

Presseinformation

Industrie-Innovationsindex

Kampf um Fachkräfte in der Industrie –
Studie zeigt: Unternehmenskultur wichtiger als Gehalt

- **87 Prozent der jungen Arbeitnehmer achten besonders auf kooperatives Arbeitsklima**
- **Ein hohes Gehalt ist nur für 28 Prozent der Berufseinsteiger ausschlaggebend bei der Arbeitgeberwahl**

Wesel, 13. Mai 2014 – Der Kampf um die besten Talente fordert die deutsche Industrie. 44 Prozent ihrer Manager bezeichnen die Gewinnung von technisch und wissenschaftlich versierten Fachkräften als die größte Herausforderung neben dem globalisierten Wettbewerb (46 Prozent). Zu diesem Ergebnis kommt der „Industrie-Innovationsindex“ – eine branchenübergreifende Studie, für die der Spezialchemiekonzern ALTANA durch das Forsa Institut 250 Topentscheider sowie 250 Berufseinsteiger in deutschen Industrieunternehmen befragt ließ. Doch wie können die Unternehmen die gefragten Kandidaten von sich überzeugen? Nicht allein mit einem hohen Gehalt, wie die Erhebung weiter zeigt: Ein überdurchschnittliches Einkommen ist nur für 28 Prozent der jungen Industrie-Talente bei der Arbeitgeberwahl ausschlaggebend.

Nachwuchskräfte streben in den ersten Berufs Jahren nicht in erster Linie nach hochdotierten Positionen, Boni und Statussymbolen. Ganz oben auf der Liste der relevanten Kriterien für die Arbeitgeberwahl stehen ein kooperatives Arbeitsklima (für 87 Prozent „sehr wichtig“), Gestaltungsspielraum (66 Prozent) und attraktive Aufstiegsperspektiven (56 Prozent). Wichtiger als das Finanzielle sind den jungen Talenten außerdem Erfolg, Image und Zukunftsfähigkeit des Unternehmens (47, 34 und 34 Prozent).

Industrieunternehmen müssen sich auf Kommunikationsgewohnheiten der neuen Generation einstellen

Ein weiteres Ergebnis der Studie: Die neue Generation der Industrie-Talente trägt selbst zu einem kooperativen Arbeitsklima bei, und zwar deutlich stärker als die etablierten Manager. So tauscht sich fast jeder zweite Berufseinsteiger im Arbeitsalltag aktiv auch mit anderen Abteilungen aus. Aber nur knapp jeder fünfte Manager kann das für sich uneingeschränkt bejahen. Dabei halten die Unternehmenslenker die Förderung von abteilungsübergreifendem Austausch mit 58 Prozent für das wichtigste Element einer Innovationskultur.

„Qualifizierte Bewerber verlangen einen Dialog auf Augenhöhe. Innovative Ideen entstehen oft nur im hierarchie- und abteilungsübergreifenden Dialog mit Kollegen“, sagt Dr. Matthias L. Wolfgruber, Vorstandsvorsitzender der ALTANA AG. „Unternehmen, die dieses Potenzial erkennen und gezielt fördern, haben nicht nur im Kampf um die besten Fachkräfte die Nase vorn, sondern können sich auch in Sachen Innovationskraft vom Wettbewerb absetzen.“

Datum
13.05.2014

Seite
1/3

Ansprechpartner
Unternehmenskommunikation

Andrea Neumann
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10300

Sven Kremser
Leiter Externe und
Interne Kommunikation
Tel +49 281 670-10303

Heike Dimkos
Unternehmenskommunikation
Tel +49 281 670-10302

Fax +49 281 670-10999
press@altana.com
www.altana.com/presse

ALTANA AG
Abelstraße 43
46483 Wesel
Deutschland
Tel +49 281 670-8
Fax +49 281 670-10999
info@altana.com

Presseinformation

Gestaltungsspielraum wichtiger als Gehalt

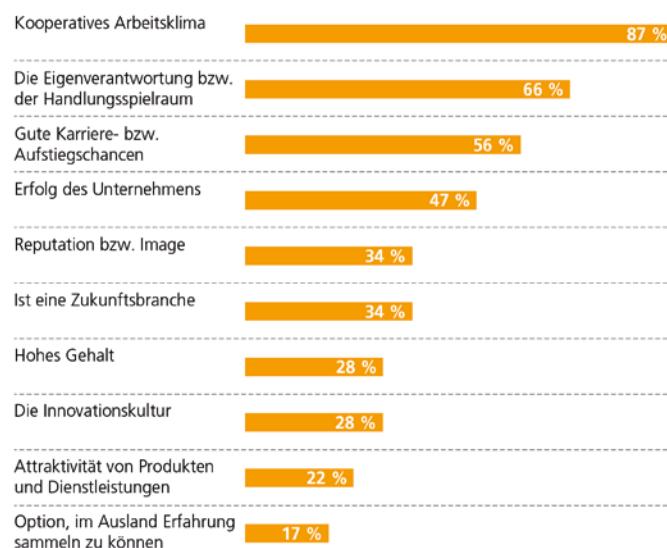
Auch beim Thema Gestaltungsspielraum besteht Handlungsbedarf: So assoziieren zwar 54 Prozent der Unternehmensverantwortlichen mit „Innovationskultur“ unbedingt einen ausreichenden Freiraum für Mitarbeiter. Doch nur zwölf Prozent der Unternehmen gestehen ihren Mitarbeitern im Alltag tatsächlich eigenen Handlungsspielraum zu.

„Fördert ein Industrieunternehmen aktiv eine Unternehmenskultur, die ein kooperatives Arbeitsklima schafft und Handlungsspielraum auf allen Ebenen zulässt, wirkt sich das auch auf seine Arbeitgeberattraktivität sehr positiv aus. Ein hohes Gehalt und ein bekannter Name allein reichen nicht mehr aus, um junge Talente für sich zu gewinnen“, sagt Jörg Bauer, Personalleiter und Mitglied der Unternehmensleitung von ALTANA.

Hintergrund zur Studie „Industrie-Innovationsindex“

Im November und Dezember 2013 führte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der ALTANA Gruppe 500 Telefoninterviews mit Vertretern aus Industrieunternehmen ab 250 Mitarbeitern durch. Es wurden 250 Vorstandsmitglieder, Geschäftsführer und Bereichsleiter interviewt. Parallel dazu befragte Forsa 250 Berufseinsteiger aus Industrieunternehmen zwischen 18 und 35 Jahren mit einer Berufserfahrung zwischen zwei und fünf Jahren.

Innovationskultur und Arbeitgeberattraktivität



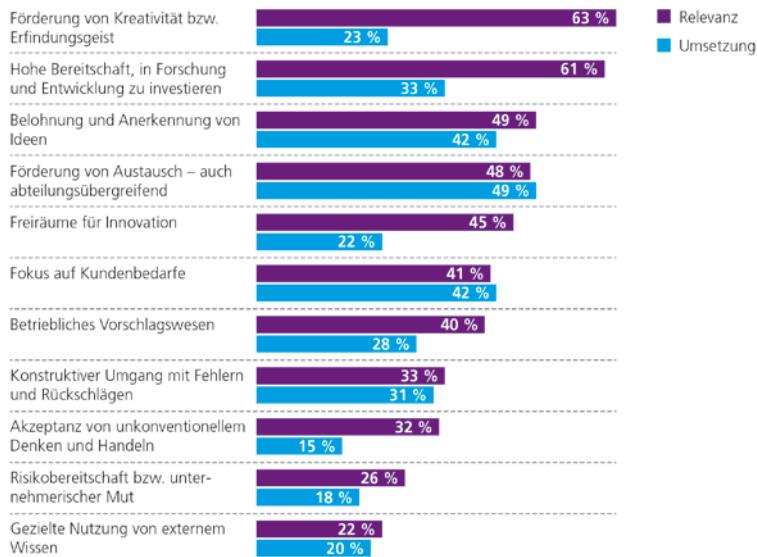
Frage: Angenommen, Sie würden sich einen neuen Arbeitgeber suchen: Wie wichtig sind Ihnen bei der Auswahl des Arbeitgebers die folgenden Faktoren? Wie ist es mit ...? Darstellung „Sehr wichtig“

Basis: Berufseinsteiger, n = 250

Quelle: ALTANA AG

Presseinformation

Innovationskultur aus Sicht von Berufseinsteigern



Frage: Inwieweit entsprechen die folgenden Aspekte Ihrem Verständnis von „Innovationskultur“?
Darstellung „Sehr gut“

Frage: Wie stark werden die folgenden Maßnahmen zur Innovationskultur in Ihrem Unternehmen umgesetzt? Darstellung „Sehr stark“

Basis: Berufseinsteiger, n = 250

Quelle: ALTANA AG

Die Grafiken oben erhalten Sie in druckfähiger Qualität, wenn Sie auf das jeweilige Bild klicken. Wir halten für Sie weitere Formate sowie schwarz/weiß-Versionen bereit, bitte sprechen Sie uns an: press@altana.com

Über ALTANA:

ALTANA entwickelt und produziert hochwertige, innovative Produkte im Bereich Spezialchemie. ALTANA ist eine weltweit tätige Unternehmensgruppe mit Sitz in Wesel am Niederrhein mit einem internationalen Umsatzanteil von rund 85 %. Die vier Geschäftsbereiche von ALTANA, BYK Additives & Instruments, ECKART Effect Pigments, ELANTAS Electrical Insulation und ACTEGA Coatings & Sealants, nehmen in ihren Zielmärkten eine führende Position hinsichtlich Qualität, Produktlösungs-kompetenz, Innovation und Service ein.

ALTANA bietet innovative, umweltverträgliche Problemlösungen mit den dazu passenden Spezialprodukten für Lackhersteller, Lack- und Kunststoffverarbeiter, Druck- und Kosmetikindustrie sowie die Elektroindustrie an. Das Produktprogramm umfasst Additive, Speziallacke und -klebstoffe, Effektpigmente, Dichtungs- und Vergussmassen, Imprägniermittel sowie Prüf- und Messinstrumente. Die ALTANA Gruppe verfügt über 46 Produktionsstätten und über 50 Service- und Forschungslaborstandorte weltweit. Konzernweit arbeiten über 5.700 Mitarbeiter für den weltweiten Erfolg von ALTANA. Im Jahr 2013 erzielte ALTANA einen Umsatz von rund 1,8 Milliarden Euro. Mit einer im Branchenvergleich hohen Ertragskraft gehört ALTANA zu den innovativsten sowie wachstums- und ertragsstärksten Chemieunternehmen weltweit.

www.altana.de

Diese Pressemeldung sowie druckfähige Grafiken finden Sie auch digital auf www.altana.com/presse