

# Titel: Arbeitgeberattraktivität und Fachkräftesicherung

## Genutzte Literatur:

- Baden-Württemberg Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg, Baden-Württembergischer Handwerkstag (2017): Dialog und Perspektive Handwerk 2025“. Stuttgart.
- Bauer, J. M., Ihm, A., Ritter, A. (Hrsg.) (2014): Zukunftsfähiges Handwerk im demografischen Wandel. Zukunftssicher durch geeignete Nachwuchs- und Fachkräfte. medialogik, Karlsruhe.
- Bizer, K., Thomä, J. (Hrsg.) (2013): Fachkräftesicherung im Handwerk. DHI – Deutsches Handwerksinstitut, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien Bd. 90, Göttingen.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Fachkräfteengpässe in Unternehmen. In vielen Berufsgattungen bestehen seit Längerem. Studie. [https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Ausbildung-und-Beruf/fachkraefteengpaesse-in-unternehmen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=5](https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Ausbildung-und-Beruf/fachkraefteengpaesse-in-unternehmen.pdf?__blob=publicationFile&v=5) (22.02.2020).
- Greilinger, A. (2015): Herausforderungen von KMU bei der Rekrutierung und Beschäftigung von Auszubildenden: Empirische Studien zur Überwindung des Fachkräftemangels. Ludwig-Fröhler-Institut für Handwerkswissenschaften, München.
- Hauser, F. (2009): Wahre Schönheit kommt von innen: Der Great Place to Work®-Ansatz. In A. Trost (Hrsg.): Employer Branding – Arbeitgeber positionieren und präsentieren. Springer, Köln.
- Holste, J. H. (2012): Arbeitgeberattraktivität im demografischen Wandel. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Institut der Deutschen Wirtschaft (Hrsg.) (2019): Fachkräfteengpässe in Unternehmen. Fachkräftesicherung in Deutschland – diese Potenziale gibt es noch. Köln.
- Kröhnert, S.; van Olst, N.; Klingholz, R. (2020): Deutschland 2020. Die demografische Zukunft der Nation. Berlin.
- Schulte, K., Hauser, F., & Kirsch, J. (2009). Was macht Unternehmen zu guten Arbeitgebern? Empirische Befunde über die wichtigsten Determinanten einer erfolgreichen Arbeitsplatzkultur. Wirtschaftspsychologie, 2009 (3), 17–30.

## • Art

Projekt	Tool	Veranstaltungs-format	VÖ X	sonstiges
---------	------	-----------------------	---------	-----------

## Relevant für

Alle X	VK	BLS	H	M	NO	itb
-----------	----	-----	---	---	----	-----

## Kommentar:

Zusammenhang zwischen Fachkräftesituation und Attraktivität als Arbeitgeber für Handwerksbetriebe

## Thema(maximal 3 Schlagworte)

## Zusammenfassung:

### **Fachkräfte als Schlüsselressource für Wettbewerbsfähigkeit**

Wissen und Know-how sind somit zu einer Schlüsselressource für die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens geworden. Der Wettbewerb unter den Unternehmen wird in Zukunft nicht an erster Stelle durch gute Produkte und Dienstleistungen gewonnen, sondern durch gute Fachkräfte.

Unternehmen werden sich der Tatsache, dass Mitarbeiter zu einem der wichtigsten Wettbewerbsfaktoren geworden sind, immer mehr bewusst. Jedoch verstehen sich viele Betriebe, wenn es um Mitarbeiter geht, noch immer als Anbieter anstelle von Nachfrager. Doch der Arbeitsmarkt hat sich gewandelt. Er hat sich von einem Verkäufermarkt zu einem Käufermarkt entwickelt. In früheren Zeiten lag die Herausforderung meist darin, unter zahlreichen Bewerbungen den richtigen Kandidaten auszuwählen. Heute liegt die Schwierigkeit in der Gewinnung von fähigen Bewerbern. Vor allem in den sogenannten „Engpassberufen“, wie im Handwerk z. B. in der Sanitär-, Heizungs-, Klima- oder in der Gebäudetechnik, entscheidet nicht mehr allein der Arbeitgeber über die Einstellung. Vielmehr hat der Kandidat die Auswahl, welches Angebot er annehmen möchte.

### **Warum Arbeitgeberattraktivität?**

Die Tatsache, dass die Anzahl der Bewerber immer kleiner wird und diese gleichzeitig in der komfortablen Position sind, unter zahlreichen Angeboten ein Unternehmen auszuwählen, führt automatisch dazu, dass sie sich für den aus ihrer Sicht attraktivsten Arbeitgeber entscheiden. Daher ist es, besonders in Zeiten des Fachkräftemangels so wichtig, als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden.

Um sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, müssen konkrete Anreize in Aussicht gestellt werden. Die Verhaltenswissenschaft betrachtet Anreize als bestimmte Situationsbedingungen, die Personen zum Handeln motivieren können. In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie diese Anreize konkret aussehen können. Studien zeigen, dass es sowohl jungen als auch älteren Beschäftigten nicht in erster Linie um materielle Vorteile, sondern um die Befriedigung immaterieller Motive, wie z. B. Gestaltungsmöglichkeiten, Wertschätzung oder auch eine gute Unternehmenskultur, geht. Das heißt, es gibt nicht nur einen Weg, seine Attraktivität als Arbeitgeber zu steigern sondern mehrere Stellschrauben, an denen gedreht werden kann.

Demnach wird ein Arbeitgeber dann als attraktiv wahrgenommen, wenn Bewerber davon ausgehen können, dass sie als Mitarbeiter dieses Unternehmens ihre berufsbezogenen Bedürfnisse erfüllen können, welche bspw. in der Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie Möglichkeiten zur individuellen Weiterentwicklung bestehen. Entgegengesetzt kann angenommen werden, dass ein Arbeitgeber als unattraktiv gilt, wenn Bewerber vermuten, ihre berufsbezogenen Bedürfnisse nicht befriedigen zu können.

Arbeitgeberattraktivität wird aber nicht nur in Zeiten des demografischen Wandels vorangetrieben. In Deutschland hat Arbeitgeberattraktivität eine lange Tradition. So haben bereits Unternehmer, wie beispielsweise Robert Bosch, ihren Arbeitern umfassende Sozialleistungen geboten. Robert Bosch führte als einer der ersten Unternehmer in Deutschland den Achtstundentag ein, ließ Arbeitersiedlungen bauen und Krankenanstalten einrichten. Dadurch sollten die Arbeiter an die Unternehmen gebunden und nicht zuletzt vertrauensvolle Beziehungen zu den Mitarbeitern aufgebaut werden. In Untersuchungen konnte nachgewiesen werden, dass Ansätze der Arbeitgeberattraktivität tatsächlich wirtschaftliche Vorteile bedeuten. So hängen z. B. der Unternehmenserfolg und eine positive Unternehmenskultur stark zusammen. Den Nutzen einer hohen Arbeitgeberattraktivität kann aber auch in Euro und Cent gemessen werden, z. B. weisen Betriebe mit einer hohen Attraktivität durch eine niedrigere Fluktuationsrate oder einen gesunkenen Krankenstand auf. Das spart unmittelbar Kosten. Auch bei der Rekrutierung finden attraktive Betriebe meist schneller passende Bewerber, was die Vakanzzeit verkürzt und Fehlbesetzungen vermeidet. Gleichzeitig steigt die Produktivität pro Mitarbeiter attraktiver Arbeitgeber, da hier die Arbeitszufriedenheit meist hoch ist.