

# Presseinformation

## 2. Stuttgarter HR-Kompetenzforum: Retention Management im Mittelstand

Wie kann der Mittelstand seine Attraktivität als Arbeitgeber stärken? Diese Frage war Thema beim zweiten HR-Kompetenzforum an der FOM Stuttgart, das gemeinsam mit dem Münchner Beratungsunternehmen ReTenCon AG veranstaltet wurde. Vortragende aus namhaften Unternehmen stellten im Rahmen des Forums Best Practice Beispiele vor und diskutierten über Wege zur Mitarbeiterbindung.

„Der Mittelstand kämpft beim Fachkräftemangel gegen die großen Konzerne. Umso entscheidender ist es, nicht nur gute Mitarbeiter zu gewinnen, sondern diese auch langfristig ans Unternehmen zu binden“, sagte Harald Huber, Vorstand der ReTenCon AG, zur Begrüßung. „Unter Retention Management verstehen wir daher alle Maßnahmen, die zu einer echten Zusammenarbeit zwischen einem Unternehmen und seinen Mitarbeitern beitragen.“ Kunden seien für den Unternehmenserfolg wichtig, aber Mitarbeiter seien dafür umso entscheidender, betonte Huber. Denn nur motivierte Mitarbeiter könnten den Kunden auch begeistern.

Wie erfolgreiches Retention Management in der Praxis aussehen kann, stellte Thomas Rebstock, Personalreferent bei der Balluff GmbH, vor. „Der Mittelstand hat viele Vorteile wie beispielsweise flache Hierarchien und ein breit gefächertes Aufgabengebiet, die zu einer hohen Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und einer geringen Fluktuation führen“, sagte Rebstock. Wer Mitarbeiter halten wolle, müsse individuell auf diese eingehen und dabei authentisch bleiben. „Unternehmenswerte sollten nicht nur auf der Website veröffentlicht werden, sie müssen gelebt werden. Nur was echt ist, wird auch als echt wahrgenommen“, so Rebstock weiter. Für die vielbeschworene „Generation Y“ sei Sicherheit ein wichtiger Faktor, gleichzeitig wolle diese aber auch in die Strategie des Unternehmens eingebunden werden und äußere sich schneller und deutlicher über ihre Wünsche als die Generation davor. „Bewerber entscheiden häufig aus dem Bauch heraus. Personaler müssen daher den Bauch und nicht den Kopf ansprechen“, fasste Rebstock zusammen.

Über die richtige Ansprache der Bewerber bei Online-Stellenanzeigen referierte die selbstständige Personalberaterin und digitale Vorreiterin Ingrid Marold, Geschäftsführerin Süddeutsche Medien KG. „Stellenanzeigen sehen heute noch so aus wie vor vierzig Jahren, dabei hat eine Studie herausgefunden, dass Google unsere Sehgewohnheiten verändert hat“, sagte Marold. Unübersichtlicher Aufbau und eine Flut von Informationen führten dazu, dass die Anzeigen kaum gelesen würden. Eine digital optimierte Stellenanzeige, die Fließtext vermeide, erhalte dagegen fast doppelt so viel Aufmerksamkeit. Wichtig sei auch, dass Männer und Frauen Stellenanzeigen unterschiedlich lesen: Während Frauen schneller vor einer Bewerbung zurückschreckten, falls sie nicht alle Kriterien erfüllten, sei diese Hemmung bei Männern deutlich geringer ausgeprägt.

Im Anschluss stellte Gerrit Mauch, Vorstand der ReTenCon AG, die beiden widersprüchlichen Anforderungen vieler Bewerber vor: Sicherheit und Flexibilität. Sicherheit sei gerade im Bewerbungsprozess wichtig, während Flexibilität sich auf die Weiterentwicklungsmöglichkeiten innerhalb des Unternehmens beziehe. „Diese scheinbare Widersprüchlichkeit lässt sich mit der Metapher des

Fallschirmsprungs erläutern: Ich möchte ein Abenteuer erleben, aber gleichzeitig bin ich mit einem Fallschirm gesichert, damit mir nichts passiert“, erklärte er das Modell. Mauch stellte in diesem Kontext einige Beispiele wie das Unternehmen Ikea vor, die diesen Ansatz auch in ihrem Employer Branding verinnerlicht hätten.

Wie man Arbeitgeberattraktivität messen kann, war Thema des Vortrags von Andreas Schubert, Geschäftsführer von Great Place to Work Deutschland. Das Unternehmen befragt Mitarbeiter und erstellt Benchmarks, an denen sich andere Arbeitgeber messen können. Dabei wird deutlich: Die Motivation der Mitarbeiter zahlt sich doppelt aus. „Die besten Arbeitgeber erzielen durchschnittlich eine doppelt so hohe Rendite“, sagte Schubert. „Die Wirtschaftlichkeit von guter Personalarbeit lässt sich durch geringere Fluktuation, niedrigeren Krankenstand und bessere Personalgewinnung berechnen. Gerade wenn ein Unternehmen sich in einer Krise befindet, kann das Engagement der Mitarbeiter entscheidend zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen“, so Schubert.

*Mit über 32.600 Studierenden ist die FOM die größte private Hochschule Deutschlands. Sie bietet Berufstätigen und Auszubildenden an bundesweit 31 Hochschulzentren die Möglichkeit, berufsbegleitend praxisorientierte Bachelor- und Masterstudiengänge aus den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Ingenieurwesen zu absolvieren. Die Studienabschlüsse sind staatlich und international anerkannt. Getragen wird die FOM von der gemeinnützigen Stiftung BildungsCentrum der Wirtschaft mit Sitz in Essen. Die Hochschule ist vom Wissenschaftsrat akkreditiert und hat von der FIBAA Anfang 2012 das Gütesiegel der Systemakkreditierung verliehen bekommen – als erste private Hochschule Deutschlands. [www.fom.de](http://www.fom.de).*

+ + + + + + + +

**Pressekontakt:** Luise Glauert, 0711-99014-83, [glauert@echolot-pr.de](mailto:glauert@echolot-pr.de)