Pressemitteilung | Bielefeld, 13.11.2019

Zukunftsaufgabe Fachkräftesicherung: Employer Branding Werkstatt begeistert über 170 Unternehmensvertreter*innen

„Auch die Verwaltung kämpft inzwischen um kluge Köpfe. Das war nicht immer so“, sagte Oberbürgermeister Pit Clausen und eröffnete mit diesen Worten die erste Employer Werkstatt in Bielefeld. Mehr als 170 Unternehmensvertreter*innen kamen auf Einladung der WEGE mbH in die Founders Foundation, um mit Expert*innen des Personalmanagements einen Tag lang über Strategien im Wettbewerb um gute Fachkräfte zu diskutieren.

Wie bilde ich eine Arbeitgebermarke? Wofür steht mein Unternehmen? Wie schaffe ich eine Unternehmenskultur, die motiviert und bindet? Da diese Fragen in den Human-Resources-Abteilungen der Unternehmen immer mehr an Bedeutung gewinnen, bildeten sie auch den Rahmen für die erste Employer Branding Werkstatt – ausgerichtet von der Bielefelder Wirtschaftsförderung, der WEGE mbH, unter dem Dach der Kampagne „Das kommt aus Bielefeld“.

„Wir haben die Werkstatt ins Leben gerufen, um die Unternehmen aus Bielefeld in Sachen „Employer Branding“ fit zu machen – mit praktischem Wissen und erprobten Methoden. Jedes Unternehmen muss sich inzwischen im Wettbewerb um Talente behaupten und Lösungen entwickeln, um zukünftig ausreichend Mitarbeitende zu finden, zu binden und zu entwickeln“, beschreiben WEGE-Prokuristin Brigitte Meier und Projektleiterin Judith Wend ihre Zielsetzung. Und das betrifft nicht mehr allein die IT-Branche. Auch Fachkräfte aus Bereichen wie der Pflege, der Logistik und dem Handwerk werden inzwischen knapp. „Wir sind daher sehr froh, dass wir herausragende Keynote-Speaker und Workshop-Moderationen für diese Veranstaltung gewinnen konnten.“

Gero Hesse verantwortete jahrelang das globale Personalmarketing und Recruiting von Bertelsmann und leitet seit 2011 die Employer Branding Agentur „Embrace“, die inzwischen Teil der TERRITORY-Gruppe ist. In seiner Keynote führte er eine aktuelle Bestandsaufnahme zum Employer Branding im Mittelstand durch. „Wir befinden uns aktuell noch im Arbeitgeberdenken“, so Hesse. Aber das wird sich radikal ändern. „Aus dem Arbeitgebermarkt wird zukünftig ein Arbeitnehmermarkt.“ Hier spielt vor allem der demografische Wandel eine entscheidende Rolle. Denn in Kürze werden „Horden“ in den Ruhestand gehen, die durch die junge Generation ersetzt werden müssen. Und diese fragen sich zu allererst: „Was möchte ich wirklich tun?“ und „Was möchte ich dafür haben?“ Erst, wenn diese Fragen beantwortet sind, kümmern sich die Arbeitnehmenden um die Arbeitgebersuche. Das zeigt, dass in den Unternehmen ein Umdenken stattfinden muss – mit Blick auf die eigene Marke (warum soll sich jemand genau bei uns bewerben?) und die neue Zielgruppe Fachkräfte.

Diese These bestätigte sich auch in der anschließende Diskussionsrunde um Doris Abeln (Dr. Oetker), Katharina Himmerich (Oltrogge), Heike Wüllner (Mineralquellen Wüllner) und Prof. Dr. Christina Hoon von der Universität Bielefeld. „Wir haben lange Zeit Game of Thrones gehabt“, so Hoon. Diese Zeiten sind vorbei. Denn es gibt inzwischen eine Vielzahl an fluiden Arbeitnehmern, die immer wieder neue Herausforderungen suchen und sich nur für kurze Zeit an ein Unternehmen binden. Hybride Unternehmenskulturen sind daher entscheidend und machen den Mittelstand zukunftsfähig.

Einen ganz anderen Blick auf das Zukunftsthema Fachkräftesicherung gab Dr. Nico Rose in seinem Vortrag zur positiven Psychologie. Der Top-HR-Influencer stellte die Wirkung von guter Führung in den Mittelpunkt. Denn nur wer gut geführt wird und einen Sinn in seiner Arbeit erkennt, bleibt einem

Unternehmen langfristig erhalten. Simple Dinge, wie regelmäßiges Feedback zur geleisteten Arbeit, tragen zur Zufriedenheit der Mitarbeitenden entscheidend bei.

Neben den Vorträgen von Gero Hesse und Dr. Nico Rose gab es für die Teilnehmenden über den Tag verteilt die Möglichkeit, an neuen verschiedenen Workshop-Sessions mitzuwirken. Diese vermittelten zum einen die wesentlichen Grundlagen zur Bildung und Positionierung einer Arbeitgebermarke und stellten zum anderen praktisches Wissen für ein modernes Recruiting und eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur in den Fokus. Fragen wie „Wie erreiche ich die Generation Y und Z?“ und „Welche Kanäle für welche Zielgruppe geeignet sind?“ wurden dabei ebenfalls diskutiert. Ebenso wurde gezeigt, in welcher Form Google Jobs als Game Changer die Personalakquise zukünftig verändern wird.

„Wir sind begeistert von der durchweg positiven Resonanz der Werkstatt-Teilnehmer*innen, die wir in der Kürze der Zeit mitbekommen haben“, so Brigitte Meier rückblickend auf den Tag. „Es zeigt, dass das Thema Fachkräftesicherung eine der zentralen Zukunftsaufgaben ist, die uns alle beschäftigt und auch in den nächsten Jahren begleiten wird. Wir planen im jeden Fall Gelegenheiten für weiteren Austausch und kollegiale Beratung, um sich im Wettbewerb um Talente gut aufzustellen.“

Bildunterschrift 1:

Judith Wend (Projektmanagerin bei der Wege mbH), Pit Clausen (Oberbürgermeister der Stadt Bielefeld), Heike Wüllner (Gesellschafterin bei Mineralquellen Wüllner), Katharina Himmerich (Geschäftsführerin bei Oltrogge), Prof. Dr. Christina Hoon (Stiftungslehrstuhl Führung für Familienunternehmen an der Uni Bielefeld), Doris Abeln (Geschäftsführerin bei Dr. Oetker), Brigitte Meier (Prokuristin bei der Wege mbH) und Gero Hesse (Geschäftsführer bei Territory Embrace) - von links.

Bildunterschrift 2:

Pit Clausen (Oberbürgermeister der Stadt Bielefeld), Brigitte Meier (Prokuristin bei der Wege mbH) und Dr. Nico Rose (Experte für positive Psychologie) im Plenum der Employer Branding Werkstatt 2019.

Für Rückfragen:
WEGE Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld mbH
Vera Klante
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Tel.: 0521 – 557 660 68
klante@wege-bielefeld.de