

Die stärksten Arbeitgebermarken in Ostwürttemberg

Erhebung untersucht regionale Unternehmen aus Sicht von Studierenden

03.11.2016 | Wie schätzen Studierende die 50 größten Unternehmen Ostwürttembergs als potenzielle Arbeitgeber ein? Das hat Dr. Bernd Radtke Studentinnen und Studenten der Hochschule Aalen gefragt. Ergänzt wurde die Erhebung um generelle Berufswahlabsichten der Studierenden. Hintergrund der Studie ist, dass vor allem im Mittelstand und in eher ländlichen Räumen oft zu wenige Bewerbungen von Nachwuchskräften bei Unternehmen eingehen, obwohl etliche als Hidden Champions gelten und exzellente Berufschancen bieten. Vielleicht weil die Unternehmen zu „hidden“, sprich versteckt, und bei den Nachwuchskräften schlichtweg zu wenig bekannt sind?

Mit der Etablierung einer Arbeitgebermarke versuchen Unternehmen ein bestimmtes Bild des Unternehmens in der Öffentlichkeit zu zeichnen. Dazu gehört auch, für welche Werte das Unternehmen steht und was es einzigartig macht. Ziel ist es, neue Mitarbeiter anzuziehen, aber auch derzeitige Mitarbeiter zu motivieren und zu halten. Durch eine starke Arbeitgebermarke erhoffen sich Unternehmen mehr Vorteile auf dem Arbeitsmarkt. Diese Stärke war Thema einer repräsentativen Online-Befragung von Dr. Bernd Radtke, der im Studiengang Betriebswirtschaft für kleine und mittlere Unternehmen an der Hochschule Aalen Marketing und Vertrieb lehrt. Gegenstand der Umfrage unter 500 Studierenden waren die 50 größten Unternehmen der Region Ostwürttemberg, gemessen an der Mitarbeiterzahl. Zur Ermittlung der Stärke der Arbeitgebermarken wurden vier wissenschaftlich fundierte Aspekte in der Studie herangezogen: Bekanntheitsgrad, Sympathie, Attraktivität und Bewerbungsabsicht. Die Studie lieferte viele interessante Ergebnisse. Von den 50 größten Unternehmen aus Ostwürttemberg kennen die Studierenden knapp jedes zweite. Einen Bekanntheitsgrad von 80 Prozent und mehr haben acht Unternehmen: ZEISS, Kreissparkasse Ostalb, Robert Bosch Automotive Steering, BSH Hausgeräte, Voith, Kreissparkasse Heidenheim, Triumph und Weleda.

Die Studie zeigt auch, dass es einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen der Unternehmensgrößenklasse und dem Bekanntheitsgrad gibt. Unternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern sind durchschnittlich zu 74,7 Prozent bekannt (die Bekanntheitsgrade reichen von 18 bis 99 Prozent). Die kleineren der 50 größten Unternehmen mit etwas unter 200 Mitarbeitern sind den Studierenden durchschnittlich zu 30,8 Prozent bekannt (Bekanntheitsgrade von 8 bis 53 Prozent).

Sympathie, Attraktivität und Bewerbungsabsicht als Kernelemente

Wie sympathisch die Studierenden die Unternehmen finden, konnten sie auf einer fünfstufigen Skala von „sehr sympathisch“ (1) bis „sehr unsympathisch“ (5) angeben. Im Durchschnitt bewerteten die Studierenden die 50 größten Unternehmen als „eher sympathisch“ bis „neutral“ (Wert 2,6). Die besten Sympathiewerte erzielten die Unternehmen ZEISS, Robert Bosch Automotive Steering, Weleda, Steiff, Voith, BSH Hausgeräte, Triumph, Paul Hartmann, Varta und C. & E. Fein. Die Bewertung, wie attraktiv die Studierenden die Unternehmen insgesamt als Arbeitgeber einstufen, gaben sie auf einer fünfstufigen Skala von „sehr attraktiv“ (1) bis „sehr unattraktiv“ (5) an. Die Studie

zeigt, die fünf attraktivsten Arbeitgeber in der Region aus Sicht der Studierenden sind ZEISS, Robert Bosch Automotive Steering, Airbus Optronics, Voith und BSH Hausgeräte. Die Bewerbungsabsicht ist ein weiterer Aspekt der Stärke einer Arbeitgebermarke. Die Studierenden konnten diese Frage anhand einer fünfstufigen Skala mit den Extremausprägungen „Ja, auf jeden Fall“ und „Nein, auf gar keinen Fall“ beantworten. Ausgewertet wurden die sogenannten Top 2-Werte, das heißt, die addierten Prozentsätze der beiden positiven Ausprägungen „Ja, auf jeden Fall“ und „Ja, das ist durchaus denkbar“. Im Durchschnitt würden sich 36 Prozent der Studierenden bei den Unternehmen der 50 größten Unternehmen, die sie kennen, bewerben. Die höchsten Werte (zwischen 52 Prozent und 79 Prozent) erzielen ZEISS, Robert Bosch AS, BSH, Voith, Airbus Optronics, C.&E. Fein, Paul Hartmann, Mapal, Varta und Voestalpine.

Die Top Arbeitgebermarken der Region

Die Stärke einer Arbeitgebermarke wurde in der Erhebung durch die gleich gewichtete Zusammenfassung der vier erhobenen Konstrukte Bekanntheitsgrad, Sympathie, Attraktivität und Bewerbungswahrscheinlichkeit ermittelt. Aus Sicht der Studierenden der Hochschule Aalen ist ZEISS unter den 50 größten Unternehmen der Region Ostwürttemberg die stärkste Arbeitgebermarke, gefolgt von Robert Bosch Automotive Steering, BSH und Voith.

Berufswahlabsichten der Studierenden

Die wissenschaftliche Untersuchung behandelt auch allgemeine Zusammenhänge der Berufswahlabsichten der Studierenden. Die Studierenden wurden unter anderem gefragt, in welcher Region sie nach Ende ihres Studiums gerne arbeiten wollen und wie groß der Arbeitgeber mindestens sein sollte. Insofern wurde hier auch die generelle Attraktivität von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) als Arbeitgeber abgefragt. 18 Prozent aller Studierenden der Hochschule Aalen wollen nach Ende ihres Studiums in der Region Ostwürttemberg arbeiten. Die differenzierte Analyse ergibt, dass 34 Prozent der Studierenden, die in Ostwürttemberg geboren oder aufgewachsen sind, auch hier bleiben und arbeiten wollen. Von denjenigen, die zum Studium an der Hochschule Aalen nach Ostwürttemberg gezogen sind, sind es hingegen 4 Prozent. Die Frage, wie groß das Unternehmen mindestens sein sollte, beantworteten 16 Prozent mit „mindestens 1.000 Mitarbeiter“ und 27 Prozent mit „zwischen 250 und 999 Mitarbeiter“. In der Summe bevorzugen also 43 Prozent eher große Arbeitgeber. Immerhin 40 Prozent der befragten Studierenden präferieren KMU als Arbeitgeber.