

Studie untersucht Erfolgsfaktoren für Gewinnung und Bindung von Ingenieuren als Mitarbeiter¹

Hilfe für deutsche mittelständische Unternehmen zur Akquirierung und Bindung von Ingenieuren

Eine aktuelle Studie des Center for Market Oriented Product and Production (CMPP) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) hat untersucht, welche Faktoren für ein deutsches mittelständisches Unternehmen zur Akquirierung und Bindung von Ingenieuren von zentraler Relevanz sind. Deutsche mittelständische Unternehmen sind nur dann langfristig erfolgreich, wenn sie die unternehmensinterne Fähigkeit besitzen, Innovationen zu entwickeln und einzusetzen. Diese Kernkompetenz ist maßgeblich von hochqualifizierten Mitarbeitern abhängig. Gerade vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und des großen Ingenieurmangels müssen sich Unternehmen daher mit den Fragen auseinandersetzen, wie man Ingenieure gewinnt und wie man sie langfristig an das eigene Unternehmen binden kann.

Ingenieure bevorzugen Arbeitgeber, die vor allem die Faktoren "Economic Value", "Innovationskultur" sowie "Corporate Social Responsibility (CSR)" implementieren. Unternehmen sollten daher versuchen, neben einem attraktiven Vergütungssystem auch ökologische Aspekte und Nachhaltigkeitsfaktoren nicht zu vernachlässigen. Außerdem ist es ratsam, zur Stärkung der unternehmenseigenen Innovationskultur eine leistungsfähige Forschungs- und Entwicklungsabteilung einzurichten.

Haben mittelständische Unternehmen Ingenieure für sich gewonnen, sollten sie den Fokus auf "Social Value", "Economic Value", "Development Value" sowie "CSR" legen, um diese Mitarbeiter auch an das Unternehmen zu binden. So fühlen sich Ingenieure einem mittelständischen Unternehmen insbesondere dann emotional verbunden, wenn ihnen ein Arbeitsumfeld geboten wird, das sich durch ein gutes Arbeitsklima auszeichnet. Zudem sind, im Rahmen der Unternehmensbindung, ebenfalls die Implementierung eines attraktiven Vergütungssystems sowie die Ausrichtung sämtlicher Unternehmensaktivitäten an der Umwelt von zentraler Relevanz. Es ist ferner empfehlenswert, unternehmensinternen Mitarbeitern Weiterbildungsmöglichkeiten anzubieten, während im Rahmen der Rekrutierung die Kommunikation karrierefördernder Maßnahmen nur zurückhaltend eingesetzt werden sollte.

Weiterhin sollte das mittelständische Unternehmen differenzierte Rekrutierungs- und Bindungsstrategien für Ingenieure mit kurzer und langer Beschäftigungsdauer einsetzen. Auch ist die Identifizierung derjenigen Ingenieure, die kein "Organisationales Commitment" und somit keine Verbundenheit zum Unternehmen aufzeigen, von zentraler Bedeutung. Mitarbeiter dieser Kategorie neigen dazu, die Arbeitssituation bei Unzufriedenheit hinzunehmen, statt sie durch eine aktive Beschwerde korrigieren zu

¹ Center for Market Oriented Product and Production (CMPP) der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU), 08.06.2015

wollen. Von Unternehmensseite bietet sich dadurch keine Möglichkeit, korrigierend einzugreifen. In diesem Kontext erweisen sich regelmäßige Evaluationen der Mitarbeiterzufriedenheit als nützlich.

In der Studie wurden 152 Ingenieure befragt. Etwa 34 Prozent der Befragten waren Frauen und 66 Prozent Männer. Im Rahmen einer Kausalanalyse wurden die Einflüsse der einzelnen Faktoren auf die "Organisationale Attraktivität" sowie das "Organisationale Commitment" überprüft. Zudem wurde der Wirkungszusammenhang zwischen der Einflussgröße des "Organisationalen Commitments" und der "Beschwerdeabsicht" verifiziert.

Sie finden uns auch im Internet: www.inur.de

bei XING: https://www.xing.com/profile/JensUwe_Richter2?sc_o=mx_b_p

bei Facebook: <http://www.facebook.com/pages/INUR-eV/212275765471115>

oder Twitter: <https://twitter.com/INUReV>