

Management Tagung 2023 Themen Open Space „light“ - Workshop

Frank Stoll, Sylvia Lenski
Frankfurt, 28.02.2023

1

Was ist ein „Open Space“?



Open Space ist eine Methode, mit der große Gruppen in kurzer Zeit komplexe Fragestellungen bearbeiten können



Wir haben die umfangreiche Methode angepasst und gekürzt, um die zur Verfügung stehende Zeit gut zu nutzen (Open Space „light“)



Die Kernfrage, die uns leitet:

„Wie können wir auch in Zukunft die Mitarbeitenden gewinnen und halten, die wir für den Erfolg des Unternehmens benötigen?“

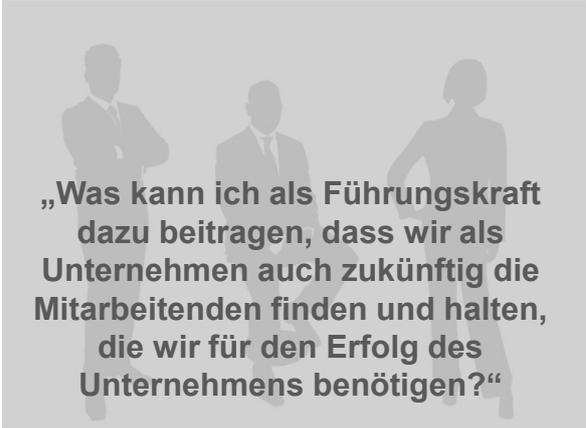
2

Was ist das Ziel des Open Space „light“?

Das Themenfeld Arbeitgeberattraktivität, Personalmarketing, Gewinnung von neuen Mitarbeitenden, Bindung von Mitarbeitenden etc. ist extrem umfangreich und komplex.

Der Arbeitsmarkt stellt uns aktuell vor enorme Herausforderungen, die in den kommenden Jahren sehr wahrscheinlich noch größer werden.

Daher möchten wir Ihnen in den kommenden 1 ½ Stunden Gelegenheit geben, sich dazu auszutauschen und zu reflektieren.



„Was kann ich als Führungskraft dazu beitragen, dass wir als Unternehmen auch zukünftig die Mitarbeitenden finden und halten, die wir für den Erfolg des Unternehmens benötigen?“

Drei Themenblöcke

Sie starten je nach Gruppe in einem der Blöcke A, B oder C
Nach ½ Stunde wechseln Sie den Themenblock

A - Arbeitgeberattraktivität

- Unsere Stärken/unsere Werte
- Bewertungsplattformen (vor allem Kununu)
- Anteil von Frauen in Führungspositionen steigern
- Führungskräfte als Markenbotschafter
- Social Media professionell nutzen

B - Mitarbeitengewinnung/Recruiting

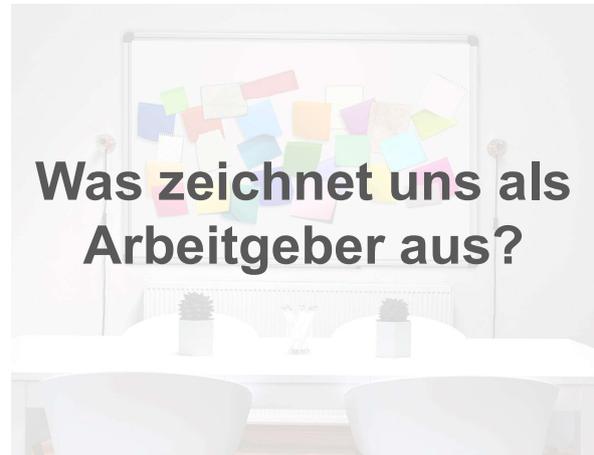
- Medien/Kanäle
- Professionalisierung Bewerbermanagement
- Was erwarten Bewerber:innen heute von uns?
- Unsere Erwartungen an Bewerber:innen
- Gewinnung von Auszubildenden

C - Bindung von Mitarbeitenden

- Benefits
- Moderne Führung
- Dauerhafte Bindung und Motivation
- Entwicklungsmöglichkeiten/Laufbahn/Karriere
- Generation Z

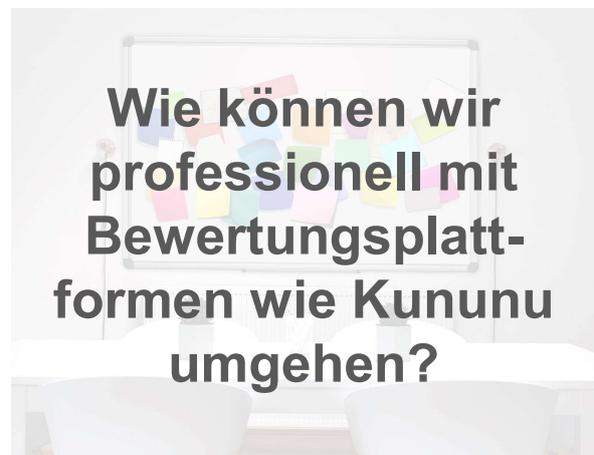
Themenbereich A – Arbeitgebermarke Thema 1: Unsere Stärken/unsere Werte

Stellen Sie sich vor, Sie erzählen jemanden, der Transgourmet nicht kennt, was Sie an dem Unternehmen schätzen und wieso diese Person sich bei Transgourmet bewerben sollte: was würden Sie sagen?



Themenbereich A – Arbeitgebermarke Thema 2: Bewertungsplattformen (vor allem: Kununu)

80% der Bewerber:innen informieren sich über Kununu über mögliche/zukünftige Arbeitgeber:



Arbeitgeber-Bewertungsportal – kununu Entwicklung der letzten Jahre

Bewertungen pro Kalenderjahr	Anzahl	Score
vor 2016	55	3,42
2016	38	3,54
2017	44	3,42
2018	69	3,34
2019	99	3,27
2020	45	2,89
2021	69	3,12
2022	107	3,02
2023	21	2,84
Gesamt	547	3,21

7 Ablauf und Themen Open Space light/Management-Tagung 28.02.2023



Diskriminierende Arbeitsumfeld
1,3 ⭐⭐☆☆☆☆ Nicht empfohlen Februar 2023

Schaut Euch lieber woanders um
1,4 ⭐⭐☆☆☆☆ Nicht empfohlen Februar 2023

Einschätzung nach 25 Jahren
3,0 ⭐⭐⭐☆☆☆☆ Empfohlen Januar 2023

Nur Kundenorientierter Arbeitgeber
1,0 ⭐☆☆☆☆ Nicht empfohlen Januar 2023

Unprofessionell Betriebsleitung und Geschäftsleitung, Schleimen, Druck sehr bekannte, nicht empfehlen.
1,4 ⭐⭐☆☆☆☆ Nicht empfohlen Januar 2023

Gute Work-Life Balance
3,0 ⭐⭐⭐☆☆☆☆ Empfohlen Januar 2023

Zahlung ok Kollegen dazu schreibe ich lieber nichts..
1,2 ⭐☆☆☆☆ Nicht empfohlen Januar 2023

Ich kann nur gutes berichten
4,8 ⭐⭐⭐⭐⭐ Empfohlen Januar 2023

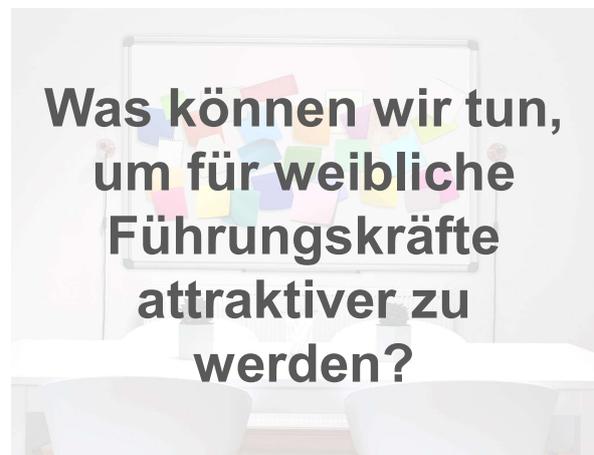
7



Themenbereich A – Arbeitgebermarke Thema 3: Anteil von Frauen in Führungspositionen steigern

„Unternehmen mit Frauen im Topmanagement sind an der Börse überdurchschnittlich erfolgreich“ (Studie der Boston Consulting Group/TU München/Deutsche Börse)

- Unser Anteil:
- Mitarbeitende: 35,62%
 - Im Führungskreis: 10,69%
 - Alle Führungsebenen: 28,6%



8 Ablauf und Themen Open Space light/Management-Tagung 28.02.2023

8

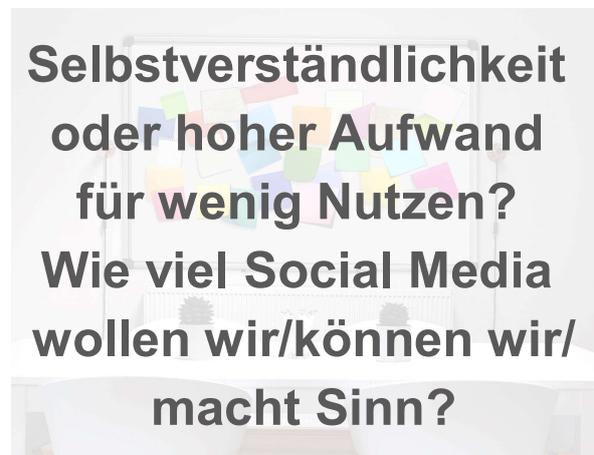
Themenbereich A – Arbeitgebermarke
Thema 4: Führungskräfte als Markenbotschafter

- Unser AG-Marken-Slogan lautet: „**Wir handeln. Mit Genuss.**“
- Wir stellen folgende Aspekte dabei heraus:
 - Professionalität
 - Nachhaltigkeit
 - Kundenorientierung
 - Vereinbarkeit von Beruf und Familie
 - ...
- Jedes Mal, wenn Sie als Führungskraft von Transgourmet außerhalb des Unternehmens unterwegs sind – in Netzwerken (auch Social Media), auf Veranstaltungen etc. repräsentieren Sie Transgourmet als potenziellen Arbeitgeber.
- Außerdem machen Sie die Arbeitgebermarke Ihres Unternehmens für alle Mitarbeitenden täglich erlebbar.



Themenbereich A – Arbeitgebermarke
Thema 5: Social Media professionell nutzen

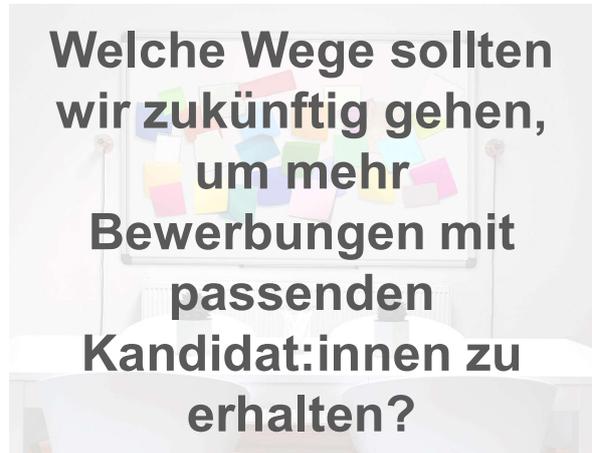
- Wir sind bereits vertreten auf folgenden Plattformen:



Themenbereich B – Gewinnung von Mitarbeitenden/Recruiting Thema 1: Medien/Kanäle

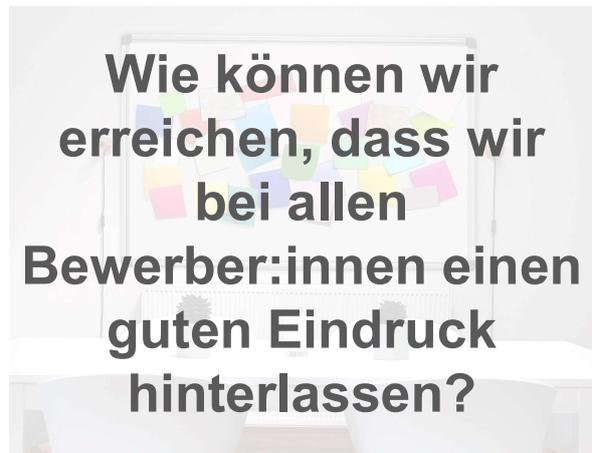
- 2022 kamen auf eine Stellenausschreibung so viele Bewerbungen:
 - Selgros: 6
 - Transgourmet: 19
 - Zentrale: 11
- Die erfolgreichsten Kanäle waren:
 - Stepstone / monster = überregional
 - stellenanzeigen.de / meinestadt.de = regional
 - indeed – kein „aktiver“ Kanal

NEU: recruiting guru (www.recruiting-guru.de)



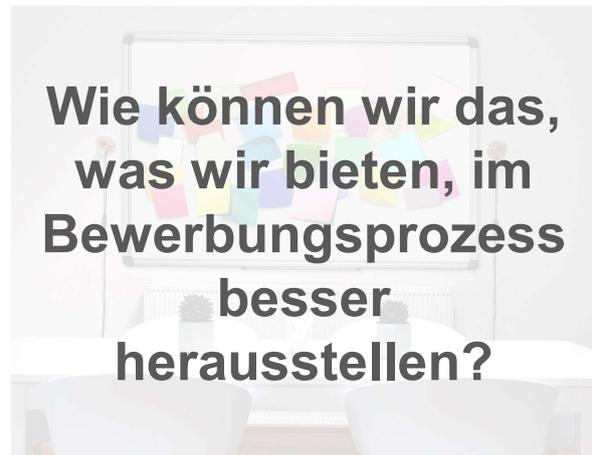
Themenbereich B – Gewinnung von Mitarbeitenden/Recruiting Thema 2: Professionalisierung Bewerbermanagement

- Ganz wesentlich beim Recruiting ist **Schnelligkeit**
Spitzenkandidat:innen sind durchschnittlich 10 Tage auf dem Arbeitsmarkt verfügbar, bevor sie eingestellt werden.
- ... und Professionalität – Jede:r Bewerber:in soll am Ende eines Gesprächs einen positiven Eindruck vom Unternehmen erhalten – egal, wie die Entscheidung ausfällt.



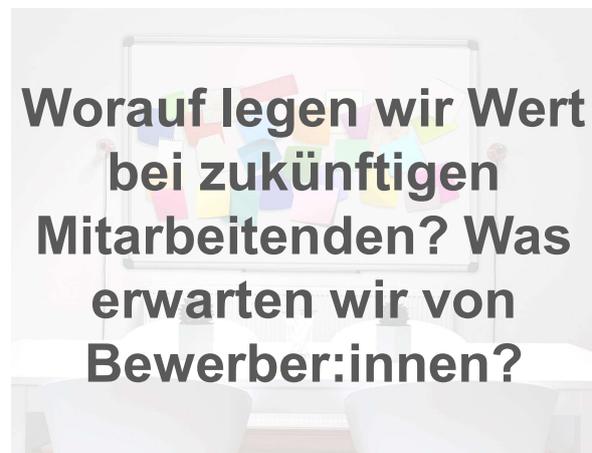
Themenbereich B – Gewinnung von Mitarbeitenden/Recruiting Thema 3: Was erwarten Bewerber:innen heute von uns?

- Neben dem Gehalt werden andere Kriterien wichtiger:
 - Kollegialität/gutes Betriebsklima
 - Guter Führungsstil
 - Unternehmenswerte
 - Weiterbildung
 - Flexible Arbeitszeiten
 - Betriebliche Altersvorsorge
 - ...



Themenbereich B – Gewinnung von Mitarbeitenden/Recruiting Thema 4: Unsere Erwartungen an Bewerber:innen

- Sind Anschreiben/Lebenslauf/Zeugnisse noch notwendig?
- Gibt es Unterschiede bei den Positionen? Welche?
- Was ist uns bei der Auswahl von neuen Mitarbeitenden besonders wichtig?



Themenbereich B – Gewinnung von Mitarbeitenden/Recruiting Thema 5: Gewinnung von Auszubildenden

- Vor allem die Ausbildung der Auszubildenden ist dezentral organisiert. D.h. Sie suchen vor Ort nach Auszubildenden, Sie stellen sie ein.
- Die Zentrale kann mit Marketing-Aktivitäten unterstützen, regional ist das nicht leistbar.

**Wie und wo können wir regional auf unsere Ausbildung aufmerksam machen?
Welche Unterstützung benötigen wir dazu von der Zentrale?**

Themenbereich C – Bindung von Mitarbeitenden Thema 1: Benefits

- Mehr geht immer, aber bringt das dem Unternehmen auch mehr?
- Was bieten wir bereits:
 - JobRad
 - Pensionskasse
 - Sonderzahlungen (Heirat, Kinder, Jubiläum, ...)
 - Mitarbeitervergünstigungen/-rabatte
 - ...

**Welche Benefits sind wirklich relevant?
Wie können wir diese Angebote intern besser „vermarkten“?**

Themenbereich C – Bindung von Mitarbeitenden Thema 2: Moderne Führung

BESTE BINDEMITTEL

Mit diesen Maßnahmen gelingt es Führungskräften Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. (Anteile in Prozent; Mehrfachnennung)

Anerkennung der Leistung	73
Fairer Umgang	61
Ausreichend Zeit nehmen	54
Regelmäßiges Feedback	44
Individuelles Feedback	37
Niedrige hierarchische Hürden	32
Führungskräfte als Coaches	28
Regelmäßige Leistungsbeurteilung	25
Personal entwickeln	22
Work-Life-Balance fördern	21
Diversität managen	15

Quelle: HR-Report 2023 von IBE und Hays; 1001 Befragte; Grafik: Konstantin Megas



Was kann ich als
Führungskraft tun,
um zu verhindern,
dass gute
Mitarbeitende das
Unternehmen
verlassen?

17 Ablauf und Themen Open Space light/Management-Tagung 28.02.2023

17

Themenbereich C – Bindung von Mitarbeitenden Thema 3: Was bindet Mitarbeitende wirklich an ein Unternehmen? Was schafft dauerhaft Motivation?

- Stellen Sie sich mal ganz einfach die Frage: „Was bewegt unsere Mitarbeitenden dazu, jeden Morgen aufzustehen und zur Arbeit bei uns zu kommen? Was haben sie davon?“
- Arbeitsmotive unterscheiden sich – von Mensch zu Mensch, von Lebensphase zu Lebensphase.
- Dennoch lohnt es sich zu überlegen: was sind die Motive, die dauerhaft sind und nicht nur kurzfristig?
- Es reicht nicht, Mitarbeitende im Unternehmen zu halten; es müssen auch die Richtigen sein, also motivierte Mitarbeitende.

Was kann ich als
Führungskraft tun,
um langfristig eine
hohe Motivation bei
meinen
Mitarbeitenden zu
erreichen?

18 Ablauf und Themen Open Space light/Management-Tagung 28.02.2023

18

Themenbereich C – Bindung von Mitarbeitenden

Thema 4: Entwicklungsmöglichkeiten/Laufbahn/Karriere

- Fast jeder 5. Mitarbeitende, der letztes Jahr das Unternehmen verlassen hat, gab an, dass der Grund dafür fehlende Entwicklungsmöglichkeiten war.
- Das entspricht 420 Mitarbeitenden.
- Das Freisetzen und Finden von Mitarbeitenden ist ungleich teurer als das Halten und Weiterentwickeln von vorhandenen Talenten.
- Ist es realistisch, dass wir jeden 10. oder jeden 5. davon mit Entwicklungsperspektiven hätten halten können?
- Wie können wir diese schaffen – auch auf einer bestehenden Position?
- In andere Bereiche des Unternehmens vermitteln?

Wie kann es uns zukünftig besser gelingen, Entwicklungsmöglichkeiten für unsere Mitarbeitenden aufzuzeigen?

Themenbereich C – Bindung von Mitarbeitenden

Thema 5: Generation Z

- Die jungen Menschen, die neu ins Unternehmen eintreten, gehören der „Generation Z“ an.
- Sie treten aufgrund der Arbeitsmarktsituation sehr selbstbewusst und fordernd auf und neigen dazu, nach wenigen Monaten sich einen neuen Job zu suchen, wenn ihre Erwartungen enttäuscht werden.
- Sie grenzen sich stärker ab als die Babyboomer, Freizeit ist ihnen wichtig.
- Sie brauchen viel Feedback, möchten ernst genommen werden und mögen einen kooperativen Führungsstil.
- Sie sind mit dem Smartphone groß geworden und legen viel Wert auf moderne Arbeitsweisen und ein modernes Umfeld.
- Dazu gehört auch Diversity und ein ausgeprägter Sinn für Gerechtigkeit und Nachhaltigkeitsthemen.

Wie müssen wir unsere Ausbildung und das Arbeitsumfeld gestalten, um für die Gen Z attraktiv zu sein? Wie führe ich die jungen Menschen?

Nochmal der Überblick ...

Sie starten je nach Gruppe in einem der Blöcke A, B oder C
Nach ½ Stunde wechseln Sie den Themenblock

A - Arbeitgeberattraktivität

- Unsere Stärken/unsere Werte
- Bewertungsplattformen (vor allem Kununu)
- Anteil von Frauen in Führungspositionen steigern
- Führungskräfte als Markenbotschafter
- Social Media professionell nutzen

B - Mitarbeitengewinnung/Recruiting

- Medien/Kanäle
- Professionalisierung Bewerbermanagement
- Was erwarten Bewerber:innen heute von uns?
- Unsere Erwartungen an Bewerber:innen
- Gewinnung von Auszubildenden

C - Bindung von Mitarbeitenden

- Benefits
- Moderne Führung
- Dauerhafte Bindung und Motivation
- Entwicklungsmöglichkeiten/Laufbahn/Karriere
- Generation Z