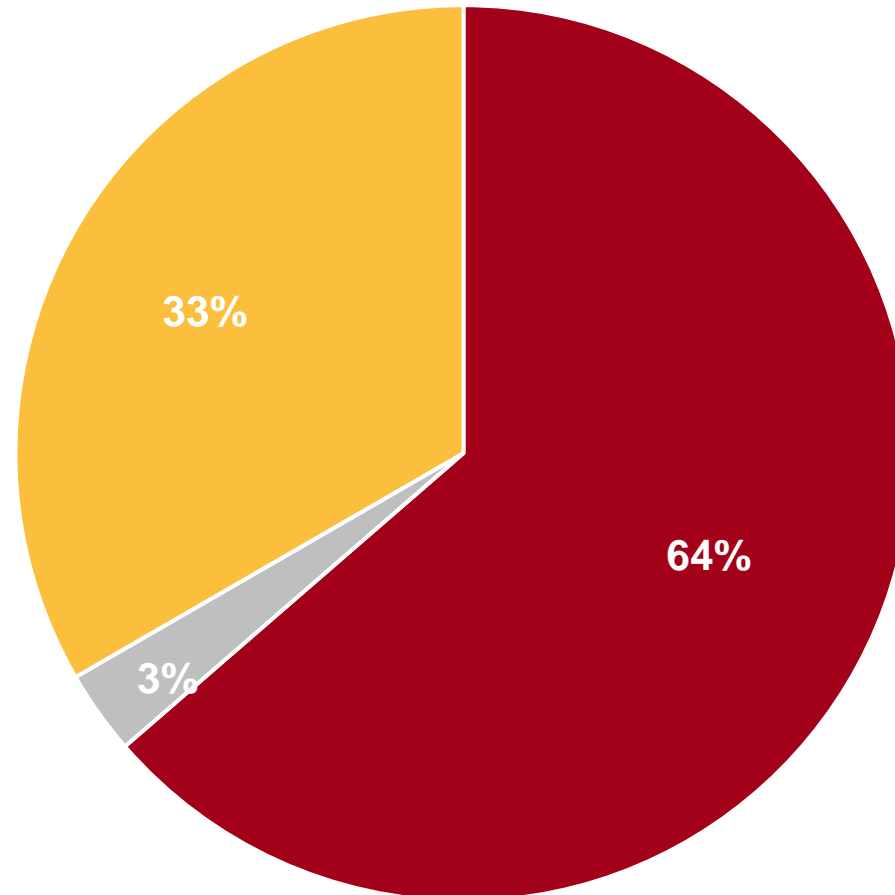
20. In Bezug auf die Gewinnung von Auszubildenden sind Angebote für Schüler/innen zur beruflichen Orientierung immer wichtiger. Wie schätzen Sie folgende Angebote ein?



Weiteres:
Ich wünsche mehr Möglichkeiten zur Kooperation mit Schulen.

21. Wie schätzen Sie generell die künftige Nachwuchsgewinnung ein?

■ Es wird schwieriger. ■ Es wird leichter. ■ Alles bleibt wie bisher.



Es wird schwieriger, weil ...

... das Tätigkeitsfeld für den Nachwuchs nicht interessant ist.

der Beruf nicht attraktiv genug ist (Arbeitsbedingungen und Entlohnung)

Körperlich schwere und anstrengende Arbeiten will kaum noch jemand machen.

die Anforderungen der 'neuen Generationen' immer mehr wachsen und anspruchsvoller werden; wenig Interesse am Handwerk

Keine Bewerber auf unsere Ausschreibungen reagieren

es gibt wenig bis keine guten Fachkräfte

wir nicht so attraktiv sind

Beruf RKI nicht attraktiv ist und kaum einer kennt

Desinteresse an drei Schichtbetrieb in der Produktion

geringes Interesse an handwerklichen Berufen

das Interesse an dem Beruf Modellbauer/in stetig nachlässt

... Bewerbungen ausbleiben.

der Zugang zu den Zielgruppen schwierig ist und die anderen Unternehmen auch ihre Präsenz erhöhen.

die Lust am Arbeiten und Mitdenken bei der Arbeit nicht mehr da ist, Die jungen Leute haben andere Prioritäten.

Berufswunsch Kraftfahrer immer seltener wird

in unserem Handwerk kaum noch ausgebildet wird und die zukünftige Generation eher nach dem materiellen Aspekt auswählt)

hohe fachspezifische Anforderungen

Arbeitsbedingungen in der Landwirtschaft, Entlohnung (Markt-druck); Arbeits-zeit (Wetterabhängigkeit); erhöhter Wettbewerb um Zielgruppe, allg. demogr. Entwicklung

... die Sichtbarkeit und Attraktivität nicht hoch genug ist.

Es wird leichter, weil ...

mehr Arbeitnehmer auf Jobsuche sind

Zukunftspläne für die Nachwuchsgewinnung

Strategisch setzen Unternehmen auf ...

*Persönliche Kommunikation mit den Bewerber*innen*

Längerer Weg im Unternehmen: langes Praktikum > positive Zusammenarbeit > Einstellung

In Zukunft sollen folgende Aspekte verstärkt angegangen werden ...

Für größere Bekanntheit des Unternehmens in der Region sorgen

Mehr in den Schulen präsent sein

*Es liegt am Arbeitgeber, sich als attraktiv zu positionieren; wichtig dabei für Nachwuchs ist:
Umgang miteinander, Sinnhaftigkeit mit nachhaltigem Label, Soft Skills, gute Arbeitszeitmodelle*

Active sourcing per LinkedIn

Alles wird digitaler und damit auch anonym – das persönliche Gespräch ist deshalb umso wichtiger

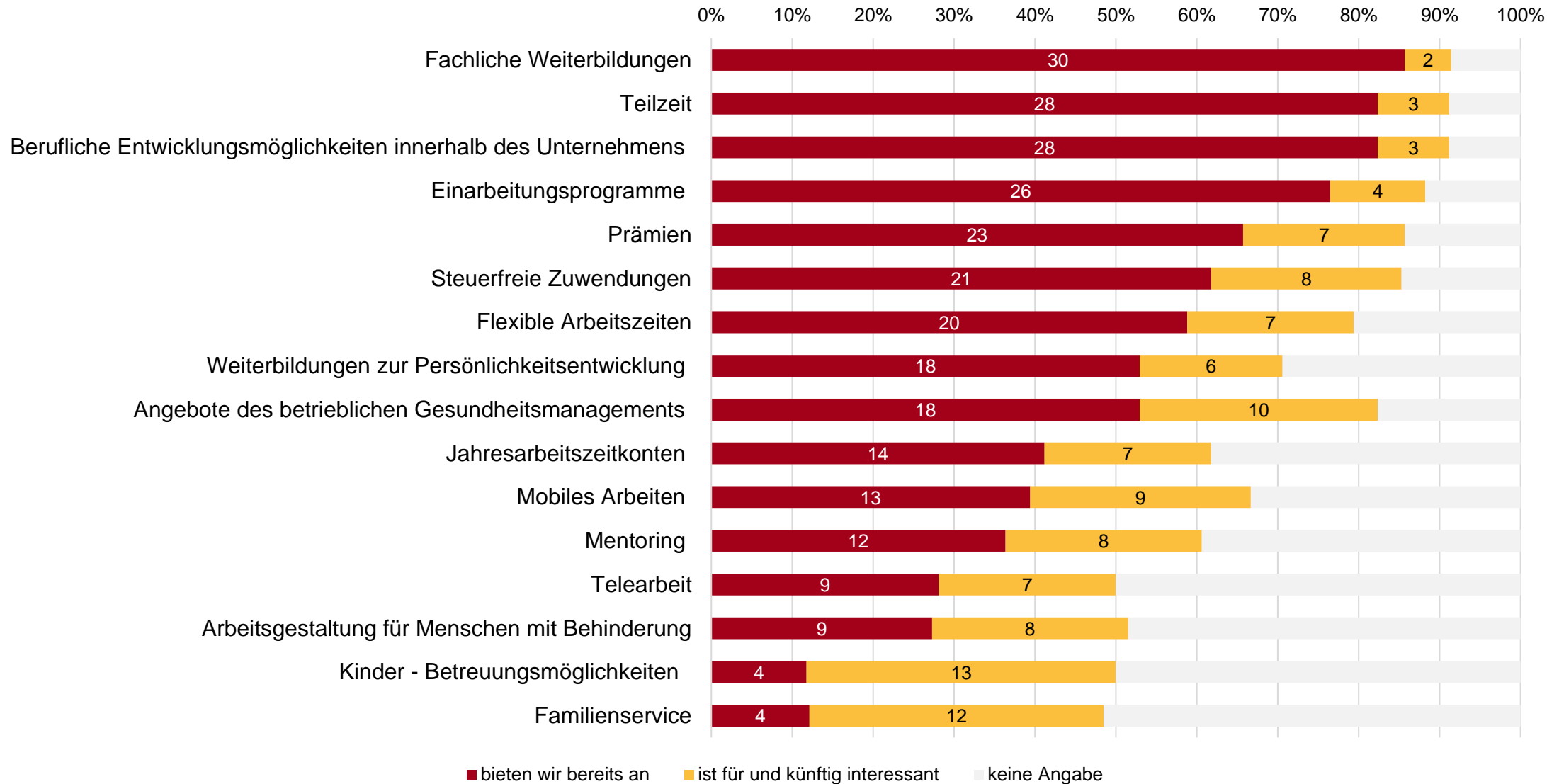
„Ich glaube, dass Bewerber zukünftig genauer hinschauen werden: Wie krisensicher ist das Unternehmen, wie hat sich das Unternehmen durch die Krise manövriert und wie wurde dabei mit den Mitarbeitern umgegangen. Bewerber werden hinterfragen, wie habt ihr euch verhalten. Das wird sich bei einigen Unternehmen mittelfristig auch sicherlich auf ihr Image auswirken.“

Yvonne Krebs, HR-Manager, Mitteldeutsche Flughafen AG
Schkeuditz, Landkreis Nordsachsen

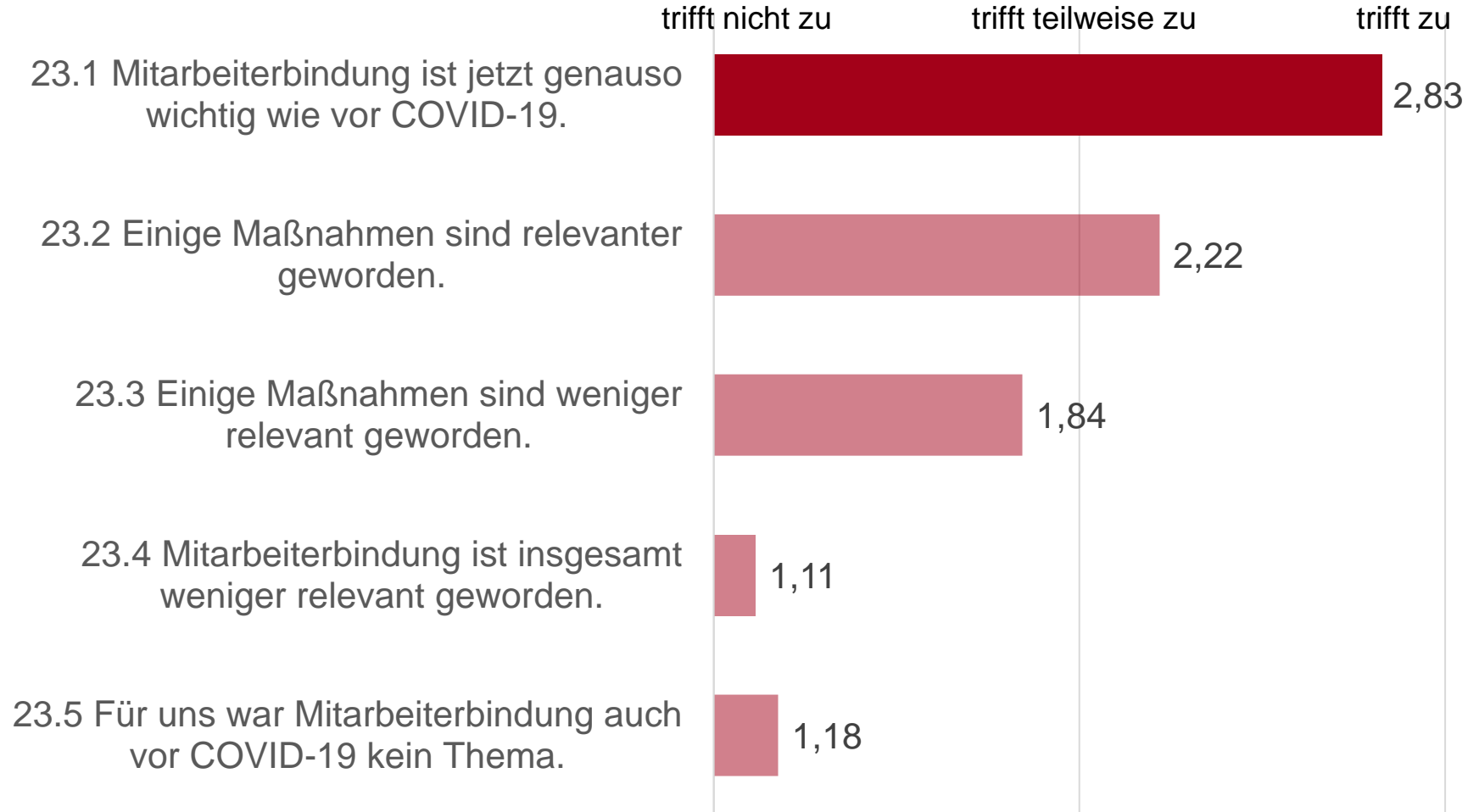


Zur Mitarbeiterbindung

22. Neben der Personalgewinnung ist die Mitarbeiterbindung zur Fachkräftesicherung besonders relevant. Wie schätzen Sie folgende Maßnahmen ein? (Mehrfachnennungen möglich)



23. Wie hat sich Ihrer Ansicht nach die Bedeutung der Mitarbeiterbindung durch COVID-19 verändert?



Einige Maßnahmen sind relevanter geworden, und zwar ...

... die Flexibilisierung von Arbeit.

Home Office

Flexibles Arbeiten

Maßnahmen, die Flexibilisierung fördern

Mobiles Arbeiten / Telearbeit / Digitalisierung als Voraussetzung

Flexibilität, Kommunikation

mehr Gespräche mit den Mitarbeitern um ihnen Sicherheit zu geben

... gute und transparente Kommunikation.

Erfolgsbeteiligung

aktive Ansprache der Mitarbeiter (Terminierung) mangels sichtbarer Probleme (virtuelle Präsenz), Teambuilding

Gute Führung

... gute Führung.

... Maßnahmen zur Identifikation.

Maßnahmen zur Identifikation mit dem Unternehmen sowie der Mitgestaltung

Gesundheitsmanagement

Betriebliches Gesundheitsmanagement, Schutz und Sicherheit, gezielte vorallem digitalisierte Weiterbildungen

Gesundheitsförderung

... Gesundheitsmanagement.

Was Unternehmen darüber hinaus erläutern...

TOP:
Gute Führung
spielt eine große Rolle für die
Mitarbeitenden in unsicheren
Zeiten

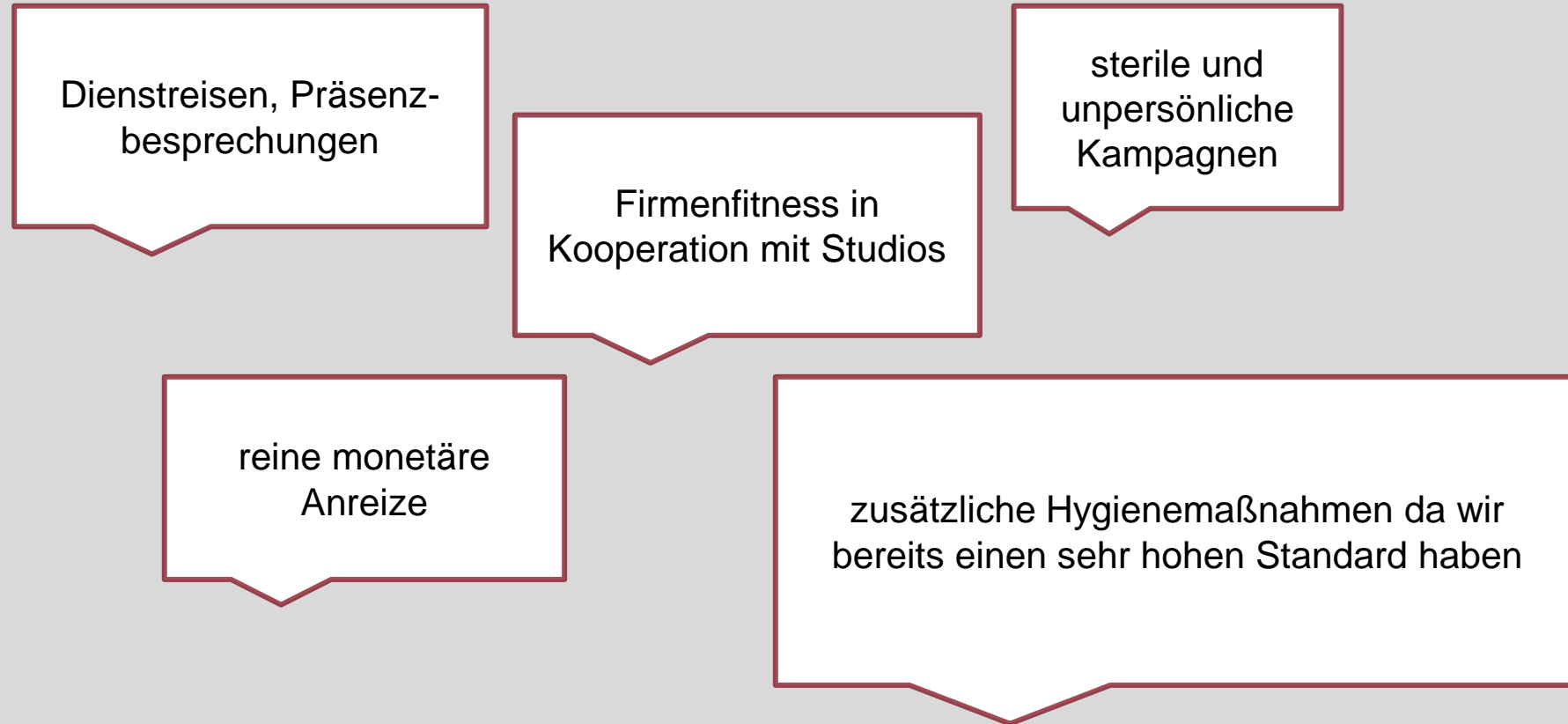
Weitere Bereiche, in denen sich Unternehmen aufgrund der Mitarbeiterbindung engagieren, sind ...

**Angemessene
Arbeitsplatzgestaltung**
(Klimaanlage,
höhenverstellbare
Schreibtische etc.)

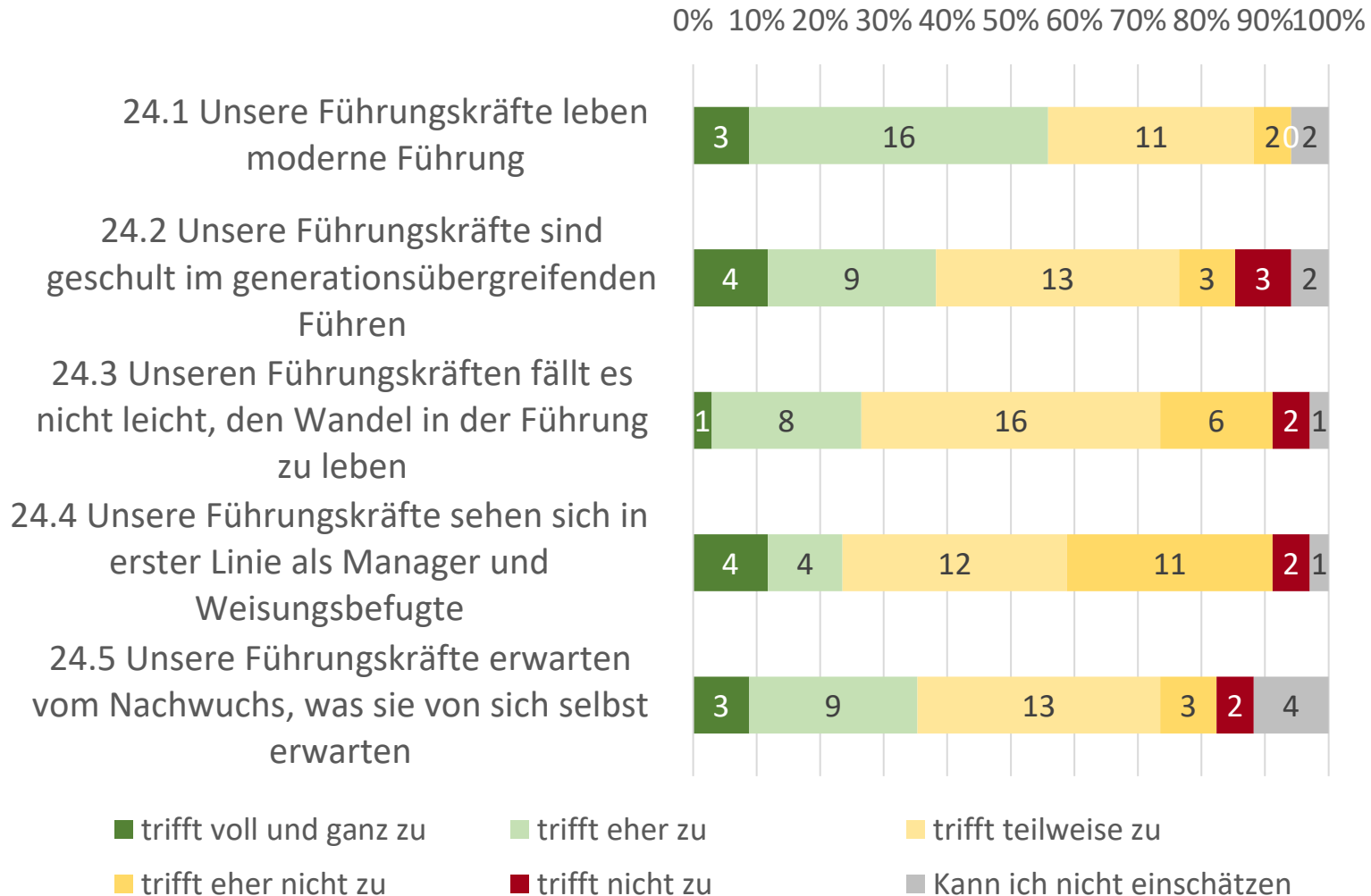
Gutes Betriebsklima
(Freude an der Arbeit,
Wertschätzung, Einbringen
eigener Ideen, gemeinsames
Mittagessen etc.)

Weitere Zusatzleistungen
(z.B. UrbanSportsClub, Waschservice, Dienstauto, Jobrad,
Kinderbetreuung, Gewinnbeteiligung, Leistungsprämien,
betriebl. Altersvorsorge, Mitarbeiterdarlehen, kostenfreie
Brillen, Urlaubs/Weihnachtsgeld, Gutscheine für
Unternehmensprodukte/Leistungen, LVB-Jobticket,
Fitnessprogramme, Gesundheitscheck, Büromassagen,
Obstkorb, Wasser/Kaffee,

Einige Maßnahmen sind weniger relevant geworden, und zwar ...



24. Führungskräfte haben eine Schlüsselfunktion für eine erfolgreiche Mitarbeiterbindung; besonders im Hinblick auf die jüngeren Generationen. Wie schätzen Sie folgende Annahmen ein?



Jedes zweite Unternehmen gibt an, dass seine Führungskräfte **moderne Führung** leben. Aber für jedes zweite Unternehmen trifft dies auch teilweise bis eher nicht zu.

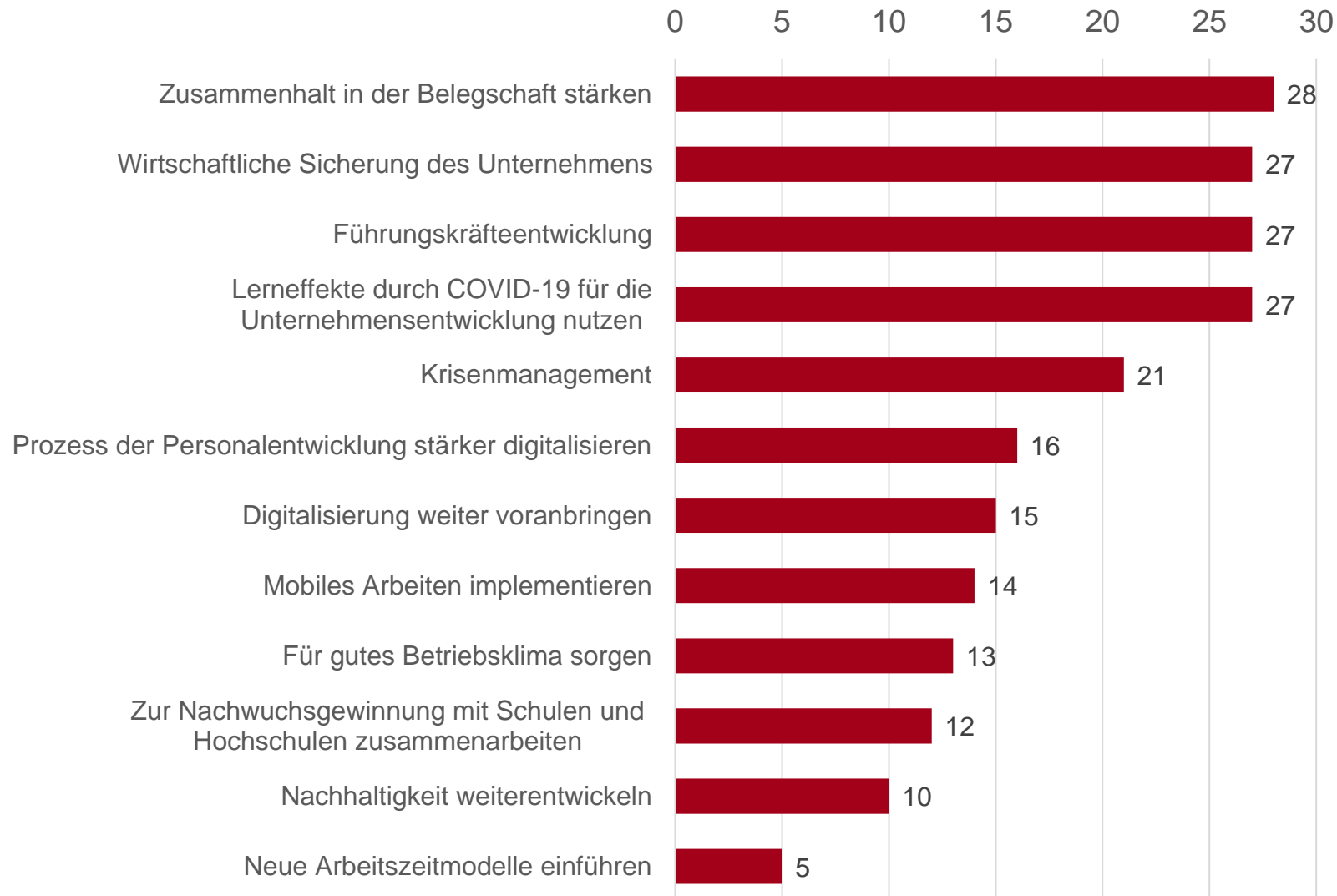


Jedes dritte Unternehmen sieht seine Führungskräfte geschult im **generationsübergreifenden Führen**. Auf zwei von drei Unternehmen trifft dies teilweise bis nicht zu.



Jedes vierte Unternehmen gibt an, dass es den Führungskräften **nicht leicht fällt, den Wandel der Führung** zu leben.

25. Welche Themen werden durch den Einfluss von COVID-19 in Ihrem Unternehmen in den nächsten zwei Jahren besonders wichtig sein?



Zukunftsthemen für Unternehmen durch den Einfluss von COVID-19 sind ...

1. **Zusammenhalt** in der Belegschaft stärken
2. **Wirtschaftliche Sicherung** des Unternehmens
3. **Führungskräfteentwicklung**
4. **Lerneffekte** durch COVID-19 für die Unternehmensentwicklung nutzen.

26. Abseits von Finanzierungs- und Konjunkturlösungen: Was sind aus Ihrer Sicht weitere relevante Unterstützungsformate?



Welche Unterstützungsangebote wünschen sich Unternehmen von Dritten (Wirtschaftsförderer, Vereine/Verbände, Kammern, Agentur für Arbeit etc.)?

Unternehmen schätzen die Zusammenarbeit mit Akteuren (IHK, HWK, Agentur für Arbeit, Landratsämter, Stadt, etc...) sehr

Impulse zu Themen

Angebote zu neuen Arbeitsmethoden (New Work, agiles Projektmanagement)

Erhöhung der Sichtbarkeit von Unternehmen

Information zu Empfehlung und Umsetzung Entgeltumwandlung

Lehrpläne für Ausbilder seitens der Kammern: Inhalte zum Generationsübergreifen den Arbeiten

Imagepflege

Impulse zu Formaten

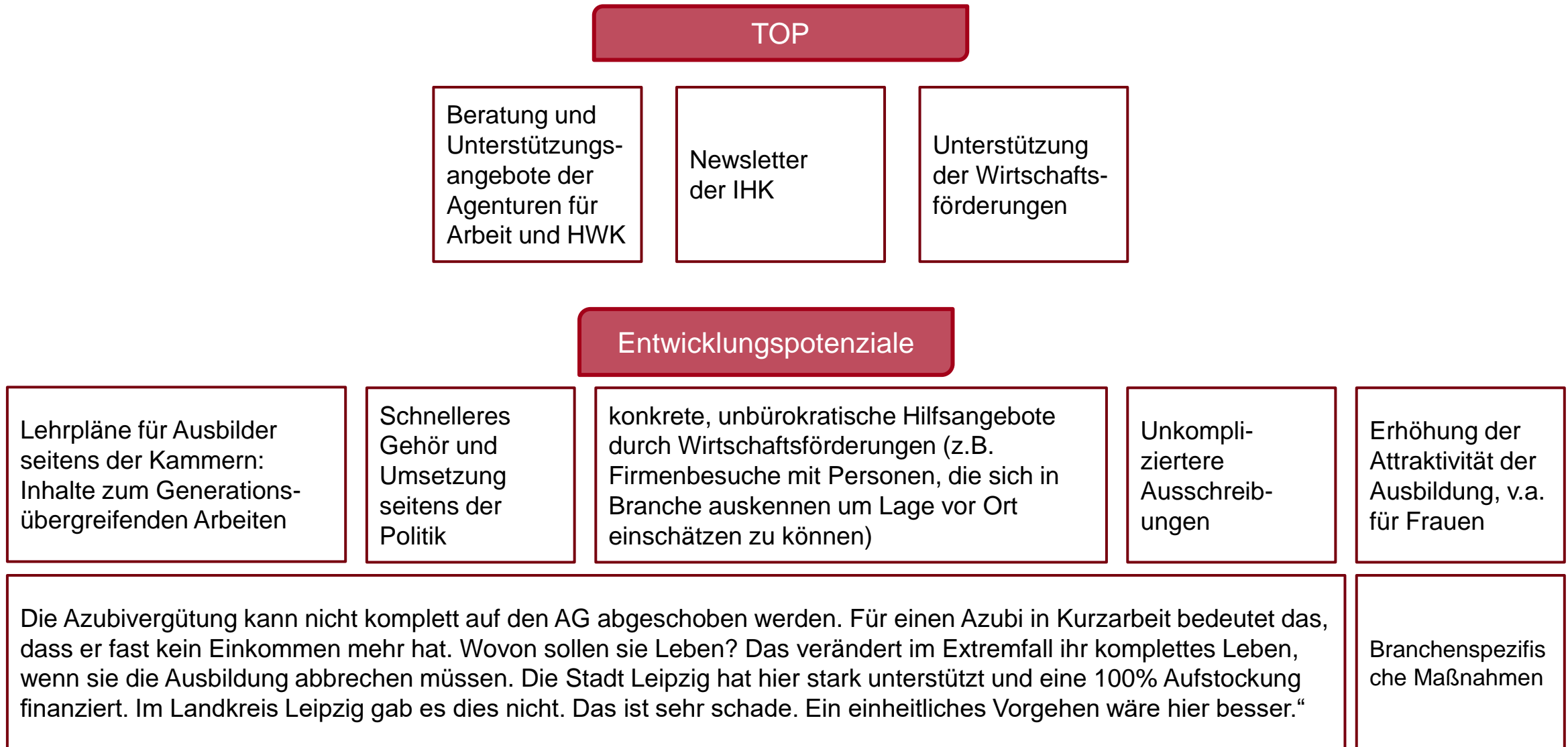
Input von außen aus Theorie und Praxis

von Mittelständlern, die ähnliche Herausforderungen haben

Austauschplattformen für Unternehmen – Vernetzung – Teilen von Best-Practice-Lösungen

Mehr Angebote im Rahmen von Fachkräftesicherungsprojekte

Welches Feedback geben Unternehmen Dritten (Wirtschaftsförderer, Vereine/Verbände, Kammern, Agentur für Arbeit etc.) mit?



„Wichtig ist uns ein Betriebsklima, in dem es Freude macht, zu arbeiten. Unsere Mitarbeitenden sollen das Gefühl haben, dass wir alle an einem Strang ziehen. Wir wollen eine mentale Bindung der Mitarbeitenden untereinander und zu ihren Führungskräften erreichen und die Überzeugung weitergeben, im richtigen Unternehmen zu arbeiten - ganz unabhängig von den monetären Dingen. Das schaffen wir unter anderem durch viel Kommunikation und Rücksprachen, kurze Entscheidungswege und gemeinschaftliche Entscheidungsprozesse.“

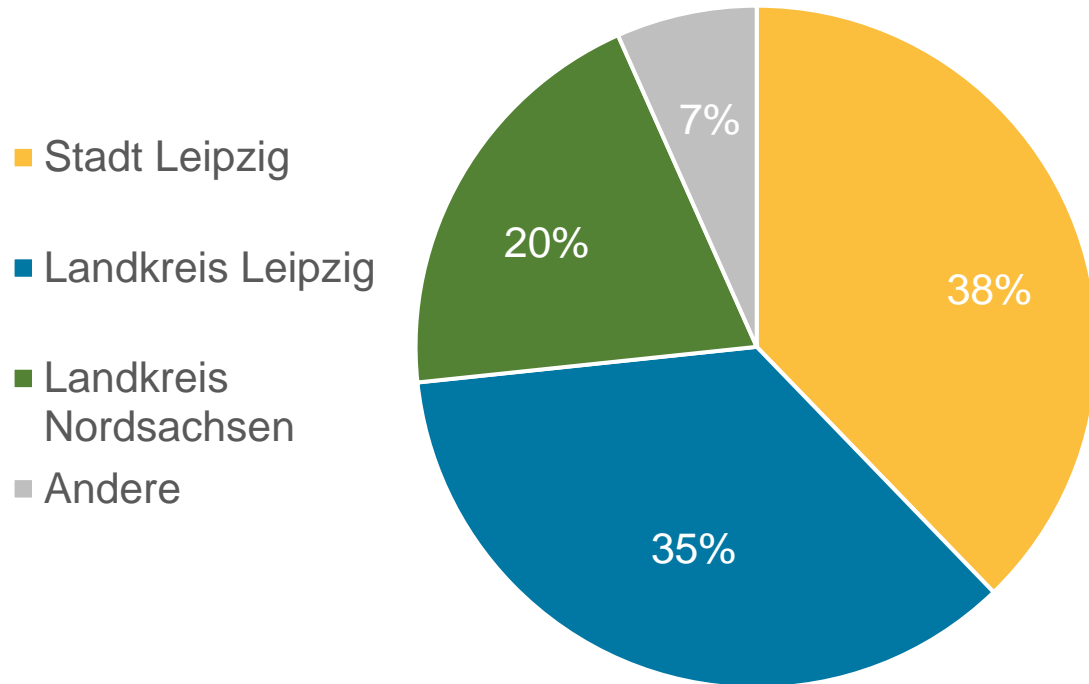
Holger Gwozdz, Geschäftsführer, FEST GmbH
Frohburg, Landkreis Leipzig



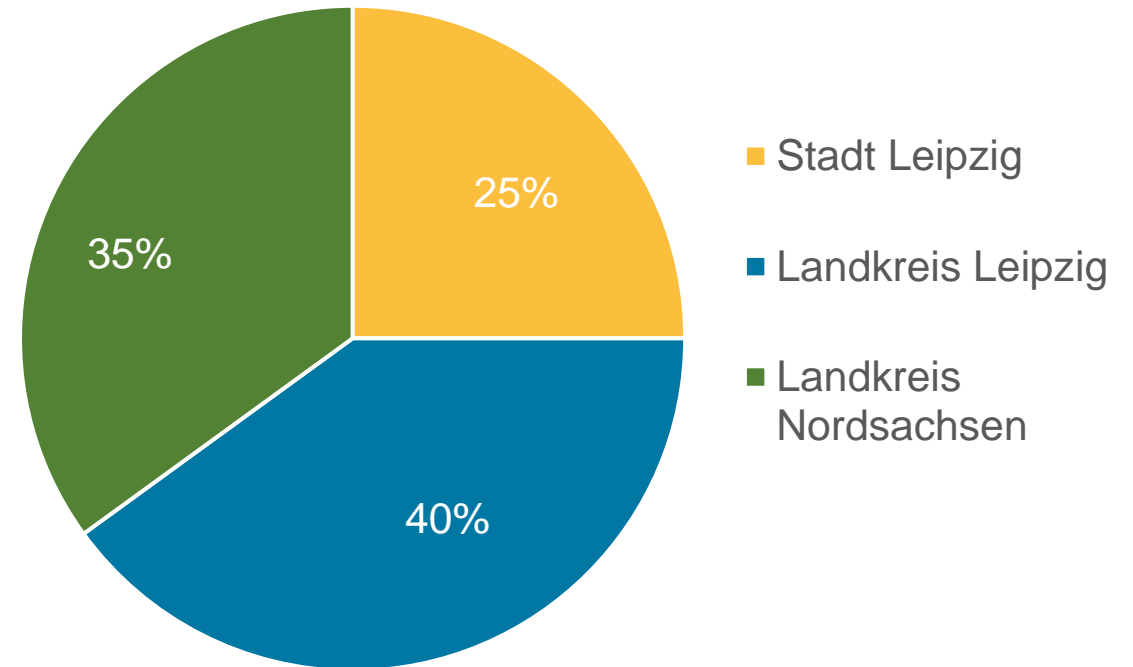
Studiendesign und Verbreitungsstrategie

Studiendesign: Teilnahme nach Gebietskörperschaften

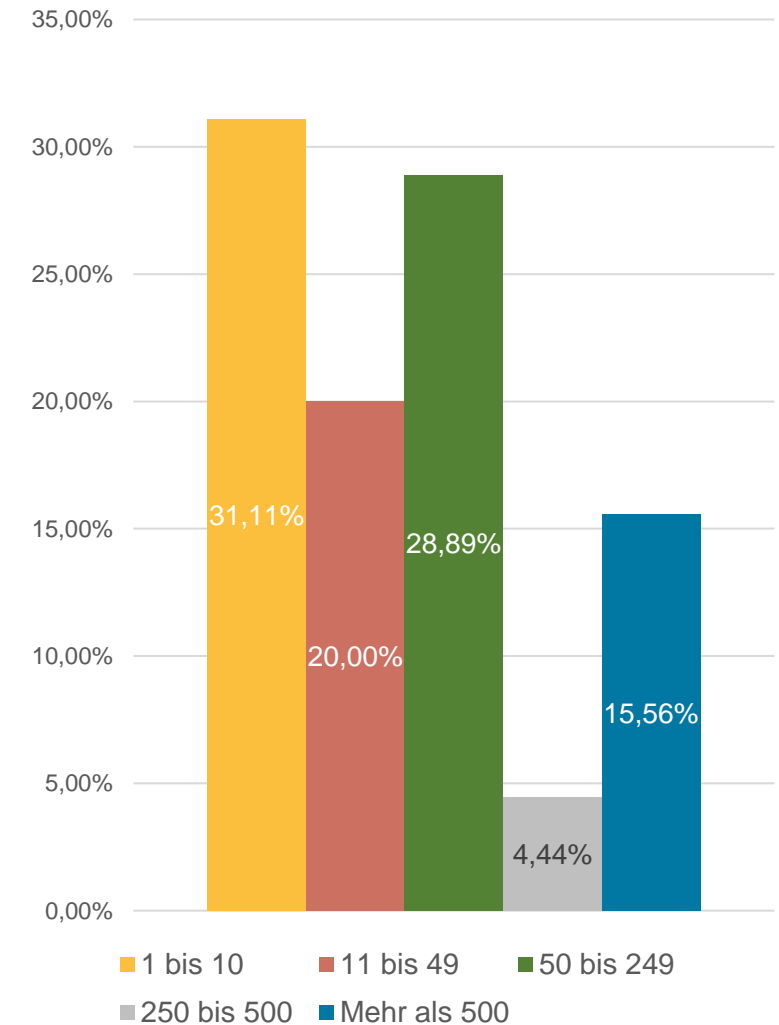
Teilnahme an der Online-Befragung



Teilnahme an den Telefoninterviews

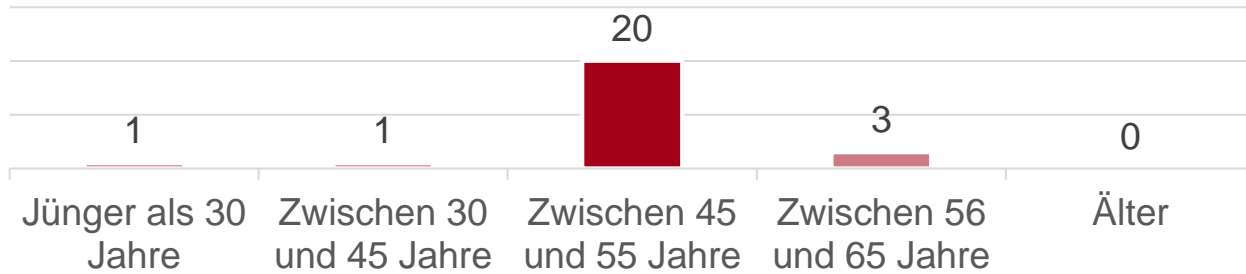


Studiendesign: Branchenverteilung und Unternehmensgröße

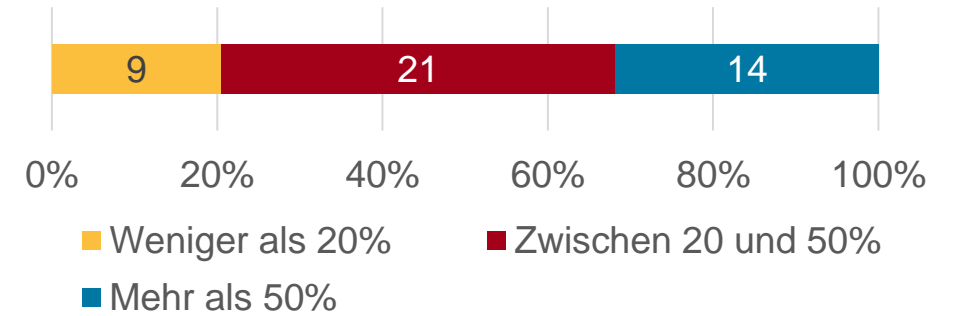


Studiendesign: Diversität

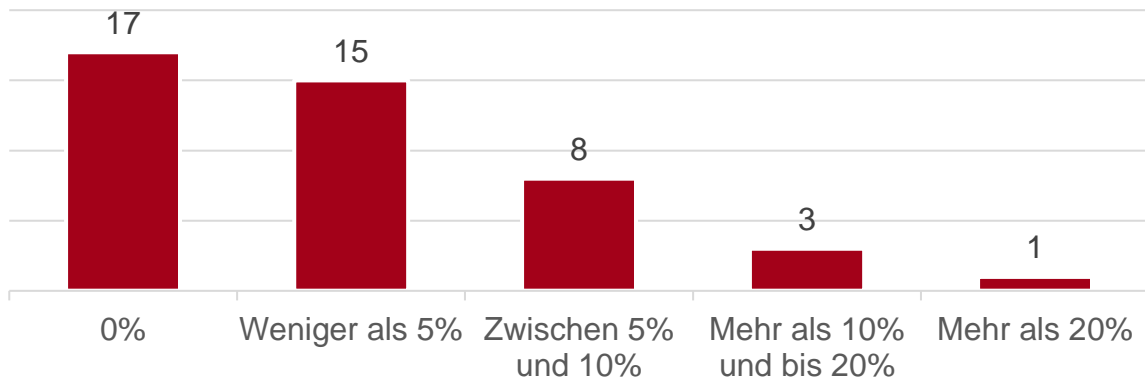
4. Wie ist die Altersstruktur Ihrer Belegschaft im Durchschnitt?



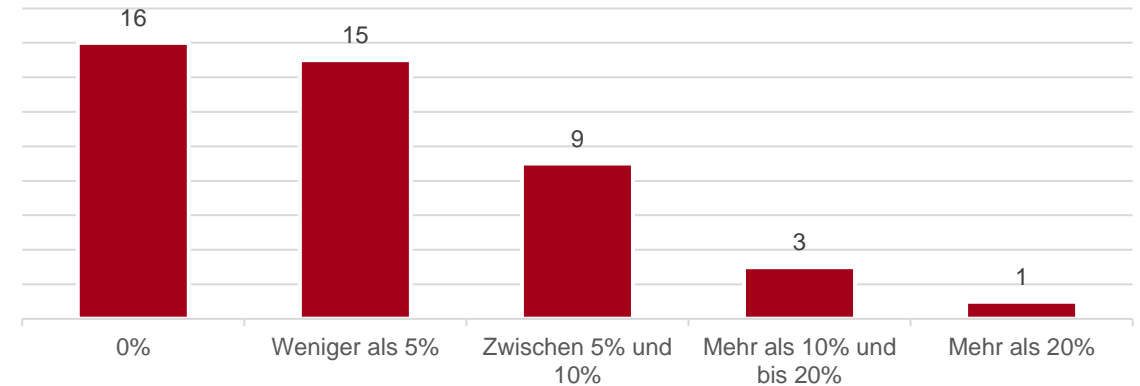
5. Wie hoch ist der Frauenanteil in Ihrem Unternehmen?



6. Wie hoch ist der Anteil an Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund?

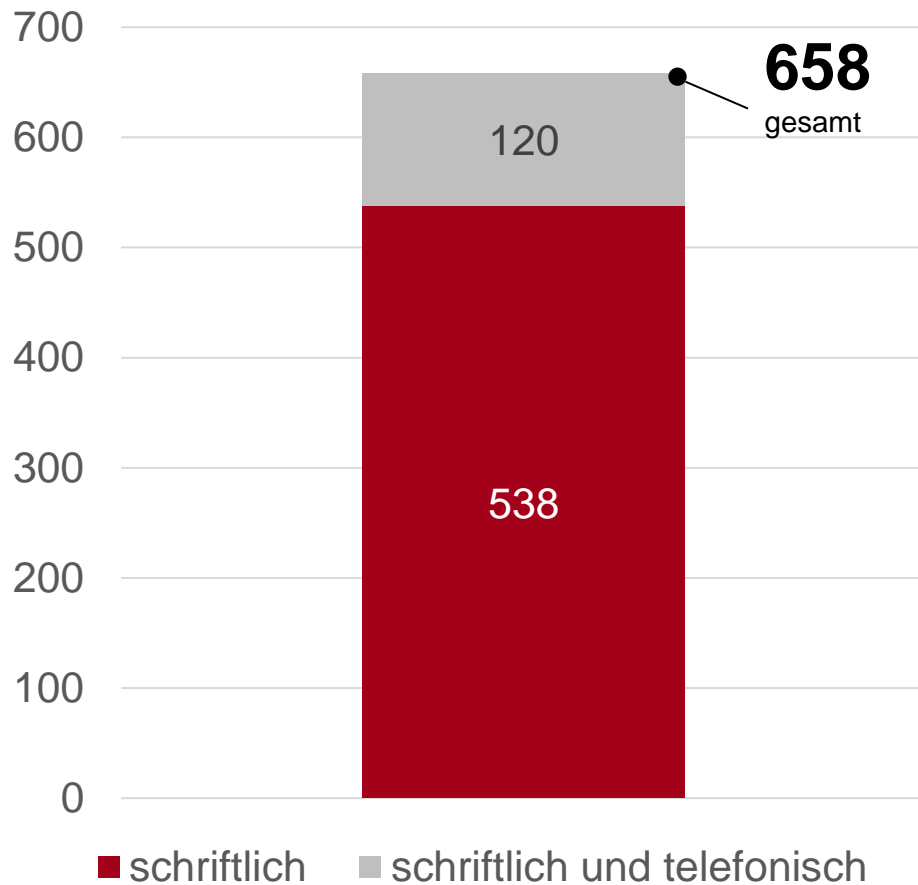


7. Wie hoch ist der Anteil an Mitarbeitenden mit Behinderungen?



Verbreitungsstrategie

Kontaktierte Unternehmen aus Projekt- und ZAROF.-Verteilern



Verbreitung durch ZAROF.:

- ✓ E-Mail
- ✓ persönliche und telefonische Gespräche
- ✓ Websites ZAROF., TalentTransfer, quer denken
- ✓ Social Media ZAROF., TalentTransfer, quer denken

Verbreitung und Unterstützung seitens Kooperationspartnern:

- ✓ **Landratsamt Landkreis Leipzig:** Unternehmensempfehlungen, Presse
- ✓ **Wirtschaftsförderung Landkreis Nordsachsen:** Unternehmensempfehlungen
- ✓ **Wirtschaftsförderung Stadt Leipzig:** Unternehmensempfehlungen, Online
- ✓ **Fachkräfteallianzen** Landkreis Leipzig und Nordsachsen
- ✓ **Agentur für Arbeit Oschatz:** Arbeitgeberservice und Newsletter
- ✓ **Agentur für Arbeit Leipzig:** Arbeitgeberservice
- ✓ **Netzwerk Logistik:** Newsletter
- ✓ **Universität Leipzig:** Online
- ✓ **HTWK Leipzig:** Online

Über ZAROF., TalentTransfer, quer denken

Gegründet als Zentrum für Arbeits- und Organisationsforschung ist **ZAROF** als Forschungs- und Beratungsunternehmen im Bereich Bildung und Arbeitsmarkt seit 1995 sachsen- und bundesweit an den Standorten Leipzig (Hauptsitz) und Berlin tätig.

Zu den zahlreichen Auftraggebern zählen Bundes- und Landesministerien sowie Landkreise und Kommunen ebenso wie privatwirtschaftliche Unternehmen, Körperschaften des öffentlichen Rechts sowie Stiftungen. Langjährige und intensive Arbeitsbeziehungen verbinden die ZAROF. GmbH mit den Landkreisen Nordsachsen, dem Landkreis Leipzig und der Stadt Leipzig. Insbesondere im Bereich der Berufs- und Studienorientierung bestehen seit 2005 enge Kooperations- und Netzwerkbeziehungen. Gegenwärtig und zukünftig stehen insbesondere Fragen der demografischen Herausforderungen für den Arbeitsmarkt und damit Fragen der Fachkräftesicherung im Mittelpunkt.

www.zarof-gmbh.de
info@zarof-gmbh.de
 0341/21729-0

TalentTransfer ist das sächsische Karriere-Netzwerk für Unternehmen, Studierende und Young Professionals.

In den drei Regionen Chemnitz, Dresden und Leipzig vernetzt TalentTransfer gemeinsam mit starken Partnern akademische Nachwuchskräfte mit lokalen Unternehmen. Das Ziel ist es, sächsische Absolventen für die regionale Wirtschaft zu begeistern.

In der Region Leipzig bringt TalentTransfer akademische Fachkräfte und Unternehmen zusammen.

Gemeinsam mit der Universität Leipzig und der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig bildet die ZAROF. GmbH ein schlagkräftiges Konsortium für die Region. Die langjährige Expertise in der Zusammenarbeit mit Studierenden und Unternehmen ermöglicht es, neue Wege in der Karriere- und Personalplanung einzuschlagen. Frühzeitiges Netzwerken und die Arbeitswelt von morgen mitgestalten: Win-Win for everyone!

www.talenttransfer.de/leipzig
angela.ditter@talenttransfer.de

„**Quer denken**“ heißt Brücken bauen zwischen Wirtschaft und Hochschule – zwischen den Unternehmen der Landkreise Leipzig sowie Nordsachsen und den Geistes- und Sozialwissenschaftler*innen der Universität Leipzig. Im Rahmen unterschiedlicher Formate wie Praxisprojekte, Workshops oder Unternehmensforen erhalten regionale Unternehmen die Möglichkeit, sich als potentielle Arbeitgeber zu präsentieren, die eigene Sichtbarkeit zu erhöhen und mit potentiellen Fachkräften zusammenzuarbeiten.

Die gemeinschaftliche Initiative „quer denken“ der Wirtschaftsförderungen der Landkreise Leipzig und Nordsachsen, des Career Services der Universität Leipzig und der ZAROF. GmbH leistet einen Beitrag zur akademischen Fachkräftesicherung in der Region und wird finanziert durch die Fachkräfterrichtlinie des Sächsischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr (SMWA).

www.querdenken-leipzig.de
querdenken@zarof-gmbh.de



Neu auf Kurs mit guter Mannschaft

Studie zu Chancen und Risiken der
Fachkräftesicherung in der Region
Leipzig

September 2020