

GenZ auf Augenhöhe begegnen

Im Wettbewerb um junge Fachkräfte setzt der Pharma-Konzern Bayer auf sinnstiftende Arbeit und Zusatzleistungen. Die Aufmerksamkeit potenzieller Mitarbeiter will man vor allem mit Authentizität und Transparenz auf Social-Media-Plattformen gewinnen.

Längst ist der Fachkräftemangel auch in der Pharma-Branche angekommen. Gerade große Unternehmen stehen vor der Herausforderung, innovativ und wandlungsfähig aufzutreten, um die Angehörigen der Generation Z (Geburtsjahrgänge von etwa 1995 bis 2010) als Mitarbeiter zu gewinnen. Das trifft nicht zuletzt auch auf die Bayer AG in Leverkusen zu, die ihre Präsenz neben Vor-Ort-Veranstaltungen zuletzt vor allem in sozialen Netzwerken verstärkt hat. Wie der Pharma-Riese sich als attraktiver Arbeitgeber gegenüber der Generation Z positioniert, welche Kanäle das Unternehmen in der Kommunikation mit der jungen Zielgruppe einsetzt und mit welchen Inhalten ihr Interesse am Unternehmen geweckt werden soll, verrät Bayers Personalmarketingleiter Bernd Schmitz im Interview.

HEALTHCARE MARKETING: Herr Schmitz, welche Bedeutung hat die Nachwuchsförderung in Ihrem Unternehmen?

BERND SCHMITZ: Als Forschungsunternehmen sind wir angewiesen auf gut ausgebildete Fachkräfte, daher wird die Nachwuchsförderung bei Bayer immer einen extrem hohen Stellenwert haben. Bei uns entwickeln die verschiedensten Generationen gemeinsam unsere Innovationen von morgen – Erfahrungen von alten Hasen und Anforderungen der Generation Z fließen hier zusammen. Als gesellschaftlich verantwortungsbewusstes Unternehmen war es uns daher schon immer wichtig, junge Menschen auszubilden und unsere Beschäftigten entsprechend ihrer Interessen und Fähigkeiten weiterzuentwickeln.

HEALTHCARE MARKETING: Wie reagiert Ihr Unternehmen auf den wachsenden Wettbewerb um Fachkräfte der Generation Z?

SCHMITZ: Wir setzen viel daran, unsere Zielgruppen genau kennenzulernen und schon sehr frühzeitig mit ihnen in Kontakt zu treten – auf Messen und Veranstaltungen, an Hochschulen und Forschungsinstituten, aber natürlich auch mit unseren Karriereseiten, unserem ChatBot und unserer Präsenz auf allen wichtigen Social-Media-Kanälen. Auch mit unserem



Foto: Bayer AG

Auf dem Kölner Absolventenkongress 2018 stellten Personalmarketingleiter Bernd Schmitz und sein Team die Chat-App der Bayerseite vor

Ausbildungsmarketing an Schulen und auf Berufsinformationsmessen sind wir bereits früh in Kontakt mit potenziellen zukünftigen Kollegen und Talenten.

HEALTHCARE MARKETING: Wie versuchen Sie, diese Bewerbergruppe für Bayer zu gewinnen?

SCHMITZ: Was uns mit der Generation Z verbindet, ist der Wunsch, die Welt zu verbessern. Sie engagiert sich für das Überleben unseres Planeten, ist digital bestens organisiert und setzt sich leidenschaftlich für ihre Überzeugungen ein. Wir engagieren uns ebenfalls für innovative Lösungen in den Märkten Gesundheit und Ernährung mit dem Ziel, das Leben auf der Erde nachhaltig zu verbessern. Da gibt es viele Übereinstimmungen – sowohl hinsichtlich der Erwartungen dieser Zielgruppe an Bayer als Arbeitgeber als auch unseren Angeboten an junge Menschen dieser Generation.

HEALTHCARE MARKETING: Wie sehen die Erwartungen junger Bewerber an Ihr Unternehmen aus?

SCHMITZ: Die Generation Z ist es gewohnt, früh in Entscheidungen mit einbezogen, motiviert und gelobt zu werden. Sie erwartet sie auch im beruflichen Kontext. Dies wird am Anfang sehr selbstbewusst eingefordert. Stimmt das nicht, passt der Arbeitgeber nicht. Darüber hinaus zeichnet sich für die Bewerberinnen ein wertvolles Arbeitsverhältnis vor allem nach Freiheiten und Wertschätzung aus.

offen auf die Arbeitswelt zu und in ihrer Freizeit – unter anderem in den sozialen Medien. Die Angehörigen dieser Generation werden als frühzeitig motiviert werden als frühere Generationen. Sie spielen die Höhe des Gehalts eine wichtige Rolle. Viel wichtiger sind für sie Aufgaben, die Treue zum Unternehmen und Arbeitsmodelle, die Flexibilität bieten. Wir sprechen wir mit ihnen an. In ihrer Freizeit sind sie

HEALTHCARE

diese

SC

1

Bernd Schmitz

gehört seit 2004 dem Bayer Personalmarketing an. Er übernahm die Leitung des Talent Marketing Centers des Unternehmens. In diesem Bereich sind alle Maßnahmen zur Gewinnung und Bindung von Talenten. Bernd Schmitz ist der gebürtige Rheinländer und hat in seinem früheren Leben auch in anderen Bereichen für Bayer gearbeitet. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder. Vor seiner Tätigkeit bei Bayer war er als Personalmarketing-Manager bei Bayer tätig.

Foto: Bayer AG

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe ab Seite 10 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren sie jetzt hier!