

# *Employer Branding für starken Fachkräftenachwuchs*

---

Thomas Rentsch

Verantwortlicher Bildungspolitik carrosserie suisse  
Geschäftsführer TOP-Ausbildungsbetrieb



**carrosserie suisse** <sup>+</sup>



## Was ist Employer Branding?

Employer Branding ist eine unternehmensstrategische Maßnahme, bei der Konzepte aus dem Marketing – insbesondere der **Markenbildung** – angewandt werden, **um ein Unternehmen insgesamt als attraktiven Arbeitgeber darzustellen** und von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abzuheben. [Wikipedia](#)

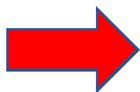


Abo Auszubildende fehlen

# Zum Lehrbeginn sind mehr als 12'500 Stellen noch unbesetzt

Besonders Branchen, die bereits unter dem Fachkräftemangel leiden, suchen noch Nachwuchs.

*Quelle: Sonntagszeitung, 6.8.2022*



**Der Wettbewerb spielt. Im Kampf um Talente muss der Betrieb mit Attraktivität überzeugen!**

## Lehrvertragsauflösungen Periode 2017-2021

Berufe	Total Lernende	Anzahl Lernende mit LVA	LVA-Quote	
Gebäudereiniger/in EFZ	49	21	42.9	
Gipser/in-Trockenbauer/in EFZ	80	34	42.5	
<b>Carrosserielackierer/in EFZ</b>	<b>223</b>	<b>91</b>	<b>40.8</b>	
Fotofachmann/-frau EFZ	60	24	40	
Montage-Elektriker/in EFZ	595	237	39.8	Automobilmechatroniker/in EFZ
Pferdefachmann/-frau EFZ	78	31	39.7	29.3%
<b>Lackierassistent/in EBA</b>	<b>43</b>	<b>17</b>	<b>39.5</b>	
Recyclist/in EFZ	31	12	38.7	Automobilfachmann/-frau EFZ
Bekleidungsgestalter/in EFZ	39	15	38.5	29.1%
Mikrozeichner/in EFZ	40	15	37.5	
Podologe/Podologin EFZ	32	12	37.5	Automobilassistent/-in EBA
Baupraktiker/in EBA	75	28	37.3	23.2%
Winzer/in EFZ	41	15	36.6	
<b>Carrosseriespengler/in EFZ</b>	<b>160</b>	<b>58</b>	<b>36.3</b>	
<b>Fahrzeugschlosser/in EFZ</b>	<b>31</b>	<b>6</b>	<b>19.4</b>	

## *In 7 Schritten zur Attraktivität*

1. Employer Branding nicht als Marketingtrick, sondern mit gelebter Kultur zum Erfolg führen
  2. Wertschätzende Betriebs- und Ausbildungskultur
  3. Commitment – Versprechen an die künftigen Lernenden
  4. Lernbegleitung anstatt Lehrmeisterei
  5. Interesse und Verständnis der Generation und der Individuen – SwissSkills
  6. Mitarbeiter-/Lernendenanlässe
  7. Storytelling – Neue Medien
-

*Schritt 2: Wertschätzende Betriebs- und Ausbildungskultur*  
**Die Kernfrage**

**„MÖGEN SIE MENSCHEN  
WIRKLICH?“**

## SOFT SKILLS SIND DIE NEUEN HARD SKILLS



# SOZIALE SKILLS

Teamfähigkeit, Kommunikation, Kollaboration, Präsentation, Verhandlung, Leadership, Empathie, Kundenzentrierung

# SERVICE QUALITÄT, KREATIVITÄT,

# SELBSTKOMPETENZ

Neugierde, Agilität

## Employer Branding und Young Talents

# Warum sprechen wir von Talenten?



YOUNG  
TALENTS



### Schritt 3: Ihr Ausbildungscommitment

**Bekennen Sie Farbe! Ihr Versprechen an die Jugendlichen und die Eltern!**

Die **Carrosserie Rusterholz AG** ist ein Betrieb:

- welcher sich zu nachhaltiger Ausbildung bekennt
- welcher in der Ausbildung modern und kompetent unterwegs ist
- welcher attraktiv für Jugendliche ist und ihnen Perspektiven gibt
- welcher Lernbegleitung lebt
- welcher Menschen fachlich und persönlich weiterbringt
- welcher Ausbildung mit Überzeugung lebt
- in welchem ALLE diese Werte unterstützen und mithelfen, dass die Lernenden von Beginn weg vollwertiger Teil der **Carrosserie Rusterholz AG** sind!



## Tradition versus Lernbegleitung

### Der Lehrmeister



- Folgt nach dem Prinzip Vormachen – Nachmachen
- Gibt alle Informationen vor
- Versucht Fehler zu vermeiden
- Leitet Schritt für Schritt an
- Führt zur «einen richtigen Lösung»

### Der Lernbegleiter

- Übergibt reale Arbeitsaufgaben zur selbständigen Bearbeitung
- Lässt den Lernenden die nötigen Informationen selbst beschaffen
- Lässt Fehler als Lernchancen zu
- Bleibt im Hintergrund, beobachtet, steht für Rückfragen zur Verfügung, wartet ab
- Lässt viele richtige Lösungen zu
- Bespricht alles intensiv nach

## Lernbegleitung: Motivation durch Erfolgserlebnisse

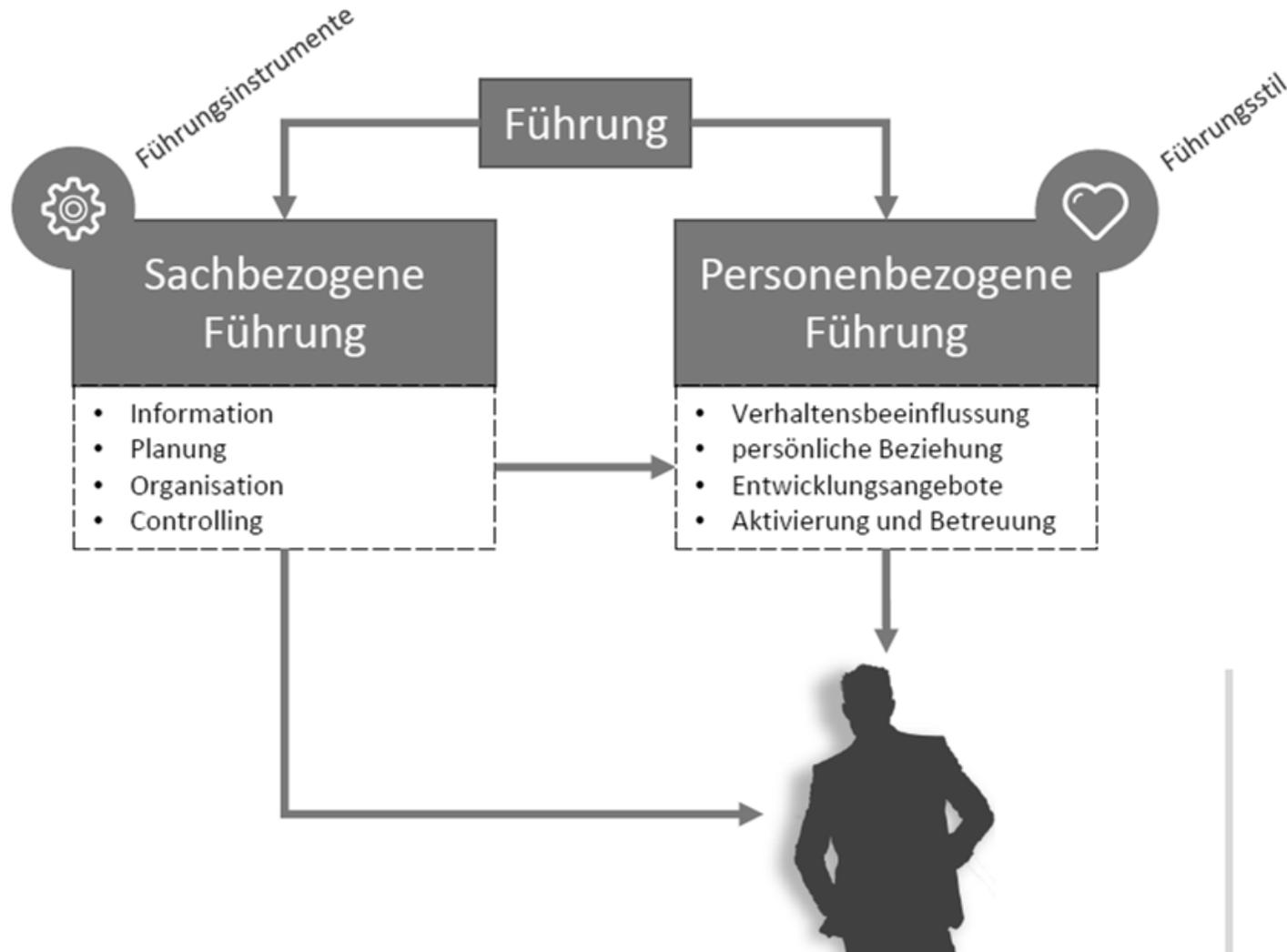


- Optimale Forderung = optimale Förderung
  - Auf aktuellen Ressourcen der Lernenden aufbauende Lernaufgaben
  - Herausfordernd aber nicht überfordernd
  - Gute Kenntnis der aktuellen Kompetenzen der Lernenden ist Voraussetzung
  - Diskrete Unterstützung, damit der Lernerfolg den Lernenden gehört
- Gesteigertes Selbstvertrauen, Neues zu wagen - Motivation

## Schritt 5: Interesse am Menschen und Verständnis der Generation Z



## Was ist Führung?



«Führung ist die bewusste und zielbezogene Einflussnahme auf Menschen.»  
(von Rosenstiel, 2009)

## Gewinnung von jungen Talenten

- **Gutes Arbeitsklima, Team, Kolleginnen und Kollegen** sind sowohl für Frauen (94%) als auch für Männer (87%) der wichtigste Grund für die Wahl des Arbeitgebenden.
- Das Gehalt ist weder für Frauen (31%) noch für Männer (27 %) das Hauptkriterium bei der Wahl des Unternehmens.
- Männer legen deutlich mehr Wert auf **moderne Technik** und Infrastruktur (35%), während Frauen mehr Wert auf eine **gute Work-Life- Balance** (53%) legen.
- Die Jobsuche über **klassische Stellenanzeigen** steht bei beiden Geschlechtern an erster Stelle (80%), gefolgt von persönlichen Kontakten (75%).
- Soziale Medien spielen keine grosse Rolle in der Stellensuche, Ausnahme ist LinkedIn (30%).

## der Chef / Auszubildende soll sein...

### «Freund»

- nicht vordergründig fachlich, sondern persönlich, sozial
- starke informelle Beziehungsebene, «ist 24/7 da»
- Status(symbole) wenig relevant



### «Firefighter»

- bedürfnisorientiert, sehr situativ, schnell reagierend
- packt selbst mit an



### «Fachexperte»

- Konzept des «Modern Polymath»\*: kompetent in versch. Bereichen, handelt interdisziplinär
- qualifiziert sich / wird gemessen an Fachkenntnis und führt durch «Universal-kompetenz»



## Was Führung nicht tun sollte



Kein Interesse haben

Nicht begeisterungsfähig sein

Keine Anreize setzen

Aggressiv auftreten

Vorurteile pflegen

Keine Empathie zeigen

Nicht offen sein für Feedback

Druck aufbauen

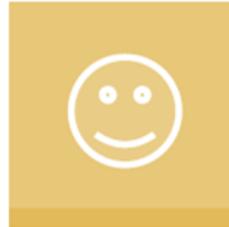
Starken Fachfokus haben

Enge Rollenbilder leben

# Führungskompetenzen

## Humor

Fähigkeit, sich von aussen relativierend zu betrachten



## Hilfsbereitschaft

Fähigkeit, anderen Hilfe zu leisten



## Mitarbeiterförderung

Fähigkeit, Mitarbeiter zu fördern



## Konfliktlösefähigkeit

Fähigkeit, auch unter Konflikten erfolgreich zu handeln und diese aufzulösen



## Teamfähigkeit

Fähigkeit, in und mit Teams erfolgreich zu arbeiten



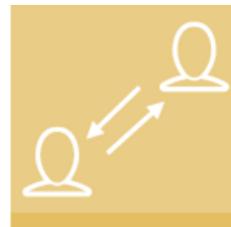
## Kommunikationsfähigkeit

Fähigkeit, mit anderen Personen erfolgreich zu kommunizieren



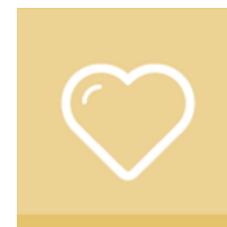
## Beziehungsmanagement

Fähigkeit, persönliche und arbeitsbezogene Beziehungen zu gestalten



## Soziales Engagement

Fähigkeit, sozial tatkräftig zu handeln



## Entwicklung von jungen Talenten

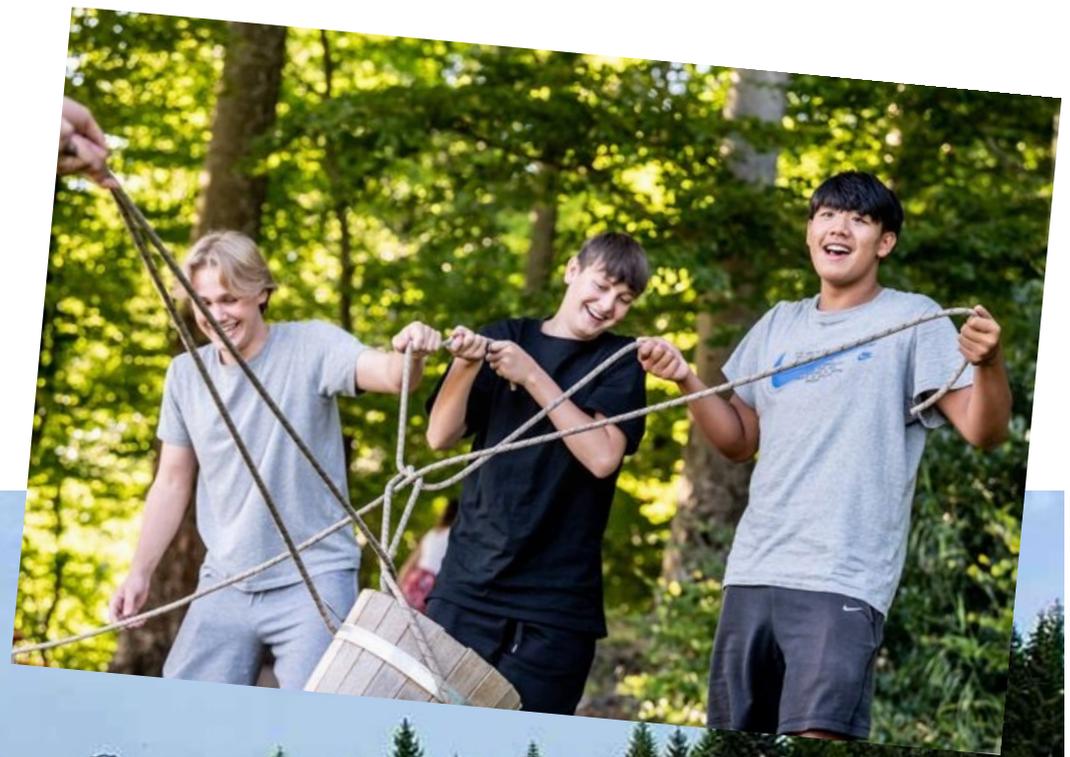
- Die mit Abstand wichtigste Anforderung an alle Führungskräfte ist **Wertschätzung, wie Vertrauen und Respekt** (78% bei Frauen und 77% bei Männern).
- **Ehrlichkeit und eine offene Kommunikation** stehen bei den Erwartungen an eine Führungskraft sowohl bei den Frauen (65%) als auch bei den Männern (61%) an zweiter Stelle.
- Fehlende **Karriereaufstiegchancen** sind sowohl für Männer (35%) als auch für Frauen (32%) Push-Faktoren für einen Unternehmenswechsel.
- Einbindung bei Entscheidungen ist für Männer deutlich wichtiger (18%), während **Frauen mehr Wert auf Gleichberechtigung** legen (25%).

Die Zeiten autoritärer Führung sind vorbei:  
Vorleben, mitreissen, überzeugen...

## Bindung von jungen Talenten

- Die drei Hauptgründe, warum junge Menschen ein Unternehmen verlassen, sind zwischenmenschlicher Natur; Schlechtes Betriebsklima (64%), mangelnde Wertschätzung (62%) und Unzufriedenheit mit der Führungskraft (41%).
- Arbeitsplatzsicherheit ist sowohl für Frauen (50%) als auch für Männer (44%) ein wichtiges Bedürfnis, auch in Zeiten niedriger Arbeitslosigkeit und zunehmenden Fachkräftemangels.
- 49% der Männer können sich vorstellen, länger als vier Jahre in ihrem derzeitigen Unternehmen zu bleiben, aber nur 34% der Frauen.
- Beteiligungen an Aus- und Weiterbildung (23%), zusätzliche Ferien (17%) und Bonuszahlungen (14%) sind die meistgeschätzten Zusatzleistungen zum Lohn.

# Schritt 6: Lernendenanlässe/Lernenden Camp/Welcome-Event...



## *Schritt 7: Mit Storytelling Good Stories durch eure Lernenden verbreiten*

Wer glaubt dass Storytelling nur etwas für Kommunikationsabteilungen sei, der/die irrt. Immer wenn junge Menschen mit Ihnen zu tun haben, egal ob auf Insta, im Supermarktregal oder als Arbeitgeber, entsteht daraus eine Geschichte. Ob sie gut oder schlecht ist, haben Sie in der Hand. Eine die man weitererzählt und Sehnsucht stiftet, oder eine die zu verbreiteter Ablehnung führt.

Die erfolgreichste Story ist die sogenannte **Heldengeschichte**. Sie besteht aus vier Elementen: einer Herausforderung, einer Emotion, einer Heldin oder einem Helden und einer Transformation. Es liegt an dem tief verankerten Bedürfnis der Selbstwerterhöhung, dass wir am liebsten Geschichten erzählen, bei der wir selbst in einer heldenhaften Rolle sind. Wenn ich von einem Projekt erzähle, möchte ich in einer guten Story darstellen können, was mein persönlicher Beitrag zum Gelingen war. Wenn es um Kommunikation und Zielgruppenansprache geht, müssen Sie sich die folgende Frage stellen:

Was würde ich meinen Freunden erzählen, warum ich diesen Kanal abonniere, einen Post kommentiere oder eine Story like?

# Viel Erfolg!

## Warum gelebte Werte Bindung schaffen

Der Beruf nimmt einen großen Teil unseres Lebens ein, daher ist es umso wichtiger, dass wir uns wohlfühlen. „Wohlfühlen“ ist dabei ein weitgefasserter Begriff, denn es sind vielfältige Faktoren, die darüber entscheiden, ob es tatsächlich passt. Machen die Aufgaben Spaß? Stimmt die Stimmung im Team? Gibt es eine gute Verbindung zu den Vorgesetzten? Gibt es eine angemessene Fehlerkultur? Letztendlich tragen die einzelnen Aspekte zu einem bei: der gelebten Kultur im Unternehmen – und zwar ganz unabhängig davon, ob die Unternehmenskultur bewusst definiert wird oder nicht. Und sie entscheidet darüber, ob aus Bewerber:innen Auszubildende und aus Auszubildenden langjährige Mitarbeiter:innen werden.

