



REGENREICH  
MONASTERIUM

IN KOOPERATION MIT

**FELIX SIROTEK**

**ARBEITGEBERMARKE**

**HANDWERK MS**

EINE STUDIE ZUR  
ARBEITGEBER-ATTRAKTIVITÄT VON  
HANDWERKSBETRIEBEN  
IM MÜNSTERLAND

## EINE STUDIE ZUR ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT VON HANDWERKSBETRIEBEN IM MÜNSTERLAND

### Einleitung

- 1 Vorwort
- 2 Executive Summary
- 4 Eckdaten

### Ergebnisse der Studie

- 5 Betriebsdaten und Fachkräftemangel
- 7 Status und Stärkung der Arbeitgebermarke
- 9 Zustand und Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit
- 11 Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung

### STUDIEN-EXEMPLARE BESTELLEN

Benötigen Sie weitere Exemplare der Studie? Sie erhalten die Studie digital als PDF oder gedruckt im Format DIN A4 (nur solange der Vorrat reicht) kostenfrei über folgende Webplattform:

[www.sirotek-versicherungen.de/arbeitgebermarke-handwerk-ms](http://www.sirotek-versicherungen.de/arbeitgebermarke-handwerk-ms)

## VORWORT

„Employer Branding“ oder „Wie gelingt es mir, meinen Betrieb als Arbeitgebermarke zu etablieren?“ – die damit verbundenen Maßnahmen werden vor allem mit Bezug auf Großunternehmen diskutiert. Auch in unserer Region ermitteln namhafte Institute regelmäßig die „Top Employer Brands“. Mit der vorliegenden Studie **Arbeitgebermarke Handwerk MS 2019 / 2020** wird das Konzept erstmals auf die praktischen Bedingungen der Handwerkerschaft im Münsterland angewendet.



„Was macht mich als Arbeitgeber attraktiv?“, „Wie binde ich meine Mitarbeiter langfristig an meinen Betrieb?“, „Wie gewinne ich neue Fachkräfte?“ – mit diesen Fragen ist die Kreishandwerkerschaft Münster tagtäglich befasst. Denn der Fachkräftemangel ist in fast allen unserer 36 Handwerksinnungen eine der drängendsten Herausforderungen.

Wir haben diese Untersuchung daher gerne von Anfang an unterstützt und unsere Innungsbetriebe eingeladen, an der Studie teilzunehmen. Über die nun vorliegenden Ergebnisse freuen wir uns, denn je mehr wir als Kreishandwerkerschaft im Detail wissen, desto besser sind wir als Dienstleister in der Lage, maßgeschneiderte Unterstützung für die Fachbetriebe anzubieten.

Felix Sirotek und Regenreich haben mit der ersten Studie zur Arbeitgeberattraktivität im Münsteraner Handwerk einen wertvollen Beitrag dazu geleistet, das Ausmaß des Problems empirisch zu erfassen. Dass beispielsweise jedes zweite Unternehmen innerhalb eines Jahres mindestens eine Abwerbung durch Wettbewerber zu beklagen hatte, war auch für mich so nicht zu erwarten gewesen. Gleichzeitig zeigt die Studie auch, dass die Handwerksbetriebe das Thema bereits sehr ernst nehmen und mit einer Vielzahl an Ansätzen versuchen, ihre Mitarbeiter von sich zu überzeugen.

Wir sind heute schon gespannt auf die Schwerpunkte der Folgestudie **Arbeitgebermarke Handwerk MS 2020 / 2021** und wünschen Ihnen nun eine erkenntnisreiche Lektüre.

**Jan-Hendrik Schade**

*Hauptgeschäftsführer der Kreishandwerkerschaft Münster*



## EXECUTIVE SUMMARY

### HINTERGRUND

- Vielen Handwerksbetrieben in Deutschland mangelt es an Personal, da auch besonders der Nachwuchs fehlt, bleiben tausende Ausbildungsplätze unbesetzt.
- In Regionen wie dem Münsterland schlägt sich der Fachkräftemangel für die Bevölkerung in langen Wartezeiten und teilweise höheren Handwerkerkosten nieder.
- Eine erfolgreiche Markenbildung als Arbeitgeber, kurz Employer Branding, ist hilfreich, um loyale Mitarbeiter zu binden und neue Fachkräfte oder Auszubildende anzuziehen.

### DRINGLICHKEIT

- Die Studie „Arbeitgebermarke Handwerk MS 2019 / 2020“ hat gezeigt, dass ein Großteil der befragten Unternehmen zeitnah Fachkräftestellen und Ausbildungsplätze besetzen muss.
- Die Hälfte der Befragten gab an, dass ihrer Firma in den letzten zwölf Monaten mindestens ein Mitarbeiter von Konkurrenten aus der Region abgeworben wurde.
- Nur 15% der befragten Unternehmen aus dem Münsterland gaben sich in Sachen Image die Schulnote 1. Immerhin 62% bewerteten sich als gut angesehene Arbeitgeber.

### MAßNAHMEN

- Unter den kurzfristig wirksamen Maßnahmen zur Verbesserung der Employer Brand liegt laut der Studie „Arbeitgebermarke Handwerk MS 2019 / 2020“ das Firmenevent vorne.
- 60% der befragten Betriebe geben an, dass sie in den letzten Jahren Veranstaltungen und Feiern zur Stärkung ihrer Arbeitgebermarke eingesetzt haben.
- Unter den langfristigen Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung wird als klarer Favorit die Unterstützung bei der Altersvorsorge genannt.
- Ein Viertel der Studienteilnehmer gibt an, in den letzten Jahren auf Betriebsrenten und betriebliche Altersvorsorge gesetzt zu haben, um als Firma attraktiver zu werden.
- Auch weiche Faktoren der Mitarbeiterzufriedenheit haben einen hohen Stellenwert bei den Handwerksbetrieben im Münsterland.
- Mehr als zwei Drittel der Studienteilnehmer haben in den letzten drei Jahren in attraktivere Arbeitsbedingungen oder in eine verbesserte interne Kommunikation investiert.

### POTENTIALE

- Die Unternehmer aus dem Münsterland vertreten die Meinung, dass „persönliche Gründe“ und „Gehalt“ zur Abwanderung von Mitarbeitern in andere Unternehmen führen.
- Laut einer umfassenden *LinkedIn-Erhebung* aus dem Jahr 2018 sind es vor allem bessere Entwicklungschancen, die zum Jobwechsel führen. Das schließt zwar das Gehalt ein, aber noch entscheidender sind aber interessante Aufgaben und die berufliche Weiterentwicklung.
- Eine große *Stepstone-Mitarbeiterstudie* (2018) hat gezeigt, dass 72% der Angestellten attraktive Zusatzleistungen bei der Wahl des Arbeitgebers sehr wichtig sind. Befragt nach attraktiven Mitarbeitervorteilen schaffte es die betriebliche Altersvorsorge mit 78% klar auf den ersten Platz, gefolgt von kostenlosen Getränken am Arbeitsplatz (60%), sowie Gesundheitsvorsorge bzw. Sport und Fitnessangeboten (59%).
- Firmenevents sind bei Mitarbeitern zwar beliebt, aber keineswegs der größte Wunsch an den Arbeitgeber. In der erwähnten *Stepstone-Umfrage* sahen nur 41% der Befragten in Mitarbeitererevents eine attraktive Leistung des Arbeitgebers. Zudem haben Umfragen gezeigt, dass suboptimal organisierte Veranstaltungen auch zu Unmut führen.
- Auch die Politik, Kammern und Verbände werden aufgefordert, das Handwerk im Münsterland bei der Mitarbeitergewinnung zu unterstützen. Hiervon wünschen sich die befragten Betriebe verbesserte Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie kommunikative Unterstützung.

### FAZIT

*Die Unternehmen im Münsterland sind auf einem guten Weg, was beispielsweise die Bereitschaft betrifft, ihre Mitarbeiter bei der Altersvorsorge zu unterstützen. In Hinblick auf die vielfach priorisierten Firmenevents empfiehlt es sich, regelmäßig das Feedback der Angestellten einzuholen und die Formate entsprechend anzupassen. Um Mitarbeiter - auch gegenüber lokalen Wettbewerbern - zu binden, sollte die berufliche Weiterentwicklung stärker in den Mittelpunkt des Employer Branding gerückt werden.*



## ECKDATEN

### VERTEILUNG & STICHPROBE

- Es haben insgesamt 62 Unternehmen an der Studie teilgenommen.
- Befragt wurden die Eigentümer / Inhaber / Geschäftsführer (ein Fragebogen pro Betrieb).
- Die Einladung erfolgte über die bekannten Online-Berufsnetzwerke, sowie Branchenevents und -verteiler für die Region, wie z.B. die Kreishandwerkerschaft Münster.
- Die Beantwortung erfolgte anonym über eine zentrale Online-Plattform, sowie über schriftliche Fragebögen.
- Die Erhebung fand zwischen September und November 2019 statt.

### Themenblöcke

#### A: Betriebsdaten und Fachkräftemangel - 6 Fragen

Hier wurden Handwerksberuf, Betriebsgröße und der Fachkräftemangel des Unternehmens erfasst.

#### B: Status und Stärkung der Arbeitgebermarke - 5 Fragen

In diesem Block wurde abgefragt, wie Inhaber und Mitarbeiter das Arbeitgeber-Image einschätzen und mit welchen Maßnahmen es gestärkt wird.

#### C: Zustand und Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit - 5 Fragen

Die aktuelle Mitarbeiterzufriedenheit und die relevanten Faktoren werden in diesem Frageblock erhoben.

#### D: Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung / -bindung - 6 Fragen

Der abschließende Themenblock widmet sich der Bindung von Personal und der Gewinnung von neuen Mitarbeitern.



## ERGEBNISSE DER STUDIE

### A: Betriebsdaten und Fachkräftemangel

#### 1. In welchem Handwerk arbeitet Ihr Betrieb schwerpunktmäßig?

62 Antworten von 62 Befragten / Insgesamt 22 Handwerksgruppen

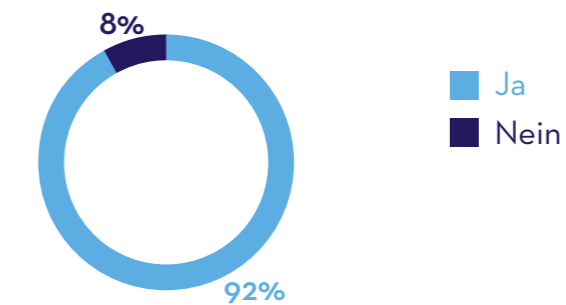


1 2 3 4 5 6

Platzierung

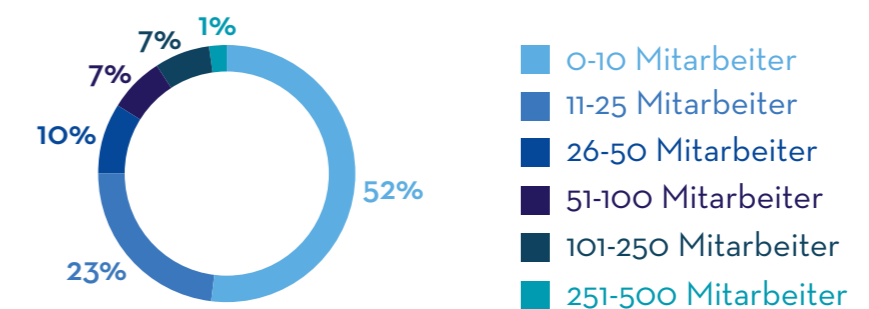
#### 2. Besteht eine Meisterpflicht für die Handwerksberufe in Ihrem Betrieb?

62 Antworten von 62 Befragten



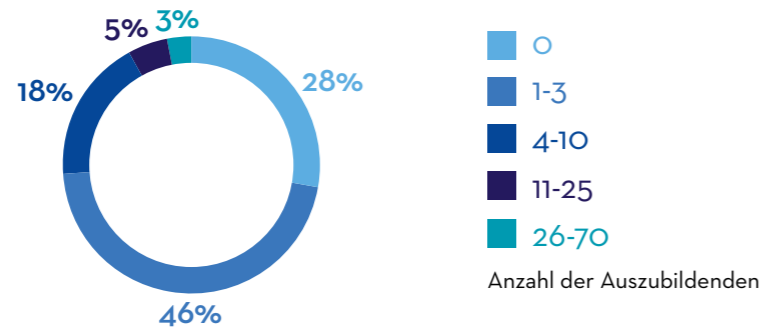
#### 3. Wie viele Mitarbeiter arbeiten in Ihrem Betrieb?

61 Antworten von 62 Befragten



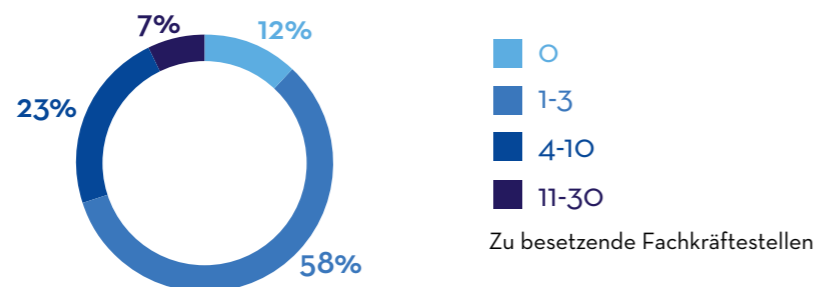
4. Wie viele Auszubildende arbeiten in Ihrem Betrieb?

61 Antworten von 62 Befragten



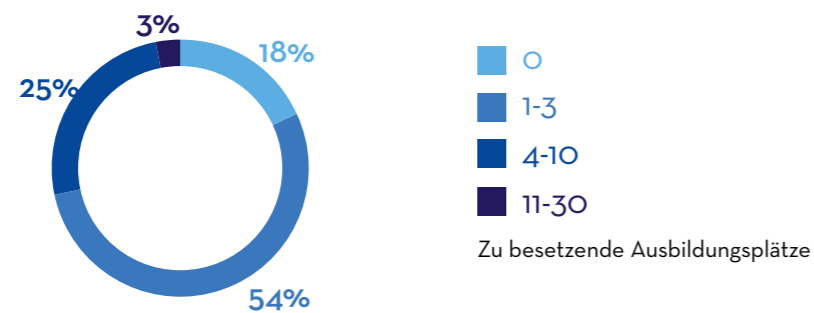
5. Wie viele Fachkräftestellen müssen in den nächsten 3 Jahren besetzt werden?

60 Antworten von 62 Befragten



6. Wie viele Ausbildungsplätze müssen in den nächsten 3 Jahren besetzt werden?

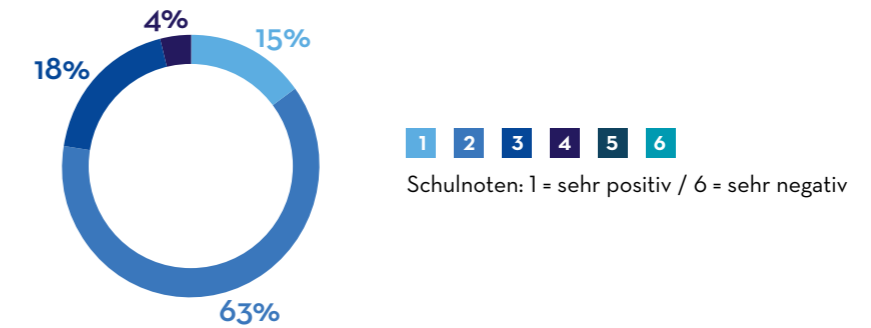
60 Antworten von 62 Befragten



B: Status und Stärkung der Arbeitgebermarke

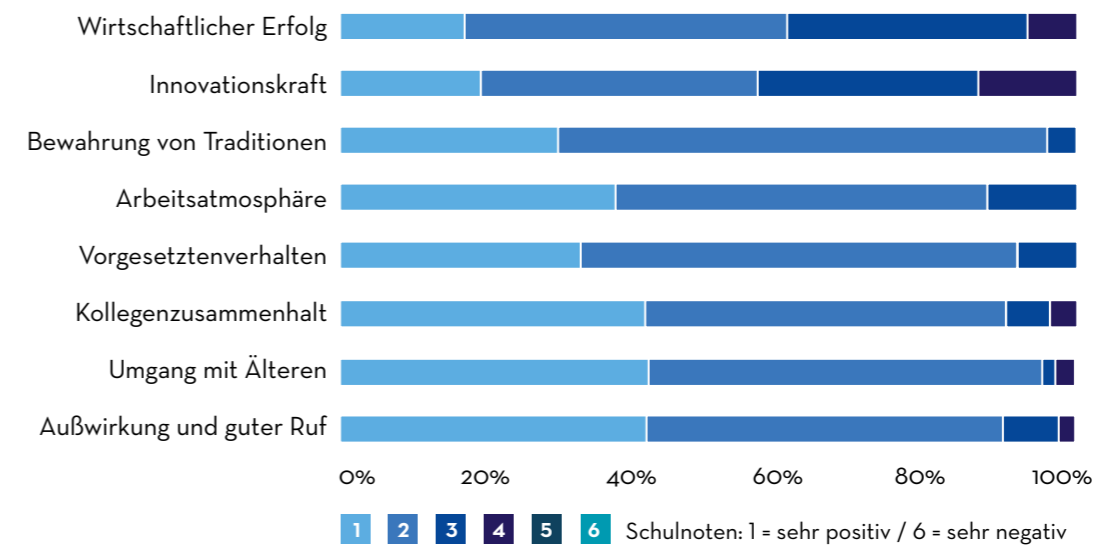
7. Für wie attraktiv halten Sie Ihren Betrieb als Arbeitgeber insgesamt?

54 Antworten von 62 Befragten



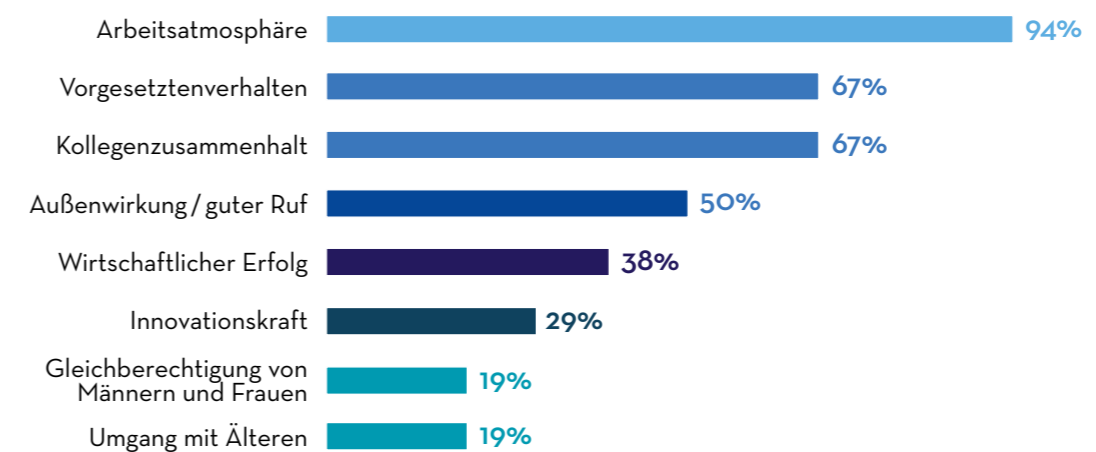
8. Wie beurteilen Sie die folgenden Aspekte Ihres Images als Arbeitgeber?

54 Antworten von 62 Befragten



9. Welche Bereiche schätzen Ihre Mitarbeiter Ihrer Ansicht nach besonders?

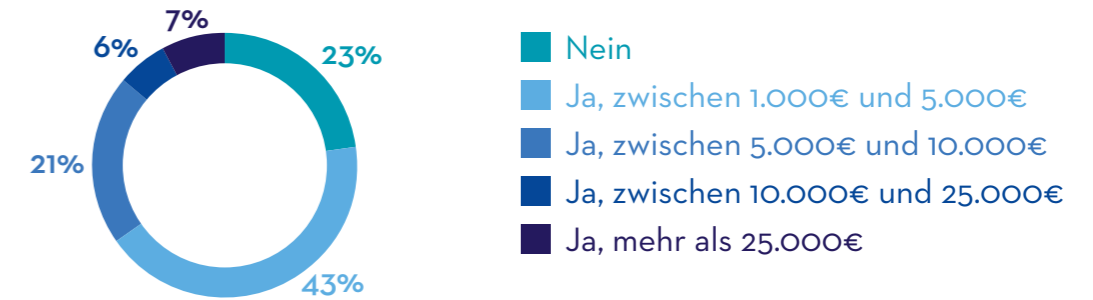
52 Antworten von 62 Befragten (Mehrfachnennungen möglich)



**10. Welche Maßnahmen zur Stärkung Ihrer Arbeitgebermarke in den letzten 3 Jahren würden Sie hervorheben?**  
 (Mehrfachnennungen möglich, insgesamt 118 Maßnahmen aus 13 Clustern genannt)  
 45 Antworten von 62 Befragten



**11. Haben Sie in den nächsten 3 Jahren Investitionen zur Stärkung Ihrer Arbeitgebermarke geplant?** (z.B. Firmenfeiern, Betriebsrente, Unternehmenskultur, Sondervergütungen, Business-Bike)  
 53 Antworten von 62 Befragten

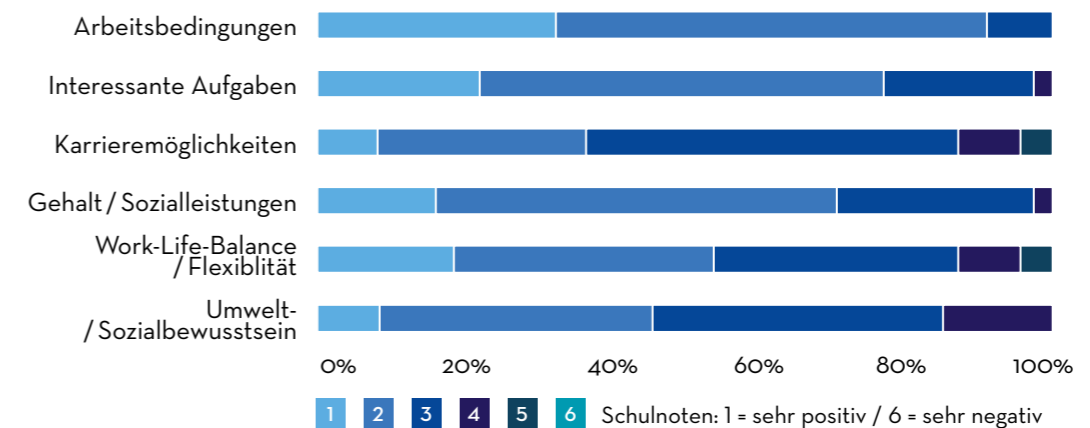


**C: Zustand und Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit**

**12. Wie zufrieden schätzen Sie Ihre Mitarbeiter insgesamt ein?**  
 49 Antworten von 62 Befragten

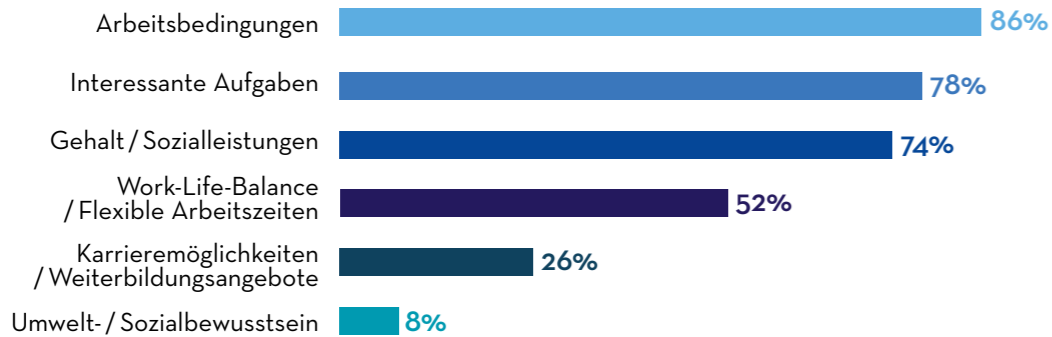


**13. Wie beurteilen Sie die folgenden Faktoren der Mitarbeiterzufriedenheit in Ihrem Betrieb?**  
 49 Antworten von 62 Befragten



**14. Welche dieser Faktoren sind Ihren Mitarbeitern Ihrer Meinung nach sehr wichtig?**

50 Antworten von 62 Befragten (Mehrfachnennungen möglich)



**15. Welche Maßnahmen zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit in den letzten 3 Jahren würden Sie hervorheben?**

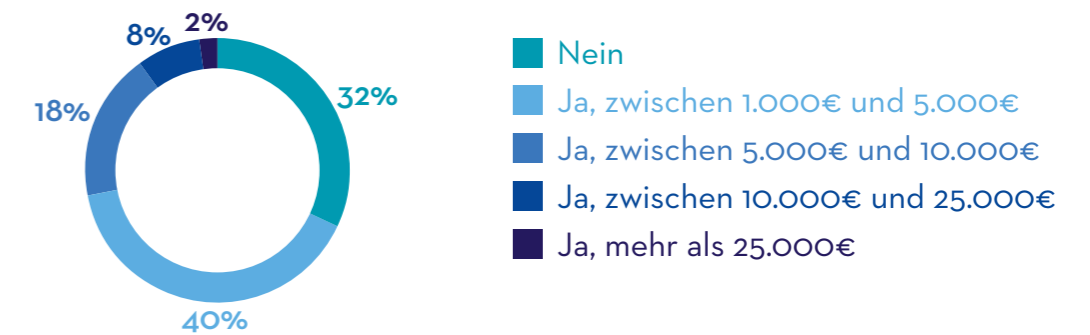
(Mehrfachnennungen möglich, insgesamt 60 Maßnahmen aus 11 Clustern genannt)

31 Antworten von 62 Befragten



**16. Haben Sie in den nächsten 3 Jahren Investitionen zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit geplant?**

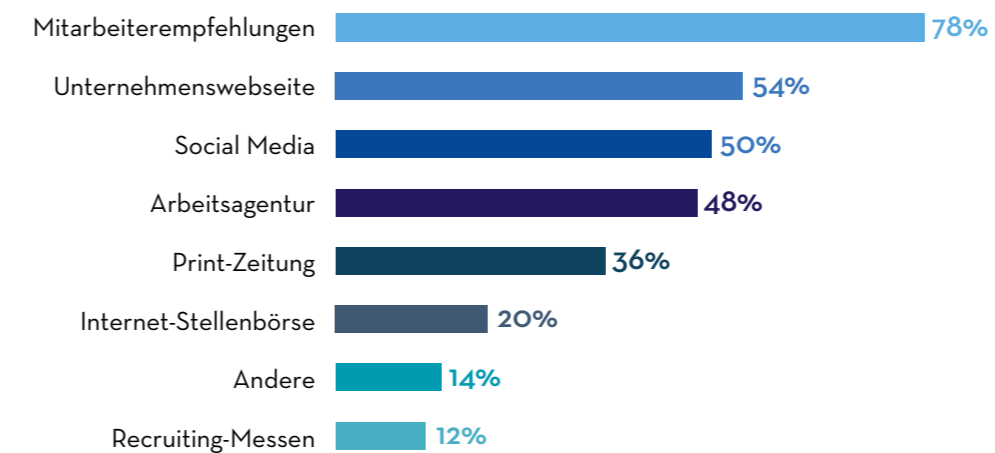
50 Antworten von 62 Befragten



**D: Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung**

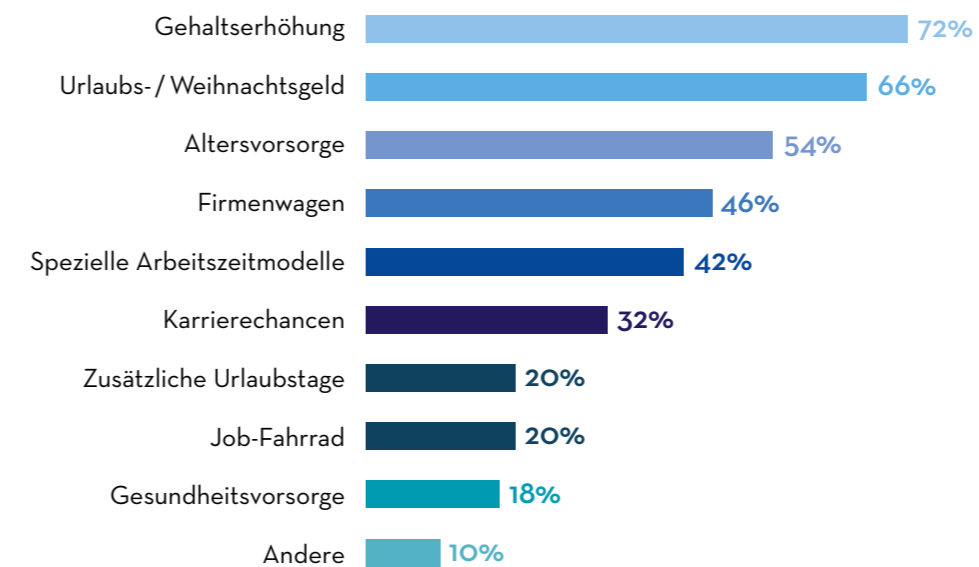
**17. Welche Kanäle nutzen Sie zur Mitarbeitergewinnung?**

50 Antworten von 62 Befragten (Mehrfachnennungen möglich)



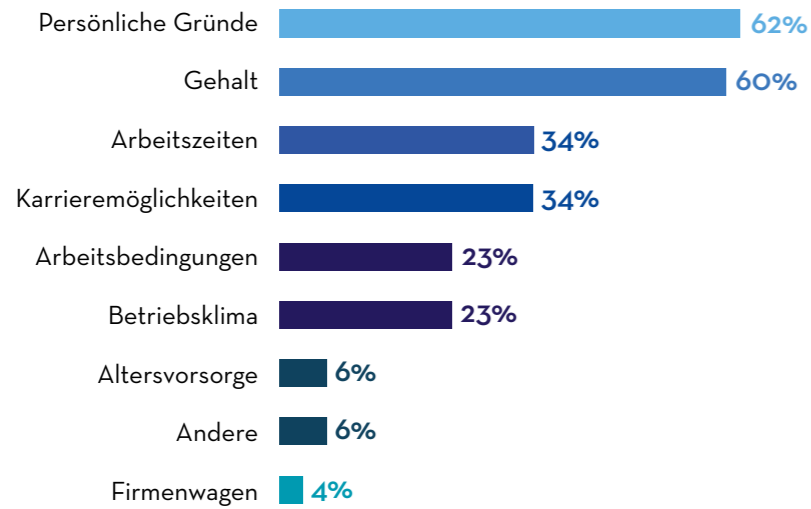
**18. Welche Instrumente nutzen Sie, um Mitarbeiter zu binden?**

50 Antworten von 62 Befragten (Mehrfachnennungen möglich)



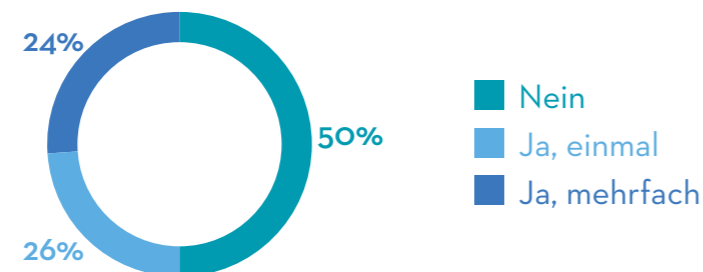
**19. Welche Gründe sehen Sie, dass Mitarbeiter eher in anderen Unternehmen arbeiten bzw. dahin abwandern?**

47 Antworten von 62 Befragten (Mehrfachnennungen möglich)



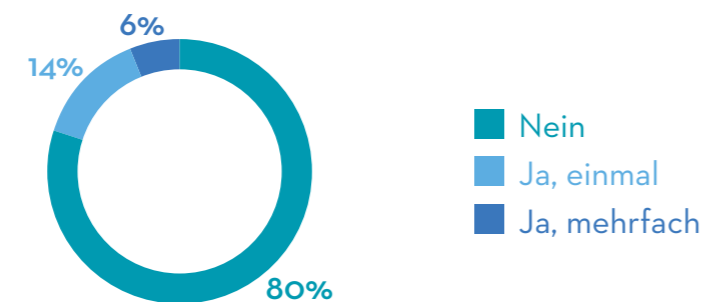
**20. Ist es Ihres Wissens in den letzten 12 Monaten dazu gekommen, dass Mitarbeiter von einem anderen Unternehmen in Ihrer Region abgeworben wurden?**

50 Antworten von 62 Befragten



**21. Haben Sie in den letzten 12 Monaten versucht, Mitarbeiter von anderen Unternehmen in Ihrer Region abzuwerben?**

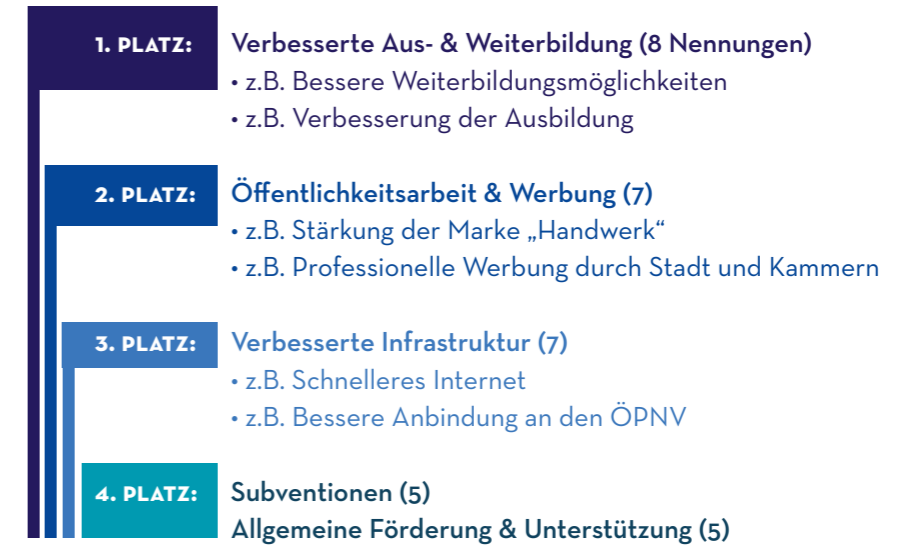
50 Antworten von 62 Befragten



**22. Welche Unterstützung wünschen Sie sich von Stadt, Kammer etc., um Ihre Mitarbeiter besser an Ihren Betrieb binden zu können?**

(Mehrfachnennungen möglich, insgesamt 38 Maßnahmen aus 6 Clustern genannt)

22 Antworten von 62 Befragten



**STUDIEN-EXEMPLARE BESTELLEN**

Benötigen Sie weitere Exemplare der Studie? Sie erhalten die Studie digital als PDF oder gedruckt im Format DIN A4 (nur solange der Vorrat reicht) kostenfrei über folgende Webplattform:

[www.sirotek-versicherungen.de/arbeitgebermarke-handwerk-ms](http://www.sirotek-versicherungen.de/arbeitgebermarke-handwerk-ms)



DIE AUTOREN



**Max Julius Schmittmann, M.A.**

Kommunikationswissenschaftler und Experte  
für Online-Marketing in Mittelstand und Handwerk

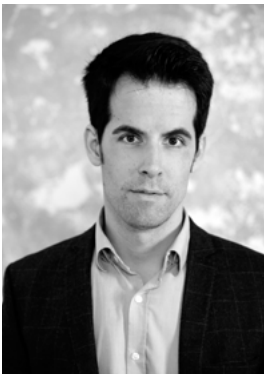
Gründer und Geschäftsführer von REGENREICH



**Felix Sirotek**

Kaufmann für Versicherungen und Finanzen, Fachberater  
für Belegschaftsversorgung und Experte für Betriebliche  
Altersversorgung (DVA)

Inhaber der SIGNAL IDUNA Generalagentur Felix Sirotek



**Prof. Dr. Jonas Polfuß**

Professor für Brand Management und Marketing  
an der EBC Hochschule Düsseldorf

Wissenschaftlicher Beirat von REGENREICH

**REGENREICH**  
AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION

**FELIX SIROTEK**  
Finanzdienstleister für Handwerksunternehmen

Tel +49 0 251 - 97 44 24 90  
E-Mail [info@regenreich.com](mailto:info@regenreich.com)  
Web [www.regenreich.com](http://www.regenreich.com)

Tel +49 0 251 20 81 86 80  
E-Mail [felix.sirotek@signal-iduna.net](mailto:felix.sirotek@signal-iduna.net)  
Web [www.sirotek-versicherungen.de](http://www.sirotek-versicherungen.de)