



## **Attraktiv werden für die junge Generation – wie können Unternehmen erfolgreich Mitarbeitende gewinnen und binden?**

**Die Firma ‚Sehnsucht und Liebe‘ ist auf die GenerationZ spezialisiert und berät Unternehmen rund um Attraktivität für die junge Generation und entwickelt mit den Auftraggebern gezielte Kampagnen bzw. Konzepte. Die wichtigsten Fragen hierzu hat uns Geschäftsführer Paul Südbeck in einem Interview beantwortet:**

**Sparkasse Essen:**

„Der Name der Firma ‚Sehnsucht und Liebe‘ klingt ungewöhnlich, können Sie uns verraten, wie es dazu kam?“

**Paul Südbeck:**

(lacht) „‚Sehnsucht‘ steht dafür, dass Arbeitgebende oft intensiv suchen, um die richtigen Leute für ihre Teams zu finden. Es geht darum, nicht nur irgendeine, sondern die `perfekte` Besetzung für offene Stellen zu finden. Mit ‚Liebe‘ meinen wir die Begeisterung und das Engagement, das Arbeitnehmende für ihren Job und das Unternehmen mitbringen sollten. Es geht darum, dass sie sich wohlfühlen und gerne zur Arbeit kommen. In Kombination ergibt unser Geschäftsmodell - ‚Sehnsucht und Liebe‘ also ein Arbeitsverhältnis, das von beidseitiger Wertschätzung und Leidenschaft geprägt ist.“

**Sparkasse Essen:**

„Können Sie umreißen, wie es zu der Gründung der Firma kam, von der Idee bis zur Umsetzung und die Zusammenarbeit mit der Sparkasse Essen hierbei einbeziehen?“

**Paul Südbeck:**

„Unsere Firma entstand aus einer klassischen Werbeagentur heraus, der at sales communications, die absatzfördernde Kommunikation für Unternehmen wie Krombacher, Coca-Cola, Olympus, Opel, Grohe entwickelt und gestaltet. Deshalb besitzen wir Marken- und Zielgruppen-Kompetenz. Die GenerationZ verlangt aber eine sehr persönliche und individuelle Betrachtung. Die klassischen Werbekanäle werden unter anderem durch Social-Media ersetzt bzw. durch Communities auf unterschiedlichen Plattformen. Beide Kompetenzen zusammen ergeben die diversifizierte Agentur ‚Sehnsucht und Liebe‘. Die Zusammenarbeit mit der Sparkasse Essen beschränkt sich dabei bisher auf unser normales Firmenkonto, da wir nicht auf zusätzliches Kapital angewiesen sind/waren.“



### Sparkasse Essen:

„Können Sie bitte kurz mit eigenen Worten erklären, welche Dienstleistungen Sie/Ihr Unternehmen anbieten/t?“

### Paul Südbeck:

„Sehnsucht und Liebe‘ ist eine Agentur spezialisiert auf die GenerationZ und bietet Unternehmen folgende Leistungen an:

- Beratung: Mit den Werten, Wünschen sowie Forderungen der GenZ unternehmenskritisch auseinandersetzen und diese in die Unternehmensentwicklung einfließen lassen.
- Recruiting Kampagnen: Konzept und Kreation
- Unternehmens-/Marken- /Produktkampagnen in den relevanten GenZ Communities“

### Sparkasse Essen:

Bitte geben Sie ein kleines Beispiel (so kann man sich besser vorstellen, was genau Sie machen) für Ihre Arbeit.

### Paul Südbeck:

Wir entwickeln für ein Pflegeheim seine Arbeitgebermarke ausgerichtet u.a. auf die GenerationZ. In der heutigen Arbeitswelt sind viele Faktoren entscheidend, wenn es darum geht, eine ausgeglichene und befriedigende Arbeitsumgebung zu schaffen.

In diesem Zusammenhang kann man von einer ‚stimmigen Summe‘ sprechen, die sich für uns bei ‚Sehnsucht und Liebe‘ aus drei Haupt-Säulen zusammensetzt.

1. Gehalt und Freizeitquote stehen in einem direkten Verhältnis.
2. Die interne Wertschätzung – dazu zählen für uns – u.a. Benefits, Führungsqualität, Sinn/Nachhaltigkeit und Arbeitsplatzbedingungen, um nur ein paar zu nennen.
3. Die externe Anerkennung. Wie werden der Beruf oder das Unternehmen in der Öffentlichkeit und im sozialen Umfeld wahrgenommen? Ein Waffenhersteller wird in der Gesellschaft beispielsweise oft kritischer gesehen als eine Pflegefachkraft. Die Rolle von Social-Media ist hierbei nicht zu unterschätzen.

Insgesamt muss die ‚Summe‘ aus diesen drei Säulen stimmen – Beispiel: wer weniger Gehalt zahlt, muss dann z.B. mit sinnhafter Arbeit und externer Anerkennung ausgleichen, damit sich Arbeitnehmende in ihrem Beruf wohlfühlen und langfristig motiviert und engagiert bleiben.

Dabei bleibt das Gehalt weiterhin wichtig und häufig von außen die einzige verlässliche Info vor einem Einstieg in den neuen Beruf – Beispiel: jeder Betrieb kann von sich selbst behaupten, eine `einzigartige Atmosphäre` oder einen `werteorientierten Umgang` zu haben. Was das genau heißt, bleibt aber leider im Gegensatz zum Gehalt unklar.

Zusätzlich führen wir Fokusgruppen durch, um Einblicke in die Unternehmen und Berufe zu bekommen. Im Anschluss bilden wir aus den erhobenen und ggf. recherchierten Daten eine neue Arbeitgebermarke und ggf. auch die Marke.

An diesen Ergebnissen orientieren sich anschließende Recruiting Kampagnen, neue Websites, Werbemittel, etc. Unsere Denkweise ist dabei geprägt von dem Ansatz, dass das Unternehmen sich bei den Bewerbenden bewerben muss. Oder anders ausgedrückt: Wir verkaufen Job-Angebote heutzutage wie eine Coca-Cola.

### Sparkasse Essen:

„Bitte geben Sie einen kurzen Einblick in Ihre Vita.“

### Paul Südbeck:

„Meine berufliche Laufbahn begann mit 14 Jahren in der Werbung, damals arbeitete ich für ein Festival und dessen Vermarktung. Meine Ausbildung begann ich bei der at sales und schloss diese in diesem Jahr mit 19 Jahren ab. Am Ende meiner Ausbildung gründete ich zusammen mit at sales die Firma ‚Sehnsucht und Liebe‘.

### Sparkasse Essen:

„Wie groß ist „Ihr“ Team?“

### Paul Südbeck:

„Unser Team besteht z.Z. aus 10 Personen, darunter Texter\*innen, Grafiker\*innen, Accountmanager\*innen, Foto/ Video und die Geschäftsführung.“

### Sparkasse Essen:

„Welche Produkte/Dienstleistungen der Sparkasse Essen haben Sie seit Gründung der Firma genutzt und welche Erfahrungen haben Sie hier gemacht?“



Paul Südbeck ist Geschäftsführer von „Sehnsucht & Liebe“

**Paul Südbeck:**

„Seit der Gründung der Firma haben wir das Firmenkonto der Sparkasse Essen genutzt und gute Erfahrungen mit PushTan auf dem Handy gemacht. Die Zusammenarbeit mit der Sparkasse Essen war immer sehr kompetent und freundlich und es war gut, dass an alles Relevante gedacht wurde. Die Zusammenarbeit mit meinem Firmenkundenbetreuer Michael Fimpeler verläuft stets unkompliziert und wir fühlen uns gut aufgehoben.“

**Sparkasse Essen:**

„Welche Tipps würden Sie Unternehmern geben, die attraktiver werden wollen für die heutige Generation der jungen Arbeitnehmer?“

**Paul Südbeck:**

„Meine Tipps wären:

1. Vermarkten Sie Jobangebote „wie eine Coca-Cola“. Die GenZ ist sich des Angebotsüberhangs am Arbeitsmarkt bewusst.
2. Seien Sie authentisch. Ist der Job schwierig? Sprechen Sie offen darüber. Ändern Sie, was nötig ist und berichten Sie dann über „den neuen Job“ oder die vorgenommenen Veränderungen.
3. Betrachten Sie Fairness gegenüber Ihren Mitarbeitenden als Kontrollinstanz.
4. Denken Sie über Stellenausschreibungen und Bewerbungsprozesse neu nach.
5. Brechen Sie alte Muster auf. Für die GenZ ist Stillstand ein K.o.-Kriterium.
6. Pflegen Sie eine aktive Veränderungskultur. Diese sollte ein ständiger Bestandteil Ihrer Unternehmenskultur sein.“

Da sind ja bereits ganz konkrete und direkt umsetzbare Tipps dabei, klasse! Für viele Unternehmen steht eine Transformation an, hin zu einem digitalen, nachhaltigen, new work-fähigen Arbeitgeber, der für die junge Generation attraktiv ist und zukunftsfähig ist.

Die Sparkasse Essen unterstützt interessierte Unternehmer aktiv bei der Umsetzung und den einzelnen Schritten:

Lesen Sie hier mehr zur [Mitarbeitendenbindung auf der Homepage der Sparkasse Essen](#)

Zur Homepage von Sehnsucht & Liebe [www.sul.agency/sparkasse](http://www.sul.agency/sparkasse)