

Wen Studenten attraktiv finden

Umfrage der Hochschule Neu-Ulm – Vielen Betrieben fehlt Strategie im Kampf um Mitarbeiter

Welche Unternehmen sind im Wettbewerb um qualifiziertes Personal erfolgreich? Das hat die Hochschule Neu-Ulm untersucht. Vielen Betrieben in der Region fehlt eine Strategie, mahnen zwei Professoren.

ALEXANDER BÖGELEIN

Neu-Ulm. Für viele Unternehmen spielt das Thema Fachkräftesicherung keine große Rolle. „Das ist doch bisher auch ganz gut gelaufen“, bekommen Personaler mitunter von Firmenchefs oder aus der Geschäftsführung zu hören. Solch eine Einstellung halten Dr. Sascha Fabian und Dr. Alexander Kracklauer für gefährlich. Sie leiten das Kompetenzzentrum für „Wachstums- und Vertriebsstrategien“ der Hochschule Neu-Ulm (HNU).

„Wer künftig im Kampf um die Talente mithalten will, muss als Arbeitgeber gut aufgestellt sein“, betonen die beiden Wirtschaftsprofessoren. Der Wettbewerb um qualifiziertes Personal wird intensiver – schon allein infolge des Geburtenrückgangs. „Unternehmen sind daher immer mehr darauf angewiesen, für mögliche Nachwuchskräfte in der Region attraktiv zu sein“, sagen Fabian und Kracklauer. Zum dritten Mal haben sie erhoben, welche Unternehmen in den Augen der Studenten der Hochschulen Ulm und Neu-Ulm sowie der Universität Ulm die beste Arbeitgebermarke haben.

Berücksichtigt wurden in der Studie alle Unternehmen in den Kreisen Neu-Ulm, Alb-Donau sowie in den Städten Ulm und Neu-Ulm, deren Jahresumsatz 50 Millionen Euro übersteigt. Der Hintergrund: „Wenn schon diese 66 vergleichsweise großen Unternehmen bei den Studenten wenig bekannt sind, kennen sie die kleineren erst recht nicht“, erläutert Fabian. Das sollte für kleine und mittlere Firmen ein Weckruf sein.

Um die Stärke der jeweiligen Arbeitgebermarke herauszufinden, mussten die Studenten jedes einzelne Unternehmen in Sachen Bekanntheit, Sympathie und Attraktivität bewerten. Erst der Dreiklang aus diesen Faktoren macht Unternehmen für Arbeitssuchende und Fachkräfte interessant, sagt Fabian. Die Auswertung ergab einen klaren Sieger. Als attraktivste Arbeitgebermarke stuften die Studenten die Liebherr-International Deutschland GmbH ein. Die Daimler TSS GmbH, der konzerninterne Serviceprovider des Stuttgarter Autobauers



Rund 590 Studenten aus Ulm und Neu-Ulm haben Unternehmen in der Region bewertet, deren Jahresumsatz 50 Millionen Euro übersteigt.

Fotomontage: SWP/HNU

mit Sitz in Ulm, kam auf Platz zwei, gefolgt von der Drogeriemarktkette Müller. Ratiopharm auf Platz vier erhielt einen Preis für den besten Social-Media-Auftritt ebenso wie der Trockenfrüchte-Anbieter Seeberger (Platz fünf) als Aufsteiger. Das Unternehmen hat sich im Vergleich zum Vorjahr am meisten verbessert.

Das Familienunternehmen Seeberger ist für Fabian und Kracklauer ein gutes Beispiel dafür, dass auch Mittelständler viel dafür tun können, als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Der Anbieter von Trockenfrüchten und Kaffee beteiligt sich an Vortragsveranstaltungen und der Reihe „Wirtschaft trifft Wissenschaft“.

Fragen, die das Unternehmen beschäftigen, stellt es in Konzeptionsseminaren Studenten vor. Diese arbeiten dann wie ein externes Beraterteam zwischen sechs Wochen und drei Monaten an Lösungsmöglichkeiten, gehen ins Unternehmen, lernen viele Entscheidungsträger kennen und gewinnen Eindrücke. „Wenn es gut läuft, wirken die

Studenten als Multiplikatoren“, sagt Fabian.

Vielen kleinen Firmen, so Kracklauer, fehle aber eine Strategie, wie sie nach außen als Arbeitgeber auftreten. Dabei könnten gerade kleine Mittelständler bei Studenten punkten, beispielsweise wegen der Loyalität zu ihren Mitarbeitern, der höheren Flexibilität der Betriebe im Vergleich zu Konzernen und den Chancen für junge Kräfte, innerhalb kurzer

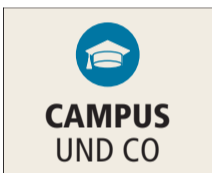
Zeit Verantwortung übernehmen zu können, ergänzt Dr. Bibiana Grassinger, wissenschaftliche Mitarbeiterin des Kompetenzzentrums. „Gerade kleine und mittlere Unternehmen tun viel Gutes – vermarkten ihre Werte aber zu wenig“, sagt Kracklauer. Alle Betriebe müssten sich fragen, wen sie als neue Mitarbeiter gewinnen wollen und wie sie diese Zielgruppe am besten erreichen. Letztlich gehe es auch darum,

als Unternehmen zu verstehen, wie die jeweilige Zielgruppe tickt, welche Faktoren den Umworbeneen wichtig sind und wie man am besten mit ihnen in Kontakt treten kann. Seltsamerweise nutzen laut Kracklauer und Fabian nur wenige Firmen die Chance, sich bei den HNU-Studenten zu präsentieren.

Die Studie der HNU ist eine der wenigen regionalen Untersuchungen, die sich mit der Frage beschäftigen: Welches der vor Ort ansässigen Unternehmen ist für Studenten die attraktivste Arbeitgebermarke? In diesem Jahr wurden 585 Studierende aus den Wirtschaftswissenschaften, den Ingenieurwissenschaften und der Informatik in Ulm und Neu-Ulm befragt.

Kontakt zum Kompetenzzentrum: Prof. Sascha Fabian, sascha.fabian@hs-neu-ulm.de, Tel. 0731/9762-1408; Prof. Alexander H. Kracklauer, Tel. 0731/9762-1416, alexander.kracklauer@hs-neu-ulm.de.

Info Dieses und andere spannende Themen gibt es in der neuen Ausgabe des Wirtschaftsmagazins „Unternehmen!“, das es im gut sortierten Zeitschriftenhandel gibt.



Die beliebtesten Unternehmen in der Region

Die 20 beliebtesten Firmen in der Region Ulm/Neu-Ulm

1. Liebherr-International Deutschland GmbH	11. Settele Schwäbische Spezialitäten & Feinkost GmbH
2. Daimler TSS GmbH	12. Möbel Inhofer
3. Müller Großhandels Ltd. & Co KG	13. Peri GmbH
4. Ratiopharm GmbH	14. Cassidian - Airbus Defence and Space
5. Seeberger GmbH	15. Finkbeiner GmbH
6. Wieland-Werke AG	16. Schwenk Zement KG
7. Gardena Deutschland GmbH	17. Magirus Brandschutz GmbH
8. Liqui Moly GmbH	18. Fritz & Macziol
9. SWU Stadtwerke Ulm/Neu-Ulm GmbH	19. Pfizer Deutschland GmbH
10. Iveco Magirus Lastwagen AG	20. Merckle GmbH

SWP GRAFIK Quelle: Hochschule Neu-Ulm