



Top-Talente für Oberfranken: Gewinnen – Binden – Begeistern

Dr. Pablo Neder

Larissa Diekmann, M.Sc.

Lehrstuhl Marketing & Consumer Behavior (Prof. Dr. C. C. Germelmann)

Arbeitsbereich MuSe (Marketing und Services)

- Top-Talente kennen im Schnitt 5,49 Employer Brands aus Oberfranken.
- 69% (37 von 54) der Befragten haben bereits jetzt konkrete Wunscharbeitgeber. 57% (21 von 37) von diesen Befragten nennen darunter oberfränkische Unternehmen als Wunscharbeitgeber.
- Nicht alle High Potentials sind gleich: Für Unternehmen gilt es, die für sie und ihre Kultur passende Zielgruppe zu finden und anzusprechen (vgl. Report).
- Oder: Die Employer Brand muss die passenden Rahmenbedingungen für High Potentials erst noch schaffen (z.B. Eigenverantwortung; Fehlertoleranz; Aufstiegschancen; Förderung).
- Unternehmen, Institutionen, Organisationen und Hochschulen müssen aktiv miteinander (koordiniert!) zusammenarbeiten, um die Attraktivität der jeweiligen Regionen für junge Menschen zu erhöhen.
- Die o.g. Akteure müssen bspw. gemeinsam die Wahrnehmung erzeugen, dass es in Oberfranken sehr viele attraktive Arbeitgeber gibt.

- Für oberfränkische Unternehmen ist es leichter, Studierende für ihr Unternehmen zu gewinnen, die schon hier sind - dafür müssen sie jedoch frühzeitig aktiv werden und die Top-Talente an sich binden.
- Zudem gilt: Es müssen ausreichend Stellen auf "Junior-Niveau" geschaffen werden - es ist leichter, Absolventen jetzt zu halten, als später in die Region zurückzuholen.
- Oberfränkische Unternehmen müssen ihren Heimvorteil stärker ausspielen und vor Ort mit Studierenden auf Augenhöhe kommunizieren (→ z.B. Abteilungsleiter auf Karrieremessen) und zusammenarbeiten (→ z.B. bei Kooperationsprojekten, in denen Studierende reale Fragestellungen bearbeiten).

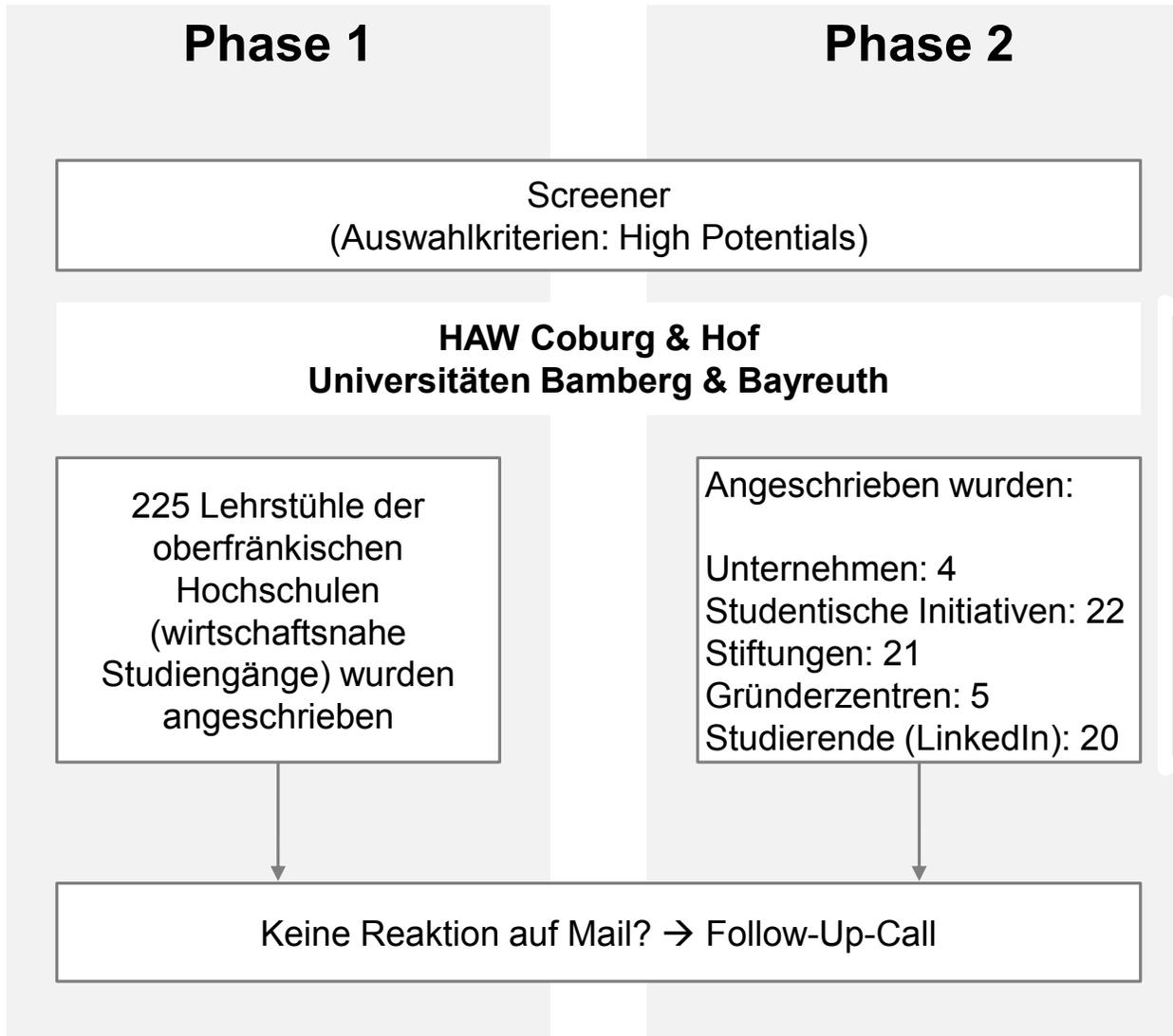
Warum Top-Talente – gewinnen – binden – begeistern?

*“High potentials consistently and significantly **outperform their peer groups** in a variety of settings and circumstances. While achieving these superior levels of performance, **they exhibit behaviors that reflect their companies’ culture and values** in an exemplary manner. Moreover, they show a **strong capacity to grow and succeed** throughout their careers within an organization—more quickly and effectively than their peer groups do.”*

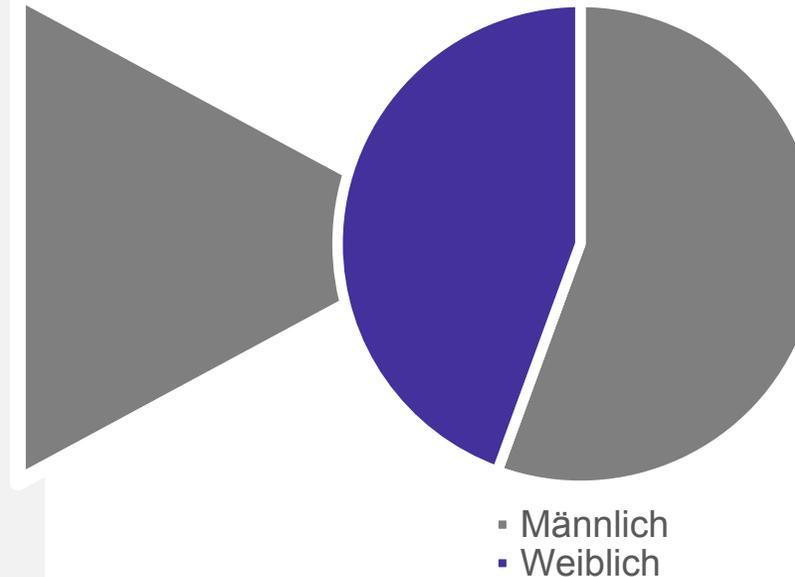
Top-Talente machen Teams besser!

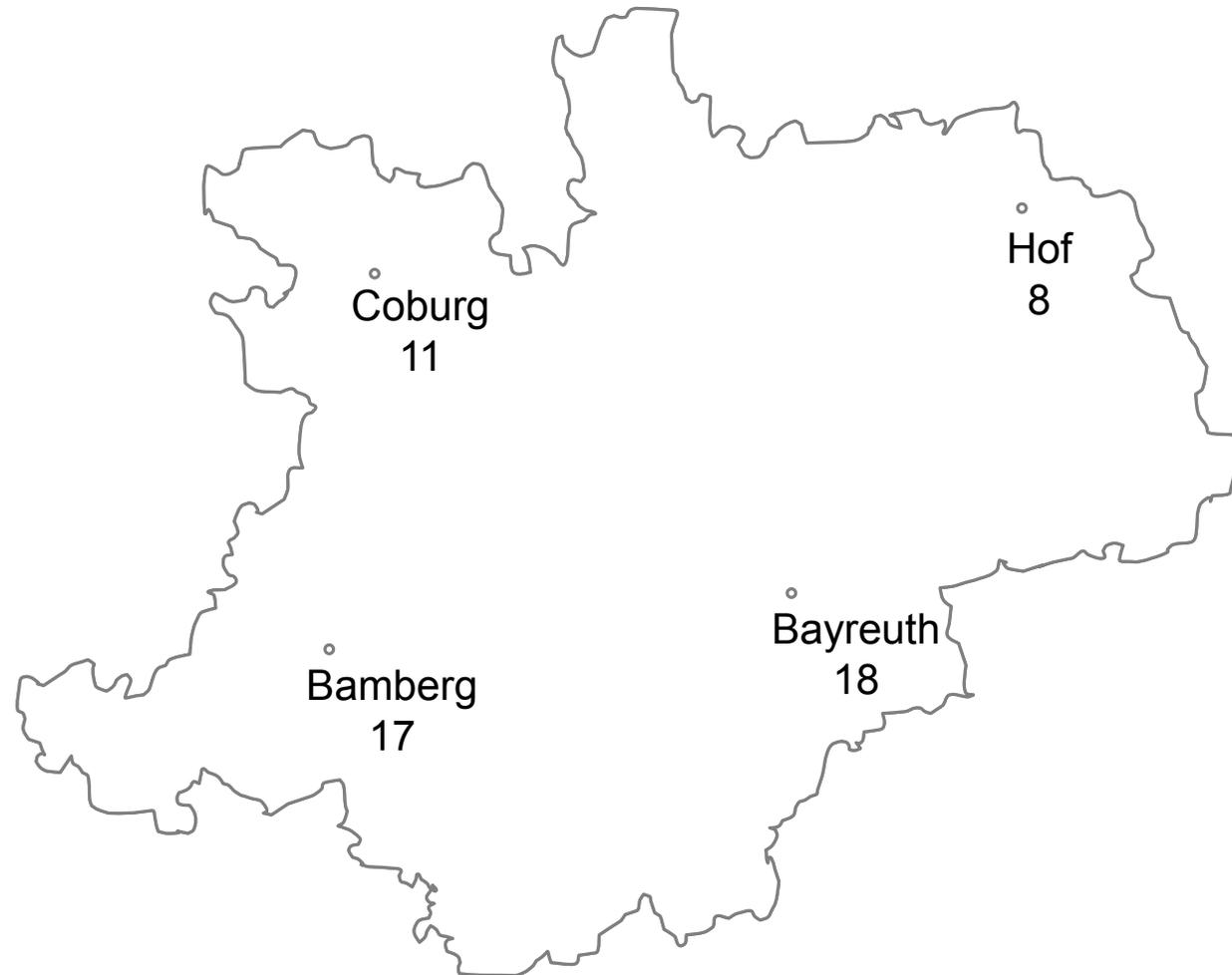
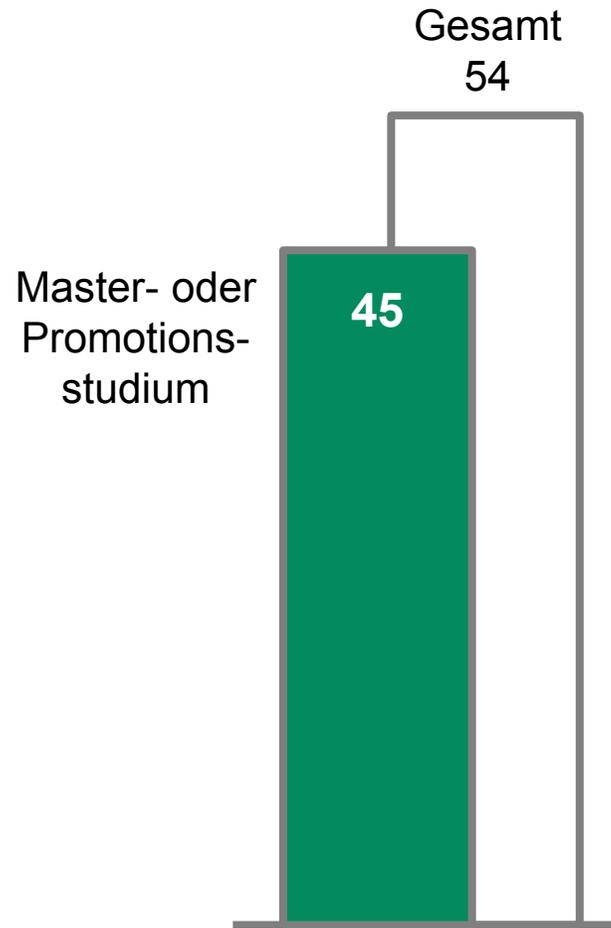
Wie wurde die Studie durchgeführt?

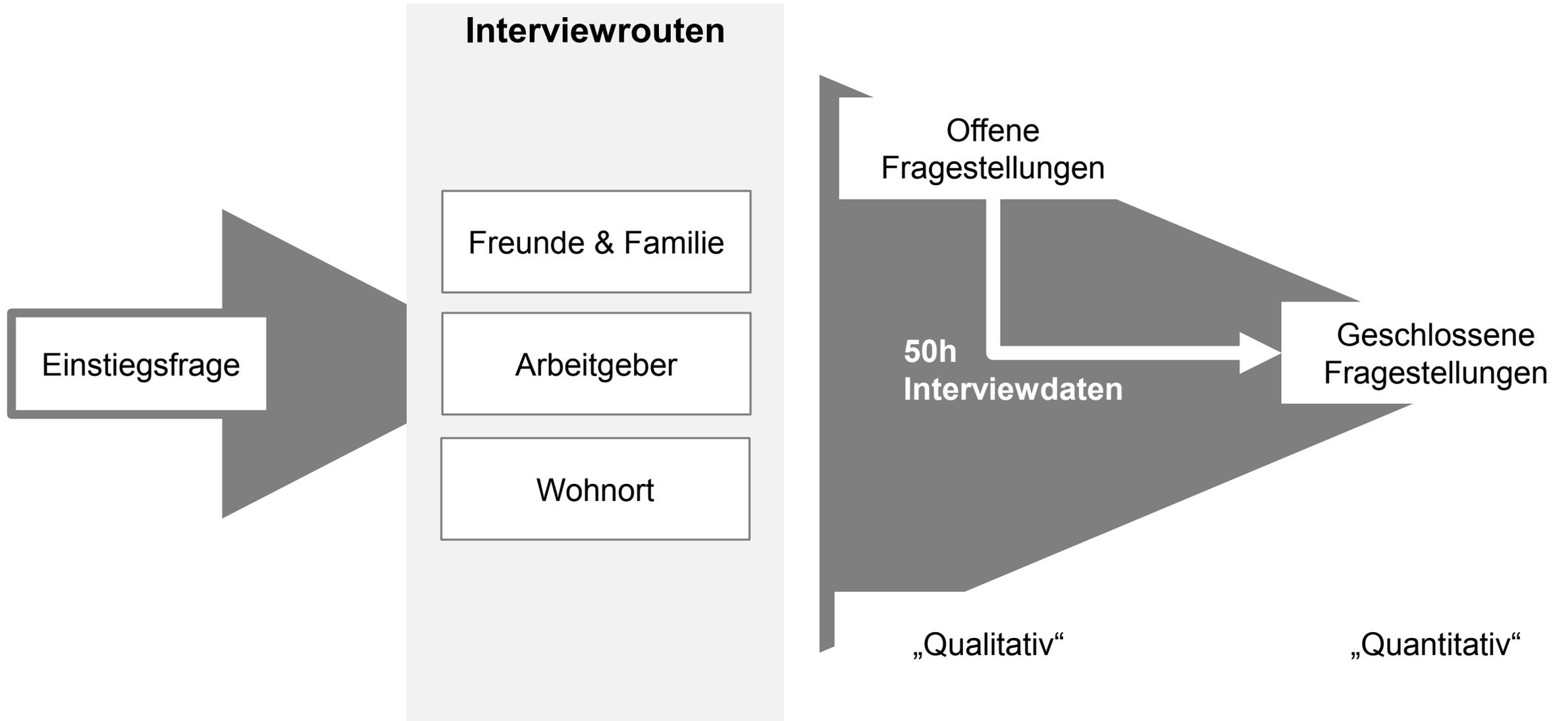
Recruiting: Wie haben wir die Studienteilnehmer (Top-Talente) gefunden?



54 Studienteilnehmer/innen (30m; 24w)

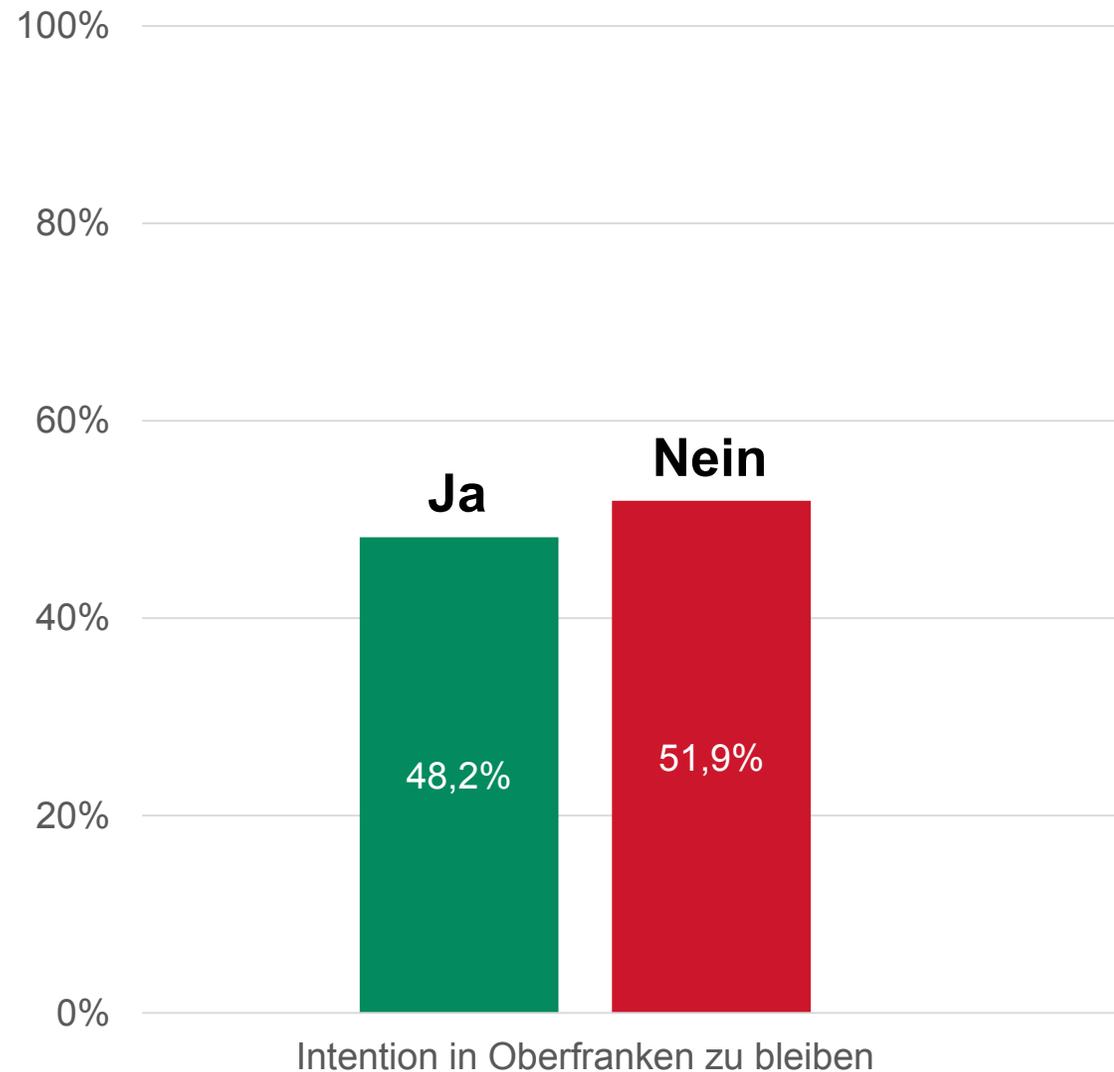




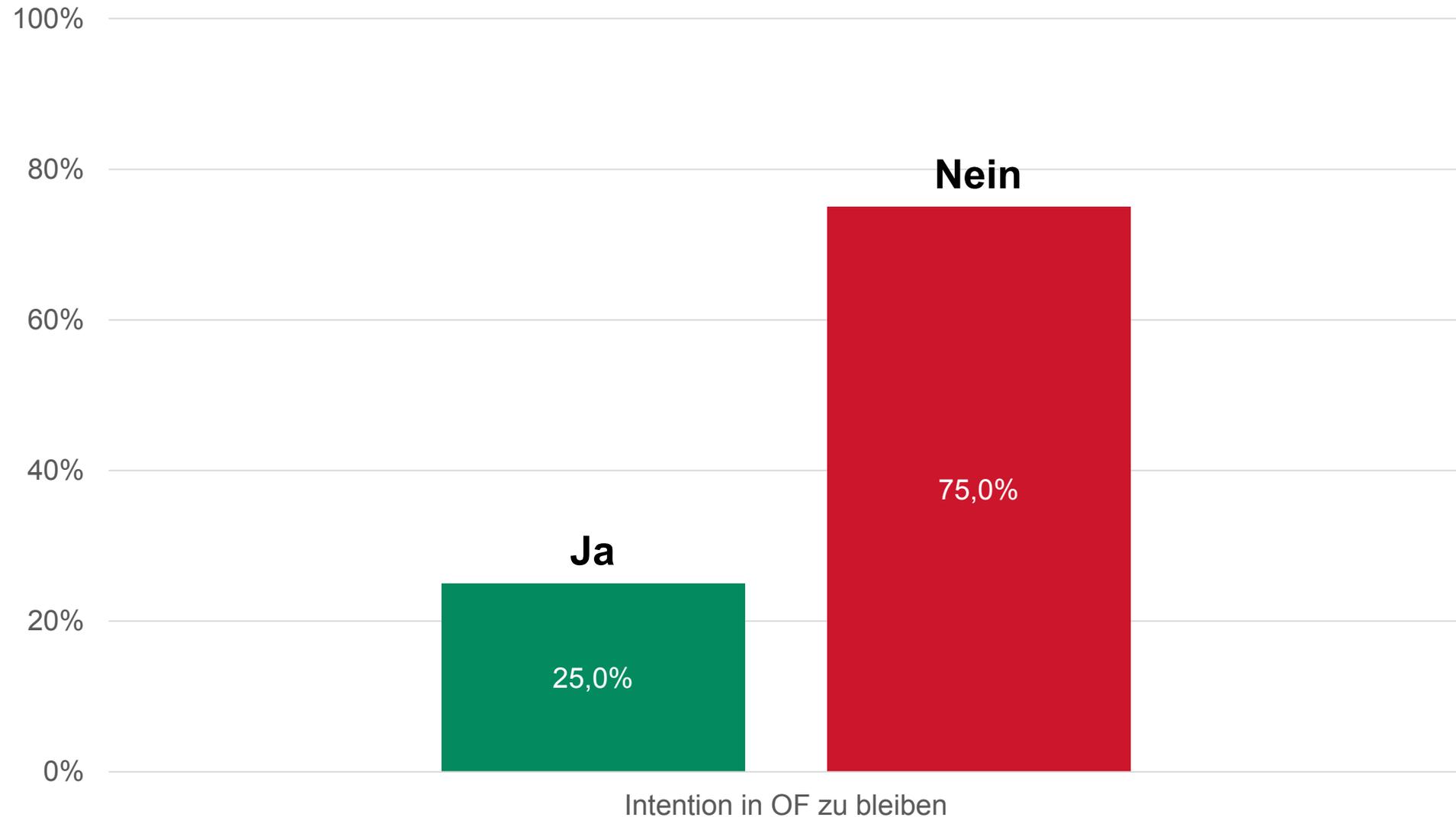


Möchten die Top-Talente überhaupt in Oberfranken bleiben?

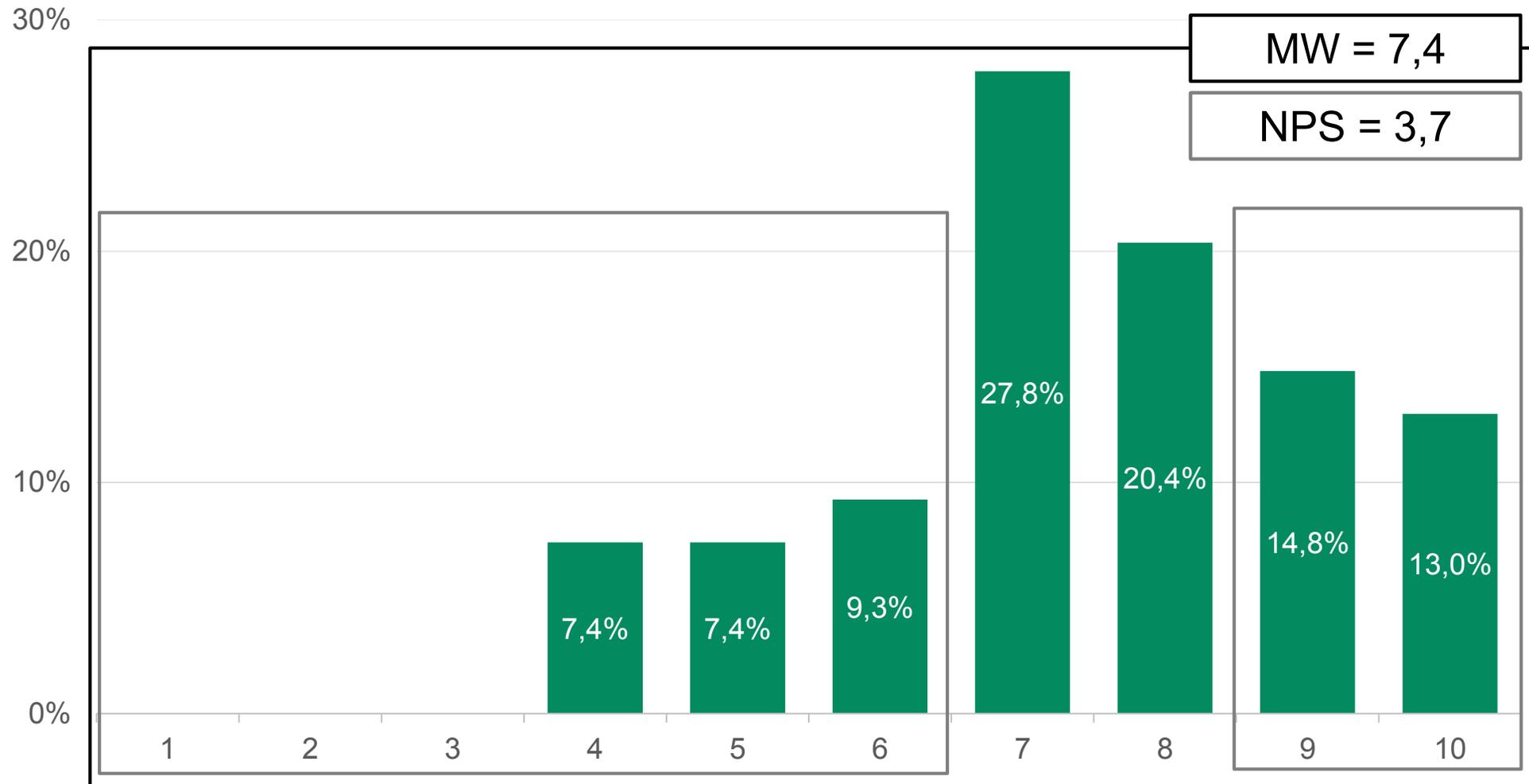
Knapp die Hälfte der Top-Talente möchte in der Region Oberfranken bleiben.



Großstädter haben tendenziell weniger Interesse daran, in der Region Oberfranken zu bleiben.

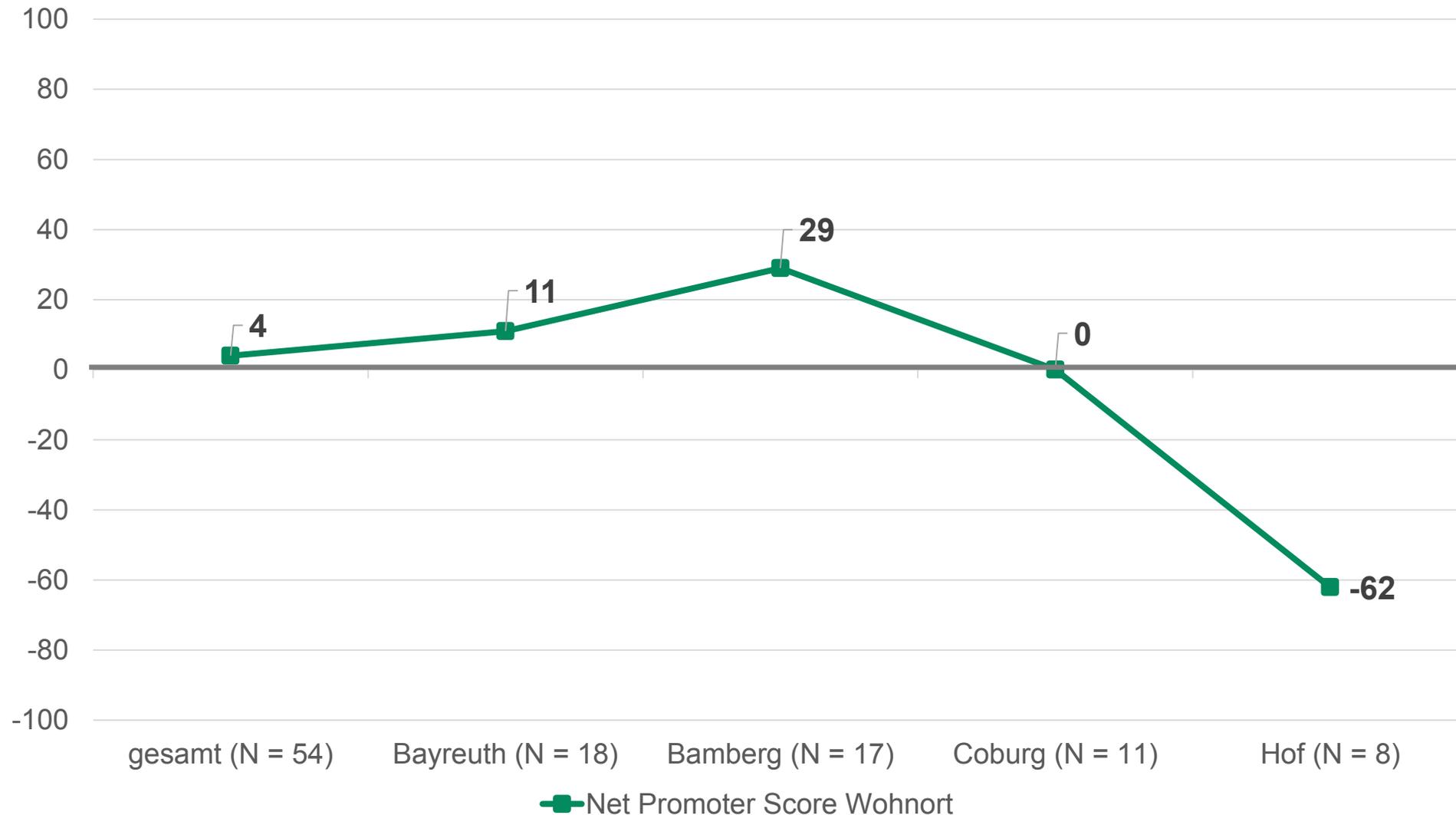


27,8% sind richtige Oberfrankenfans, die ihre Hochschulstädte auch anderen weiterempfehlen würden.

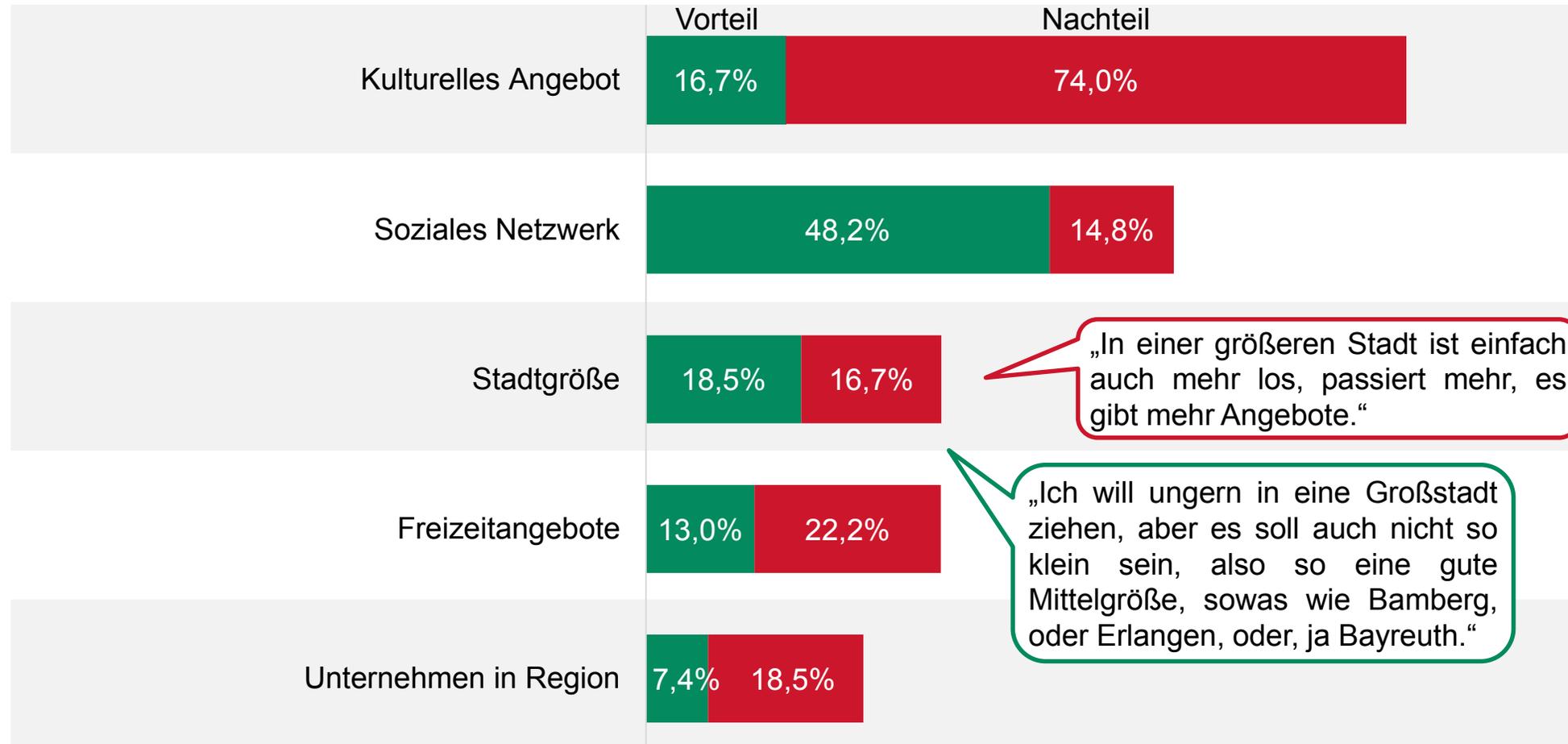


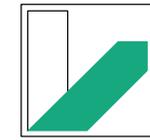
■ Wahrscheinlichkeit dafür, Stadt und Region Bayreuth/Bamberg/Coburg/Hof als Wohnort weiterzuempfehlen.

Weiterempfehlungsbereitschaft nach Region / Stadt: Bamberg hat die meisten Fans.



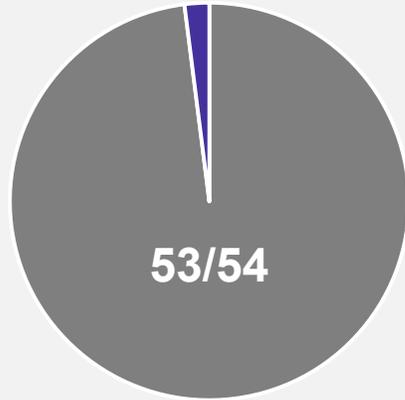
Vorteile und Nachteile von Oberfranken – eine Frage der Perspektive.



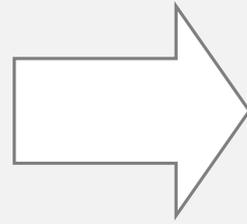


Was wissen Top-Talente über die Unternehmen aus Oberfranken?

Bekanntheit der Oberfränkischen Unternehmen ist deutlich ausbaufähig.



- Kennen Unternehmen aus Oberfranken
- Unternehmen aus Oberfranken unbekannt

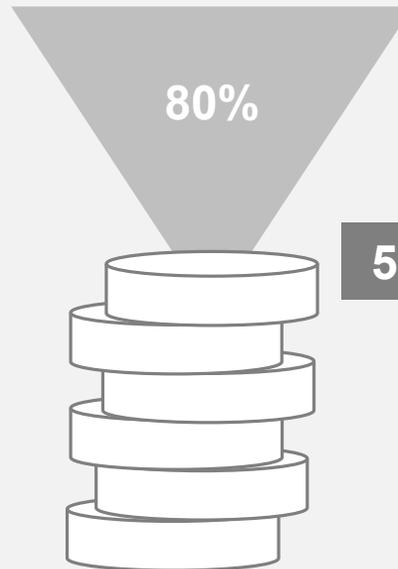


Genannte Unternehmen aus Oberfranken (exkl. Mehrfachnennung)

124

99

Genannte Unternehmen, die davon tatsächlich aus Oberfranken stammen

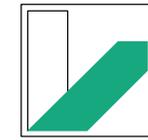


80% der genannten Unternehmen stammen tatsächlich aus Oberfranken

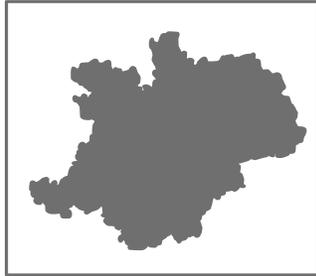
5,49

Durchschnittlich 5,49 Unternehmen aus Oberfranken bekannt

Top 10 der meistgenannten Unternehmen: Die üblichen Verdächtigen.



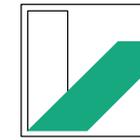
Innerhalb Oberfranken



Außerhalb Oberfranken



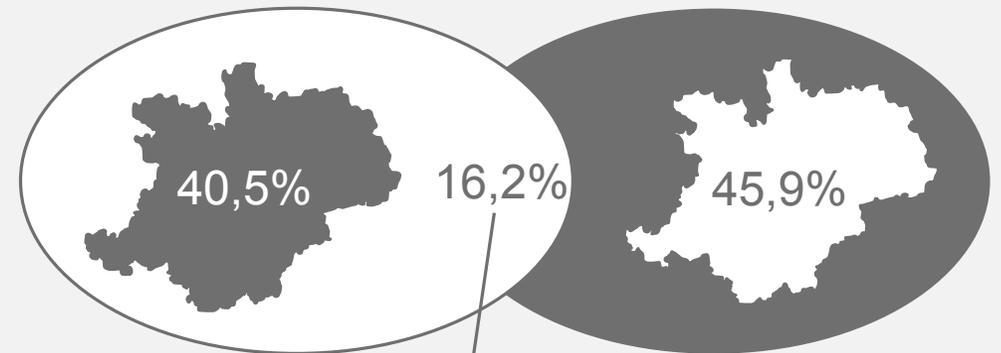
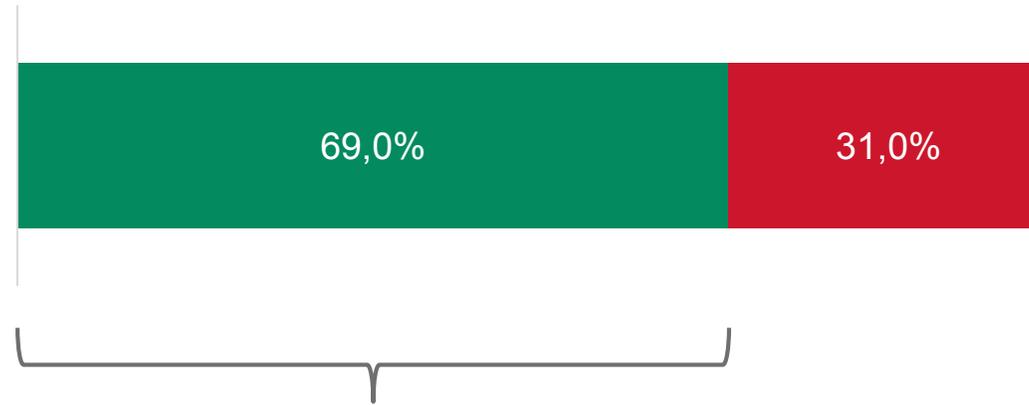
Unternehmen	Anzahl der Nennungen
Brose	32
Bosch	20
REHAU	15
medi	14
HUK Coburg	12
BAUR Versand	11
TenneT	10
Kaeser Kompressoren	9
Lamilux	8
Siemens	7
Adidas	5
Nürnberger Versicherung	3
Datev	3
Funke Mediengruppe	2
Playmobil	2
Puma	2



Wie sehen die Top-Talente ihre berufliche Zukunft?

Auch oberfränkische Unternehmen schaffen es in das Consideration Set der Top-Talente.

Top-Talente mit Wunscharbeitgeber

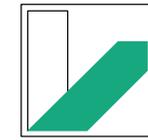


Innerhalb Oberfrankens

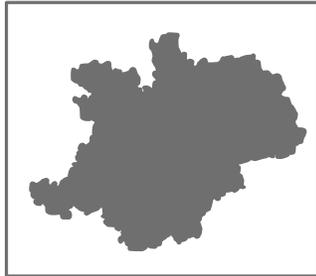
Außerhalb Oberfrankens

nannten sowohl oberfränkische als auch nicht-oberfränkische Unternehmen

Top 10 der Wunscharbeitgeber: Size Matters.

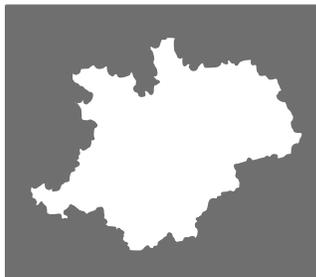


Innerhalb Oberfranken



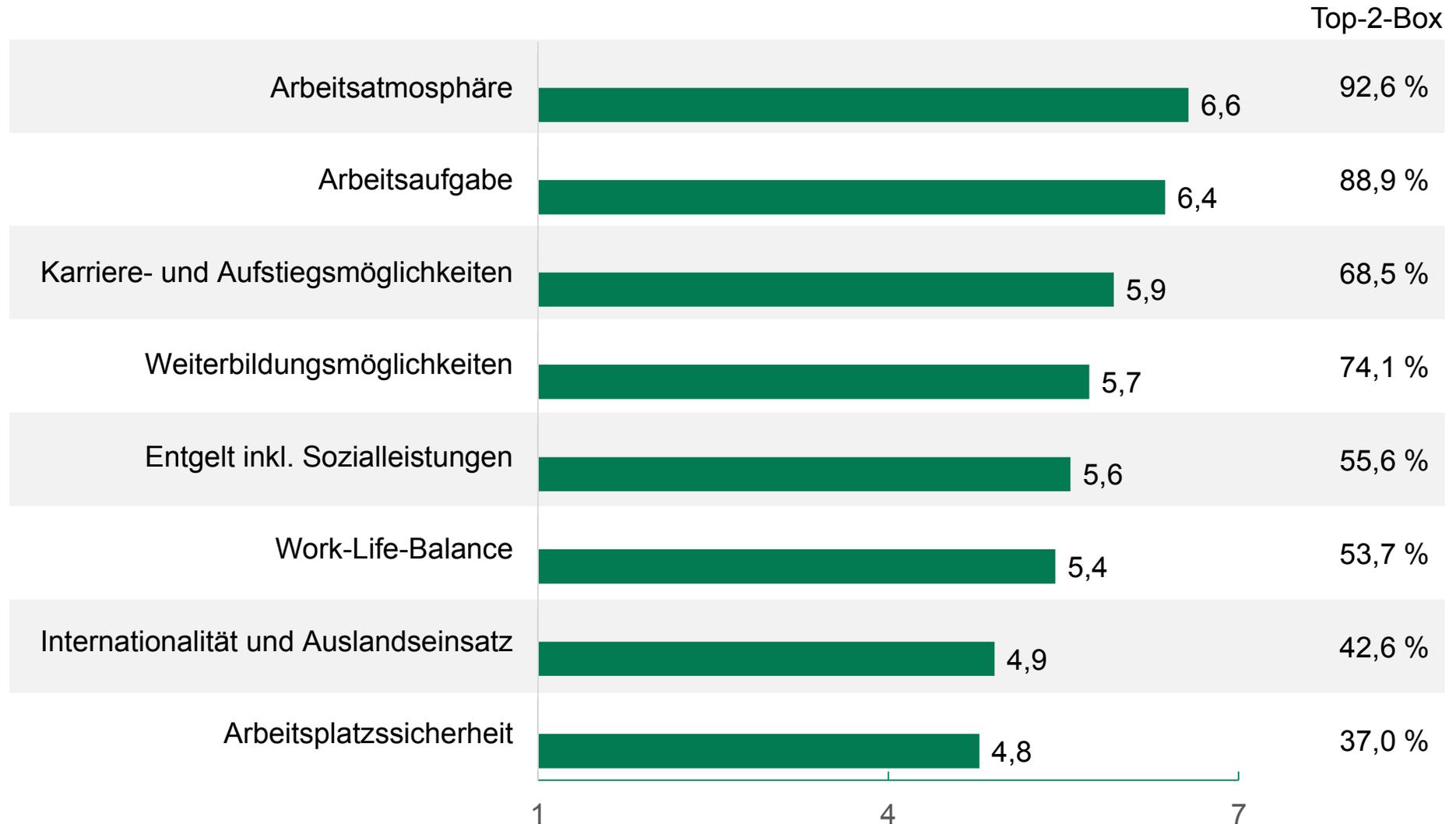
Unternehmen	Anzahl der Nennungen
Brose	7
HUK Coburg	4
Siemens	4
REHAU	2

Außerhalb Oberfranken

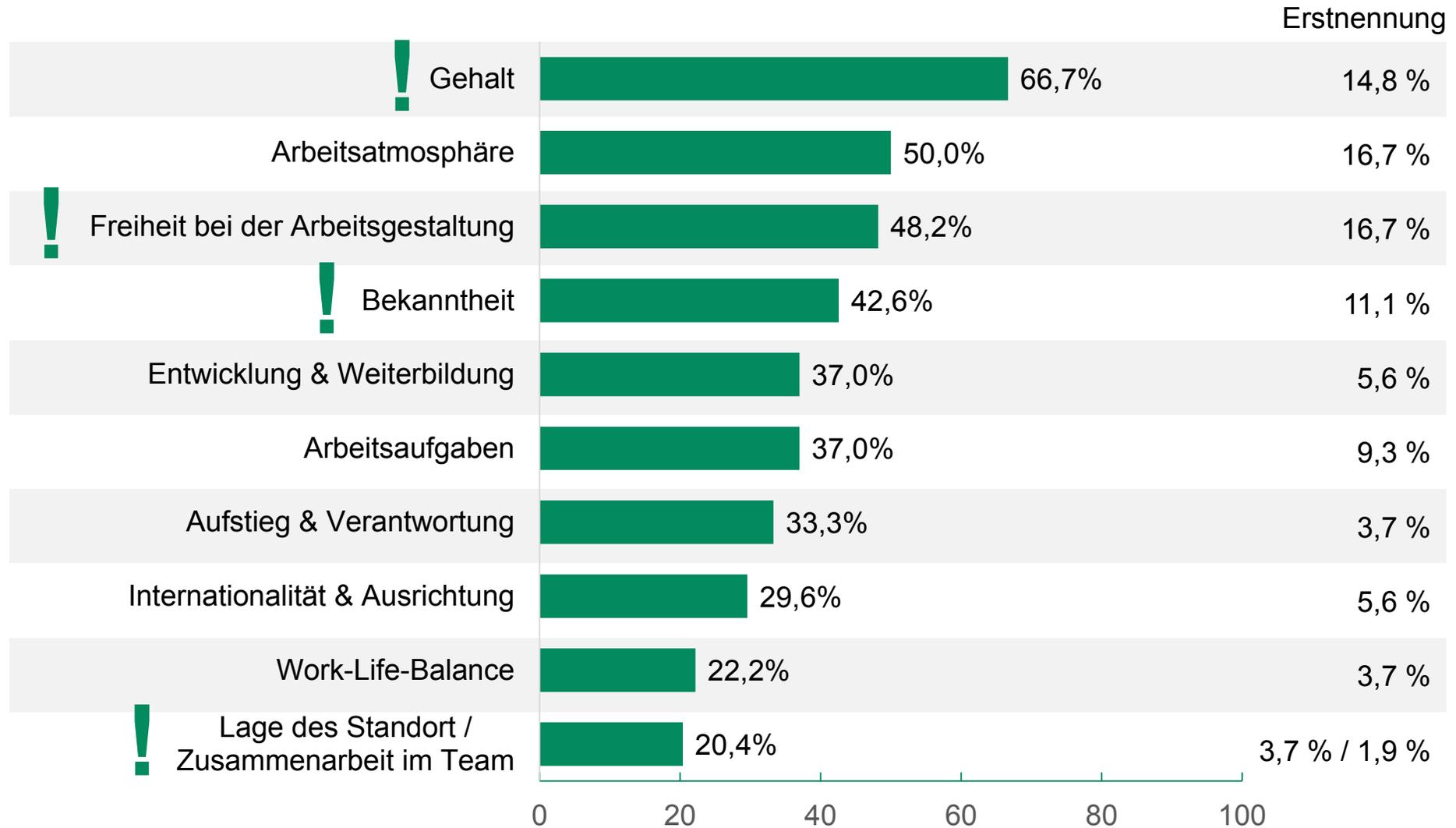


Daimler	5
Boston Consulting Group	4
Porsche	3
Adidas	2
Audi	2
McKinsey	2
BMW	2

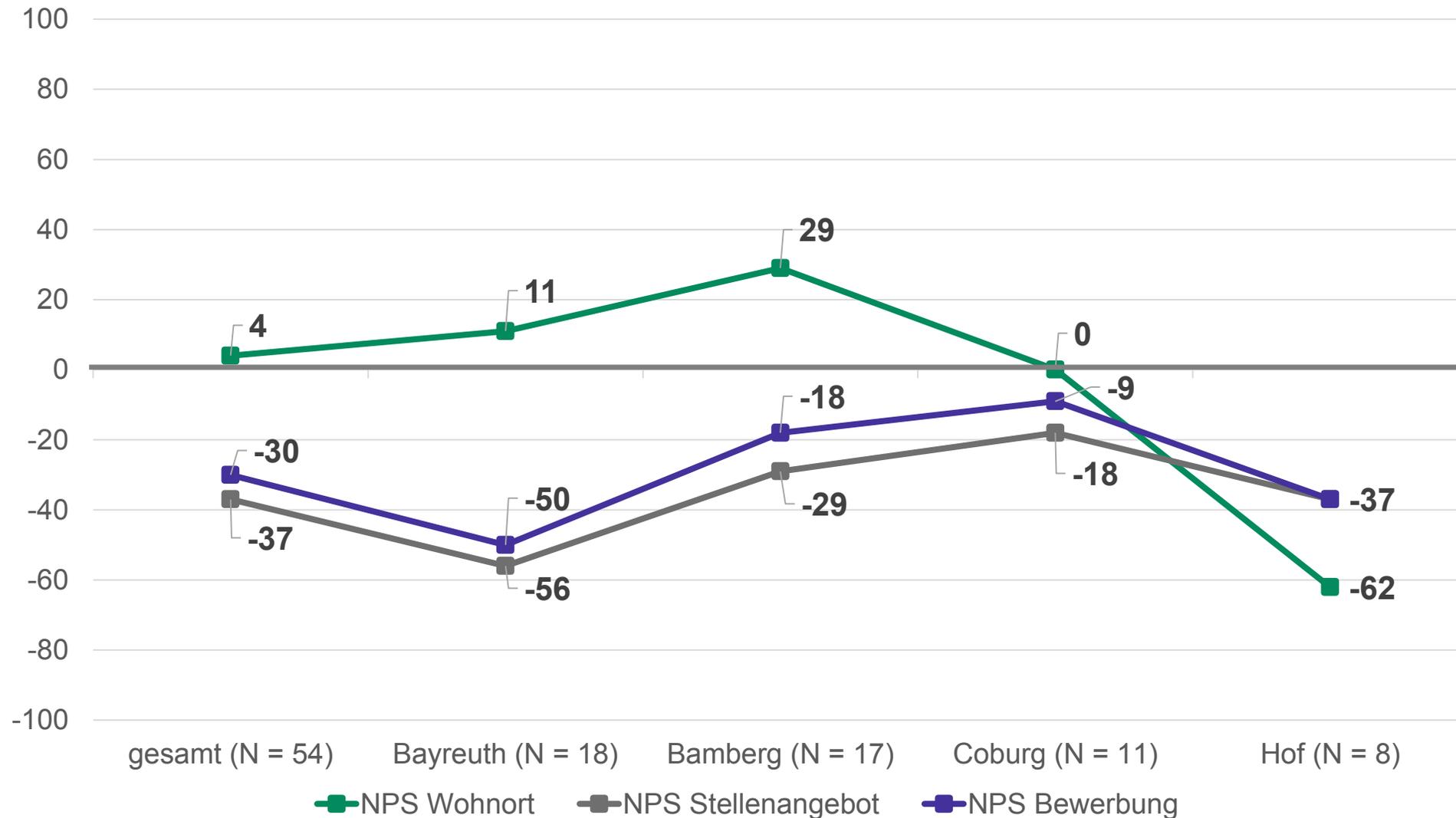
Kriterien bei der Auswahl möglicher Arbeitgeber: **Geschlossene Abfrage.**



Top 10 Kriterien für attraktive Arbeitgeber: Offene Abfrage.

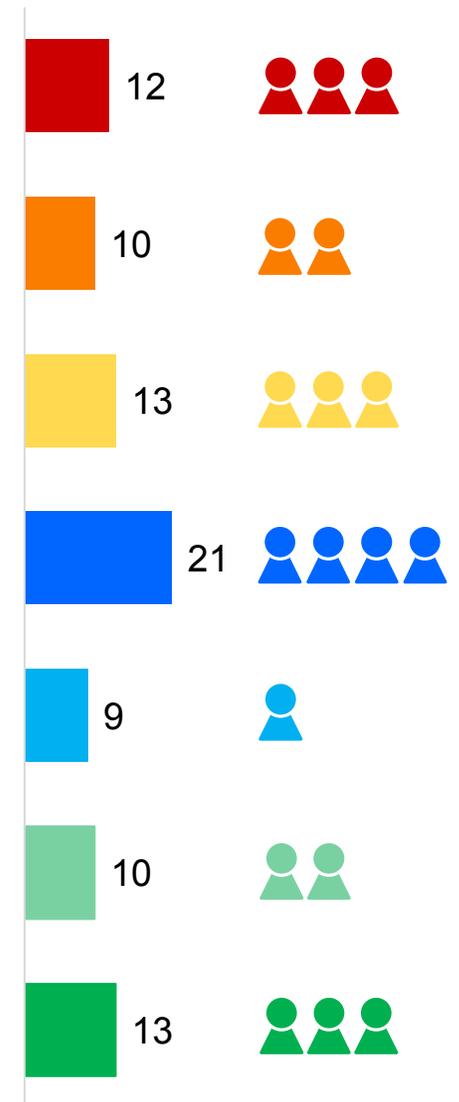
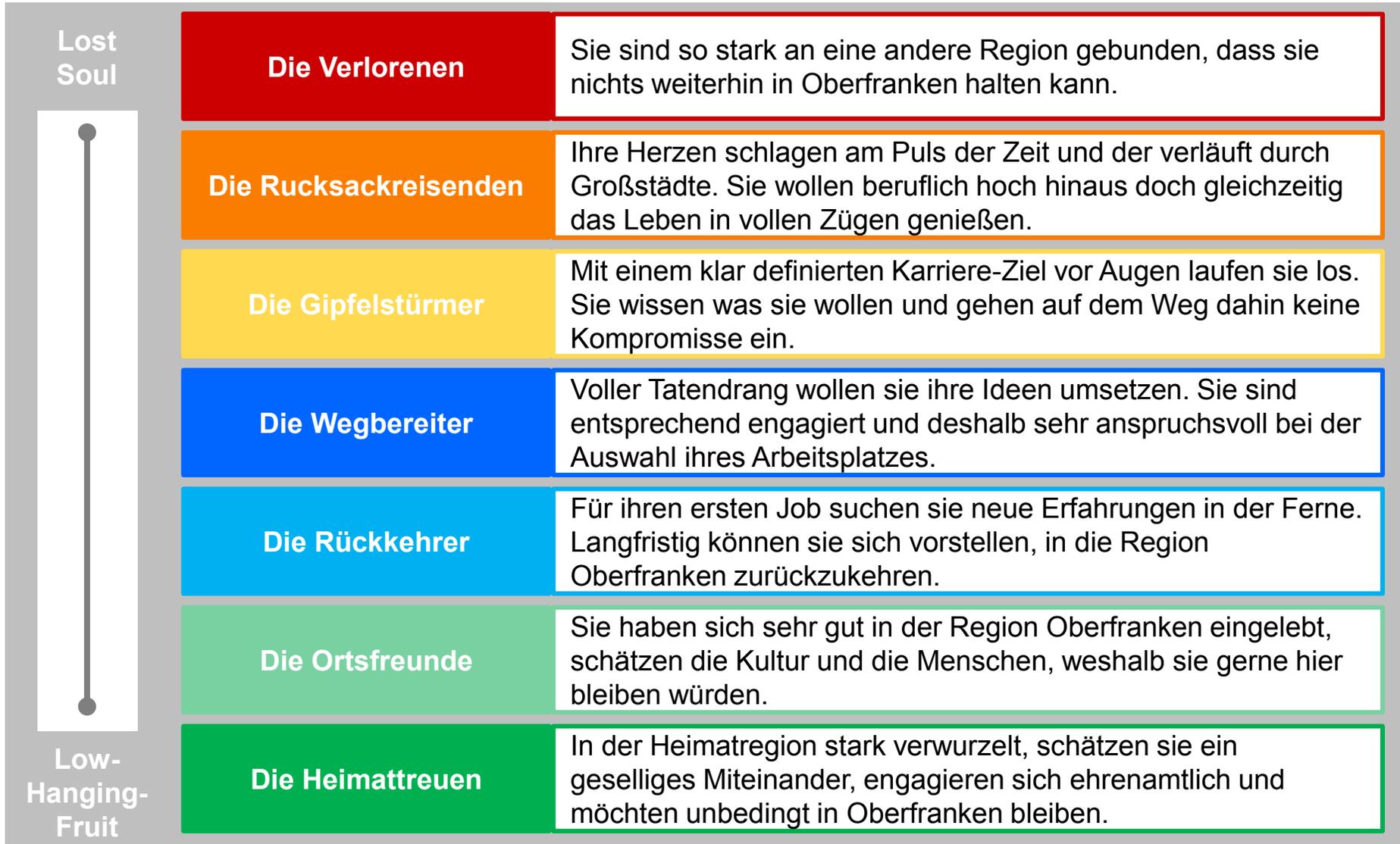


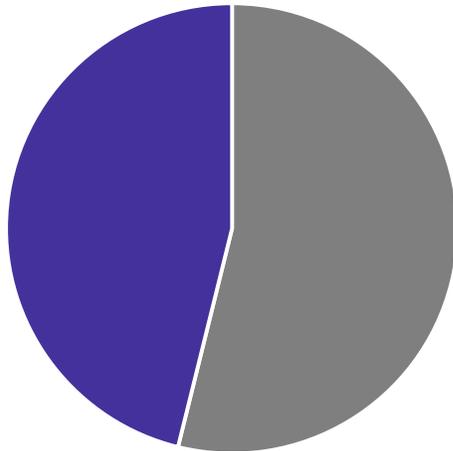
Beabsichtigen die Top-Talente, konkret in Oberfranken nach Jobs zu suchen?



Wie ticken die Top-Talente?

Die Top-Talente-Typographie: Wie ticken High Potentials?





■ Männlich ■ Weiblich

In der Heimatregion stark verwurzelt, schätzen sie ein geselliges Miteinander, engagieren sich ehrenamtlich und möchten unbedingt in Oberfranken bleiben.

heimatverbunden

familienorientiert

gebunden

engagiert

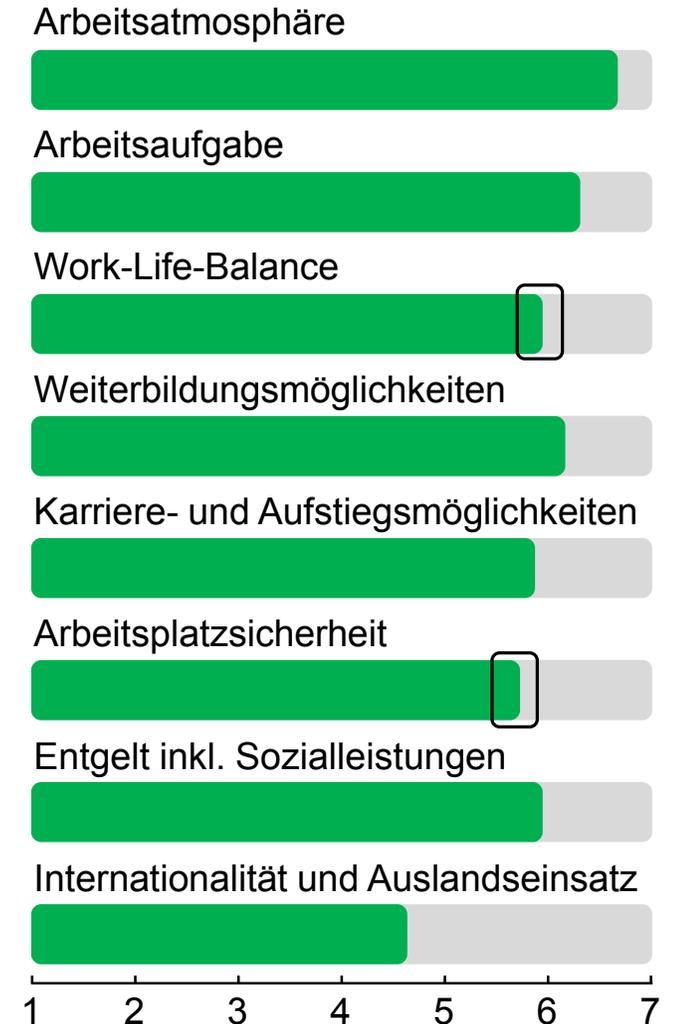
Gründe für Oberfranken

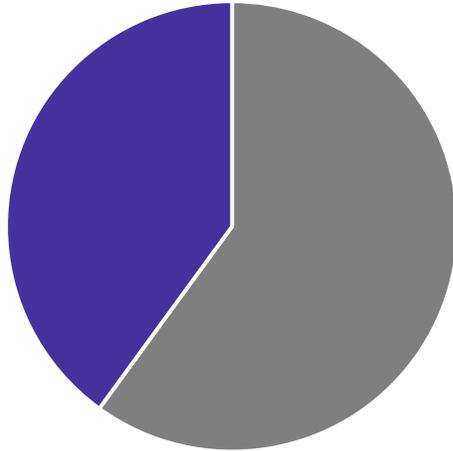
- + 61,5% Familie
- + 61,5% Soziales Netzwerk
- + 53,8% Geringe Lebenshaltungskosten

Gründe gegen Oberfranken

- 30,8% Geringe Auswahl an Freizeitangeboten
- 30,8% Unzureichendes Angebot zur Abendgestaltung
- 23,1% Fehlendes Großstadtflair

Anforderungen an Arbeitgeber





■ Männlich ■ Weiblich

Sie haben sich sehr gut in der Region Oberfranken eingelebt, schätzen die Kultur und die Menschen, weshalb sie gerne hier bleiben würden.

- „verliebt“
- gesellig
- verbunden
- naturverbunden

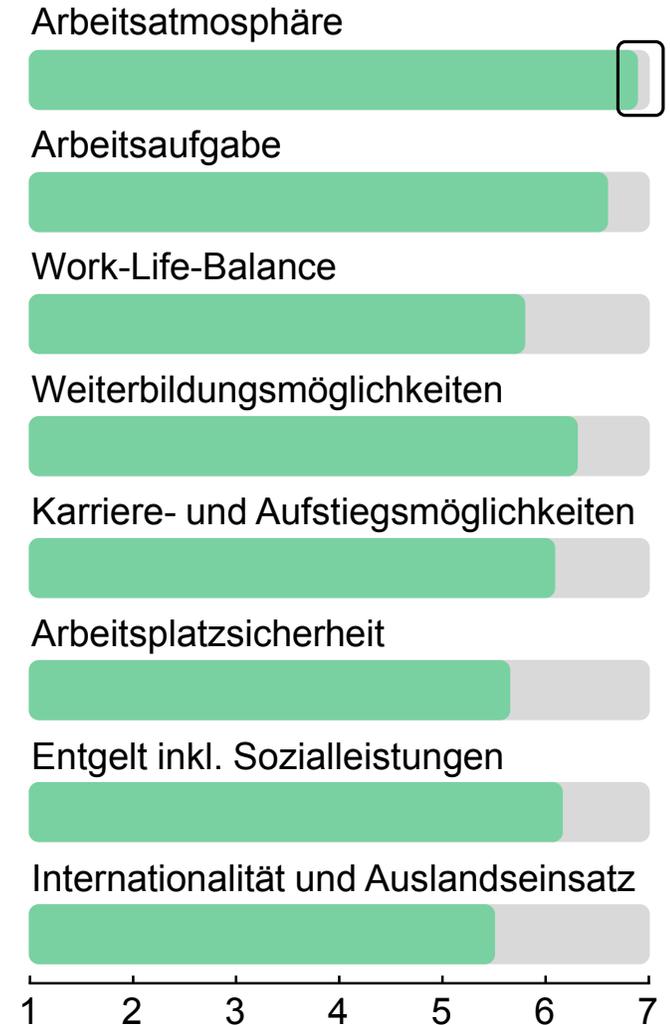
Gründe für Oberfranken

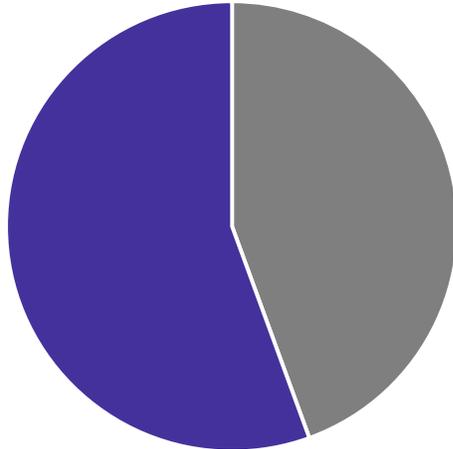
- + 50,0% Soziales Netzwerk
- + 40,0% Natur & Umgebung
- + 40,0% Kulturelles Angebot

Gründe gegen Oberfranken

- 20,0% Besserer Job / Arbeitgeber in anderer Stadt
- 20,0% Geringe Auswahl an Freizeitangeboten
- 20,0% Mangelnde Nahverkehrsanbindung

Anforderungen an Arbeitgeber





■ Männlich ■ Weiblich

Für ihren ersten Job suchen sie neue Erfahrungen in der Ferne. Langfristig können sie sich vorstellen, in die Region Oberfranken zurückzukehren.

karriereorientiert

familienorientiert

planvoll

naturverbunden

Gründe für Oberfranken

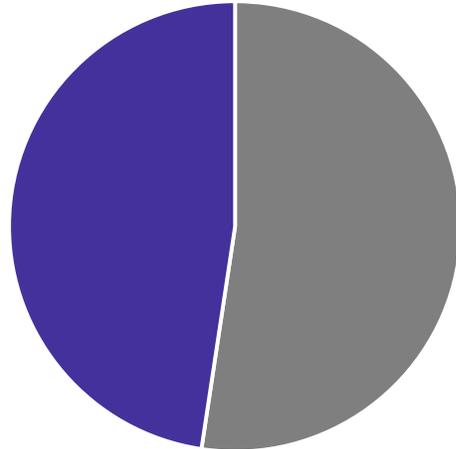
- + 66,7% Natur & Umgebung
- + 55,6% Familienfreundliche Stadt
- + 44,4% Partner/in
- + 44,4% Geringe Lebenshaltungskosten

Gründe gegen Oberfranken

- 44,4% Geringe Auswahl an Freizeitangeboten
- 33,3% Mangelnde Nahverkehrsanbindung
- 33,3% Mangelnde Fernverkehrsanbindung

Anforderungen an Arbeitgeber





■ Männlich ■ Weiblich

Voller Tatendrang wollen sie ihre Ideen umsetzen. Sie sind entsprechend engagiert und deshalb sehr anspruchsvoll bei der Auswahl ihres Arbeitsplatzes.

- engagiert
- innovativ
- verbunden
- flexibel

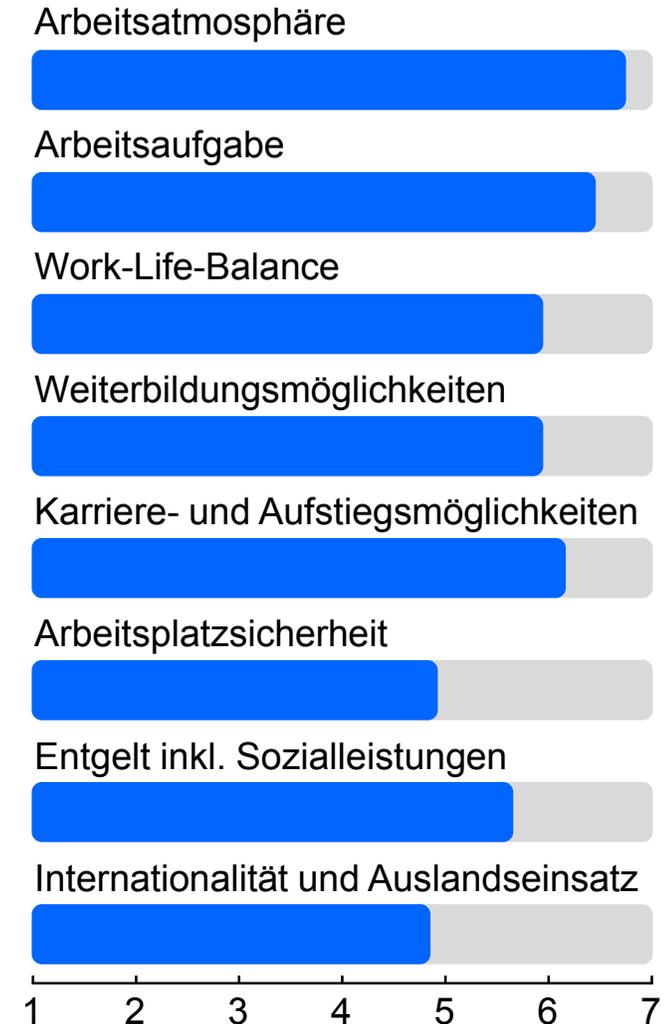
Gründe für Oberfranken

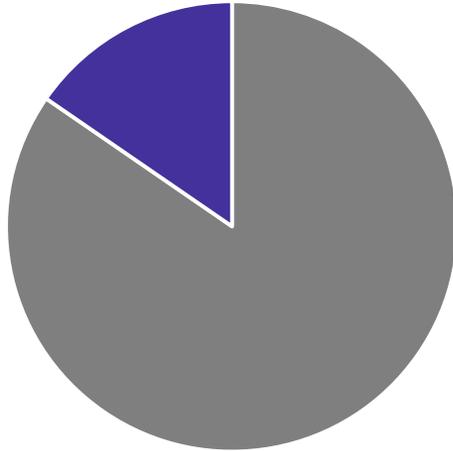
- + 42,9% Soziales Netzwerk
- + 33,3% Geringe Lebenshaltungskosten
- + 28,6% Natur & Umgebung
- + 28,6% Attraktive Städte

Gründe gegen Oberfranken

- 28,6% Geringe Auswahl an Arbeitgebern
- 23,8% Geringe Auswahl an Freizeitangeboten
- 19,0% Fehlende soziale Netzwerke
- 19,0% Geringe Auswahl an Jobangeboten
- 19,0% Unzureichendes Angebot zur Abendgestaltung

Anforderungen an Arbeitgeber





■ Männlich ■ Weiblich

Mit einem klar definierten Karriere-Ziel vor Augen laufen sie los. Sie wissen was sie wollen und gehen auf dem Weg dahin keine Kompromisse ein.

karriereorientiert

statusorientiert

super-ehrgeizig

markenaffin

Gründe für Oberfranken

- + 53,8% Natur & Umgebung
- + 46,2% Geringe Lebenshaltungskosten
- + 46,2% Soziales Netzwerk

Gründe gegen Oberfranken

- 46,2% Mangelnde Fernverkehrsanbindung
- 30,8% Geringe Auswahl an Arbeitgebern
- 30,8% Fehlendes Großstadtflair

Anforderungen an Arbeitgeber

Arbeitsatmosphäre



Arbeitsaufgabe



Work-Life-Balance



Weiterbildungsmöglichkeiten



Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten



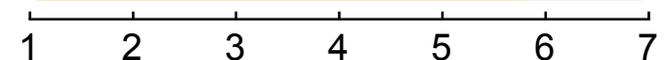
Arbeitsplatzsicherheit

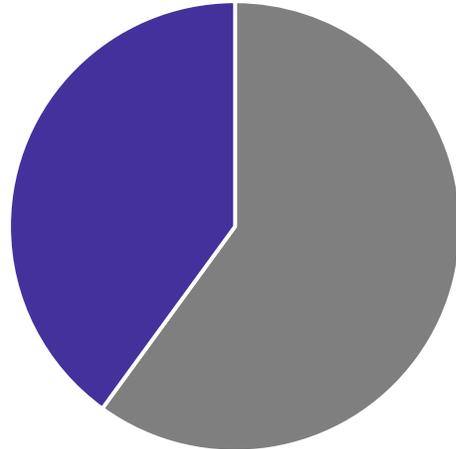


Entgelt inkl. Sozialleistungen



Internationalität und Auslandseinsatz





■ Männlich ■ Weiblich

Ihre Herzen schlagen am Puls der Zeit und der verläuft durch Großstädte. Sie wollen beruflich hoch hinaus doch gleichzeitig das Leben in vollen Zügen genießen.

- abenteuerlustig
- urban
- modern
- trendig

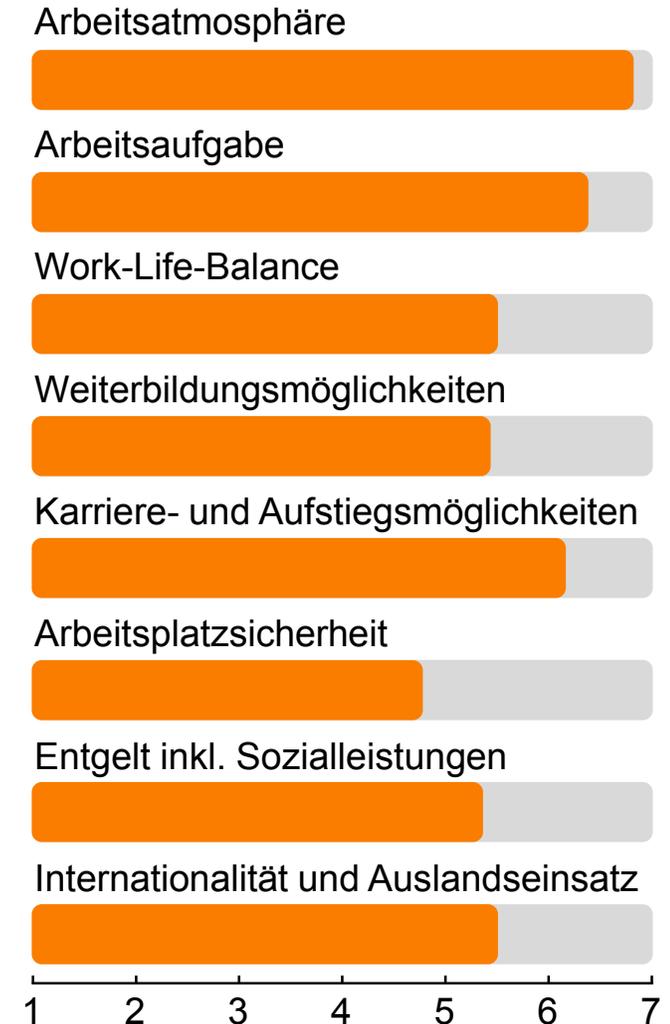
Gründe für Oberfranken

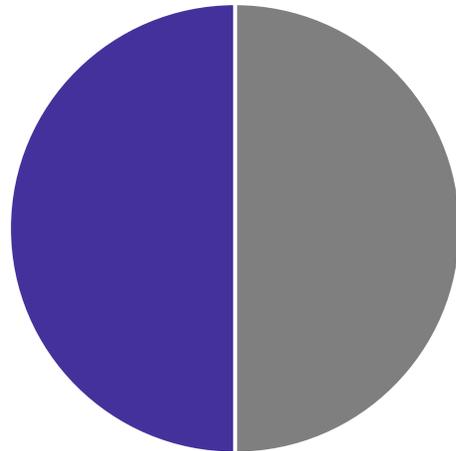
- + 50,0% Attraktive Städte
- + 40,0% Soziales Netzwerk
- + 40,0% Natur & Umgebung
- + 40,0% Geringe Lebenshaltungskosten
- + 40,0% Kurze Wege

Gründe gegen Oberfranken

- 30,0% Fehlende soziale Netzwerke
- 20,0% Geringe Auswahl an Arbeitgebern
- 20,0% Geringe Auswahl an Freizeitangeboten
- 20,0% Fehlendes Großstadtflair
- 20,0% Wunsch nach Abwechslung
- 20,0% „Semesterferienleere“

Anforderungen an Arbeitgeber





■ Männlich ■ Weiblich

Sie sind so stark an eine andere Region gebunden, dass sie nichts weiterhin in Oberfranken halten kann.

gebunden

verloren

Gründe für Oberfranken

- + 50,0% Soziales Netzwerk
- + 41,7% Kurze Wege
- + 41,7% Attraktive Städte

Gründe gegen Oberfranken

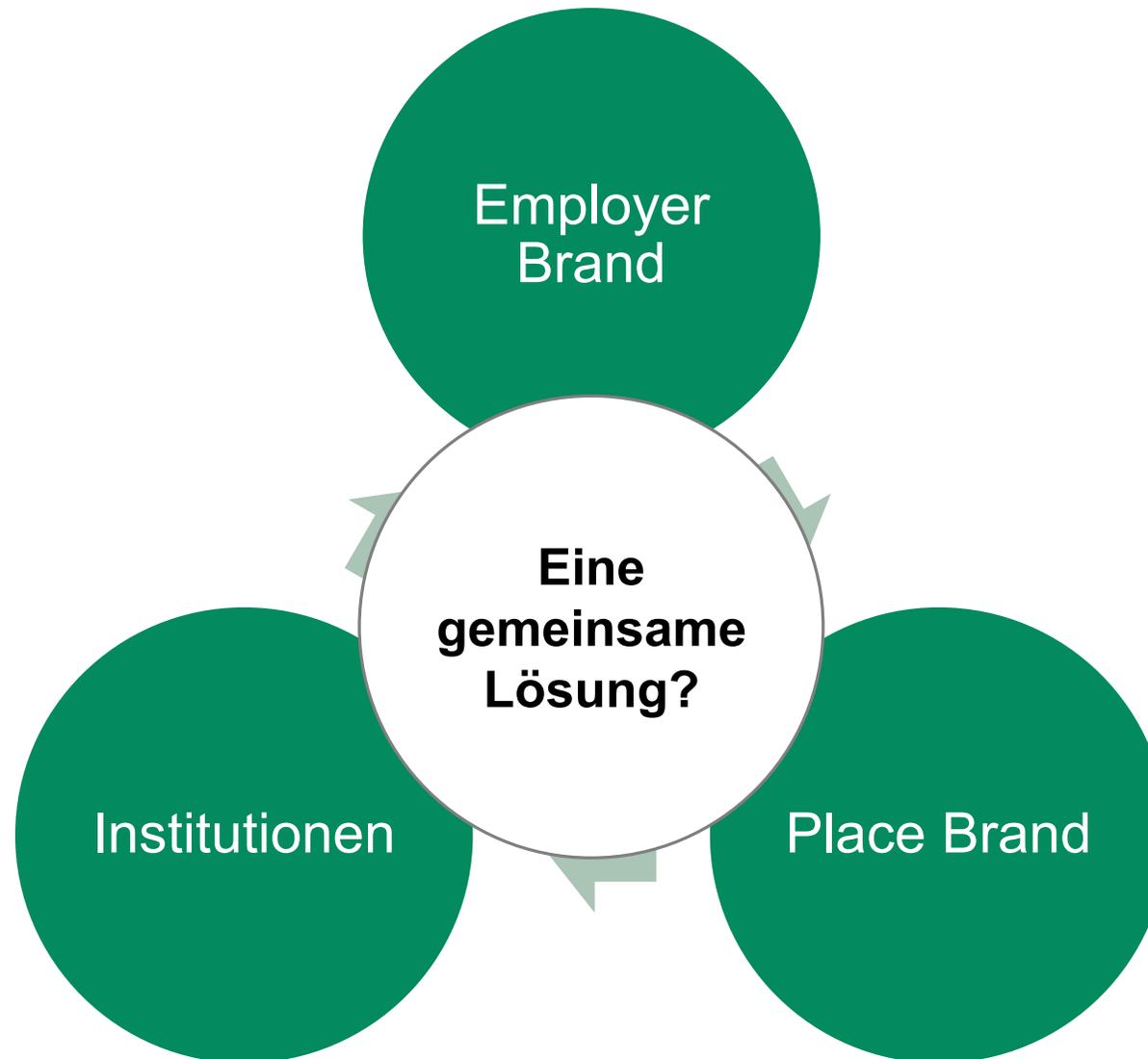
- 33,3% Mangelnde Fernverkehrsanbindung
- 25,0% Geringe Auswahl an Arbeitgebern
- 16,7% Familie
- 16,7% Heimatverbundenheit
- 16,7% Fehlende soziale Netzwerke
- 16,7% „Semesterferienleere“

Anforderungen an Arbeitgeber



Wie kann es gelingen, mehr Top-Talente für Oberfranken zu gewinnen?

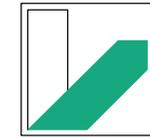
**Drei verschiedene
Perspektiven**



**Unzählige
Stakeholder**

Operative Empfehlung für Employer Brands:

- Top-Talente für Praktika auswählen, die im Anschluss an ihr Studium mit einer höheren Wahrscheinlichkeit in der Region bleiben möchten.
- Kleine Betriebe: Gehen meist erst dann auf Karrieremessen, wenn sie konkret offene Stellen haben, die passen (→ Akademiker). Eine starke Employer Brand ist immer präsent – nutzen Sie vorhandene Plattformen (z.B. Sponsoren-Netzwerk eines Sportvereins).
- Kooperationsprojekte mit wirklichem Mehrwert für Studierende und Unternehmen (→ Reale Fragestellungen bearbeiten) – keine „Recruiting-Fallstudien“.
- Heimvorteil ausspielen: Bei Karrieremessen z.B. mit Geschäftsführern oder Abteilungsleitern vor Ort sein.



Strategische Empfehlung für Employer Brands:

- Eigen- von Fremdwahrnehmung trennen: Vom guten zum attraktiven Arbeitgeber.
- Organisation und Kultur muss den passenden Rahmen für High Potentials bieten (z.B. Eigenverantwortung; Fehlertoleranz; Aufstiegschancen; Förderung).
- Junior Stellen schaffen, statt später Führungskräfte teuer einkaufen.
- Bestehende Marken nutzen und prominent platzieren!
 - Gipfelstürmer und Rucksackreisende: Einsatz der Marke „Metropolregion Nürnberg“
 - Heimattreue und Ortsfreunde: Einsatz der Marke „Echt. Stark. Oberfranken.“ / „Genussregion Oberfranken“ bzw. Sportmarken und Eventmarken (→ Sponsoring)
- Candidate und Employee Journey: An die Motive der jeweiligen Zielgruppe anpassen.
- Mut zur unterscheidungskräftigen Employer Brand!

- Wahrnehmung schaffen: „In der Region Oberfranken gibt es viele attraktive Unternehmen.“
 - Unternehmensportfolios der Region deutlich machen → Breite und Größe zeigen
 - Wegstrecken zwischen Top-Arbeitgebern relativieren: Nicht in „Kilometern“ sondern in „Minuten“ argumentieren: Wie viele / welche Top-Arbeitgeber finde ich innerhalb von 30 Minuten Fahrtzeit?
- Verkehrsanbindung: Oberfranken muss sich gemeinschaftlich dafür stark machen, dass ganz Oberfranken an ICE etc. angebunden ist. → (Wahrgenommene) Distanz zur Metropolregion Nürnberg verkürzen.
- Mehr Angebote für junge Menschen schaffen (notfalls mit Unterstützung durch Employer Brands).

- Image der Region gemeinschaftlich fördern: *Oberfranken – Die Macher-Region* (Beispiel!!)
- Hochschulen: An Studierende kommunizieren, dass es eine Vielzahl attraktiver Unternehmen gibt (z.B. über Onlineauftritt, Professoren, etc.) und welche Chancen, gerade der Mittelstand bietet.
- Verbände / Kammern etc.: Auch kleineren Unternehmen Zugang zu den Hochschulen ermöglichen (z.B. für Kooperationsprojekte).
- Verbindung zwischen Jung-Unternehmern mit Geschäftsideen und möglichen Produzenten / Investoren aus der Region herstellen (→ Bsp. Space Wallet).
- Vereine: Nähe zu Hochschulen suchen, damit die Top-Talente Netzwerke außerhalb der Hochschulen (→ keine reinen „Studierendenfreundeskreise“) aufbauen können. → Wurzeln schlagen in der Region.
- Zusammenarbeit zwischen „kleineren“ Employer Brands (z.B. bei Dual Career; Mitarbeiterförderung; Benefits) fördern.

Sie haben Fragen zur Präsentation?

Bitte E-Mail an:

pablo.neder@uni-bayreuth.de