

Presseinformation Nr. 63-2017 vom 8. November 2017

18. Strategietreffen der Weltmarktführer – Erfolgsfaktor Employer Branding

Verstehen, nachfragen, glaubwürdig handeln

Personalmarketing & Recruiting 4.0

Schnell wurde am gestrigen Abend in der Jagstmühle in Muldingen klar, welche Bedeutung dem Wort „verstehen“ zukommt, wenn es um die Themen Employer Branding, Personalmarketing und Recruiting geht. Eindrucksvoll und informativ berichteten Alina Schröder, Alexandra Backhaus, Arnt Stumpf und Prof. Dr. Andreas Eckhardt in ihren Vorträgen und Praxisbeispielen im Rahmen des 18. Strategietreffens der Weltmarktführer von Generationenverständnis, Werteverstärkung und Glaubwürdigkeit im Miteinander von Arbeitnehmern und Arbeitgebern in der heutigen Zeit. Rund 50 TeilnehmerInnen konnten so viele übertragbare und anwendbare Anregungen für die tägliche Arbeit mitnehmen. Organisiert wurde die Veranstaltung vom Team der Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH in Kooperation mit der Heilbronner German Graduate School of Management & Law, dem SWR und dem Deutschen Handwerk.

Zwei verschiedene Altersgruppen – eine Quintessenz

Alexandra Backhaus, Etatdirektorin der Berliner Werbeagentur Heimat, stellte in ihrem Vortrag die aktuelle Kampagne des Deutschen Handwerks vor. Seit 2014 ist die Agentur Heimat für die bekannte Kampagne verantwortlich, die 2017 das klare Ziel verfolgt, das Handwerk als Arbeitgeber und „Wirtschaftsmacht. Von nebenan.“ stärker in den Fokus von Jugendlichen zu rücken. Mit dieser Kampagne „habe man sich etwas getraut und sich völlig auf die Experten verlassen“, so Hauptgeschäftsführer Ralf Schnörr von der Handwerkskammer Heilbronn-Franken – mit dem Ergebnis einer deutlichen Steigerung bei der Besetzung von freien Lehrstellen. Bei der Umsetzung setzten Backhaus und ihre Kollegen vor allem auf eine zeitgemäße und moderne Ansprache auf Augenhöhe. Womit beschäftigen sich die Jugendlichen? Was wollen die heute 12- bis 16-Jährigen erreichen? Was ist ihnen wichtig?

Auch Alina Schröder, Programmchefin bei DAS DING – dem jungen Format des Südwestrundfunks, warf während ihres Vortrags die gleichen Fragen auf. Als Vertreterin der „Millennials“, auch „Generation Y“ genannt und damit Personen im Alter von 22 bis 37, zeigte sie persönliche Eindrücke vom Selbstverständnis dieser Generation auf. „Wir müssen stärker auf die Bedürfnisse der jungen und kommenden Generationen eingehen“, lautet Schröders Aufforderung und beschreibt in ihrem weiteren Vortrag eingänglich, wie die vermeintlich „verwöhnte, narzisstische, gleichgültige und faule Generation Y so tickt“.

Das Fazit beider Referentinnen lautet unisono: Wer Mitarbeiter gewinnen und binden möchte, sollte mehr Freiheiten, mehr Mitbestimmung, eine gute Führungskultur und die richtige Belohnung bieten und dies auch kommunizieren. Selbstverständlich angepasst an Unternehmenstraditionen, Selbstverständnis, Branche und Herkunft des jeweiligen Unternehmens und natürlich auch abhängig vom jeweiligen Arbeitnehmer. Längst haben feste Arbeitszeitmodelle, Einzelkämpfer und das alleinige Streben nach Geld und Karriere ausgedient.

Arnt Stumpf, Personalleiter der Würth Elektronik eiSos GmbH & Co. KG, konnte diese Entwicklungen in der anschließenden Podiumsrunde, moderiert von Personalmanagement-Professor Andreas Eckhardt, ebenfalls bestätigen und gab dazu praxisnahe Anregungen aus seiner täglichen Arbeit an die TeilnehmerInnen weiter.

Foto: WHF GmbH - memografie.com

Bilduntertitel: Die Hauptrollen (v.l.n.r.)

Alina Schörder, DAS DING

Alexandra Backhaus, Heimat Werbeagentur GmbH

Arnt Stumpf, Würth Elektronik eiSos GmbH & Co. KG

Prof. Dr. Andreas Eckhardt, German Graduate School of Management & Law