

Arbeitgeberattraktivität in Südwestfalen

Ergebnisse der Unternehmens- & Benchmark-Befragung

Jannick Schneider, Robin Nurcin, Clemens Striebing, Katharina Hochfeld
Februar 2026

Ein Projekt mit Modell-Charakter

Arbeitgeberattraktivität in Südwestfalen

Befragung zur Arbeitgeberattraktivität in Südwestfalen

- Auftraggeber: Südwestfalen Agentur GmbH
- Kontext: Das EFRE-geförderte Projekt "Arbeitgeberschmiede Südwestfalen",
- Ziel: KMU der Region in ihrer Arbeitgeberattraktivität zu stärken und die Region als attraktive Arbeitgeberregion zu positionieren



Online-Umfrage in südwestfälischen Unternehmen (N=2200 Beschäftigte aus 60 Unternehmen).



Datengrundlage für strategische Entscheidungen und konkrete Entwicklungen in der gesamten Region und einzelnen Unternehmen.



Positionierung der Region und der Unternehmen im bundesweiten, repräsentativen Vergleich (N=5149).

Projektüberblick

Arbeitgeberattraktivität in Südwestfalen – das Projekt in der Nusschale

Die Studie im Überblick

Umsetzungszeitraum: Januar-Dezember 2025

a) **Entwicklung einer Online-Umfrage**
(Wissenschaftlich-fundierte Fragebogen-Skalen zur präzisen Erfassung der Arbeitgeberattraktivität)

b) **Durchführung der Online-Umfrage in Südwestfalen & bundesweit**
(Befragte bleiben anonym, Ergebnisse der teilnehmenden Unternehmen bleiben anonym)

c) **Auswertung der Umfrage**
(Erstellung Gesamtbericht zur Positionierung der Region & individuelle Einzelberichte für Unternehmen)

DER MEHRWERT

- **1. „Wie attraktiv bin ich?“:** Datengrundlage für einzelne Unternehmen, um sich im Vergleich zu Gesamt-Südwestfalen & bundesweit einzuschätzen
- **2. „Wie attraktiv ist die Arbeitgeberregion Südwestfalen?“:** Datengrundlage, um valide Aussagen über die Region Südwestfalen zu treffen

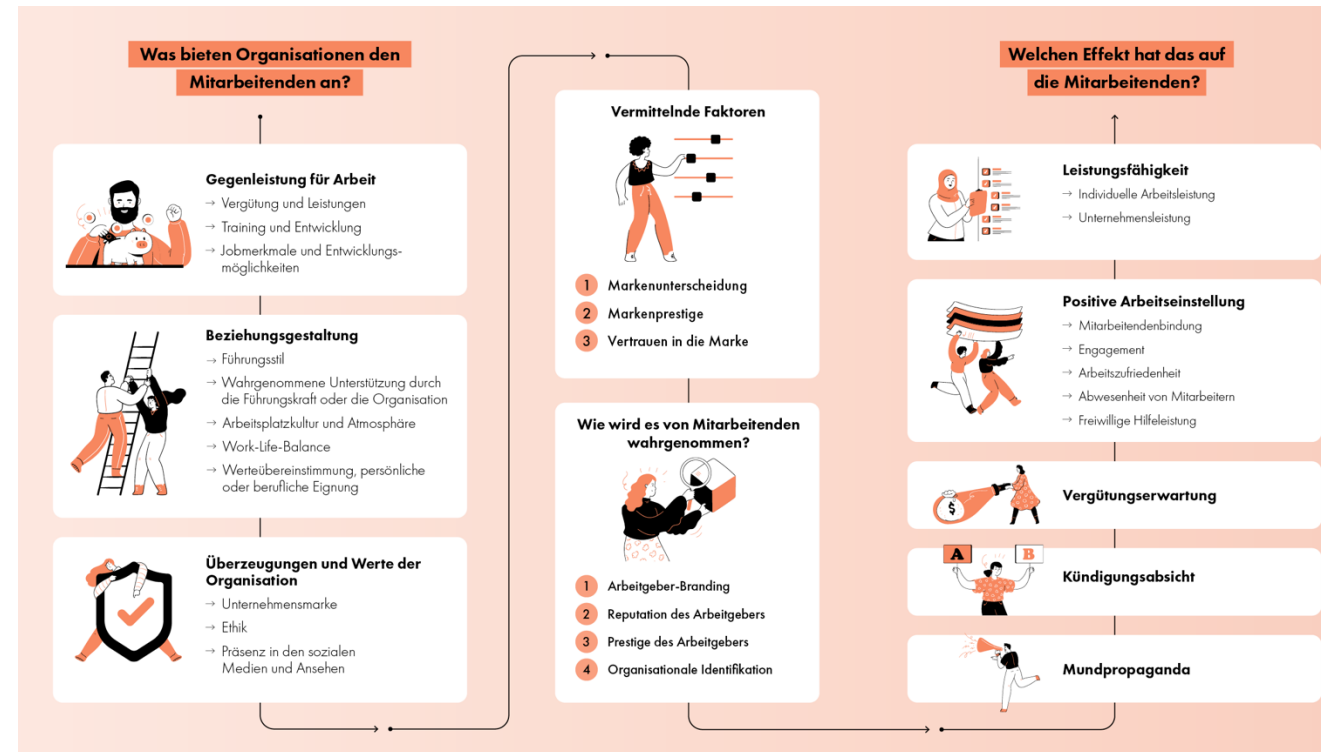
Arbeitgeberattraktivität in Südwestfalen

Was macht attraktive Arbeitgeber aus? Ein Blick in die Wissenschaft

Arbeitgeberattraktivität beschreibt die Wahrnehmung von potenziellen oder aktuellen Mitarbeitenden, wie **ansprechend, vorteilhaft und erstrebenswert ein Arbeitgeber** im Vergleich zu anderen wahrgenommen wird. Sie beeinflusst sowohl die **Gewinnung** neuer Talente als auch die **Bindung** bestehender Mitarbeitender.

Variablen zur Bestimmung von attraktiven Arbeitgebern:

- Arbeitgeber-Wahrnehmung anhand ausgewählter Merkmale (bspw. Arbeitsklima, Benefits, Ethische Unternehmensführung, Training & Personalentwicklung, Work-Life-Balance)
- Einstellung zur Organisation und der eigenen Arbeit (bspw. Zufriedenheit, Mitarbeitenden-Bindung, Werte- & Fähigkeiten-Passung)
- Kultur für psychologische Befähigung
- Führung
- Berufliche Wertvorstellungen



Arbeitgeberattraktivität in Südwestfalen

Was macht attraktive Arbeitgeber aus? Beispielhafter Auszug aus dem Fragebogen

12.2.2 Einstellung zur Organisation und der eigenen Arbeit

Arbeitszufriedenheit

- Bitte bewerten Sie die Zufriedenheit mit Ihrer Arbeit auf einer Skala von 0 bis 10. 0 bedeutet „ganz und gar unzufrieden“, 10 „ganz und gar zufrieden“.

Person-Umwelt-Passung

- Ich habe das Gefühl, dass meine Bedürfnisse in Bezug auf meinen Job auch durch diesen erfüllt werden.
- Ich habe das Gefühl, dass meine persönlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten gut zu den Anforderungen und Ansprüchen meiner Tätigkeit passen.
- Ich habe das Gefühl, dass ich zu meiner Organisation passe.

Mitarbeitenden-Bindung

- Ich halte diese Organisation für den besten Arbeitgeber, der für mich in Frage kommt.
- Die Zukunft dieser Organisation liegt mir sehr am Herzen.
- Freunden gegenüber lobe ich diese Organisation als besonders guten Arbeitgeber.
- Ich bin stolz, wenn ich anderen sagen kann, dass ich zu dieser Organisation gehöre.

Organisationale Identifikation

- Erfolge meiner Organisation sind meine persönlichen Erfolge.
- Wenn jemand meine Organisation lobt, empfinde ich das als persönliches Lob.
- Wenn die Medien meine Organisation kritisieren würden, wäre ich beschämt.
- Wenn jemand meine Organisation kritisiert, fühlt sich das wie eine persönliche Beleidigung an.
- Ich bin sehr daran interessiert, was andere über meine Organisation denken.
- Wenn ich über meine Organisation spreche, sage ich normalerweise *wir* und nicht *die*.

Und in Südwestfalen?

Insgesamt haben 2216 Beschäftigte aus 60 Organisationen an der Befragung teilgenommen.

Stichprobenbeschreibung

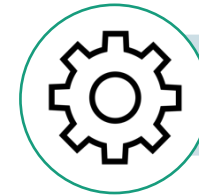
- An der Befragung haben Organisationen aus ganz unterschiedlichen Branchen teilgenommen. Dadurch ergibt sich ein vielfältiges Bild, das verschiedene Perspektiven und Rahmenbedingungen berücksichtigt. Unter den vertretenen Branchen finden sich unter anderem:



Hotel & Gastronomie



Gebäudetechnik & Bau



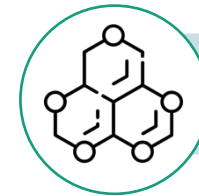
Metall & Maschinenbau



IT



Handwerk



Kunststoffe & Chemietechnik



Dienstleistung



Gesundheits- &
Sozialwirtschaften

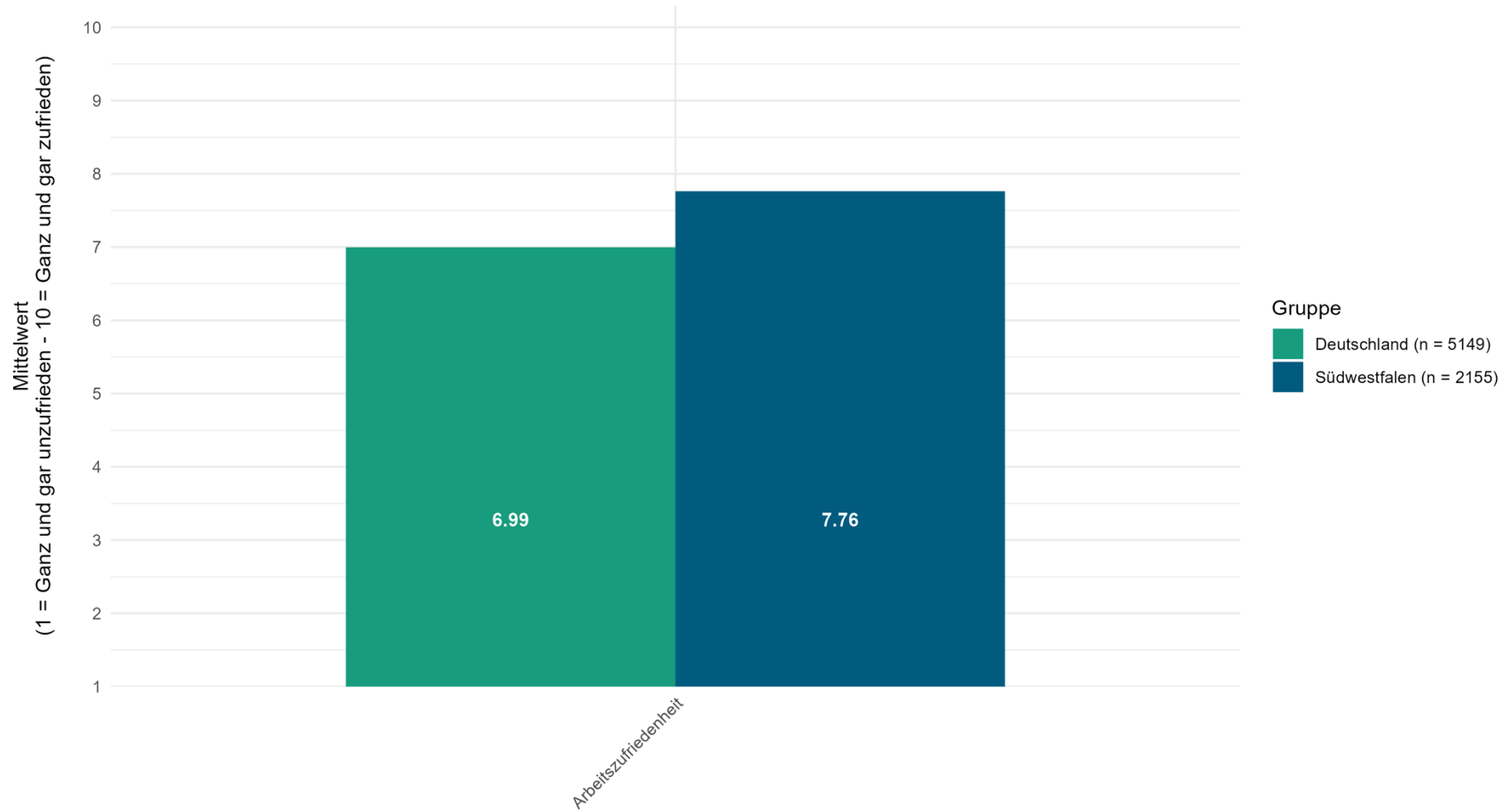


Nahrungs- & Genussmittel

Ergebnisse

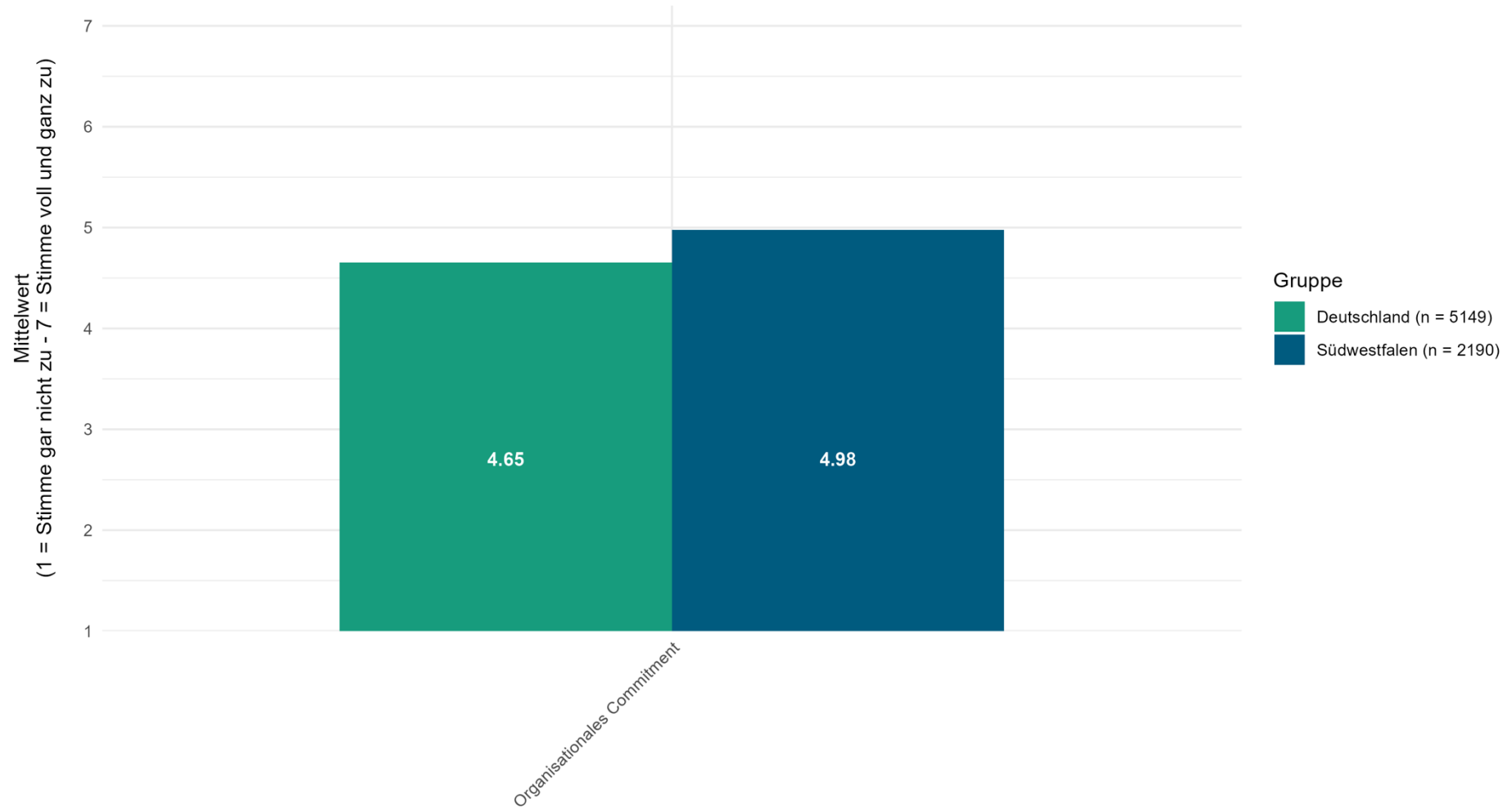
Arbeitszufriedenheit

Die Beschäftigten in Südwestfalen sind im Schnitt zufriedener.



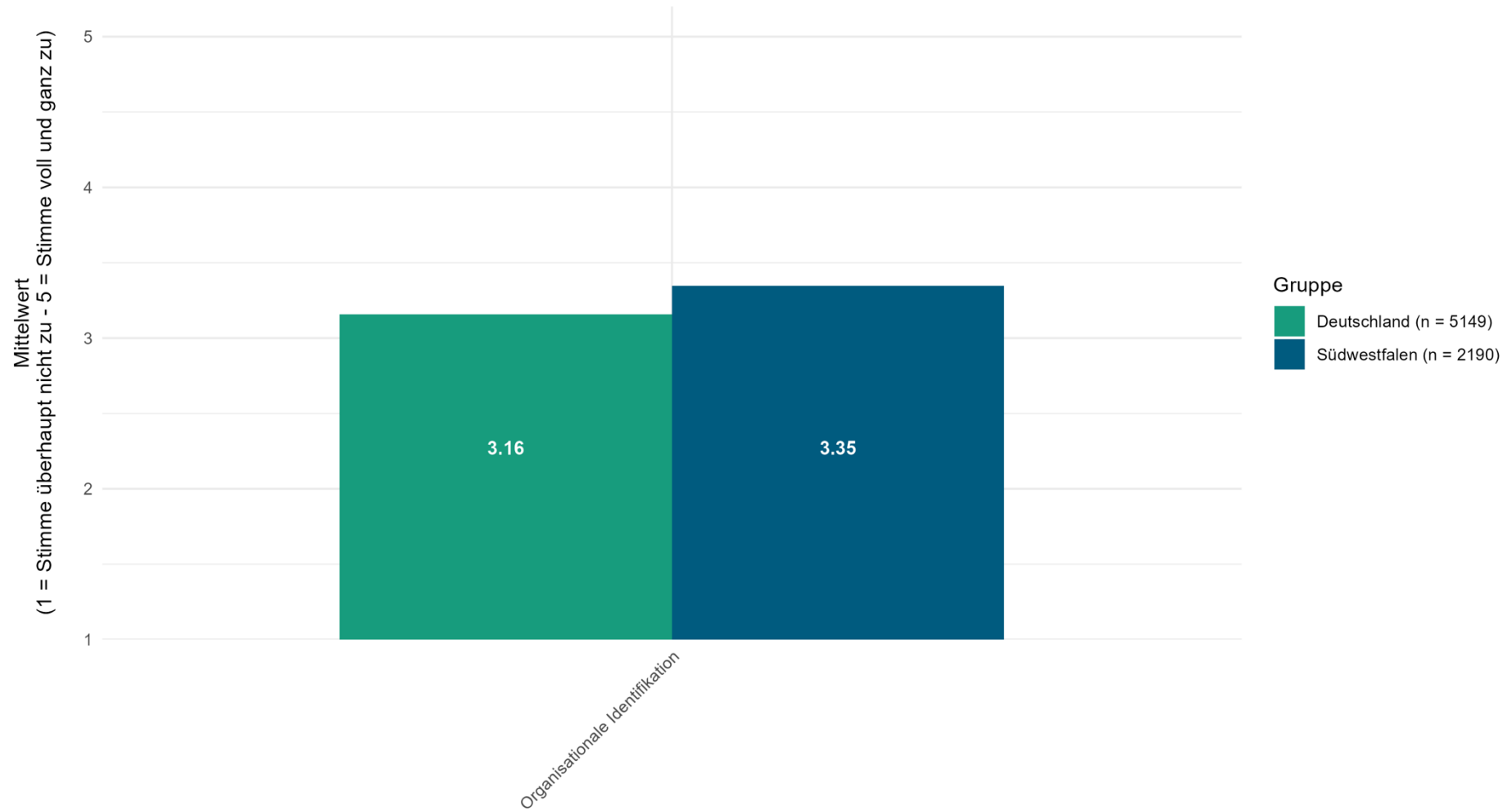
Organisationales Commitment

Auch die Bindung an die Unternehmen wird in Südwestfalen höher eingeschätzt.



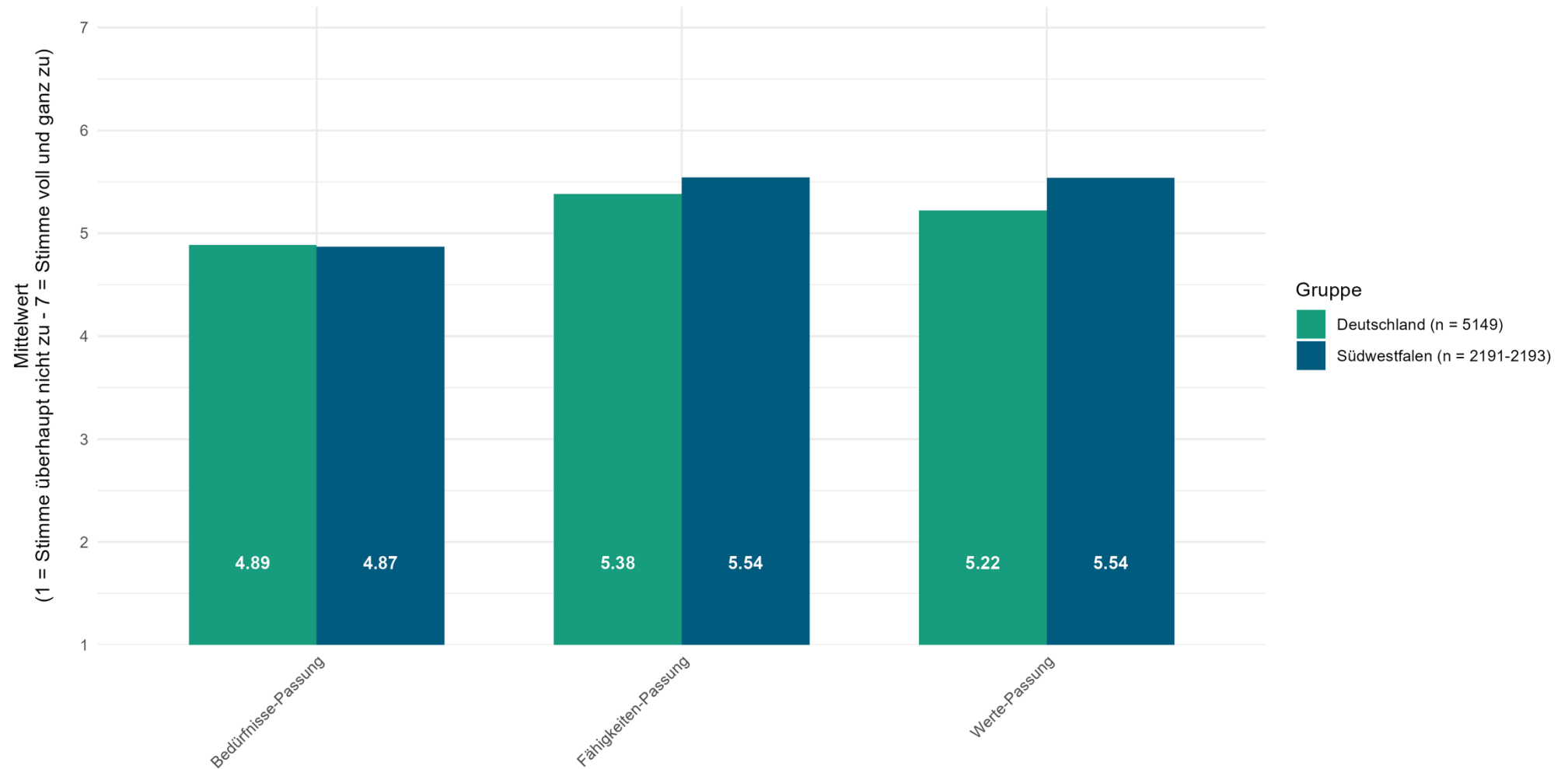
Organisationale Identifikation

In Südwestfalen teilen die Beschäftigten eher die Ziele und Werte des Arbeitgebers.



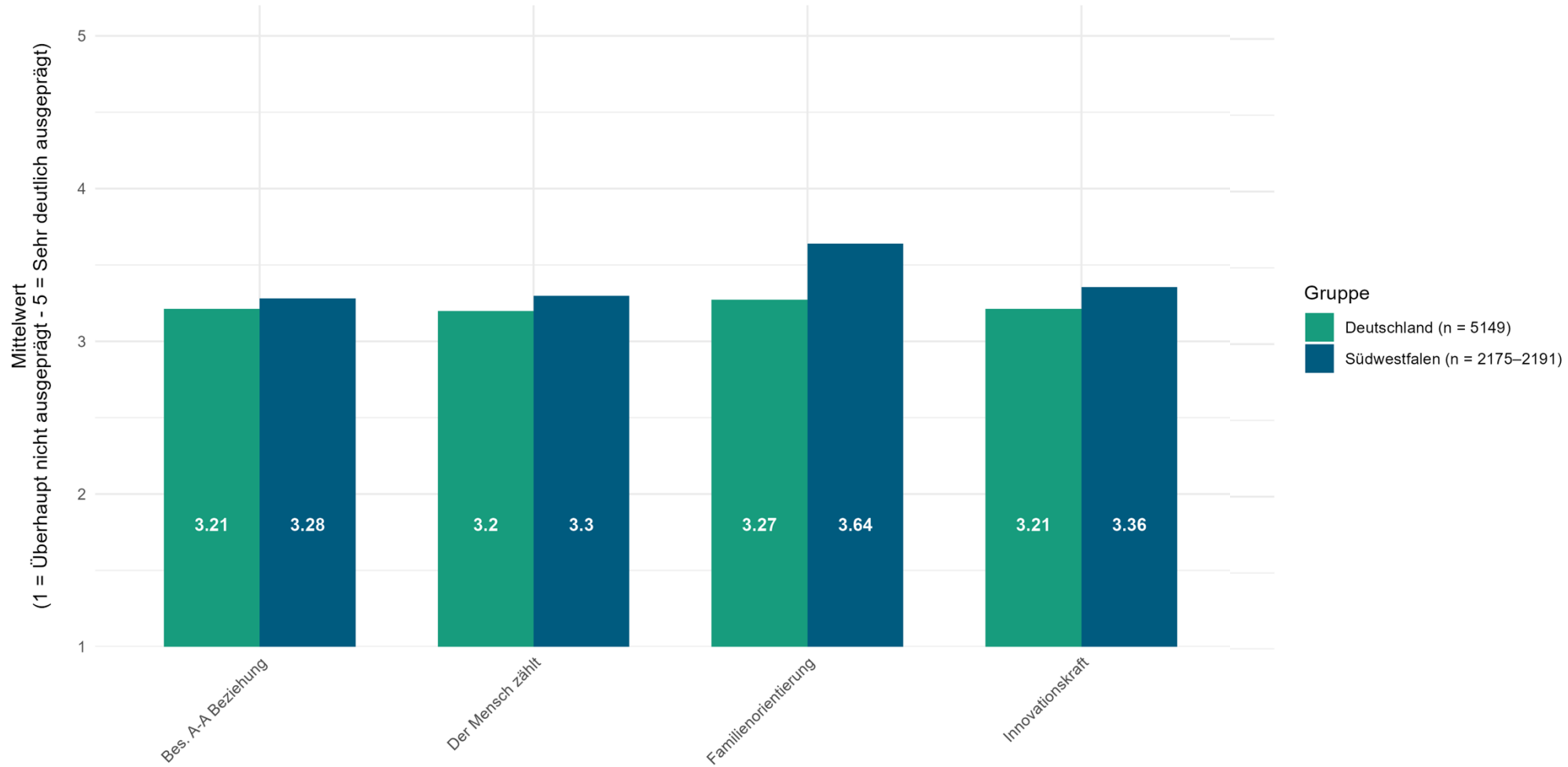
Passung zur Arbeit und Organisation

In Südwestfalen insbesondere eine höhere Übereinstimmung persönlicher und organisationaler Werte wahrgenommen.



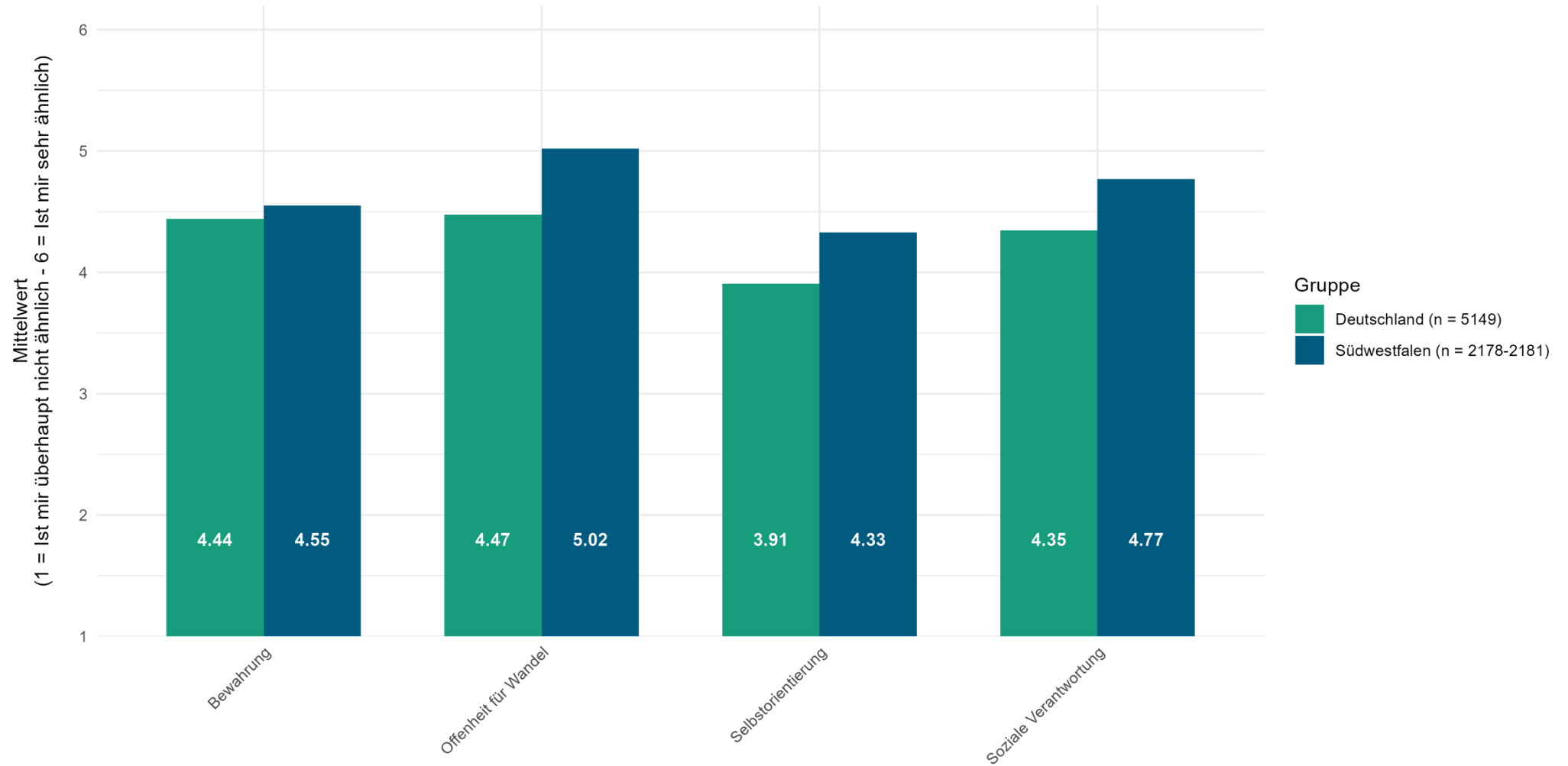
Organisationskultur (Dimensionen Regionalmarketing)

Arbeitgebern in Südwestfalen wird eine hohe Familienorientierung zugeschrieben.



Berufliche Wertvorstellung

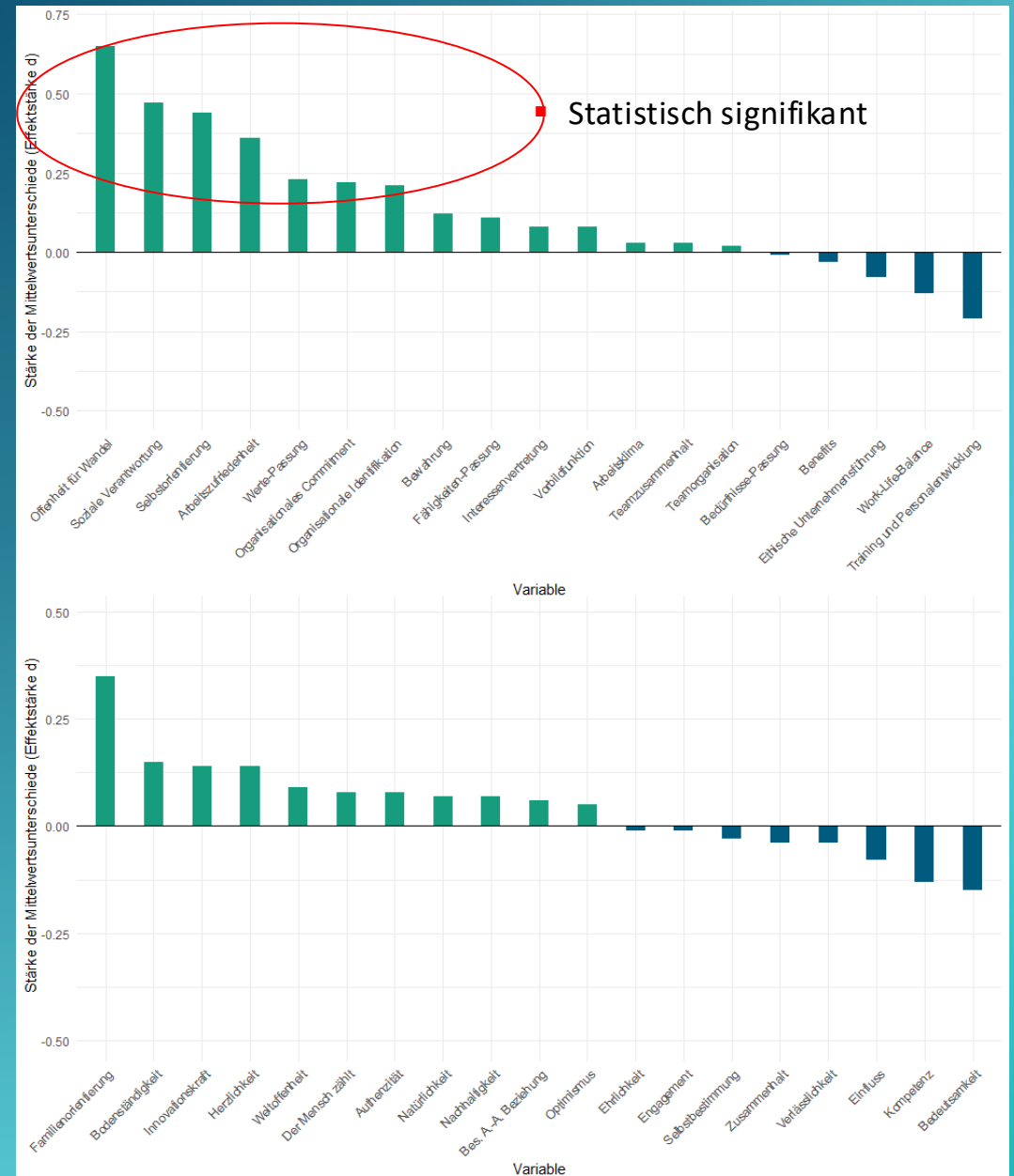
Selbstorientierung und Soziale Verantwortung sind den Beschäftigten am wichtigsten.



Deutliches, positives Abschneiden Südwestfalen als Top-Arbeitgeber-Region

Südwestfalen schneidet im Schnitt deutlich **positiv** ab. Im Vergleich zum repräsentativen Benchmark liegen die Werte der südwestfälischen Befragten in den meisten Merkmalen **statistisch signifikant höher**.

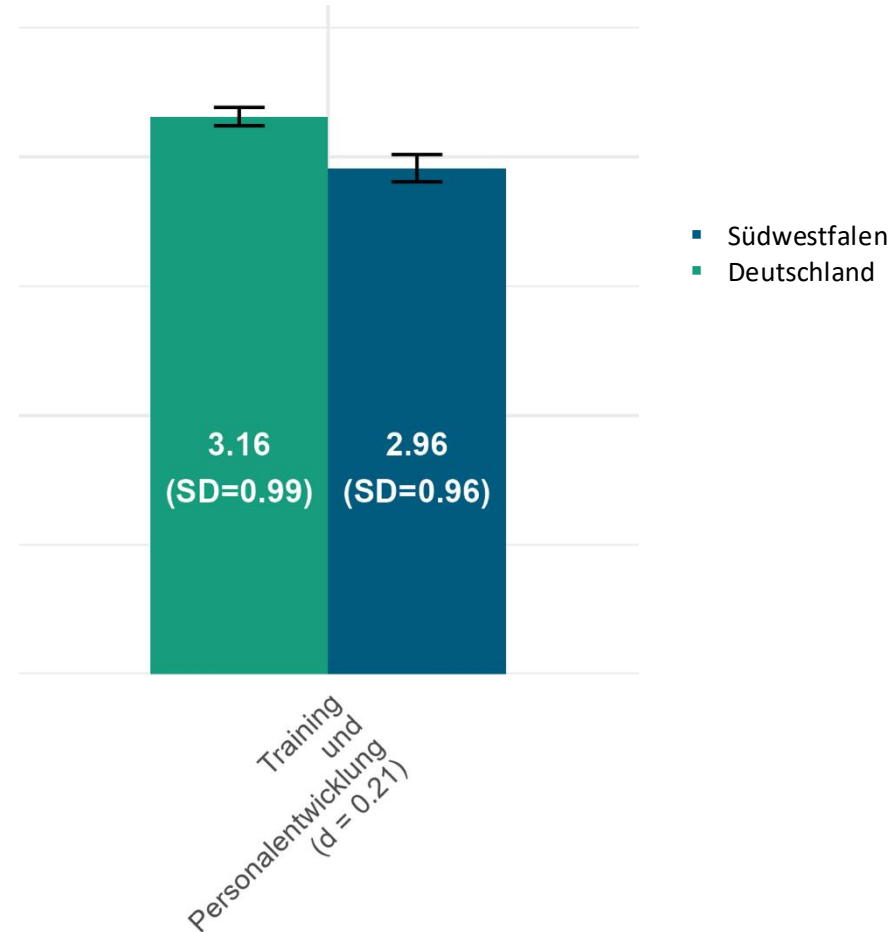
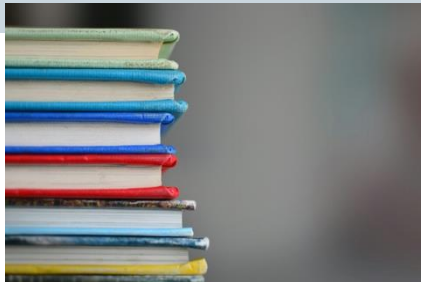
Die wenigen Punkte, in denen Südwestfalen **unter den repräsentativen Vergleichsdaten** liegt, sind **statistisch nicht signifikant**. Sie bieten dennoch einen Ansatzpunkt für zukünftige Entwicklungen.



Zentrale Ergebnisse: Ansatzpunkt zur Verbesserung Trainings- und Entwicklungsmöglichkeiten als Faktor für ein gutes Arbeitgeberimage.

Arbeitgeber-Wahrnehmung

Die Wahrnehmung von **Entwicklungsmöglichkeiten** wird in Südwestfalen etwas **kritischer** bewertet.



Zentrale Ergebnisse

Südwestfalen IST Top-Arbeitgeberregion!

Arbeitszufriedenheit

Beschäftigte in Südwestfalen sind **zufriedener** als der deutsche Durchschnitt.



Fähigkeiten/Werte-Passung

Werte und **Fähigkeiten** der südwestfälischen Beschäftigten **passen eher** zur tatsächlichen Tätigkeit.



Unternehmenskultur

Familienorientierte Organisationskulturen sind in Südwestfalen stärker ausgeprägt.



Berufliche Wertvorstellung

Offenheit für Wandel und **soziale Verantwortung** sind Beschäftigten in Südwestfalen **wichtiger**.



Ausblick

Was sind die nächsten Schritte?

1 Eine Aufgabe und ein Highlight fürs Regionalmarketing

Das Regionalmarketing plant unter dem Dach der „Arbeitgeberschmiede Südwestfalen“ nun eine Kommunikations-Kampagne, um die Ergebnisse der Studie zur Profilierung der Region zu nutzen!

2 “Futter“ und Ansatzpunkte für jedes teilnehmende Unternehmen

Den Unternehmen liegt ihre Einzelauswertung vor. Sie können damit ihre Stärken gezielt kommunizieren, und können gleichzeitig an ihrer eigenen Entwicklung als attraktiver Arbeitgeber arbeiten.

3 Gute Nachricht: 20 „goldene Tickets verfügbar“ – aufgrund der positiven Resonanz

20 weitere südwestfälischen Unternehmen können das starke Befragungs-Instrument für sich nutzen, um zu prüfen, wie attraktiv sie sind. Interessenten melden sich dazu bitte bis Mai 2026 bei der Südwestfalen Agentur GmbH.

Kontakt



Jannick Schneider
jannick.schneider@iao.fraunhofer.de



Connect via
LinkedIn



Dr. Clemens Striebing
clemens.striebling@iao.fraunhofer.de



Connect via
LinkedIn



Katharina Hochfeld
katharina.hochfeld@iao.fraunhofer.de



Connect via
LinkedIn