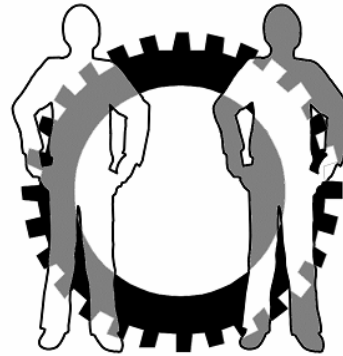


# ENTREPRENEURS



# CLUB

**Mittelstandstag 2006**

**Auswertung der Teilnehmerbefragung**



FUCHS &  
KLEMM

[www.fuchsklemm.de](http://www.fuchsklemm.de)  
[www.entrepreneursclub.eu](http://www.entrepreneursclub.eu)  
30. Januar 2007

Stefan Klemm  
+49-(0)172-816 49 44  
[stefan.klemm@fuchsklemm.de](mailto:stefan.klemm@fuchsklemm.de)

Der Mittelstandstag 2006 ist ein sehr effizienter innovativer Recruiting-Kanal für Führungs- / Führungsnachwuchskräfte

### Herkömmliche Recruitingkanäle vs. Mittelstandstag

Recruiting-Kanäle	KOSTEN / Nutzen	ZEIT / Personalbindung	QUALITÄT
Firmen- Homepage	○	- Recruitingprozessdauer lange	Erstansprache — Bewerber - große Streuung
online Portale	-- (e-Fellows 80-250 T€)	- Recruitingprozessdauer lange	Erstansprache ○ MS wird überstrahlt Bewerber ○ rel. große Streuung
Print – Anzeigenschaltung	-	--	Erstansprache ○ MS wird überstrahlt Bewerber ○ rel. große Streuung
Headhunter	-	○	Erstansprache ○ Bewerber ? Gefahr „Montagsauto“
<b>Fuchs &amp; Klemm Kennedy Avenue Netzwerk</b>	<b>+</b>	<b>+</b>	Erstansprache <b>+</b> Bewerber <b>++</b>
<b>„Mittelstandstag“</b>	<b>++</b> 1. Marketing bei der Zielgruppe 2. „Flat Fee“ 3. PR-Punkte	<b>++</b> Spart Ihnen Zeit: - Marketing - Vorauswahl - Kandidaten-Handling - bis 50 Kand. / 1 Tag!!	Erstansprache <b>++</b> Bewerber <b>+</b>

Die Akkreditierten Kandidaten vereinen neben Pragmatismus  
Auslandserfahrung und gute akademische Leistungen

### **Akkreditierte Kandidaten**

Bewerbungen: 1.400

Akkreditierungen: 246

### **Notendurchschnitte:**

Abitur 2,21

Vordiplom 2,47

Diplomnote 1,91

### **Auslandserfahrung:**

Angloamerika 28 %

Europa (nicht Dt.) 39 %

Asien/China 15 %

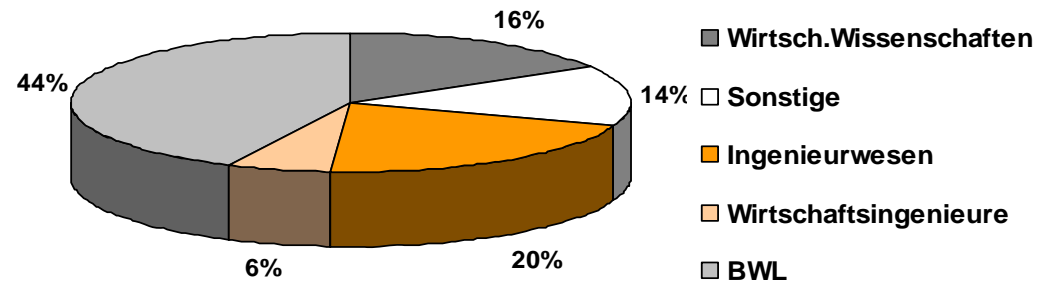
Weitere 19 %

# Ingenieure und Wirtschaftswissenschaftler bis 5 Jahre Berufserfahrung bildeten die größte Kandidatengruppe

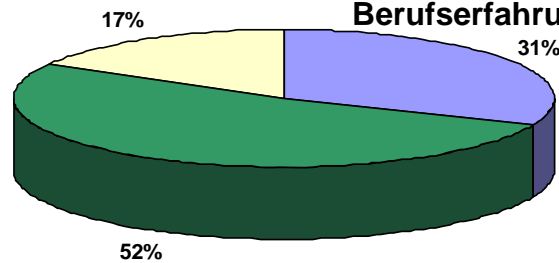
## Studium & Berufserfahrung

Geschlecht

Studiengänge



Berufserfahrung

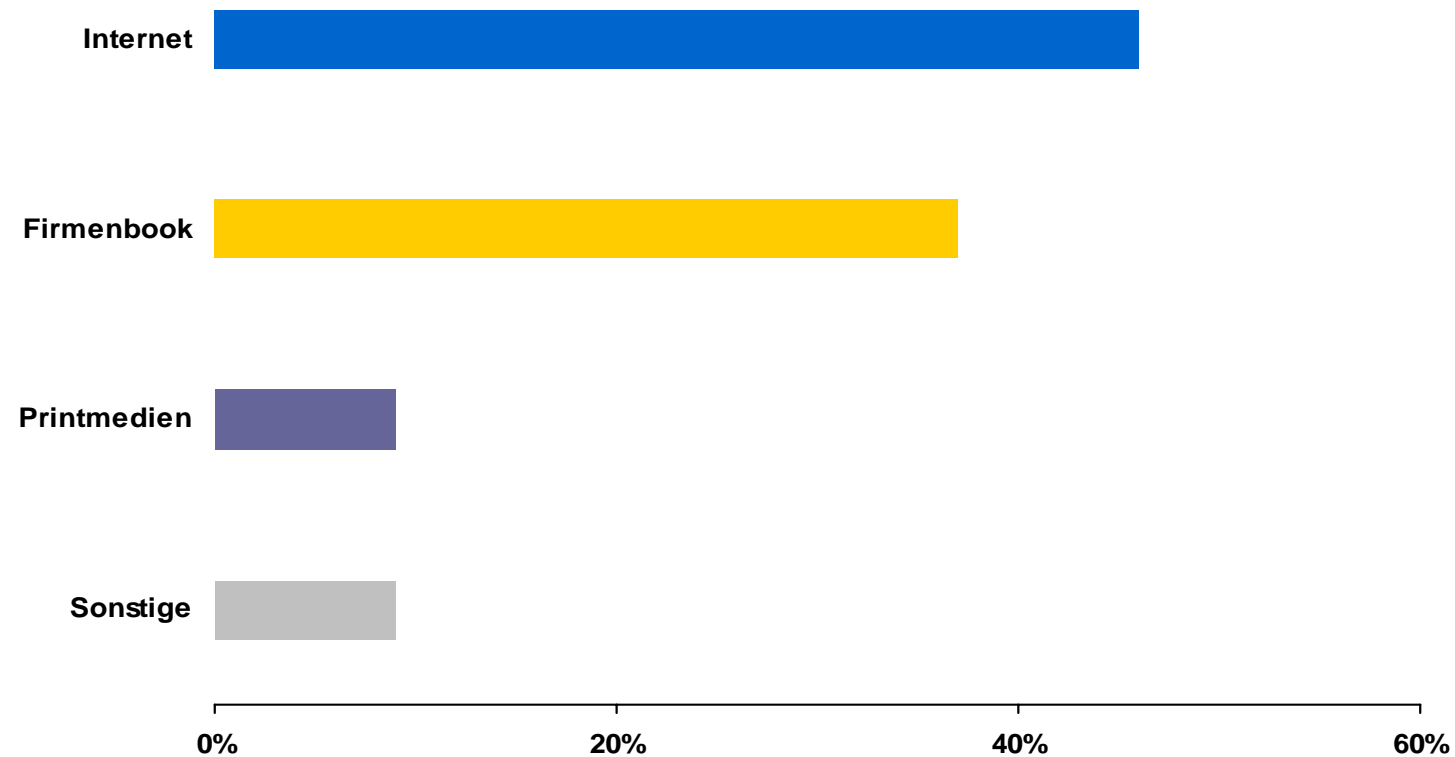


■ Absolventen ■ Young Professionals ■ mehr als 3 Jahre

Die Kandidaten nutzten unser Informationsangebot mit Ihren Firmenprofilen hauptsächlich zur Vorbereitung

## Informationsquellen anlässlich des Mittelstandstags 2006

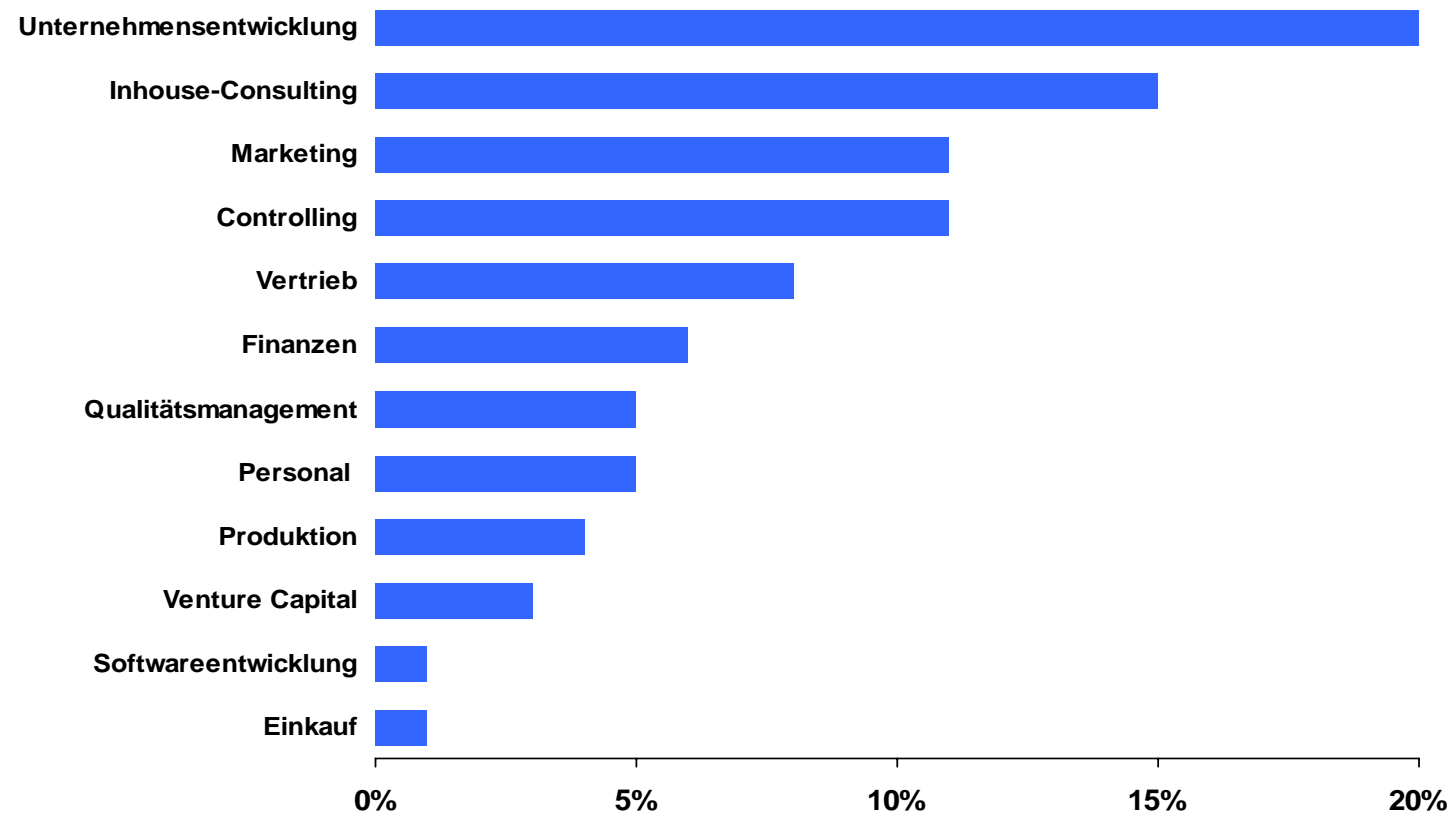
„Wie haben Sie sich (falls zutreffend) anlässlich des Mittelstandstags 2006 über die einzelnen Unternehmen informiert?“



Die Unternehmensentwicklung steht bei den gewünschten Aufgabenfeldern an erster Stelle

## Aufgabenfelder

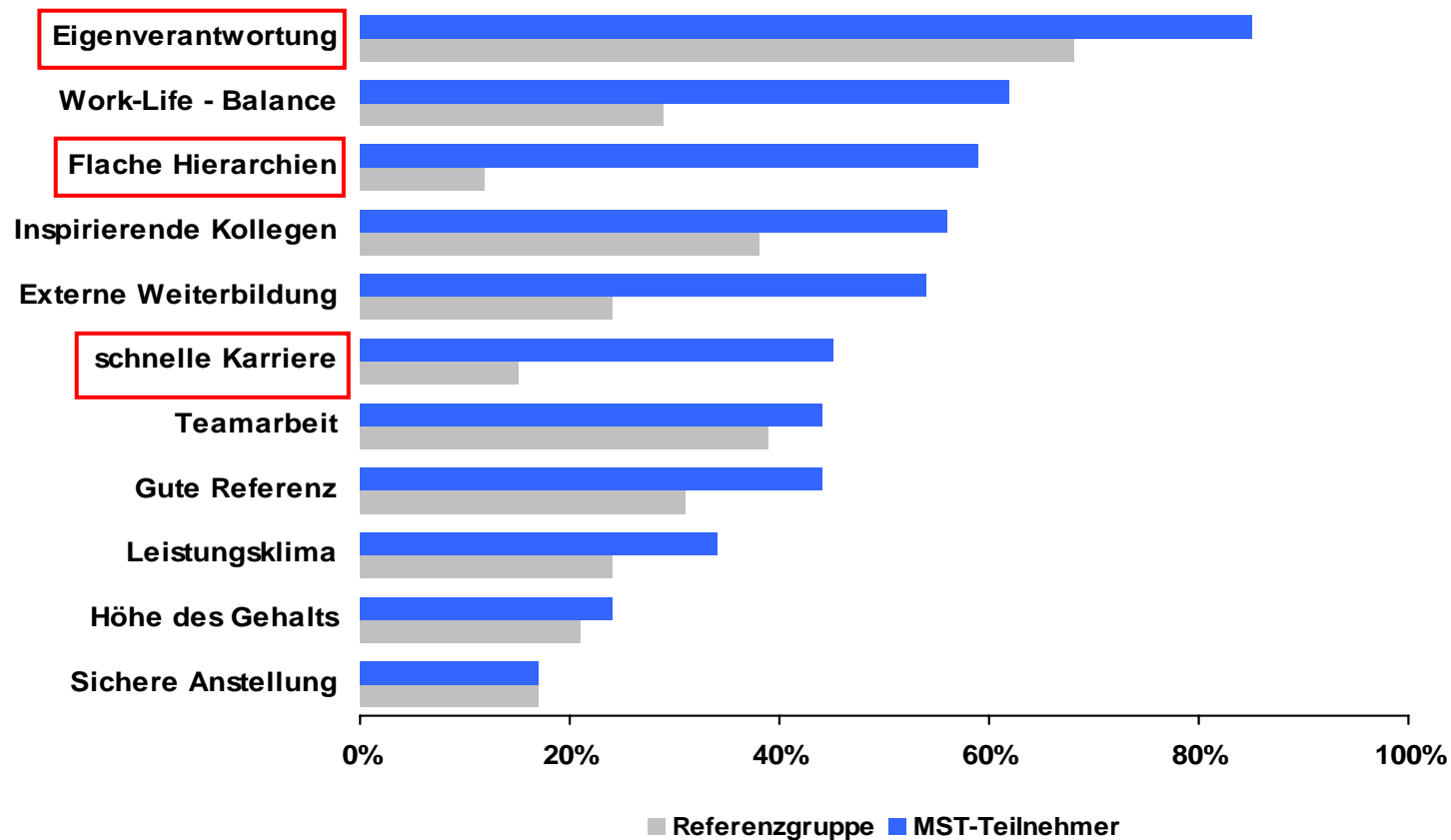
„Welche der folgenden Aufgabenfelder interessieren Sie am Meisten?“



Die Teilnehmer wollen die schnelle Karriere bei ausgeglichener Work-/Life-Balance und hoher Eigenverantwortung

## Der Ideale Arbeitgeber

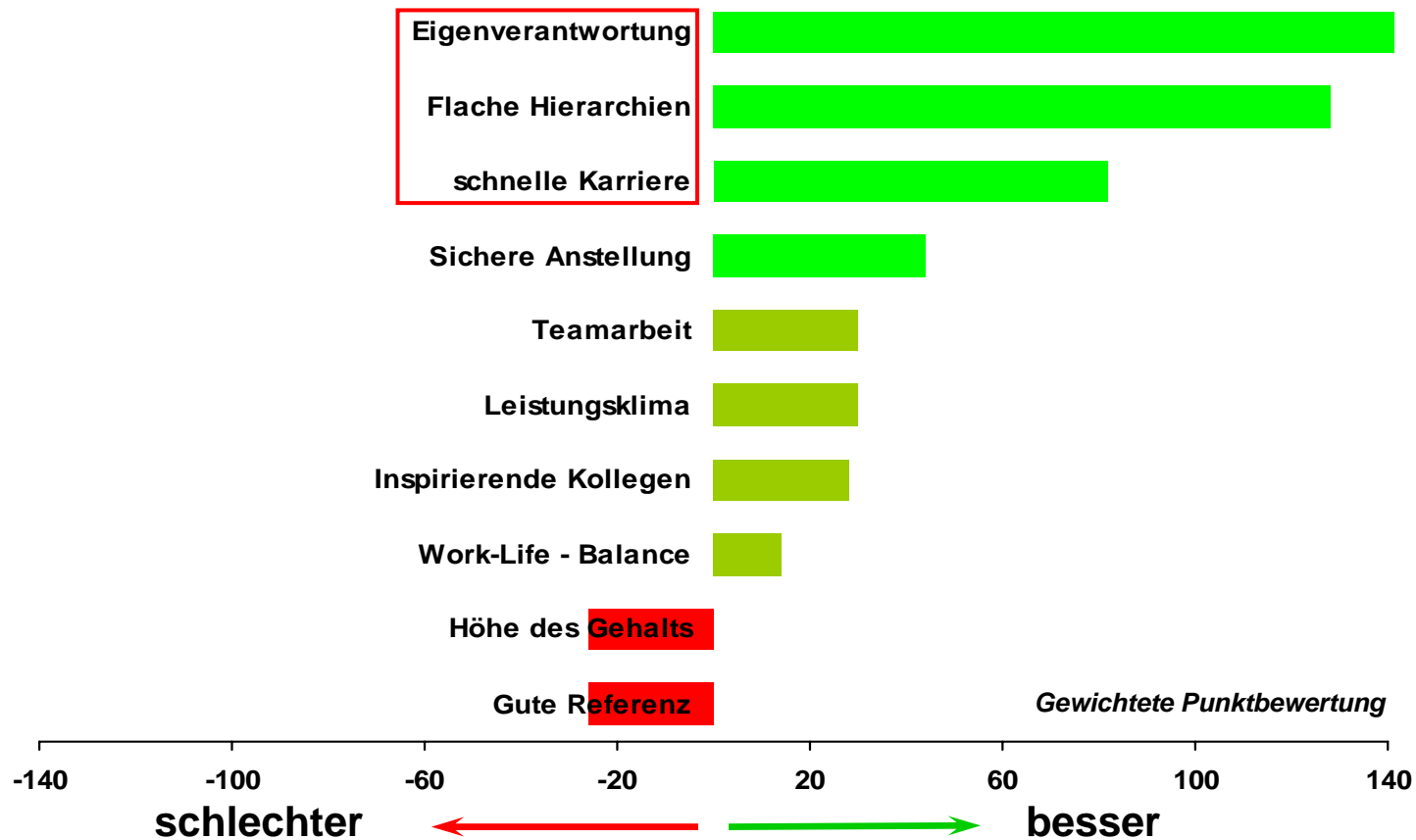
„Welche Anforderungen stellen Sie an ihren idealen Arbeitgeber?“



Die Teilnehmer glauben genau dieses Wunsch-Umfeld in einem Familienunternehmen zu finden

## Familienunternehmen vs. Großunternehmen

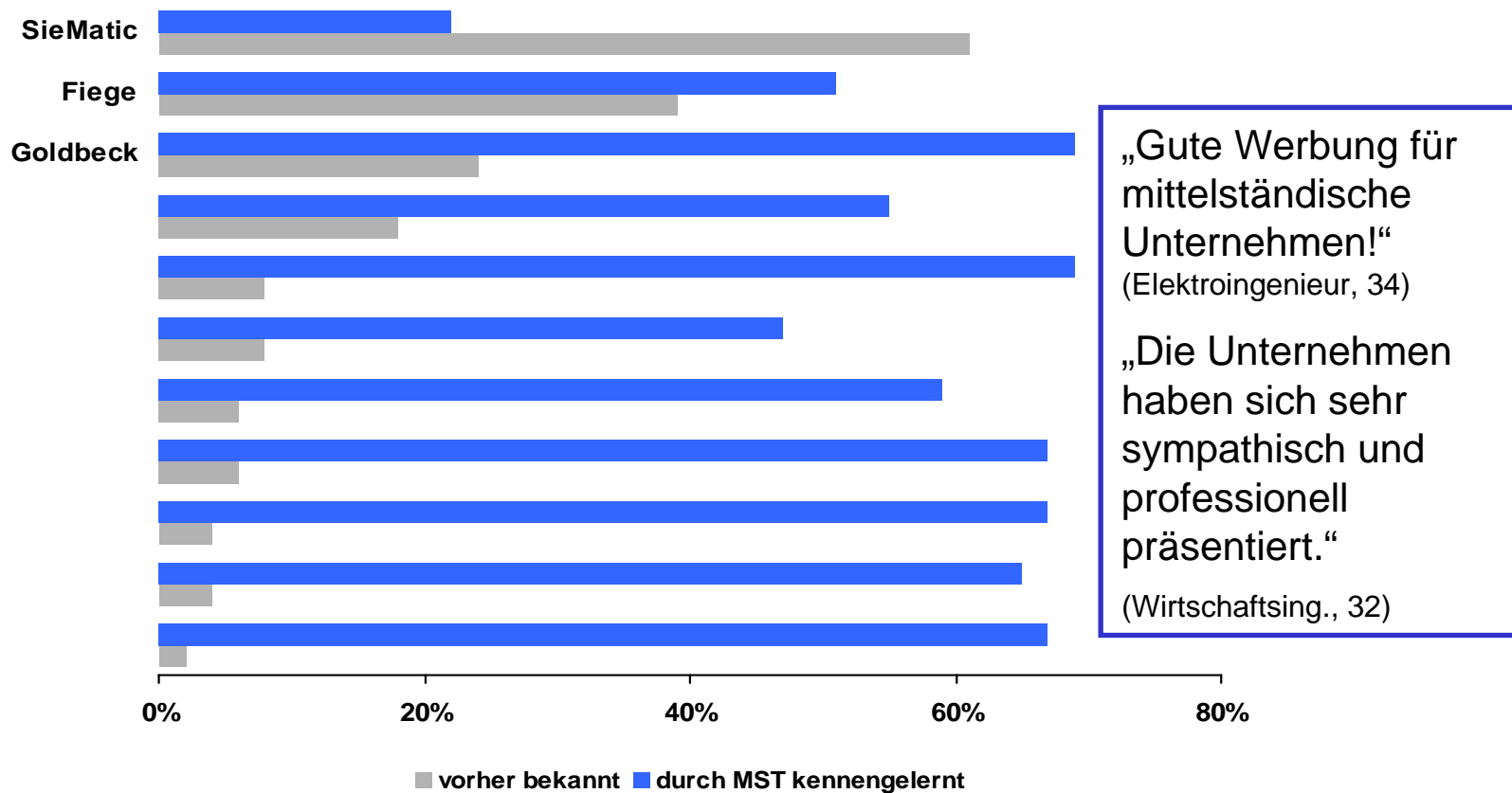
„Wie schätzen Sie Familienunternehmen im Vgl. zu Großunternehmen ein?“



Der Mittelstandstag bietet bis dato bei der Zielgruppe wenig bekannten Unternehmen eine hochfokussierte Personalmarketing-Plattform

## I Bekanntheit und Performance

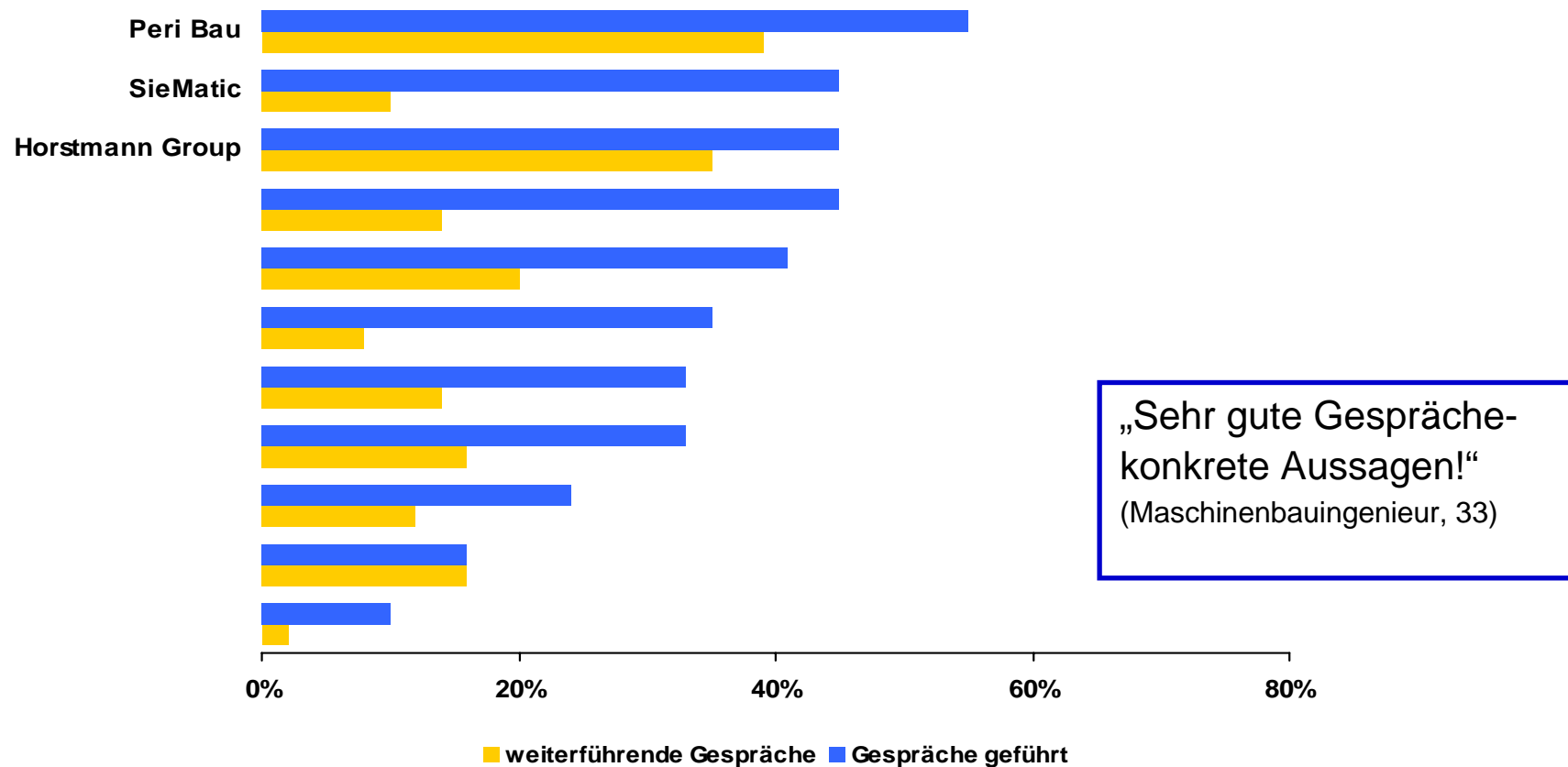
Die Firma XY.... **...habe ich durch den MST kennengelernt“**  
 ... war mir vor dem MST bekannt“



An einem einzigen Tag wurden pro Unternehmen viele Dutzend Gespräche geführt- zahlreiche weiterführende sind geplant!

## I Gespräche auf und im Anschluss an den Mittelstandstag 2006

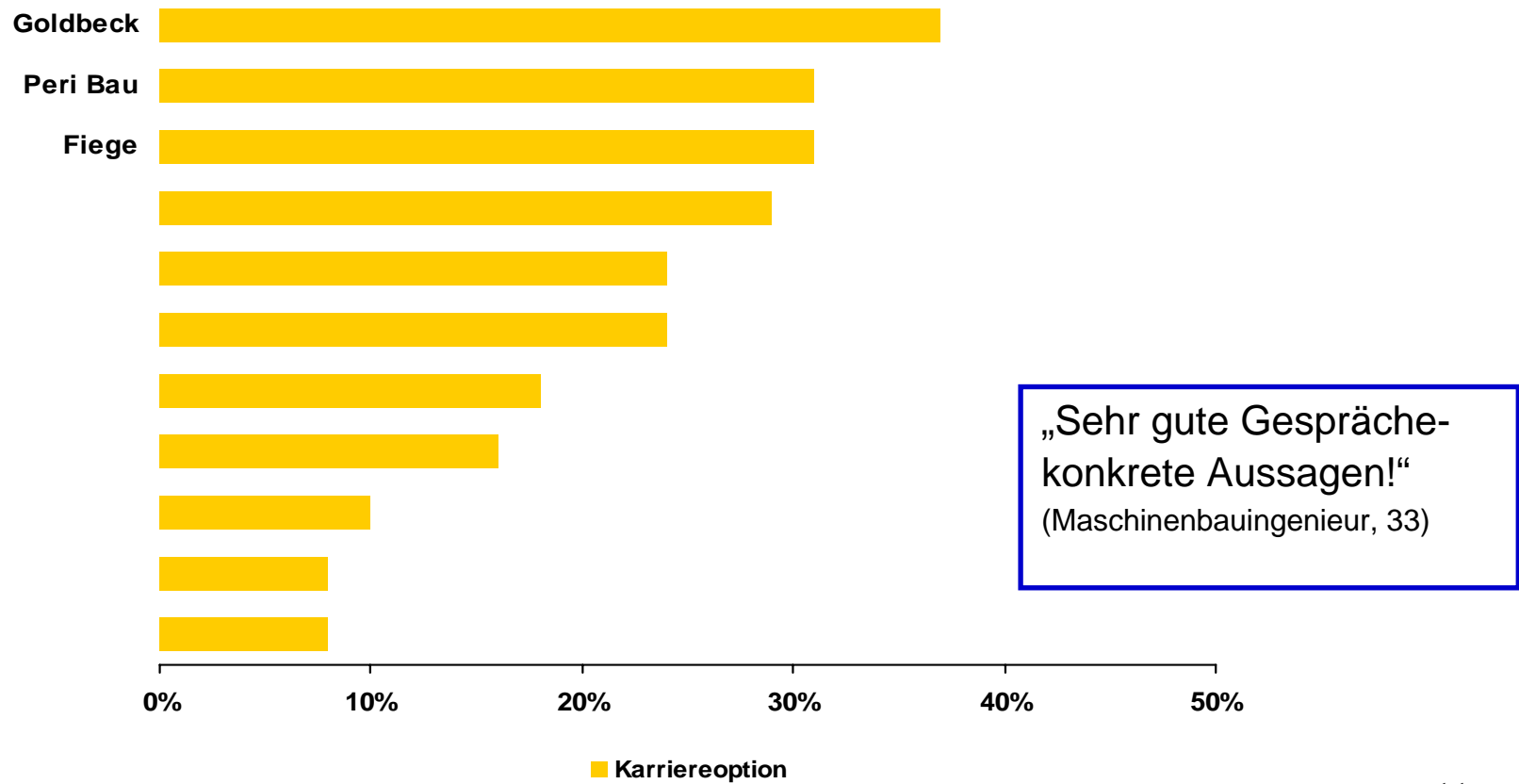
„Mit welchen Unternehmen ...haben Sie Gespräche geführt?  
... sind weiterführende Gespräch geplant?“



Eine Vielzahl der anwesenden Kandidaten empfiehlt als Multiplikator Unternehmen als Karriereoption weiter

## I Weiterempfehlung

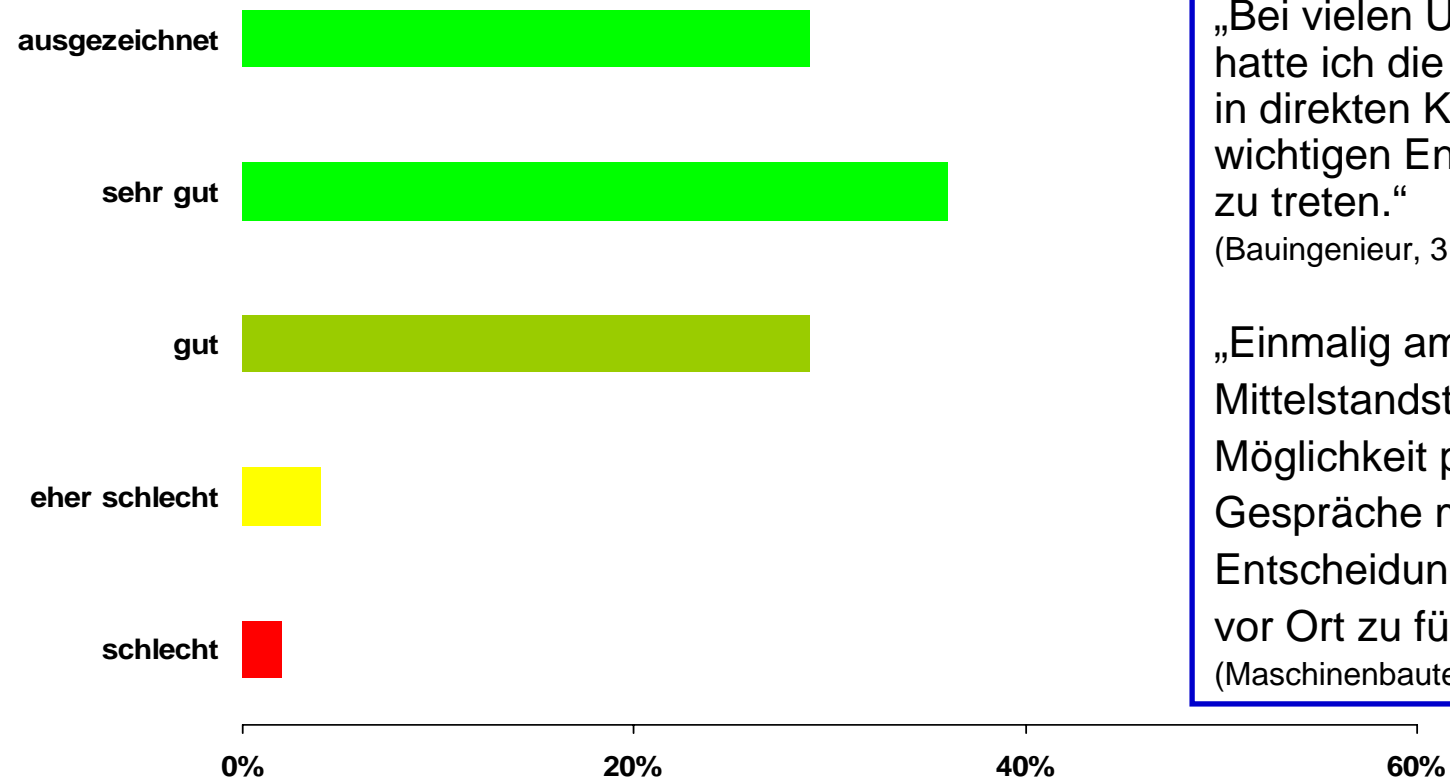
„Welche Unternehmen werden Sie als konkrete Karriereoption in Ihrem Umfeld weiterempfehlen?“



94 % der Teilnehmer zeigen sich begeistert von den Gesprächen mit den Unternehmen

## Beurteilung der Gespräche

„Wie beurteilen Sie die Gespräche mit den Unternehmen?“



„Bei vielen Unternehmen hatte ich die Möglichkeit in direkten Kontakt zu wichtigen Entscheidern zu treten.“

(Bauingenieur, 31)

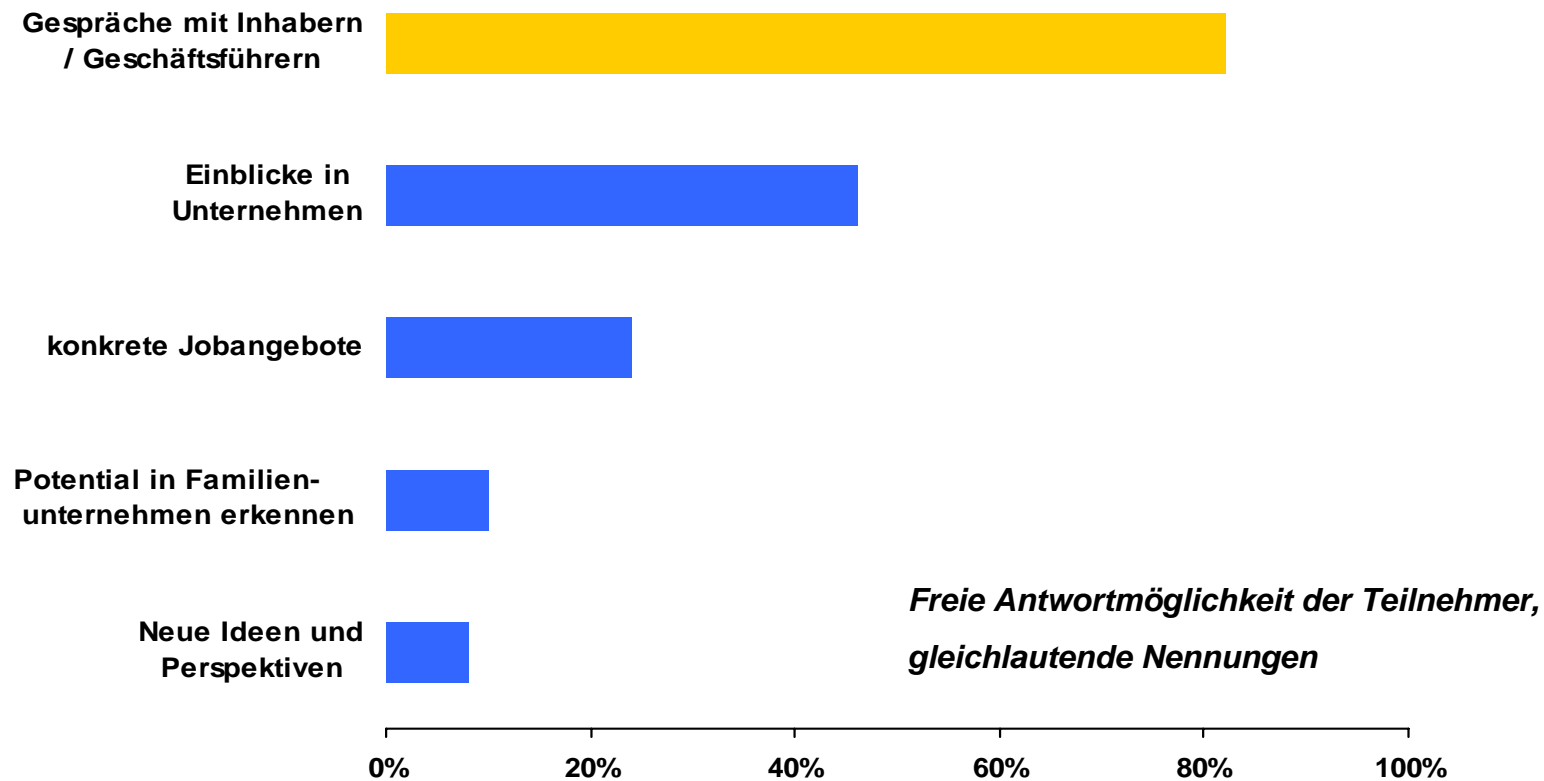
„Einmalig am Mittelstandstag war die Möglichkeit persönliche Gespräche mit den Entscheidungsträgern vor Ort zu führen.“

(Maschinenbautechniker, 30)

Der direkte Kontakt zu den Unternehmern, Inhabern und Geschäftsführern ist der große Attraktor für die Kandidaten

## Erwartungen der Teilnehmer

„Was erwarten Sie sich vom Mittelstandstag 2006?“



Der „Mittelstandstag“ leistet einen deutlichen Beitrag zur Positionierung der Familienunternehmen bei den Führungskräften von morgen

## Positionierung der Familienunternehmen bei der Zielgruppe

„Wie sehr hat Ihrer Meinung nach der MST dazu beigetragen Familienunternehmen stärker zu positionieren und diese kennen zu lernen?“

hat -  
hat sehr beigetragen



etwas -  
wenig beigetragen



sehr wenig -  
garnicht beigetragen



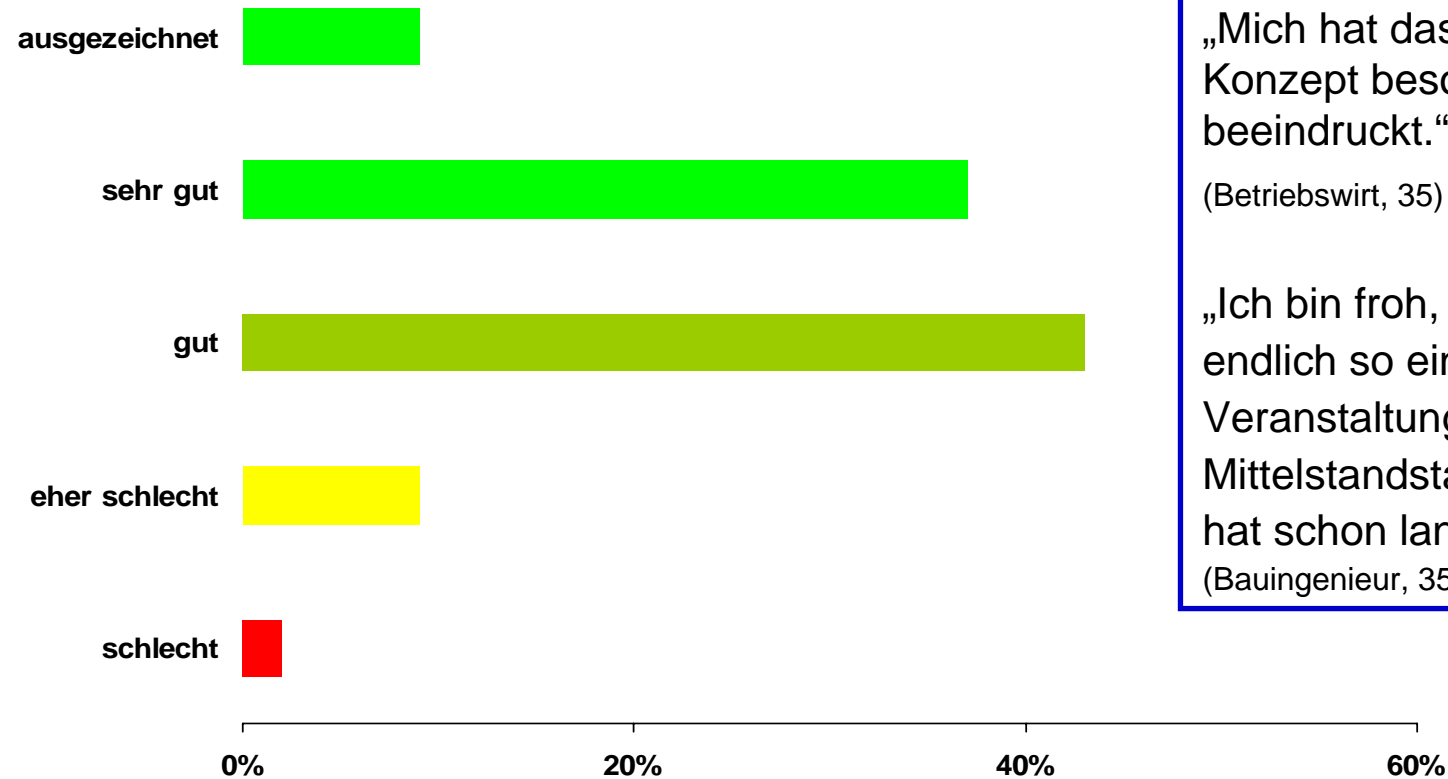
0% 20% 40% 60% 80% 100%

„Ich konnte Unternehmen kennen lernen, die mir eher unbekannt waren, In ihrem Segment aber Marktführer sind. So bekam ich die Bedeutung des Mittelstands vor Augen geführt.“  
(Maschinenbauingenieur, 28)

89 % der Teilnehmer waren sehr zufrieden und würden wieder am Mittelstandstag teilnehmen

## Gesamtzufriedenheit

„Wie zufrieden waren Sie mit dem Mittelstandstag 2006?“



„Mich hat das neuartige Konzept besonders beeindruckt.“

(Betriebswirt, 35)

„Ich bin froh, dass es endlich so eine Veranstaltung wie den Mittelstandstag gibt - das hat schon lange gefehlt.“

(Bauingenieur, 35)