

# Führung & Personal Exzellenz @ Transgourmet



1

## Mein Weg...



2

## Das bin ich...



### Komplexität vereinfachen

-> ich breche komplexe Themen herunter, bringe sie auf den Punkt und schaffe ganzheitliche Lösungen, ich setze Prozesse so auf, dass wir in der nächsten Krise nicht noch einmal von vorne beginnen

### Transformation anstoßen

-> einfach machen statt reden, ich ermutige immer wieder aus der Komfortzone zu gehen, Fehler zu machen, ich habe den großen Wunsch die Welt besser zu machen

### Menschen vernetzen

-> ich möchte Menschen und Unternehmen fördern und fordern und weiß nur gemeinsam können wir alles erreichen

3



4

## Wiederkehrende Herausforderungen



### Strategische Personalplanung

Es wird um Menschen geplant, anstatt um Positionen

Es wird max. 1 Jahr vorausgeplant

Alterskurve wird in der Nachfolgeplanung kaum berücksichtigt

Es gibt keine / nicht up-to-date Anforderungsprofile

### Recruitment

Keine Interviewschulungen für Führungskräfte bzw. werden nicht genutzt

Nur Interviews im Recruiting Prozess (es werden nur Kompetenzen geprüft und nicht Verhalten)

Soziale Medien werden nicht professionell genutzt

Arbeitgebermarke wird unterschätzt

5

## Die Arbeitgebermarke signalisiert, was potentielle neue Mitarbeitende erwarten, erhalten und erlernen können.

Sie muss glaubwürdig, attraktiv, unverwechselbar und nachhaltig sein.



### Stellenangebote

Werden Sie ein Teil von uns und bereichern Sie uns mit Ihrem Können. Denn gemeinsam können wir mehr erreichen. Wir freuen uns au...



### Initiativbewerbung

Keine Scheu, auch wenn gerade keine passende Stelle ausgeschrieben ist: Bewerben Sie sich initiativ und sichern Sie sich den Einstieg in...



### Ansprechpartner

Ihr Weg zu uns – wir helfen Ihnen bei Fragen rund um Ihren Einstieg bei uns weiter!

6



## Business

### The Most Attractive Employers of 2022

1	Porsche	26	L'Oréal Group	51	REWE Group	76	Haribo
2	Daimler/Mercedes-Benz	27	Goldman Sachs	52	Accenture	77	Deutsche Post DHL
3	Apple	28	Red Bull	53	ZEIT	78	EDEKA
4	BMW Group	29	LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton	54	ZARA	79	Sky Deutschland
5	Google	30	Universal Music	55	Puma	80	Continental
6	Audi	31	Deutsche Bank	56	Sparkassen-Finanzgruppe	81	AIDA
7	Tesla	32	Zalando	57	Deutsche Telekom	82	Tchibo
8	McKinsey & Company	33	J.P. Morgan	58	thyssenkrupp	83	N26
9	Lufthansa Group	34	IKEA	59	Facebook	84	UBS
10	PwC (PricewaterhouseCoopers)	35	Airbus	60	OTTO	85	Miele
11	Microsoft	36	BASF	61	Dr. Oetker	86	Bank of America
12	Nike	37	Deutsche Bundesbank	62	TUI Group	87	Henkel
13	Siemens	38	Deutsche Bahn	63	IBM Deutschland	88	Bertelsmann
14	Bosch	39	Deutsche Börse	64	Lidl	89	Johnson & Johnson
15	SAP	40	Allianz Gruppe	65	Europäisches Patentamt	90	Salesforce
16	Volkswagen	41	Douglas	66	Coca-Cola Europacific Partners	91	Bosch Rexroth
17	adidas	42	HUGO BOSS	67	Procter & Gamble (P&G)	92	HSBC
18	KPMG	43	HelloFresh	68	Fraport	93	Peek & Cloppenburg
19	Boston Consulting Group (BCG)	44	d-m-drogerie markt	69	Roland Berger	94	ZEISS
20	Europäische Zentralbank	45	Bain & Company	70	Aldi Süd	95	HEINEKEN
21	Deloitte	46	Pfizer Deutschland	71	Beiersdorf	96	Nestlé Deutschland
22	ProSiebenSat.1 Media	47	Sony Deutschland	72	Booking.com	97	E.ON
23	Auswärtiges Amt	48	Bayer	73	Commerzbank	98	H&M
24	EY (Ernst & Young)	49	Morgan Stanley	74	Unilever	99	Fresenius Group
25	Amazon	50	Ferrero	75	KfW Bankengruppe	100	GIZ

7

## Was wünschen sich Studierende?

DIE MOTIVATION DER BEWERBENDEN ZU VERSTEHEN, HILFT DABEI TALENTE NOCH BESSER AUF SICH AUFMERKSAM ZU MACHEN, EINZUSTELLEN UND ZU HALTEN



1. Flexible Arbeitsangebote
2. Angenehmes Arbeitsklima
3. Professionelles Trainingsangebot und Weiterentwicklung
4. Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie
5. Wettbewerbsfähiges Gehalt
6. Hohe zukünftige Gehälter
7. Abwechslungsreiche Aufgaben
8. Sichere Anstellung

8

# Soziale Medien: Kununu



<b>Bewertung der Arbeitgeberattraktivität</b> (Skala 1-5)	<b>3,2 Punkte</b> Branche Handel: 3,3
<b>Bewertungen</b>	<b>547 Bewertungen insgesamt</b> (seit 2009) 516 durch Mitarbeitende = 3,2 31 durch Bewerbende = 2,5
<b>Weiterempfehlung</b>	<b>49%</b> in den letzten 2 Jahren
<b>Bewertung der Unternehmenskultur</b> (Work-Life Balance, Umgang miteinander, Führung, strategische Richtung)	<b>3,1 = zwischen traditionell und modern</b>
<b>Anzahl neuer Bewertungen / pro Monat</b>	<b>3 neue Bewertungen</b> im Feb von Mitarbeitenden <b>9 neue Bewertungen</b> im Jan von Mitarbeitenden
<b>Bewertung des Gehalts</b>	<b>43%</b> beurteilen ihr Gehalt als gut oder sehr gut

9

## Im Vergleich Branche Handel 3,3

TRANSGOURMET	CHEFS CULINAR	METRO	LIDL	MERCK
<p>3,2 547 Bewertungen 49% Weiterempfehlung</p>	<p>3,0 352 Bewertungen 55% Weiterempfehlung</p>	<p>3,1 777 Bewertungen 49% Weiterempfehlung</p>	<p>3,7 7.626 Bewertungen 70% Weiterempfehlung</p>	<p>3,7 780 Bewertungen 78% Weiterempfehlung</p>
<p><b>TOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Umgang mit älteren Kollegen (3,5)</li> <li>Kollegenzusammenhalt (3,5)</li> <li>Gleichberechtigung (3,3)</li> <li>Interessante Aufgaben (3,3)</li> <li>Umwelt-/Sozialbewusstsein (3,3)</li> <li>Arbeitsbedingungen (3,3)</li> </ul> <p><b>FLOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikation (2,8)</li> <li>Vorgesetztenverhalten (2,9)</li> <li>Karriere/Weiterbildung (2,9)</li> </ul>	<p><b>TOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kollegenzusammenhalt (3,4)</li> <li>Umgang mit älteren Kollegen (3,4)</li> <li>Arbeitsbedingungen (3,3)</li> <li>Gehalt/Sozialleistungen (3,3)</li> </ul> <p><b>FLOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Karriere/Weiterbildung (2,7)</li> <li>Kommunikation (2,8)</li> <li>Vorgesetztenverhalten (2,8)</li> </ul>	<p><b>TOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kollegenzusammenhalt (3,6)</li> <li>Gleichberechtigung (3,5)</li> <li>Umgang mit älteren Kollegen (3,4)</li> </ul> <p><b>FLOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikation (3,0)</li> <li>Vorgesetztenverhalten (3,0)</li> <li>Karriere/Weiterbildung (3,0)</li> </ul>	<p><b>TOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gehalt/Sozialleistungen (4,1)</li> <li>Kollegenzusammenhalt (3,8)</li> <li>Gleichberechtigung (3,8)</li> </ul> <p><b>FLOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Work Life Balance (3,2)</li> <li>Kommunikation (3,3)</li> <li>Vorgesetztenverhalten (3,4)</li> </ul>	<p><b>TOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gehalt/Sozialleistungen (4,1)</li> <li>Image (4,1)</li> <li>Kollegenzusammenhalt (4,0)</li> <li>Gleichberechtigung (4,0)</li> <li>Umgang mit älteren Kollegen (4,0)</li> <li>Umwelt-/Sozialbewusstsein (4,0)</li> <li>Interessante Aufgaben (4,0)</li> </ul> <p><b>FLOP</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikation (3,5)</li> <li>Vorgesetztenverhalten (3,6)</li> <li>Karriere/Weiterbildung (3,6)</li> </ul>

10

## Wiederkehrende Herausforderungen



### Strategische Personalplanung

Es wird um Menschen geplant, anstatt um Positionen

Es wird max. 1 Jahr vorausgeplant

Alterskurve wird in der Nachfolgeplanung kaum berücksichtigt

Es gibt keine / nicht up-to-date Anforderungsprofile



### Recruitment

Keine Interviewschulungen für Führungskräfte bzw. werden nicht genutzt

Nur Interviews im Recruiting Prozess (es werden nur Kompetenzen geprüft und nicht Verhalten)

Soziale Medien werden nicht professionell genutzt

Arbeitgebermarke wird unterschätzt



### Onboarding

Keine Einarbeitungspläne  
Neue MA werden ins kalte Wasser geschmissen

Schlechte Leistung wird akzeptiert -> Feedbackgespräche werden nicht durchgeführt



### Lernen & Weiterentwicklung

Gießkannenprinzip: Jeder muss 1 Training im Jahr bekommen

Trainingserfolge werden nicht nachverfolgt und gemessen

Inhalt und Realität der Inhalte passen nicht

11

## Wiederkehrende Herausforderungen



### Werte & Kultur

Authentische Werte sind nicht definiert und reine Lippenbekenntnis

EIN Roll out der Werte und das wars



### Talent & Leistung

Cross-functionale Karriereschritte zu wenig bedacht

Expertenkarrieren werden unterschätzt

High Potential von eigener Führungskraft versteckt

Nur Ergebnisse werden betrachtet, weniger das Verhalten

Performance Prozess nur um Bonus festzulegen



### Vergütung & Benefits

Zu viele verschiedene Modelle

Hoher administrativer Aufwand für ‚low value‘ Benefits

Benefits oft gar nicht im Unternehmen bekannt



### Data & Analyse

Daten nicht für Entscheidungsfindungen eingesetzt

Daten nur genutzt, um Erfolge zu feiern

Angst vor Transparenz

Bauchgefühl lieber als Daten

12

## Finanzieller Vorteil !



- Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit
- Steigerung der Produktivität
- Senkung der (ungewollten) Fluktuationsrate
- Abgrenzung vom Wettbewerber
- Mitarbeitende als Kunden gewinnen

13



14

*„Man kommt wegen der Marke  
und man bleibt (oder geht)  
wegen der Führungskraft.“*

15

**Herzlichen Dank!**

Christine Rittner  
[Christine.rittner@yahoo.ie](mailto:Christine.rittner@yahoo.ie)



16