

FAKTENBLATT

HR TRENDS 2018 IN DER FOOD AND CONSUMPTION VALUE CHAIN

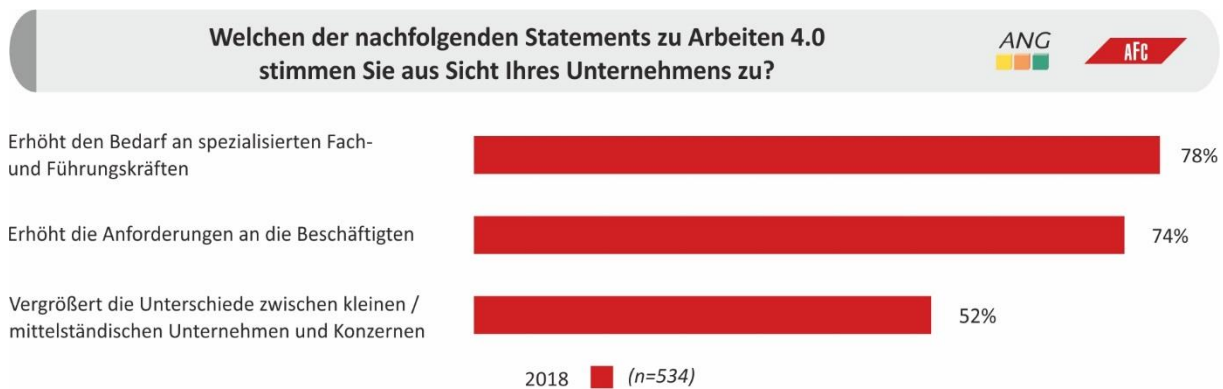
Personalverantwortliche der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft verstärken Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung

Die neue Studie *HR Trends 2018 in der Food and Consumption Value Chain* der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss (ANG) und AFC Personalberatung zeigt die wichtigsten Trends im Personalwesen der Unternehmen der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft. Aktuell wurde hinterfragt, mit welchen Strategien auf die Herausforderungen des demographischen Wandels und der Arbeitswelt von morgen reagiert wird.

Die wichtigsten Erkenntnisse und Grafiken aus der Studie folgen hier im Überblick.

Die Digitalisierung hat weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitswelt von morgen

Fast zwei Drittel der Befragten sehen mit der zunehmenden Vernetzung und Automatisierung von Systemen eine Übertragung von Verantwortung auf die Beschäftigten einhergehen.



Die deutsche Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft bemerkt deutlich positive Effekte im Rahmen der Digitalisierung der Industrie. 41% der befragten

Personalverantwortlichen erhoffen sich von Arbeiten 4.0 eine deutlich „erhöhte Wettbewerbsfähigkeit“ für die gesamte Branche. Ängste, dass Industrie bzw. Arbeiten 4.0 Fach- und Führungskräfte verdrängen könnten, erscheinen unbegründet.

Im Gegenteil, 78% der befragten Unternehmen sehen dies als Grund für eine „Steigerung des Bedarfs an sehr gut ausgebildeten Fach- und Führungskräften“.

Auch werden neben fachspezifischen Anforderungen verstärkt Soft-Skills, wie soziale Kompetenz, Kreativität und Kommunikationsstärke sowie ein hohes Maß an Veränderungsbereitschaft gefordert. Andererseits erhebt insbesondere die junge Generation gegenüber den Unternehmen Ansprüche an eine angemessene „Work-Life-Balance“.

„Industrie 4.0 gelingt nur, wenn Arbeiten 4.0 funktioniert und die organisatorischen, fachlichen und technologischen Strukturen im Unternehmen den Fach- und Führungskräften eine solide Basis und attraktive Perspektive bieten“, führt Anselm Elles, Geschäftsführer der AFC Personal-beratung GmbH, aus.

Unternehmen die Arbeiten 4.0 erfolgreich managen möchten, müssen sich mit Themenstellungen wie flachen Hierarchien, der Anpassung von Organisations- und Führungsstruktur sowie der Schaffung eines innovativen Klimas für leistungswillige Mitarbeiter beschäftigen.

Die Gewinnung und Bindung von qualifizierten Mitarbeitern wird zur zentralen Aufgabe

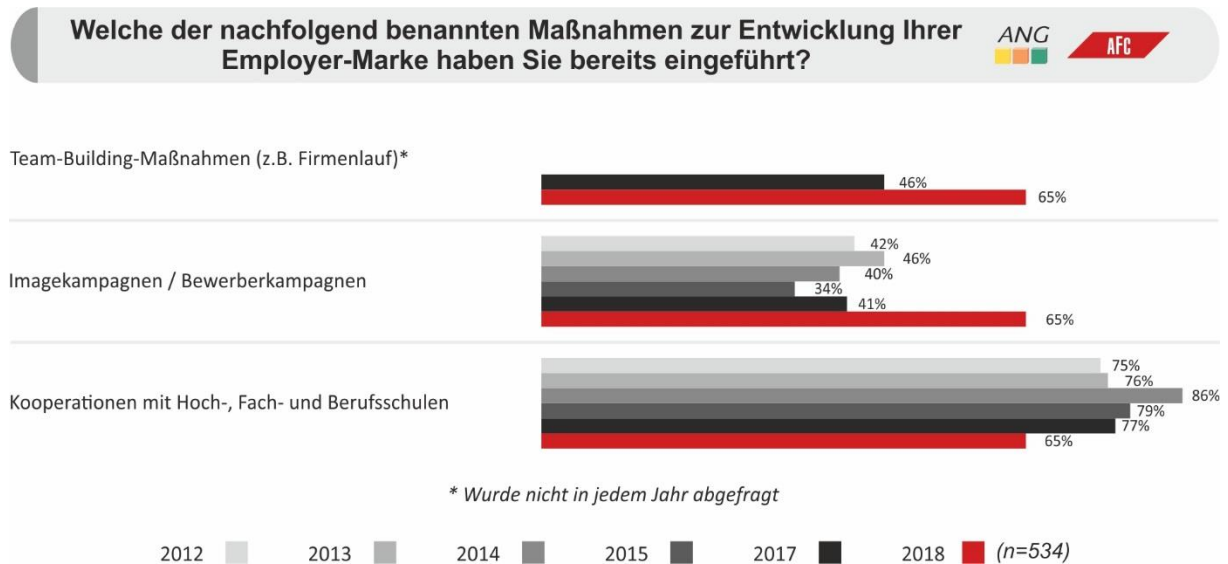
Ganze 76 Prozent der Studienteilnehmer berichten, dass die Bewerberanzahl abgenommen hat.



Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu entwickeln ist ein wirkungsvolles Instrument der nachhaltigen Unternehmensführung. Insgesamt sind Mitarbeitergewinnung und Führungskräfteentwicklung miteinander verflochtene Prozesse, die Hand in Hand weiterentwickelt werden müssen. Für 64% der befragten Personalverantwortlichen sind die „eindeutige Vereinbarung von Entwicklungszielen“, „Teilzeitarbeit“ und die „Betriebliche Altersvorsorge“ als die wichtigsten Maßnahmen zur Stärkung der Mitarbeiterbindung. Gleichzeitig belegen Studentenbefragungen, dass der Nachwuchsgeneration das „Betriebsklima“ weitaus wichtiger ist als die „Vergütung“.

Maßnahmen zur Entwicklung der Employer-Marke

Zwei Drittel der befragten Unternehmen haben bereits Maßnahmen zum Employer-Branding durchgeführt, doch nur ein Drittel sieht die Potentiale hier gut ausgeschöpft.



Die meisten Unternehmen haben mittlerweile – bewusst oder unbewusst – Maßnahmen ergriffen um ihre eigene Arbeitgebermarke zu entwickeln. Eine Profilierung des Unternehmens als attraktiver Arbeitgeber erfordert jedoch ein umfassendes Konzept für das Employer Branding, welches konsequent und nachhaltig im Unternehmen umgesetzt, gelebt und verankert werden muss.

Als bedeutender Wirtschaftssektor in Deutschland und wichtiger Arbeitgeber in der Europäischen Union verfügt die Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft über ein enormes Potential an Beschäftigungsmöglichkeiten für unterschiedlichste Qualifizierungen und Berufsbilder. Durch ein zusätzliches Profession Branding kann dieses Potential interessierten Fach- und Führungskräften besser vermittelt werden.

„Der digitale Wandel verändert die Arbeitswelt der Branche nachhaltig. Die Unternehmen benötigen mehr spezialisierte Fach- und Führungskräfte und dafür auch eine attraktive Arbeitgebermarke. Die Branche, ihre Unternehmen und ihre Berufe müssen durch einzelbetriebliches aber auch gemeinsames Engagement bekannter werden“, kommentiert ANG-Hauptgeschäftsführerin Stefanie Sabet die aktuelle Studie.

Social Media Strategien beim Personalrekrutment richtig einsetzen

Die Unternehmen der Branche wollen sich mit Hilfe von Social Media in erster Line als attraktiver Arbeitgeber am Markt positionieren.



Die Nutzung von Social Media wird zunehmend zum festen Bestandteil des Employer Brandings. Im Wettbewerb um die jungen Talente müssen Ressourcen in eine konsequente Social Media Kommunikationsstrategie und –präsenz investiert werden. Authentizität ist das Kernelement im Bereich Social Media. Nur dann entsteht ein Dialog mit der Zielgruppe, der zur Gewinnung und letztendlich zur erfolgreichen Bindung eines neuen Mitarbeiters oder Kunden an das Unternehmen führen kann.

Zur Studie

Im Rahmen der Studie „HR Trends 2018 in der Food and Consumption Value Chain“ hat die AFC Personalberatung GmbH in exklusiver Zusammenarbeit mit der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. 534 Unternehmen entlang der Food and Consumption Value Chain befragt, wie sie sich auf die Herausforderungen im Bereich Human Resources einstellen. Die Befragung wurde online durchgeführt. Dabei kamen sowohl mittelständische, als auch Großunternehmen aus der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft, dem Lebensmitteleinzelhandel sowie dem Maschinen- und Anlagenbau zu Wort.

Die Studie sowie weiterführende Auskünfte sind bei folgenden Kontaktpersonen verfügbar:

Jennifer Neumann: Telefon +49 (0)228-98579 33 / jennifer.neumann@afc.net

Diandra Schlitt: Telefon +49 (0)30 200 786 115 / schlitt@ang-online.com