

Ergebnisse der Umfrage

„agw-Workshop Recruiting und Ausbildungsmarketing“



Thema der
Umfrage

Status-Quo bei den Verbänden zur Thematik
„Recruiting und Ausbildungsmarketing“

Zeitraum

25.Feb - 22.März

Teilnehmer

Aggerverband, Bergisch-Rheinischer Wasserverband,
Emschergenossenschaft, Erftverband, LINEG,
Lippeverband, Niersverband, Ruhrverband,
Wahnachtalsperrenverband, Wasserverband Eifel-Rur,
Wupperverband

Recruiting von Fachkräften

Qualifikation der Bewerber*innen

- Geringe Anzahl an qualifizierten Bewerbungen
- Wenig Hochschulabsolventen mit Berufserfahrung

Fachkräftemangel

- Fachkräftemangel bei Nischenberufen
- Mangel an Frauen in technischen und IT-Berufen

Vergütung

- Im Vergleich zum freien Markt - niedrige Gehaltsstruktur bei hochwertigen Stellen
- Vergütung nach Tarif ist teilweise nicht konkurrenzfähig

Ansprache und Erreichbarkeit

- Festlegung der passenden Recruiting Kanäle
- Richtige Ansprache potentieller Bewerber*innen

Bekanntheit und Attraktivität

- Geringer Bekanntheitsgrad
- Arbeitgeberattraktivität wird als gering eingeschätzt

Interne Strukturen

- Hemmende Abläufe und Strukturen im Auswahl- und Entscheidungsprozess
- Innerbetriebliche Anforderungen und Vorstellungen

Ausbildungsmarketing

Qualifikation der Bewerber*innen

- Geringe Anzahl an qualifizierten Bewerbungen
- Schlechte schulische Voraussetzungen

Ansprache und Erreichbarkeit

- Auswahl der richtigen Kanäle zur Zielgruppenansprache

Arbeitgeberattraktivität

- Teilweise schlechtes Image der Wasserwirtschaft bzw. der Berufe

Unverbindlichkeit und fehlende Motivation

- Mangelnde Verbindlichkeit/ Rückmeldung der Bewerber*innen
- Fehlende Bereitschaft dauerhaft im erlernten Beruf zu verbleiben

Bekanntheit

- Fehlende Reichweite
- Geringer Bekanntheitsgrad der wasserwirtschaftlichen Berufe

- Berufe mit besonderen Fachkenntnissen
- vornehmlich der technischen oder umwelttechnischen Ausbildungsberufe

Branchenübergreifende Berufe

- Ingenieure insb. Bau- und Elektroingenieur
- Elektriker und Elektroniker
- Fachinformatiker
- Kaufleute
- Forstwirte
- Geomatiker

Branchenspezifische Berufe

- Fachkraft für Rohr-, Kanal- und Industrieservice
- Fachkraft für Abwassertechnik
- Fachkraft für Wasserwirtschaft
- Wasserbauer

Eigene Ausbildung/ Weiterbildung

- Unterstützung bei Weiterbildungen oder berufsbegleitendes Studium
- Teilnahme an Förderprogrammen (zB. Deutschlandstipendium)

Modernisierung des Recruiting- verfahrens

- Einführung eines digitalen Bewerbermanagementsystem
- Schnelleres Bewerbungsverfahren

Darstellung als attraktiver Arbeitgeber

- Benefits wurden in den Fokus gerückt
- Konzept „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“

Social Media und Online

- Implementieren von Social Media, um die Reichweite aufzubauen (Instagram, Xing, LinkedIn)
- Launch einer Karriere-Webseite

Speziell zugeschnittene Stellenanzeigen

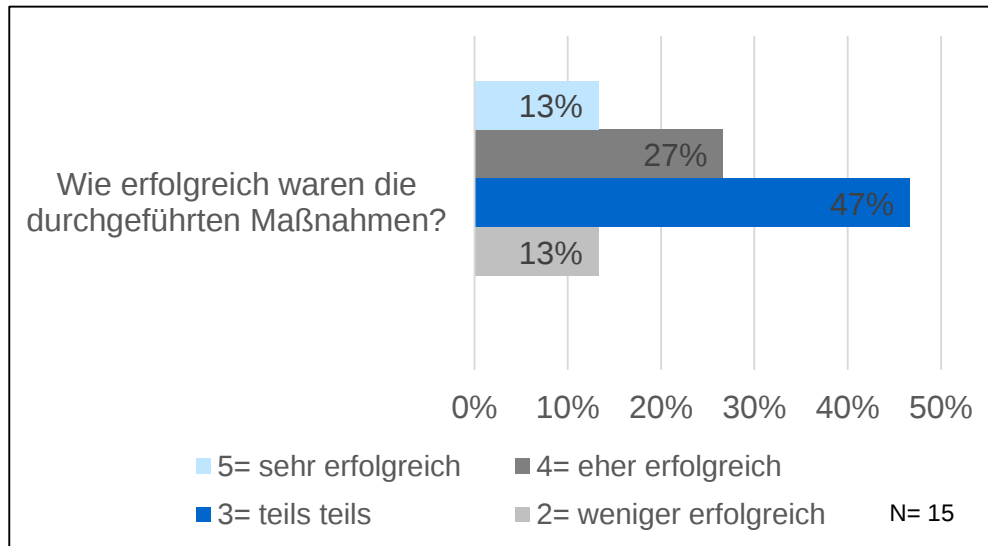
- Stellenanzeigen gezielt veröffentlichen
- Stellenanzeigen auf den jeweiligen Kanal zuschneiden

Direkter Kontakt zu Schülern

- Kooperationen mit Schulen
- Ausbildungsmessen
- Umfassendes Praktikumsplatzangebot

Klassische Werbemaßnahmen

- Imagefilm
- Werbebanner an Standorten



Ø: 3,4

→ Potenzial für mehr Effektivität

- Markt gibt nicht mehr her
- Schul – und Bildungsverhalten geht eher in Richtung Studium und nicht-technische Berufe
- Als einzelner Verband ist es schwierig etwas zu erreichen
- Interesse der Zielgruppe ist nicht gegeben
- Interner Gedankenchance benötigt Zeit

- Erfahrungsaustausch
- Bessere Wirkung in der Öffentlichkeit durch gemeinsame Marketingmaßnahmen
- Bündelung der Ressourcen
- Effektivere Sichtung des Bewerbermarktes
- Zugriff auf einen gemeinsamen Bewerberpool
- Möglichkeit zur Schaffung von interessanten Ausbildungskooperationen