



GEMEINSAME PRESSEMITTEILUNG

Berlin / Bonn, 25. November 2019

Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft verstärkt Maßnahmenmix zur Mitarbeitergewinnung und -bindung

In der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft fehlen seit Jahren Fach- und Nachwuchskräfte. Deswegen setzen die Personalverantwortlichen der Branche jetzt nicht mehr nur auf eine, sondern verschiedene Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung. Dies ist die zentrale Aussage der neuen Studie *HR Trends 2019 in der Food and Consumption Value Chain* der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss (ANG) und AFC Personalberatung. Aus der Unternehmensbefragung ergeben sich die wichtigsten Trends im Personalwesen sowie dem Arbeitsumfeld der Branche. Aktuell wurde erstmals hinterfragt, mit welchen Weiterbildungsstrategien die Unternehmen auf die Herausforderungen der digitalen Transformation reagieren.

„Der technologische Fortschritt führt zu grundlegenden Veränderungen in der Arbeitswelt. Für Arbeitgeber und Arbeitnehmer bringt dies Vorteile, wenn es gelingt Lernen im Erwerbsleben zur Normalität werden zu lassen und Führung neu zu gestalten. Unternehmen brauchen dazu eine digitale Weiterbildungsstrategie“, kommentiert ANG-Hauptgeschäftsführerin Stefanie Sabet die aktuelle Studie.

Im Sinne der Gewinnung und Bindung von Führungs- und Fachkräften sowie der Integration von Absolventen, Geringqualifizierten, älteren Arbeitnehmern und ausländischen Arbeitskräften, gewinnt die Verbesserung des Branchenimages sowie die Darstellung der umfangreichen Beschäftigungsperspektiven in der Lebensmittelwirtschaft zunehmend an Bedeutung, was die Studie eindeutig belegt.

„Ergänzend zum einzelbetrieblichen Aufbau einer Employer Brand bedarf es zwingend eines adäquaten branchenübergreifenden Profession Branding, um für die Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft die nachwachsenden Mitarbeiter und umsteigewilligen Fach- und Führungskräfte zu gewinnen. Im Kampf um die Talente muss hier Aufklärung, Imagebildung und die Formulierung ansprechender Jobangebote erfolgen“, erläutert Anselm Elles, Geschäftsführer der AFC Personalberatung GmbH, die Ansprüche an die Branche.

Die wichtigsten Erkenntnisse aus der Studie folgen hier im Überblick.

Teil 1: Einflüsse von Arbeiten 4.0 auf die Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft

Die Einflüsse digitaler Technologien auf Arbeitsprozesse sind deutlich spürbar. Die Anforderungen an Arbeitgeber und Beschäftigte steigen gleichermaßen. Insgesamt haben die Befragten überwiegend positive Erwartungen im Hinblick auf die Auswirkungen der digitalisierten Arbeitswelt. Sie glauben, dass die Arbeitgeberattraktivität und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche steigen kann und der Bedarf an Beschäftigten weiterwächst. Zudem sinkt der Einsatz körperlicher schwerer Arbeit. Eine der wichtigsten Maßnahmen, die bisher von den Unternehmen zur Umsetzung von Arbeiten 4.0 ergriffen wurde, ist die stärkere Eigenverantwortung der Beschäftigten.

Teil 2: Qualifizierung und Weiterbildung

Die klare Trennung, ob Weiterbildung außerhalb oder integriert am Arbeitsplatz stattfindet, wird zunehmend verschwimmen. Mithilfe orts- und zeitflexibler digitaler Medien und spezieller Kursangebote, können Beschäftigte entsprechend ihrer Bedürfnisse und Verfügbarkeit, Weiterbildungsmodule absolvieren. Arbeitgeber und Arbeitnehmer müssen sich beide an dieser Investition beteiligen. Langfristig sollte Lernen am Arbeitsplatz bzw. im Arbeitsprozess für jeden Arbeitnehmer zur beruflichen Normalität gehören, so dass Betriebe somit noch stärker zu Lernorten werden.

Teil 3: Herausforderungen bei der Mitarbeitergewinnung und –bindung

Die Teilnehmer bestätigen, dass der Fachkräftemangel deutlich spürbar ist. Arbeitsstellen bleiben länger unbesetzt und die Bewerberzahlen nehmen ab. Dies trifft besonders auf die Bereiche Produktion und Technik zu. Damit ist der Wechsel vom Arbeitgeber- hin zum Arbeitnehmermarkt in der Praxis angekommen, dem die Unternehmen mit einem vielfältigen Mix aus kurz- und langfristigen Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und –bindung begegnen müssen. Vor allem die Bindungsaktivitäten werden verstärkt. Die fünf wichtigsten Maßnahmen hierbei sind Teilzeitarbeit, die Vereinbarung von Entwicklungszielen, Angebote betrieblicher Altersvorsorge, eine erfolgsorientierte Vergütung sowie Teambuilding.

Teil 4: Nutzung adäquater Instrumente zum Employer und Profession Branding

Eine Vielzahl der befragten Unternehmen hat bereits Maßnahmen zum Employer-Branding durchgeführt, doch nur ein Drittel sieht die Potentiale hier gut ausgeschöpft. Aufbauend auf den einzelbetrieblichen Maßnahmen des Employer Brandings bieten sich gemeinsame Aktionen in Form eines branchenübergreifenden Profession Brandings an.

Zur Studie

Im Rahmen der Studie „HR Trends 2019 in der Food and Consumption Value Chain“ hat die AFC Personalberatung in exklusiver Zusammenarbeit mit der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss 553 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.

Kontakt für Presseanfragen

Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V.
Hauptgeschäftsführerin Stefanie Sabet
Claire-Waldoff-Straße 7, 10117 Berlin
Tel.: +49 (0)30 200 786 113
sabet@ang-online.com

AFC Personalberatung GmbH
Geschäftsführer Anselm Elles
Dottendorfer Straße 82, 53129 Bonn
Tel.: +49 (0)228 98579 0
anselm.elles@afc.net

Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss

Die Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss ist der sozial- und arbeitsmarktpolitische Spitzenverband der Deutschen Ernährungs- und Genussmittelindustrie. Ihr sind die neun Landesverbände der Ernährungsindustrie und derzeit vier Fachverbände angeschlossen.

AFC Personalberatung

Die AFC Personalberatung ist als Tochtergesellschaft der 1973 gegründeten AFC Consulting Group AG der Branchenspezialist für das Recruitment von Führungs- und Fachkräften für Unternehmen und Organisationen entlang der gesamten Food Value Chain.