



Personalmangel im Kino

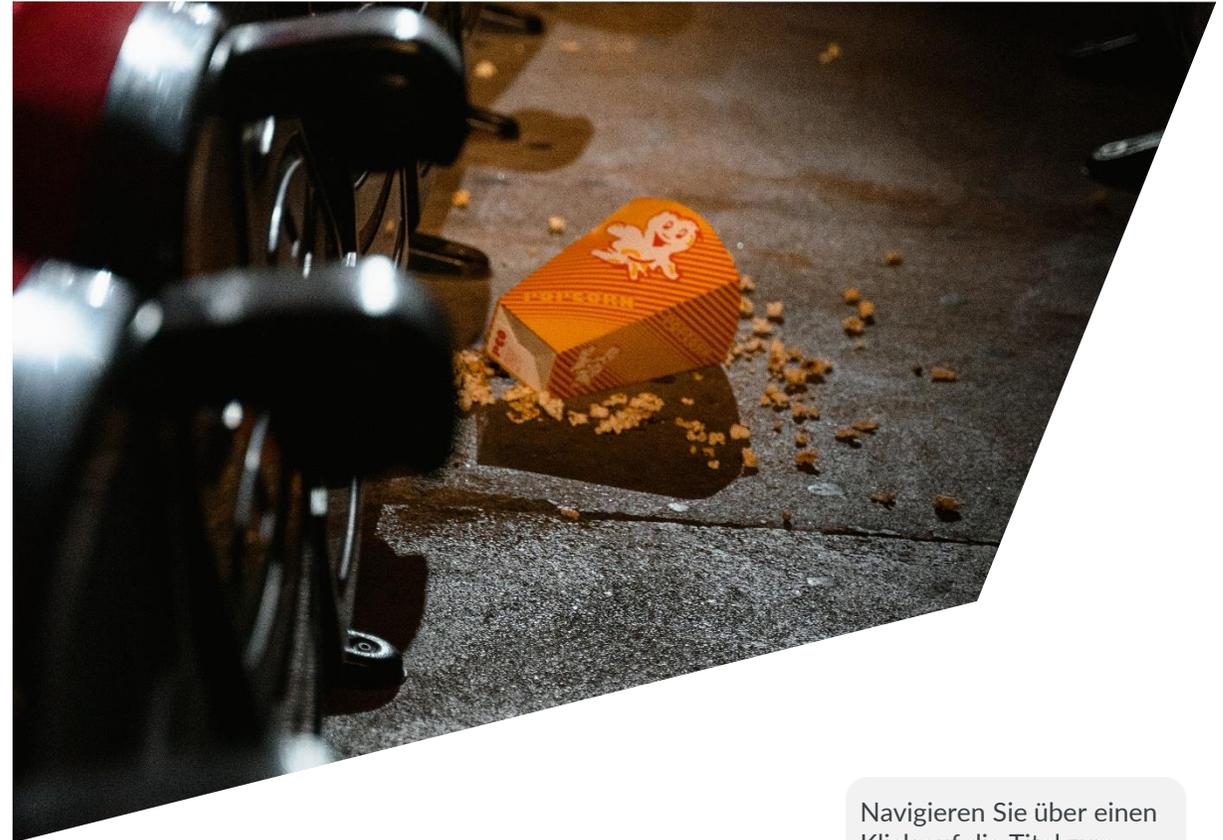
Consumer Panel Services GfK
Media & Entertainment

Juni 2023



Agenda

1	<u>Fazit</u>	3
2	<u>Hintergrund & Studiendesign</u>	6
3	<u>Stichprobenbeschreibung</u>	9
4	<u>Personalsituation</u>	20
5	<u>Gründe und Folgen freier Stellen</u>	30
6	<u>Wahrnehmung von Kino als Arbeitsumfeld</u>	35
7	<u>Herausforderungen bei Personalsuche</u>	55
8	<u>Ort der Personalsuche</u>	68
9	<u>Maßnahmen</u>	76
10	<u>Kontakt</u>	85
11	<u>Appendix</u>	87



Navigieren Sie über einen Klick auf die Titel zum jeweiligen Kapitel.



01

Fazit

Personalmangel im Kino

Fazit (1/2)



Die **aktuelle Situation** der Kinos **bleibt herausfordernd**: Neben der Umsatzentwicklung ist auch der Personalmangel ein pressierendes, fast noch schwierigeres Thema für die Kinobranche. Er resultiert aus fehlender Quantität und Qualität der Bewerber, aber gleichzeitig auch aus hohen Ansprüchen der Bewerber auf dem Bewerbermarkt. Besonders problematisch ist die Lage bei den Arbeitskräften (Service und Verkauf).



Neben der Rekrutierung (88 % der Kinos sind auf Personalsuche) ist die **Bindung der Mitarbeiter** ein großes Thema: 39% arbeiten seit max. 12 Monaten im Kino.
Auffällig ist, dass es **kaum Auszubildene im Kino** gibt. → Hier lohnt es sich zu schauen, welche Hürden es für Unternehmen gibt, um der Branche die **Ausbildung von eigenen Nachwuchskräften** zu ermöglichen.



Grundsätzlich wird **Kino als Arbeitgeber** (auch von den Ex-Beschäftigten) **positiv** wahrgenommen: **modern, offen für Neues, kreativ**; und wird gleichzeitig eingestuft als etwas **für Leute, die flexibel sind**.
Fehlende Flexibilität bei der Einsatzplanung ist diejenige Kompetenz, die den Bewerbern häufig fehlt.

Personalmangel im Kino

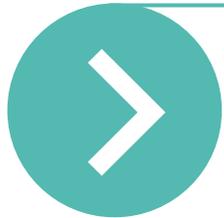
Fazit (2/2)



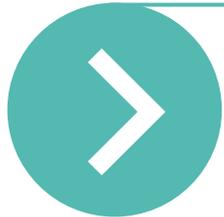
Das Thema **Arbeitszeiten** ist für die **Beschäftigten** noch wichtiger als die Vergütung. Mitarbeiter schätzen insbesondere **verlässliche** Arbeitszeiten. → Hier kann eine gute, verbindliche Vorplanung und klare Kommunikation dieser das Gefühl der Verlässlichkeit stärken.

Motivation kann außerdem durch **Engagement im Bereich des Sozialumfeldes** der Beschäftigten geschaffen werden: bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf, reduzierte Arbeitszeiten (4-Tage-Woche) und guter Leumund (man spricht positiv über den Arbeitgeber).

Besonders beliebt sind zudem **Weiterbildungsangebote**, die laut Beschäftigten von fast allen Kinobetrieben angeboten werden: Sobald ein Angebot vorhanden ist, wird dies zumindest gelegentlich, meist sogar regelmäßig wahrgenommen.



Interessierte beurteilen die **Gehälter als eher weniger attraktiv** und sehen als **Barriere die vergleichsweise geringe Vergütung. Angemessene Bezahlung** gilt jedoch auch bei den Interessierten als **Hygienefaktor**. Zur Erhöhung der Bewerbungswahrscheinlichkeit können auch **Motivatoren** wie **Zusatzleistungen, betriebsinterne Veranstaltungen** oder **Empfehlungen von Bekannten** dienen. → Hier können Kinos ansetzen und z. B. Mitarbeiter incentivieren, für den Arbeitgeber zu werben.



Während **Kinos** vor allem über die **eigenen Kanäle** (Webseite, Leinwand) und Mundpropaganda suchen, sind der Großteil der **Interessierten** auf **Job-Portalen** oder der Bundesagentur für Arbeit unterwegs.

02

Hintergrund & Studiendesign

01

Expertenbefragung B2B

- Befragung von Kinobetreibern/Entscheidern bei **HDF-Mitgliedern** über einen standardisierten Online-Fragebogen
- Teilnahme über Einbettung eines Befragungslinks in den HDF-Newsletter
- Inhalte: Zahlen zum **Personal- und Fachkräftemangel** im Kino (offene Stellen) und **Anforderungen an Beschäftigte** (Kompetenzen, Ausbildungen, etc.)

02

Befragung von (potenziellen) Mitarbeitern

- Online-Befragung von **(potenziellen) Mitarbeitern im Kinobereich**
- Screening auf Beschäftigte, ehemals Beschäftigte sowie Fachkräfte anderer Branchen mit/ohne Interesse an der Arbeit im Kino
- Inhalte: Was ist/wäre positiv an der Arbeit im Kino (Treiber) und was spricht gegen eine Anstellung im Kinobereich (Barrieren)?

Expertenbefragung B2B

Expertenbefragung B2B

METHODE Online, Einladung über HDF Newsletter

FRAGEBOGEN Interviewlänge: 12 Minuten

STICHPROBENGRÖßE n = 163

ZIELGRUPPE Mitglieder des HDF

ERHEBUNGSZEITRAUM 26.04. – 15.05.2023



Befragung von (potenziellen) Mitarbeitern

Mitarbeiter-Befragung

METHODE Online @ access panel

FRAGEBOGEN Interviewlänge: 5 Minuten

STICHPROBENGRÖßE n = 570

ZIELGRUPPE Im Kino Beschäftigte, Ex-Beschäftigte, Interessierte, Nicht-Interessierte

ERHEBUNGSZEITRAUM 06. – 13.06.2023



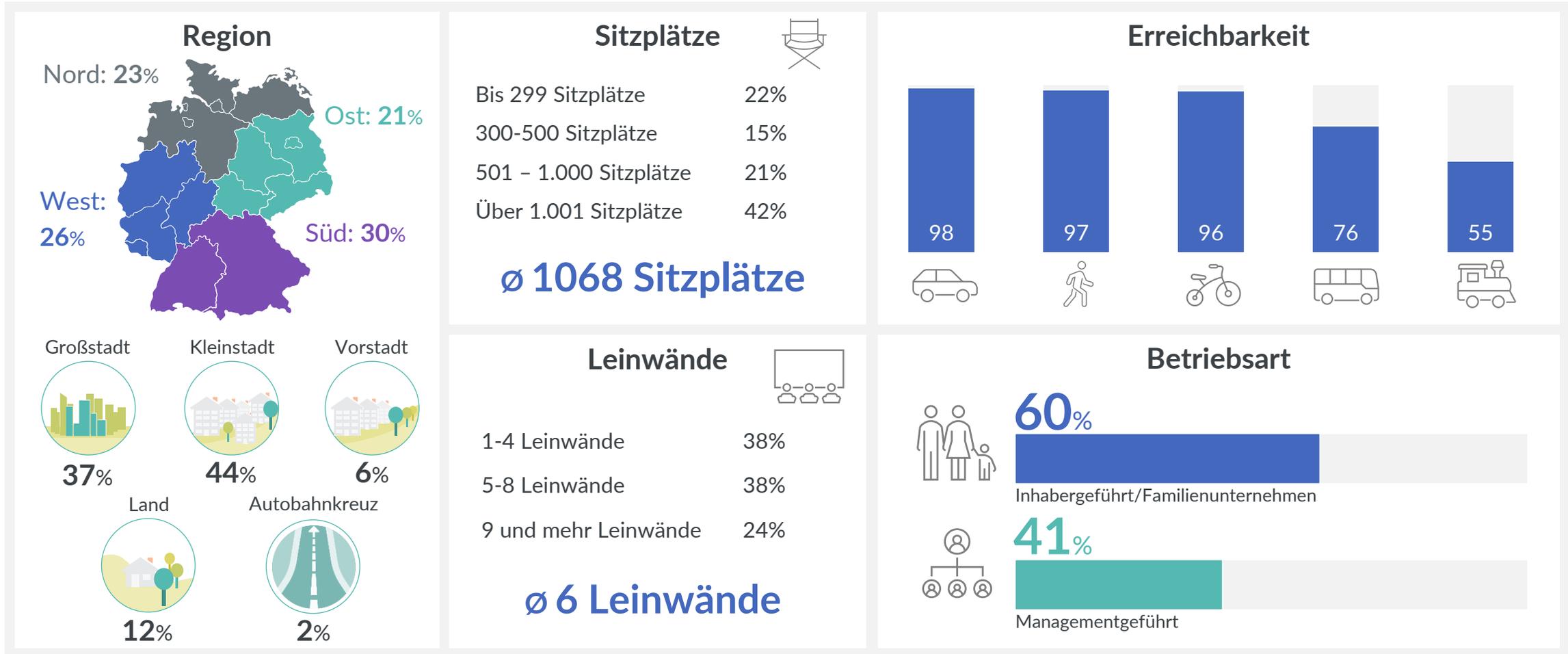
03

Stichprobenbeschreibung

Expertenbefragung

Stichprobenbeschreibung

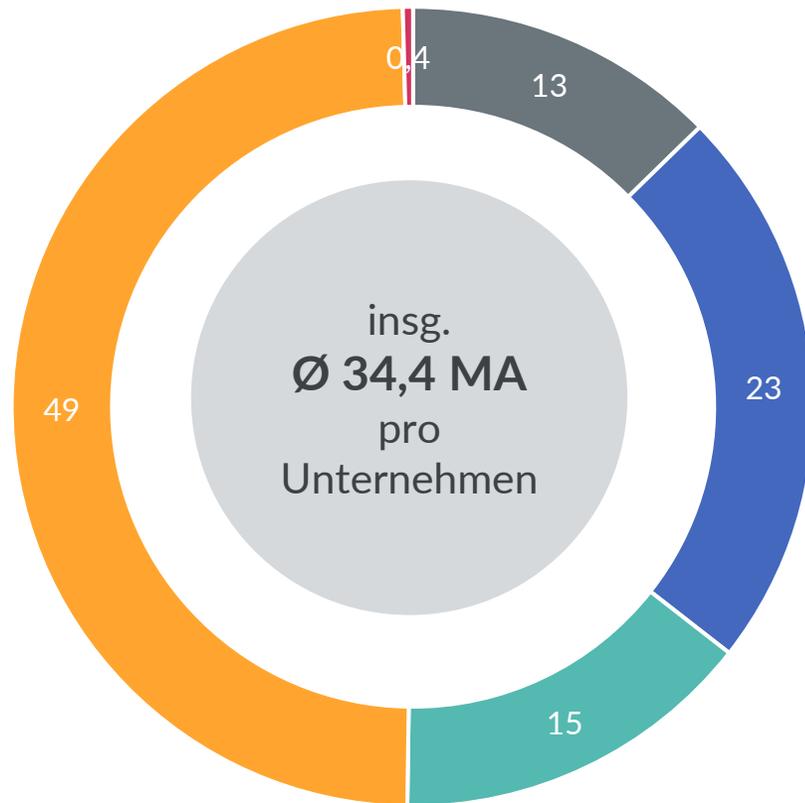
Stichprobenbeschreibung Expertenbefragung



Art des Anstellungsverhältnisses

Geringfügig Beschäftigte machen die Hälfte der Kino-Belegschaft aus.

Lesebeispiel: 49% der Angestellten in den befragten Kinos in Deutschland sind geringfügig beschäftigt.



■ sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Vollzeit

Ø 4,4 MA

■ sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Teilzeit (max. 30 Stunden/Woche)

Ø 7,9 MA

■ studentische Beschäftigte in Teilzeit (max. 20 Stunden/Woche)

Ø 5,0 MA

■ geringfügig Beschäftigte

Ø 17,0 MA

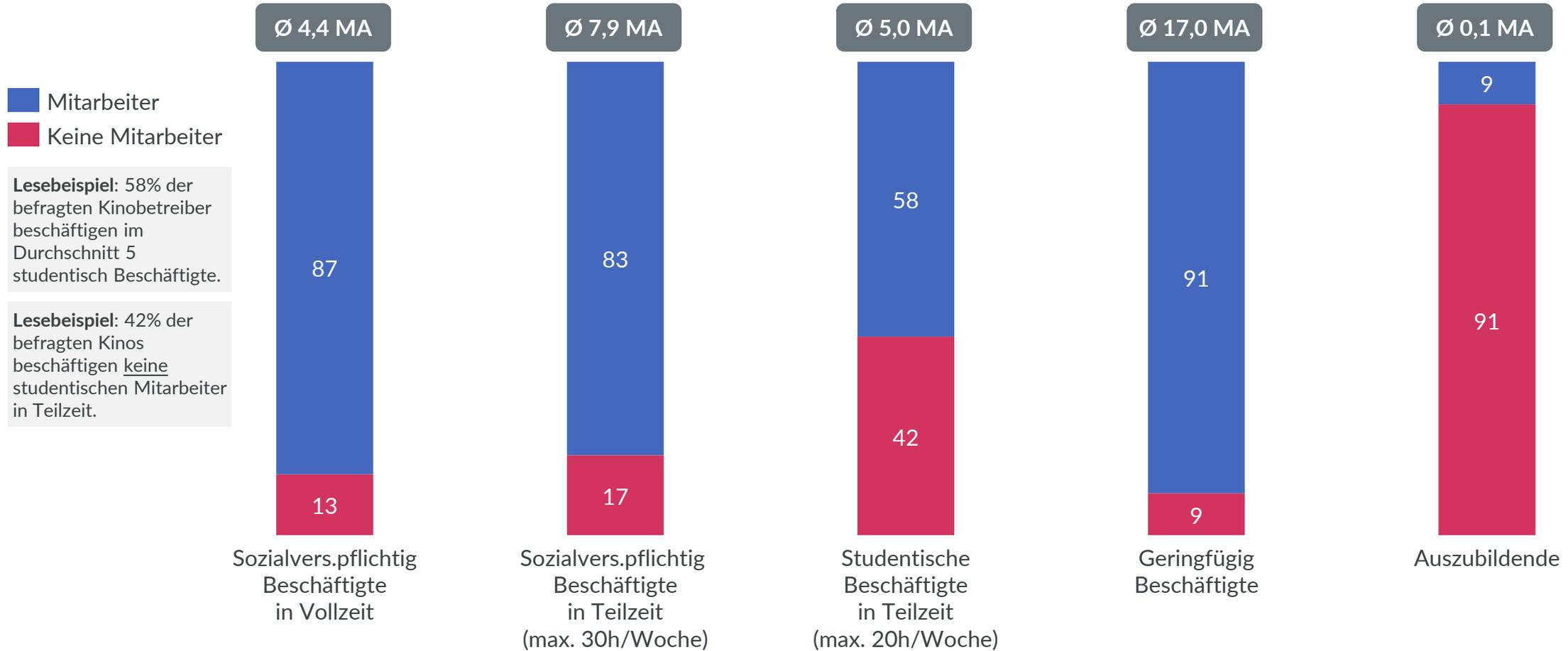
■ Auszubildende

Ø 0,1 MA

in %
A07 | Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie und in welchem Beschäftigungsverhältnis stehen sie?
Basis: 163

Mitarbeiterstand und Art des Anstellungsverhältnisses

Die größte Gruppe ist die der geringfügig Beschäftigten mit Ø 17 Mitarbeitern.
 Ausgebildet wird auf einem sehr niedrigen Niveau.



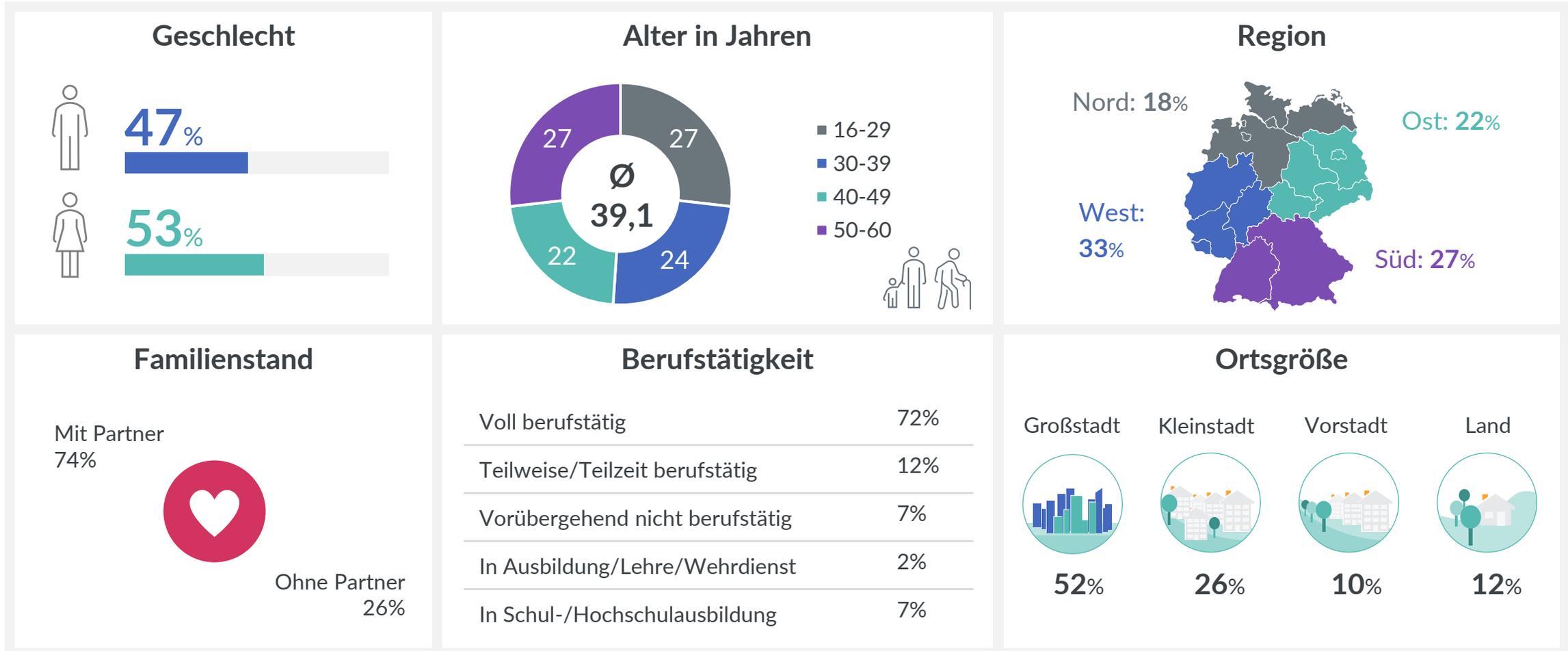
Lesebeispiel: 58% der befragten Kinobetreiber beschäftigen im Durchschnitt 5 studentisch Beschäftigte.

Lesebeispiel: 42% der befragten Kinos beschäftigen keine studentischen Mitarbeiter in Teilzeit.

Befragung (potenzieller) Mitarbeiter

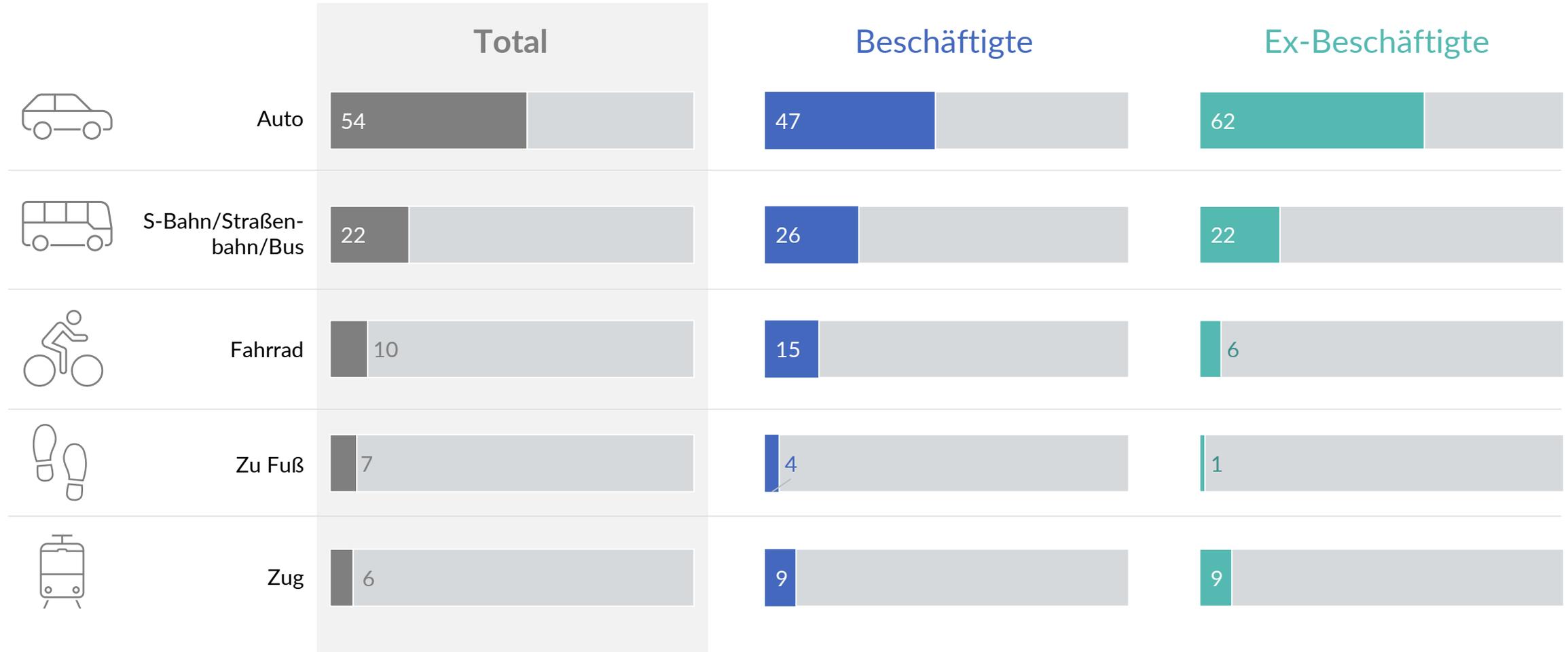
Stichprobenbeschreibung

Stichprobenbeschreibung Befragung (potenzieller) Mitarbeiter



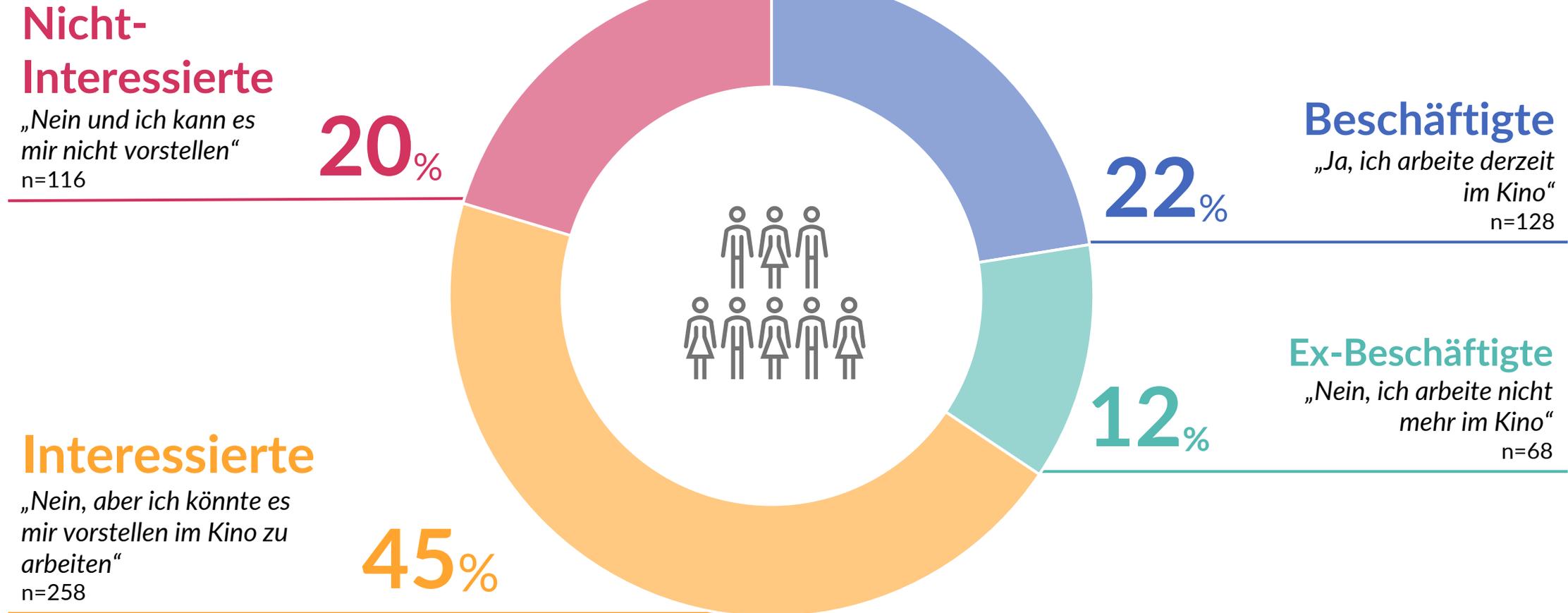
Erreichbarkeit Arbeitsplatz

Das Auto ist unter allen Befragten das Hauptverkehrsmittel, um an den Arbeitsplatz zu kommen.



Beschäftigungsverhältnis

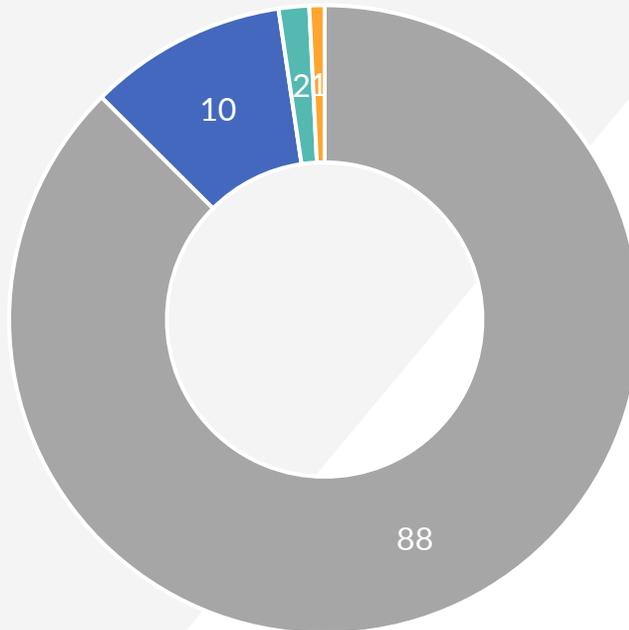
Von den Befragten ohne bisherigen Kontakt zur Arbeit im Kino haben mehr als doppelt so viele grundsätzliches Interesse daran.



Art des aktuellen Anstellungsverhältnisses

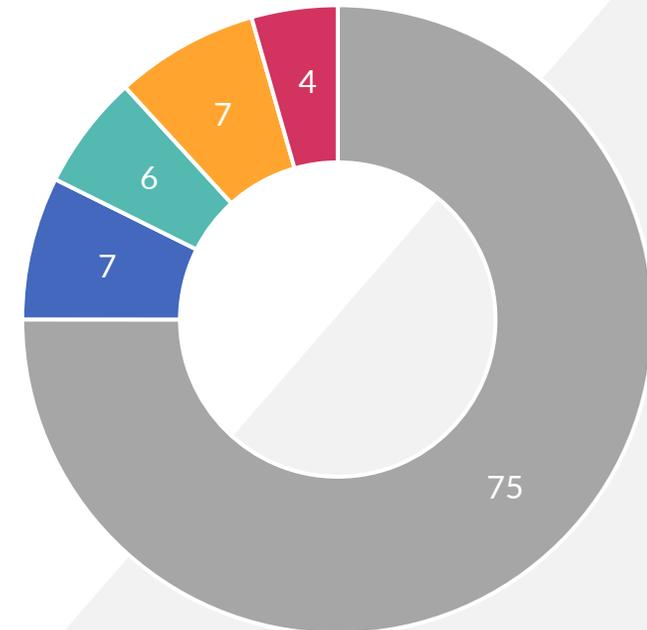
88% der Beschäftigten sind und 75% der Ex-Beschäftigten waren in Vollzeit angestellt.

Beschäftigte



- Sozialversicherungspflichtig beschäftigt in Vollzeit
- Sozialversicherungspflichtig beschäftigt in Teilzeit (max. 30h/ Woche)
- Student in Teilzeit (max. 20h/ Woche)
- Geringfügig beschäftigt
- Auszubildende

Ex-Beschäftigte



in %
 A04 | In welchem Beschäftigungsverhältnis stehen/standen Sie?
 Basis: Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68

Art der Tätigkeit der im Kino Beschäftigten

Die Mehrheit der Befragten ist Fachkraft; die Anzahl der Auszubildenden ist gering.



04

Personalsituation

Brisanz und Umfang des Personalmangels

Der Personalmangel ist ein **drängendes Thema** der Kinobranche: **88%** der befragten Unternehmen gaben an, **generell Personal zu suchen**. **62%** berichten von **Schwierigkeiten**, die aktuell vakanten Stellen zu besetzen. Lediglich jeder 5. schätzt die Lage zur Rekrutierung und Gewinnung von Beschäftigten bzw. Fachkräften als sehr gut/gut ein.

Je **größer das Kino** und je **geringer die Qualifizierung der Stellen**, desto **schwieriger** gestaltet sich die Suche:

- Anzahl Säle: **77%** der Kinos bis 3 Leinwände vs. **98%** der Kinos mit mehr als 8 Leinwänden suchen Personal.
- Leistungsform: Deutlich mehr **managementgeführte** Kinos (**74%**) als **inhabergeführte** Kinos (**54%**) haben Probleme bei der Suche.
- Art der Tätigkeit: In Summe sind die Probleme bei der Suche im Bereich **Arbeitskräfte** (**82%**) größer als bei **Fachkräften** (**45%**). Bei den Arbeitskräften liegt die Herausforderung insbesondere in der Suche nach **Teilzeitkräften**: **40%** der befragten Kinos suchen 5 oder mehr Arbeitskräfte in Teilzeit (vs. **28%** der Kinos die 5 oder mehr Fachkräfte in Teilzeit suchen).
- Einsatzbereich: Besonders begehrt sind Mitarbeiter im **Service** und **Thekenverkauf**: **82%** der Kinos mit Personalbedarf suchen Service-Mitarbeiter, **70%** haben Schwierigkeiten bei der Besetzung. **65%** der Kinos mit Personalbedarf suchen Mitarbeiter im Bereich (Theken-) Verkauf, **55%** stoßen auf Schwierigkeiten bei der Suche geeignete Mitarbeiter zu finden.
- Azubis: Auffällig ist der **niedrige Bedarf an Auszubildenden**. Gerade einmal **8%**, d.h. knapp jedes 10te Kino mit Personalbedarf, sucht aktuell Auszubildende.



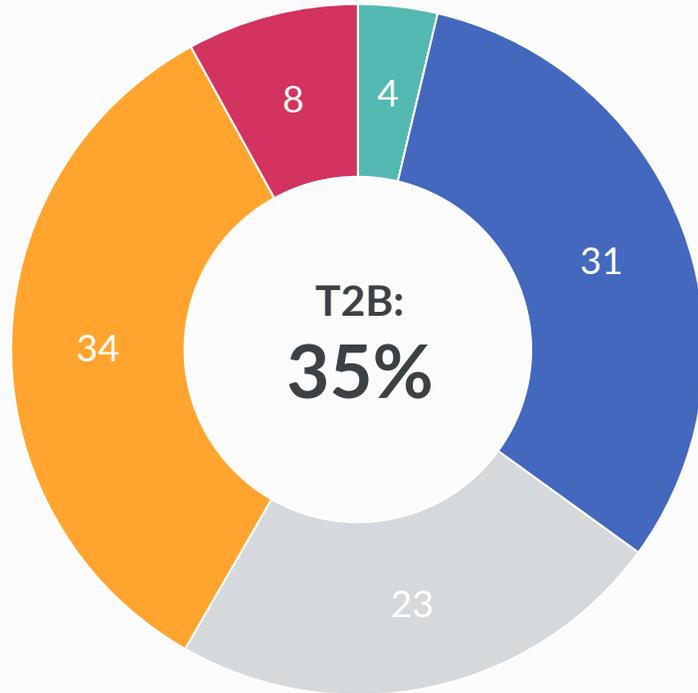
Sind neue Mitarbeiter erstmal angeworben, stellt die **Mitarbeiterbindung** ebenfalls eine Herausforderung dar und erschwert die Gesamtsituation: **39%** der im Kino Beschäftigten arbeiten dort erst **seit maximal 12 Monaten**.

Ausmaß von Personalsuche und Schwierigkeiten

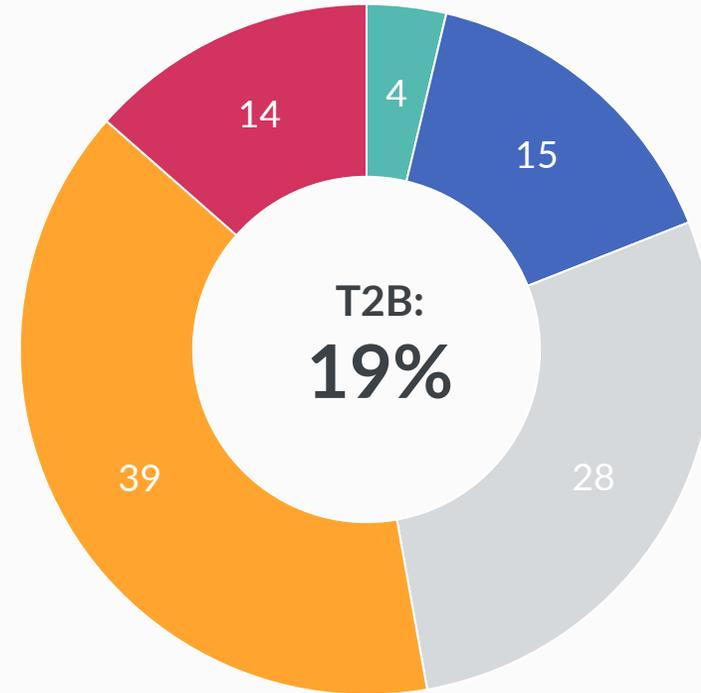
Aktuelle Situation

Mehr als die Hälfte der Befragten sieht die Lage zur Rekrutierung und Gewinnung von Beschäftigten bzw. Fachkräften als schwierig bzw. sehr schwierig an.

Im Vergleich zu Q1 2019
laufen die Umsätze...



Die Lage zur Rekrutierung und Gewinnung von
Beschäftigten bzw. Fachkräften ist...



■ Viel besser
 ■ Besser
 ■ Ungefähr gleich
 ■ Schlechter
 ■ Viel Schlechter
 ■ Sehr gut
 ■ Gut
 ■ Mehr oder weniger gut
 ■ Schwierig
 ■ Sehr Schwierig

in %

B01 | Verglichen mit dem Jahr 1. Quartal 2019, wie laufen die Umsätze im 1. Quartal 2023 in Ihrem Kino?

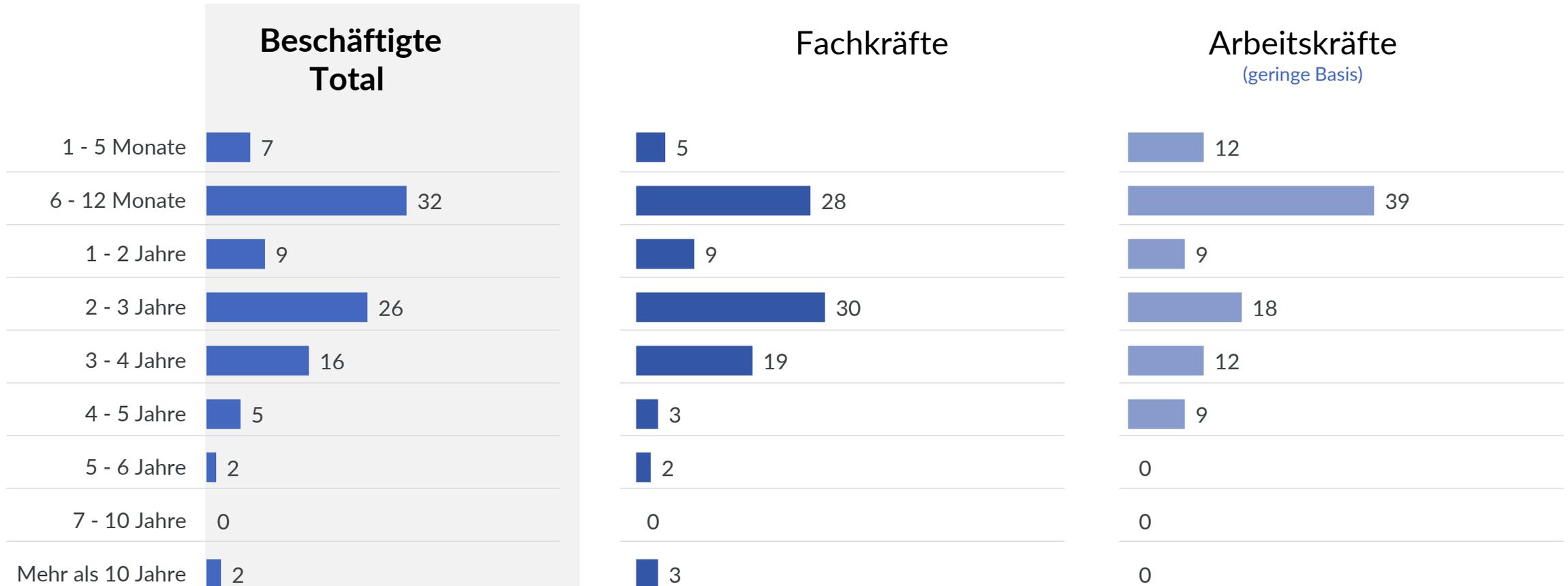
B02 | Wie blicken Sie auf die gegenwärtige allgemeine Lage für die Rekrutierung und Gewinnung von Beschäftigten bzw. Fachkräften?

Basis: 163

Grundsätzliche Herausforderung: hohe Fluktuation

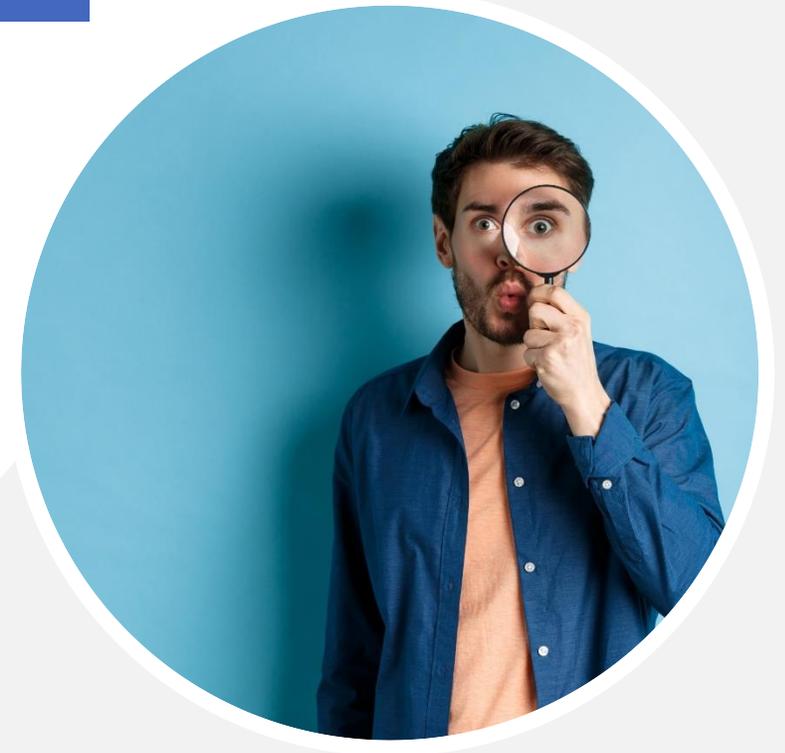
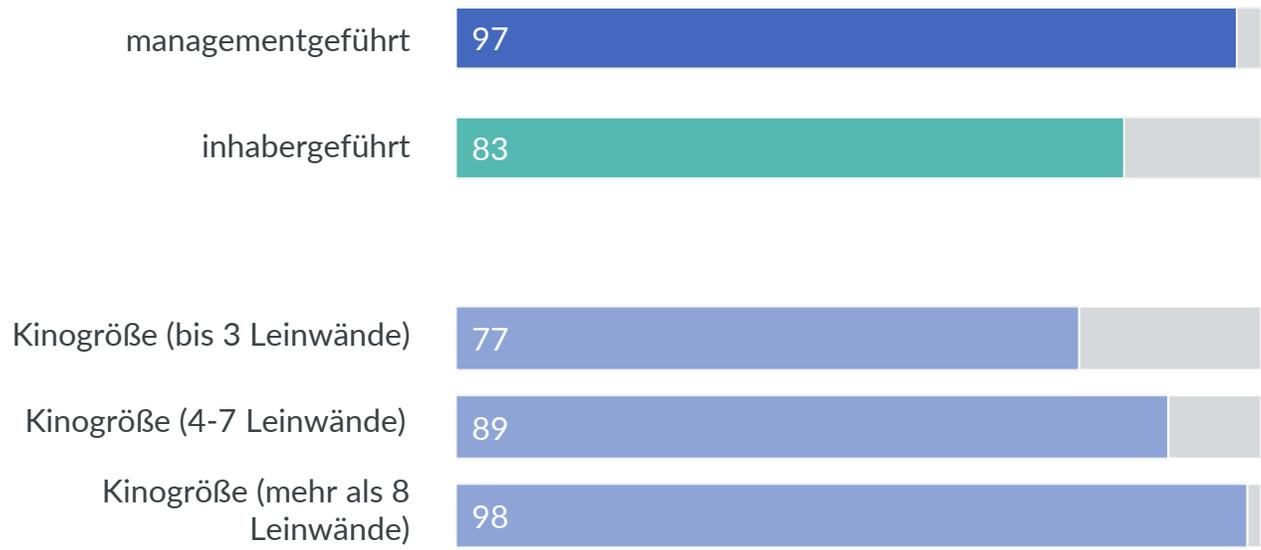
39% aller Beschäftigten arbeiten seit maximal 12 Monaten im Kino.

Bisherige Dauer der Beschäftigung im Kino



Personalsuche

88% der Befragten suchen Personal; nahezu alle der managementgeführten Kinos.



in %

Bild: freepik.com

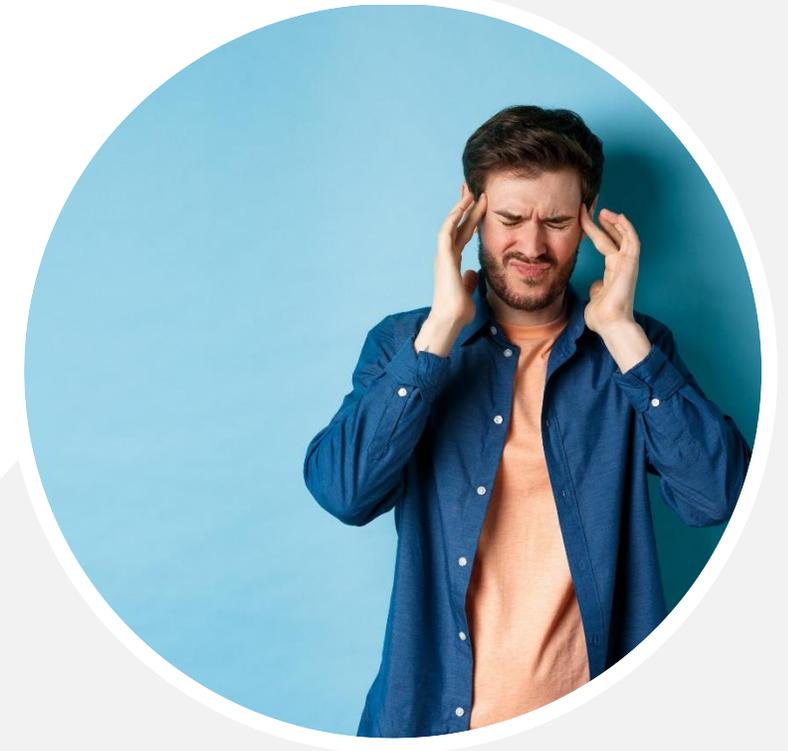
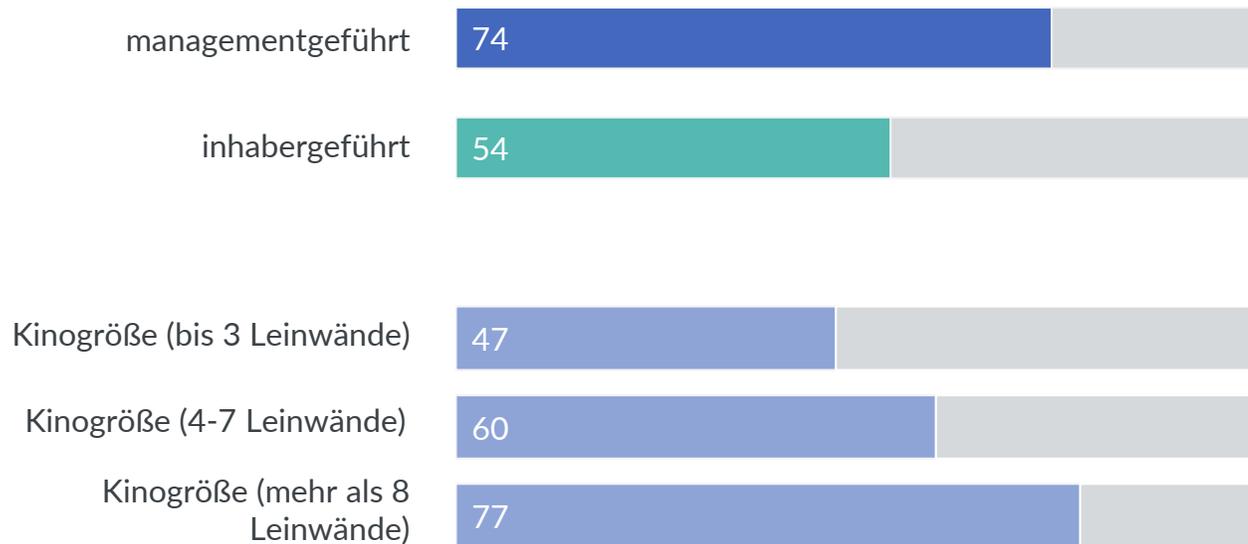
B03 | Suchen Sie in Ihrem Unternehmen in den nächsten 12 Monaten Personal?

Basis: 163; inhabergeführt 97; managementgeführt 66; Kinogröße (bis 3 Leinwände) 53; Kinogröße (bis 4-7 Leinwände) 52; Kinogröße (mehr als 8 Leinwände) 58

Schwierigkeiten bei der Personalsuche

Knapp zwei Drittel der Kinos haben Schwierigkeiten, Personal zu finden.

Schwierigkeiten bei der Personalsuche



in %

Bild: freepik.com

B06 | Hatten Sie in Ihrem Unternehmen in den letzten 12 Monaten Schwierigkeiten bei der Personalsuche?

Basis: 163; inhabergeführt 97; managementgeführt 66; Kinogröße (bis 3 Leinwände) 53; Kinogröße (bis 4-7 Leinwände) 52; Kinogröße (mehr als 8 Leinwände) 58

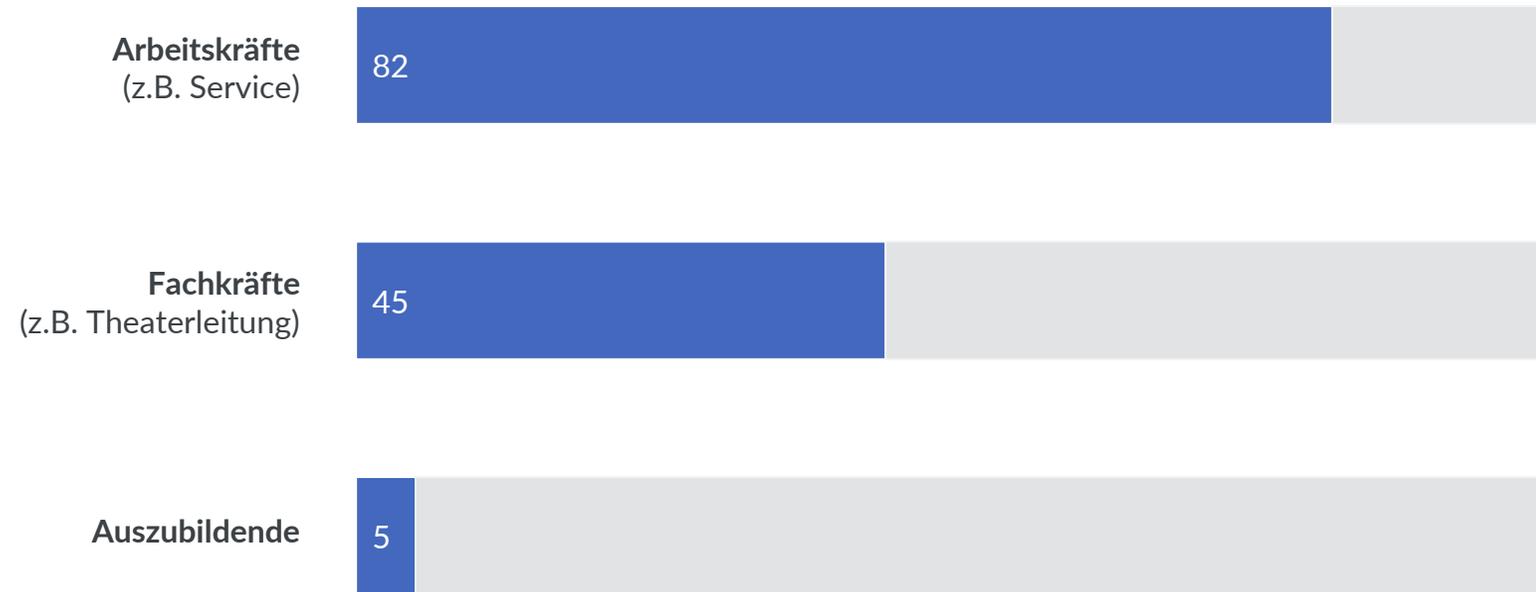
Schwierigkeiten pro Bereich

Die Schwierigkeiten bei der Personalsuche sind im Bereich der Arbeitskräfte am höchsten, 45% besitzen auch bei Fachkräften Probleme.

Teilgruppe:

62% der Kinos
haben
Schwierigkeiten
bei der
Personalsuche

bei den Stellen handelt es sich um ...



in %

B08 | Handelt es sich bei den Stellen, bei denen Sie Schwierigkeiten haben bzw. hatten sie zu besetzen, um Fachkräfte, Arbeitskräfte oder Auszubildende?
Basis: Unternehmen mit Schwierigkeiten bei Personalsuche 101

© CPS GfK im Auftrag
der Kinoverbände

Schwierigkeiten pro Tätigkeitsbereich

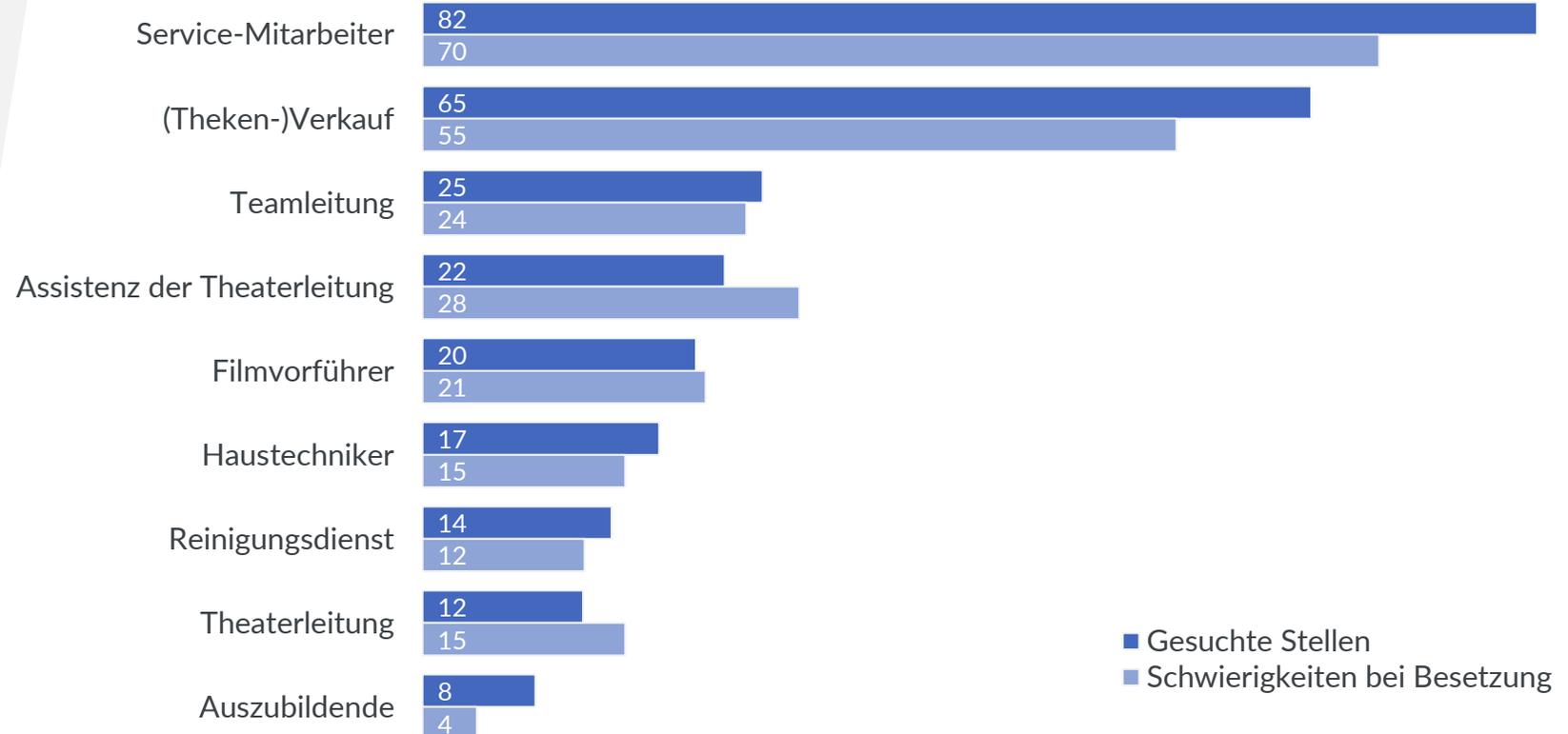
Die Schwierigkeiten bei der Personalsuche sind im Bereich der Service-Mitarbeiter und im Verkauf am höchsten.

Teilgruppen:

88% der Kinos sind auf **Personalsuche**

62% der Kinos haben **Schwierigkeiten bei der Personalsuche**

bei den Stellen handelt es sich um ...



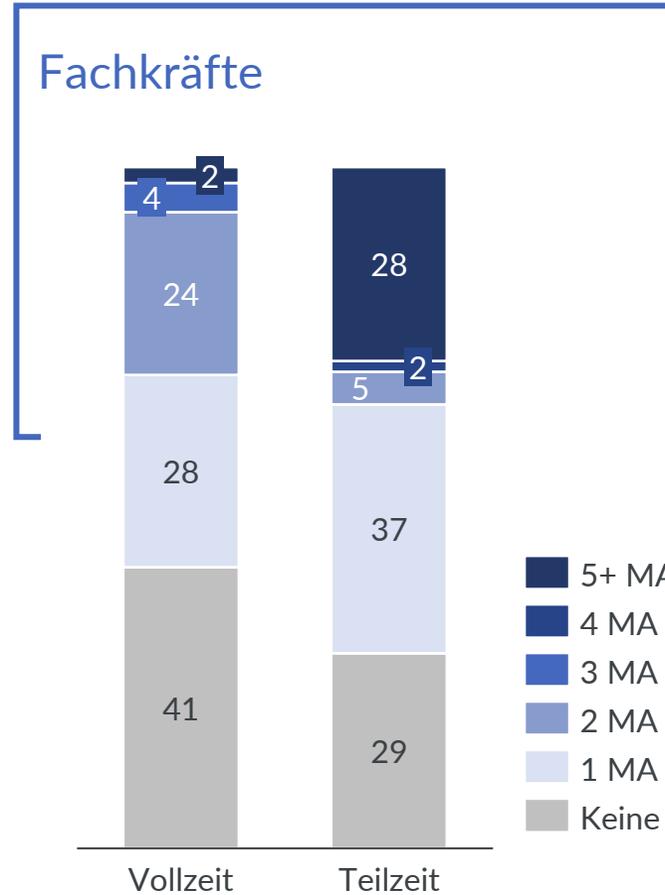
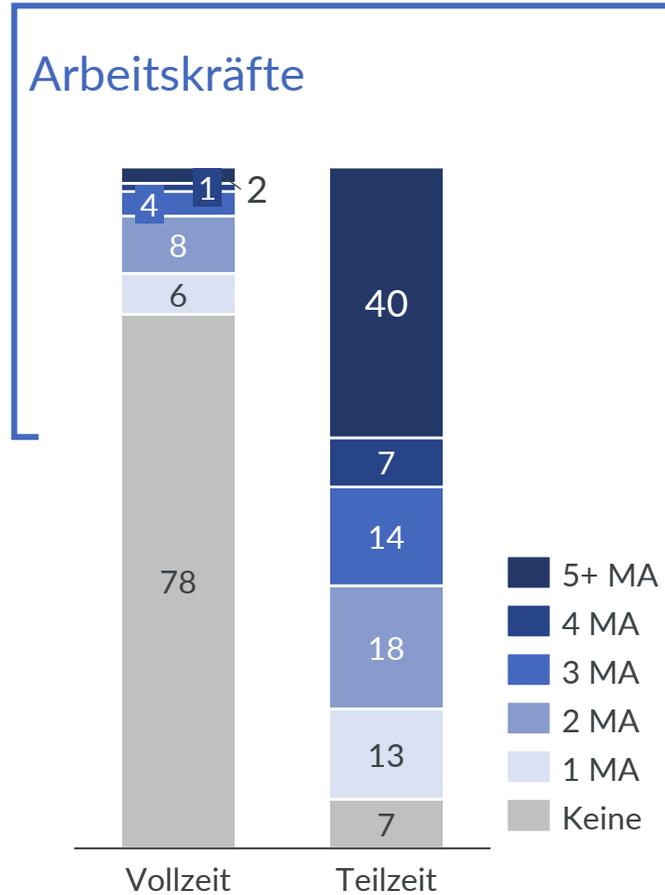
in %

Darstellung aller Werte mit Bedarf >8%

B04 | Welche der unten aufgeführten Arbeitsstellen suchen Sie? | Basis: Kinos, die auf Personalsuche sind 144

Anzahl schwer zu besetzender Stellen pro Bereich

Kinos suchen mehr Teilzeit- als Vollzeitpersonal.



Auszubildende

Vollzeit werden **3 Azubis** gesucht
(nur von inhabergeführten Kinos)

Teilzeit werden **2 Azubis** gesucht
(nur von inhabergeführten Kinos)

Lesebeispiel:

- 93% der Kinos mit Schwierigkeiten bei der Personalsuche suchen Arbeitskräfte in Teilzeit.
- 40% der Kinos mit Schwierigkeiten bei der Personalsuche suchen 5 oder mehr Mitarbeiter in Teilzeit.

in %

B09 | Wie viele Personen suchen Sie?

Basis: Unternehmen mit Schwierigkeiten bei Personalsuche: Arbeitskräfte 83; Fachkräfte 45 (geringe Basis); Azubis 5 (sehr geringe Basis, keine %-Angaben)

05

Gründe und Folgen freier Stellen

Gründe und Folgen freier Stellen

Kernergebnisse



Gründe und Folgen freier Stellen

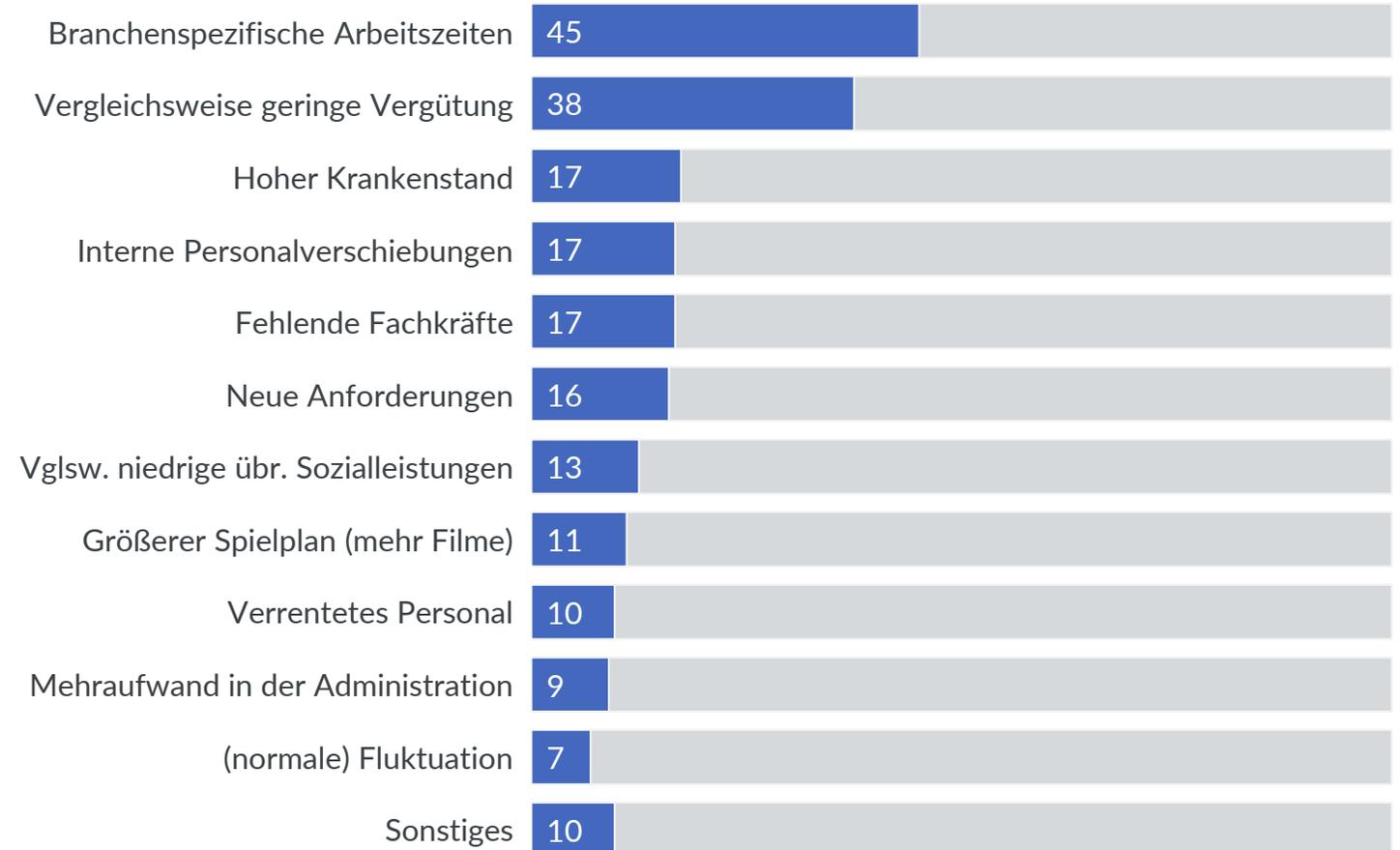
Gründe für freie Stellen sehen Kinobetreiber in erster Linie in den **branchenspezifischen Arbeitszeiten** und einer **vergleichsweise geringen Vergütung**.

Im Gegensatz zu inhabergeführten Kinos sehen **managementgeführte Kinos** in der **geringen Vergütung** und im **hohen Krankenstand** deutlich häufiger Gründe für die freien Stellen.

Daraus resultieren für die Beschäftigten laut Angabe der Kinos insbesondere **erhöhter Arbeitsdruck (88%)** sowie **Mehrarbeit/Überstunden (83%)**, aber auch **Schwierigkeiten bei der Einhaltung von Qualitätsstandards (64%)**, sowie **psychische Belastung (57%)**.

Gründe für freie Arbeitsstellen

Arbeitszeiten und geringe Vergütung Gründe für die freien Stellen.



in %

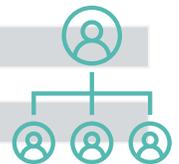
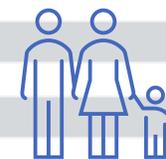
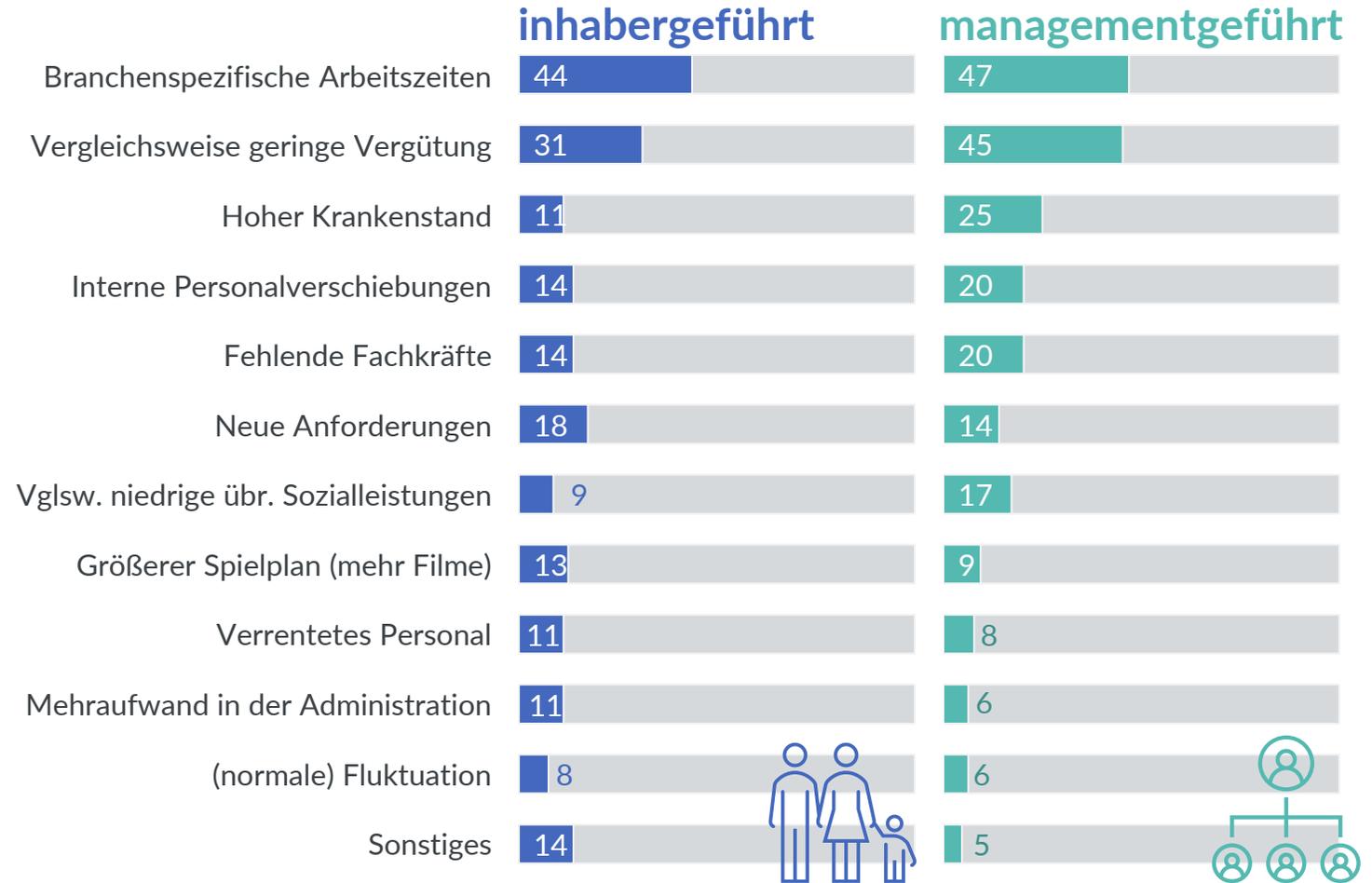
Bild: freepik.com

B05 | Können Sie uns bitte die Gründe nennen, warum Sie freie Arbeitsstellen haben?

Basis: Kinos, die auf Personalsuche sind 144

Gründe für freie Arbeitsstellen

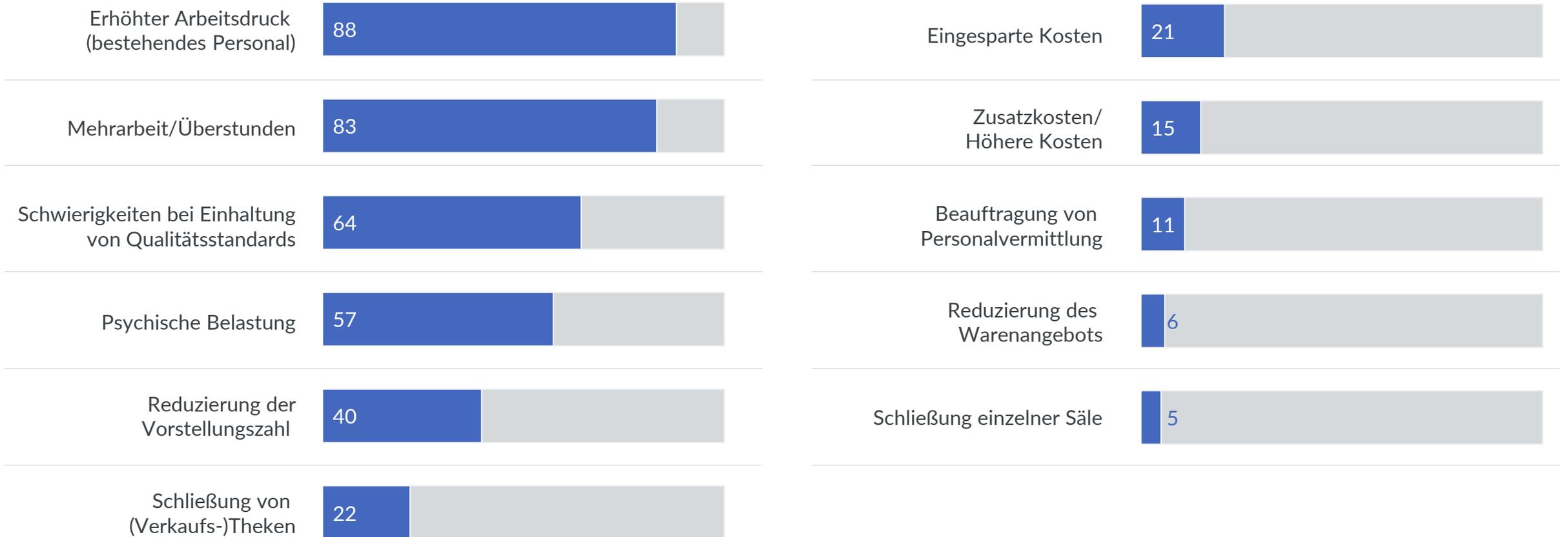
Managementgeführte Kinos sehen häufiger in der geringen Vergütung und im hohen Krankenstand Gründe für die freien Stellen.



in %
 Bild: freepik.com
 B05 | Können Sie uns bitte die Gründe nennen, warum Sie freie Arbeitsstellen haben?
 Basis: Kinos, die auf Personalsuche sind: inhabergeführt 80; managementgeführt 64

Folgen nicht besetzter Stellen

Erhöhter Arbeitsdruck und Mehrarbeit sind die meist genannten Folgen.
40% gaben an, die Vorstellungszahl zu reduzieren.



06

Wahrnehmung von Kino als Arbeitsumfeld

Wahrnehmung von Kino als Arbeitsumfeld

Kernergebnisse Image

Image von Kinos als Arbeitsumfeld

Das Arbeitsumfeld Kino wird von der Allgemeinheit **sehr positiv wahrgenommen** (81% Top 2 Boxes). Es ist offen für Neues (76%), modern (75%) und kreativ (73%). Gleichzeitig gilt es als passend für **Personen, die flexibel** sind.



- Im Kino **Beschäftigte** stehen dem Arbeitsumfeld überdurchschnittlich positiv gegenüber: Die **aktive Herangehensweise an neue Herausforderungen** (92%) und auch die **Work-Life-Balance** (91%) werden besonders gut bewertet.
- **Ex-Beschäftigte** bewerten **insgesamt kritischer** und haben einen weniger guten Eindruck von der ansonsten allgemein positiven Wahrnehmung des Kinos (74%). Im Vergleich zu den Beschäftigten fehlen ihnen insbesondere attraktive Gehälter, die Work-Life Balance, sowie attraktive Mitarbeiter-Angebote. Gleichzeitig sehen Ex-Beschäftigte das Kino als einen modernen Arbeitgeber, der gesellschaftlich verantwortlich handelt, offen für Neues ist und auch neue Herausforderungen angeht.
- Das Image ist bei der **jüngeren Altersgruppe** (16-39 Jahre) **deutlich positiver** als bei den Älteren (40+), wobei die 30-39 Jährigen noch einmal höher bewerten. 16-29 Jährige vermissen insbesondere gute Aufstiegschancen und attraktive Gehälter.

Wahrnehmung von Kino als Arbeitsumfeld

Kernergebnisse Beschäftigte



Anreiz, im Kino zu arbeiten

83% der **Beschäftigten** würden sich wieder bewerben, bei den Ex-Beschäftigten sind es immerhin 69% (Top 2 boxes). Die Beschäftigten sind grundsätzlich **sehr zufrieden** mit dem Kino als Arbeitgeber (Wertschätzung durch den Vorgesetzten, Aufstiegs- und Karrierechancen) und fühlen sich **sehr verbunden**. Dabei sind **Wertschätzung durch den Arbeitgeber, verlässliche Arbeitszeiten, Sozialleistungen** und **Mobilitätzuschüsse Fokusfaktoren**, d. h. sie besitzen eine hohe Bedeutung für die Beschäftigten und eine hohe Hebelkraft auf die (Wieder-)Bewerbungswahrscheinlichkeit.



Im Sinne der **Mitarbeiterzufriedenheit** sollte auf diese Fokusfaktoren ein besonderes Augenmerk gelegt werden. Bei den Arbeitszeiten kann eine gute Vorplanung und klare Kommunikation dieser das Gefühl der Verlässlichkeit stärken. Motivation kann durch stärkeres Engagement im Bereich des Sozialumfeldes der Beschäftigten geschaffen werden: bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf, reduzierte Arbeitszeiten und guter Leumund (man spricht positiv über den Arbeitgeber).

Dennoch geben 58% der befragten Beschäftigten an, mit dem Gedanken zu spielen, den Arbeitgeber zu verlassen (Top 2 boxes). **Hier handelt es sich v. a. um Fachkräfte (IT, Theaterleitung, Assistenz der Theaterleitung).*** Die Gründe hierfür können beispielsweise in "zuviel Administration" oder "fehlender technischer Ausstattung" liegen, die von den Beschäftigten als Barrieren angeführt werden (*siehe Barrieren, Slide 45*). **Auch wenn sich über die Hälfte derer, die mit dem Gedanken spielen, den Arbeitgeber zu verlassen, vom Vorgesetzten wertgeschätzt fühlen, kommt nur jeweils gut ein Drittel "gerne zur Arbeit" und fühlt sich "angemessen bezahlt" (Hygienefaktor: führt bei Nichterfüllung eher zu Unzufriedenheit der Mitarbeiter), was auch auf den Punkt "fehlende Wertschätzung" (Barriere) insgesamt einzahlt.***



Im Sinne der **Mitarbeiterbindung** sollten administrative Tätigkeit überprüft und ggf. automatisiert werden, die IT-Infrastruktur modernisiert und/oder gestärkt sowie monetäre Anreize geschaffen werden.

Wahrnehmung von Kino als Arbeitsumfeld

Kernergebnisse Interessierte

Anreiz, im Kino zu arbeiten

71% der **Interessierten** können sich **sehr gut/gut vorstellen im Kino zu arbeiten**, aber nur **55%** würden sich auch bewerben.

Die Interessierten nehmen das Arbeitsumfeld im Kino durchaus als **positiv, modern und kreativ wahr** (siehe Image Slide 42). Allerdings beurteilen sie die **Gehälter eher weniger attraktiv** (siehe Image) und sehen als **Barriere die "vergleichsweise geringe Vergütung"** (siehe Barrieren Slide 45). **Angemessene Bezahlung** gilt jedoch auch bei den Interessierten als **Hygienefaktor**, womit selbst bei positiver Beurteilung des Arbeitsumfeldes (hohe Arbeitswahrscheinlichkeit) die Bewerbung potenziell mit geringerer Wahrscheinlichkeit erfolgt (Bewerbungswahrscheinlichkeit). Zur Erhöhung der Bewerbungswahrscheinlichkeit können auch **Motivatoren wie Zusatzleistungen, betriebsinterne Veranstaltungen oder ein guter Leumund** dienen.

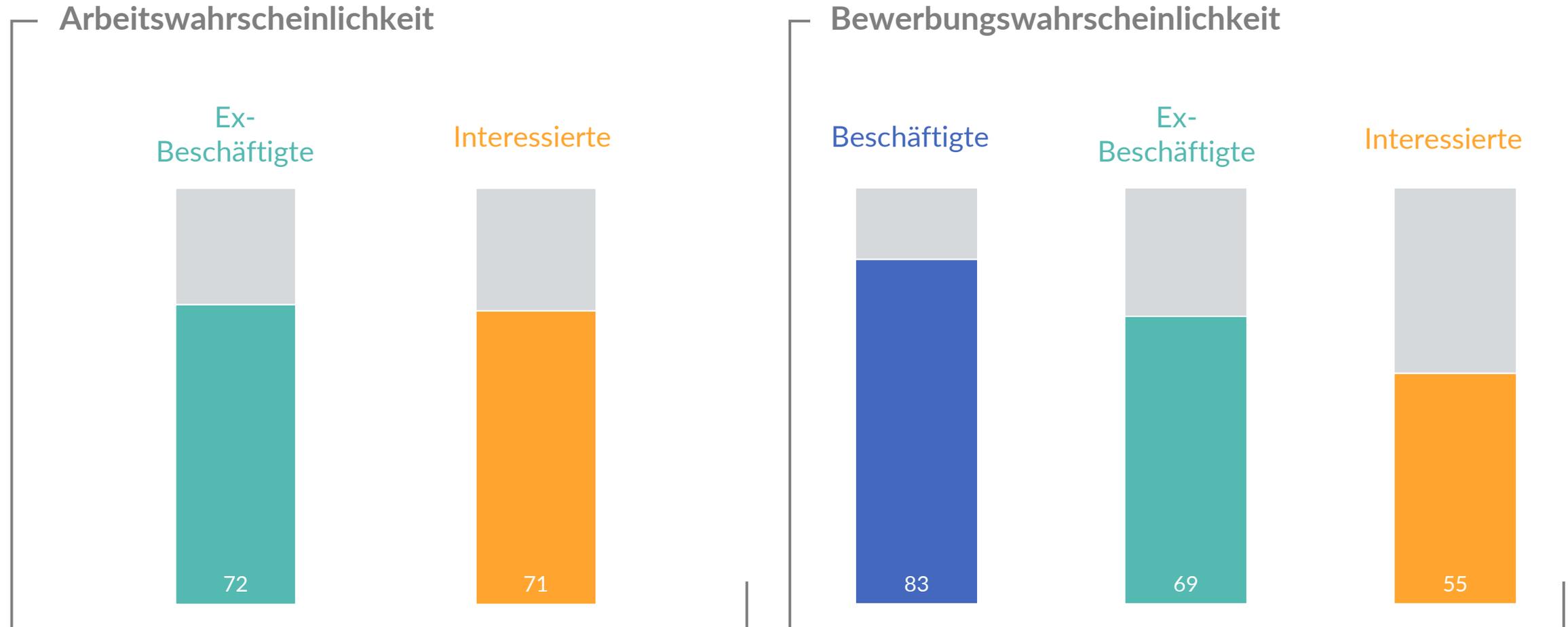


- Hypothese: Interessierte benötigen Sicherheit und Transparenz in der Entscheidung für den ersten Schritt zur Bewerbung.
- Kino muss gleichzeitig **lauter werden**, und auch was das Arbeiten im Kino bzw. dessen Vorzüge anbelangt mehr **Sichtbarkeit** bekommen. Dies kann z. B. auf Jobmessen erfolgen, bei denen Mitarbeiter der Kinobranche Präsenz zeigen. Auch die Incentivierung von Mitarbeitern für das Anwerben neuer Mitarbeiter könnte ein wirksamer Hebel sein.

Arbeits- und Bewerbungswahrscheinlichkeit

Arbeits- und Bewerbungswahrscheinlichkeit

71% der Interessierten können sich vorstellen im Kino zu arbeiten, nur gut die Hälfte würde sich auch bewerben.



Top 2 boxes in %

A09 | Inwieweit können Sie sich vorstellen im Kino zu arbeiten? | A10 | Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich (wieder) bei einem Kino bewerben? | jeweils 5-Punkte-Skala

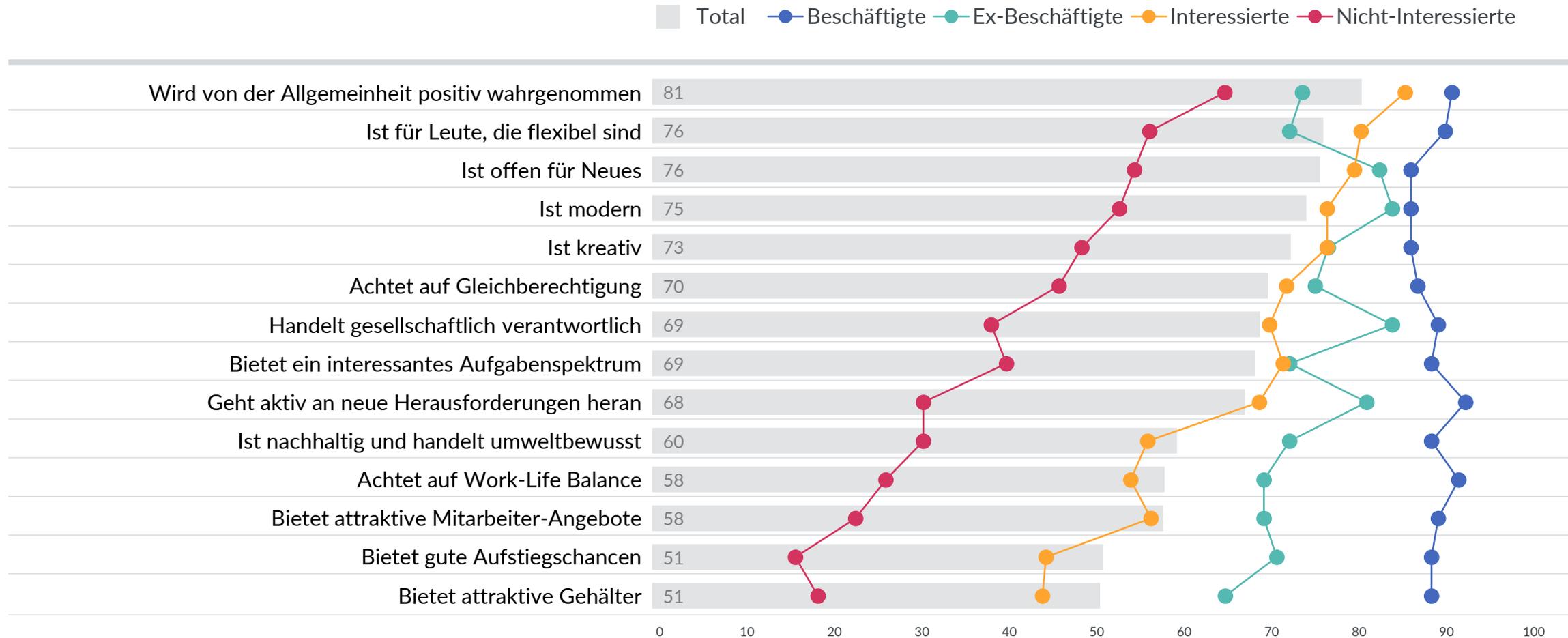
Basis: Beschäftigte (nur für Bewerbungswahrscheinlichkeit) 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258

© CPS GfK im Auftrag der Kinoverbände

Arbeitsumfeld Kino: Zufriedenheit, Image und Barrieren

Image Arbeitsumfeld Kino: Beschäftigungsverhältnis

Die Interessierten bewerten insbesondere attraktive Gehälter und gute Aufstiegschancen weniger positiv.



Top 2 boxes in %

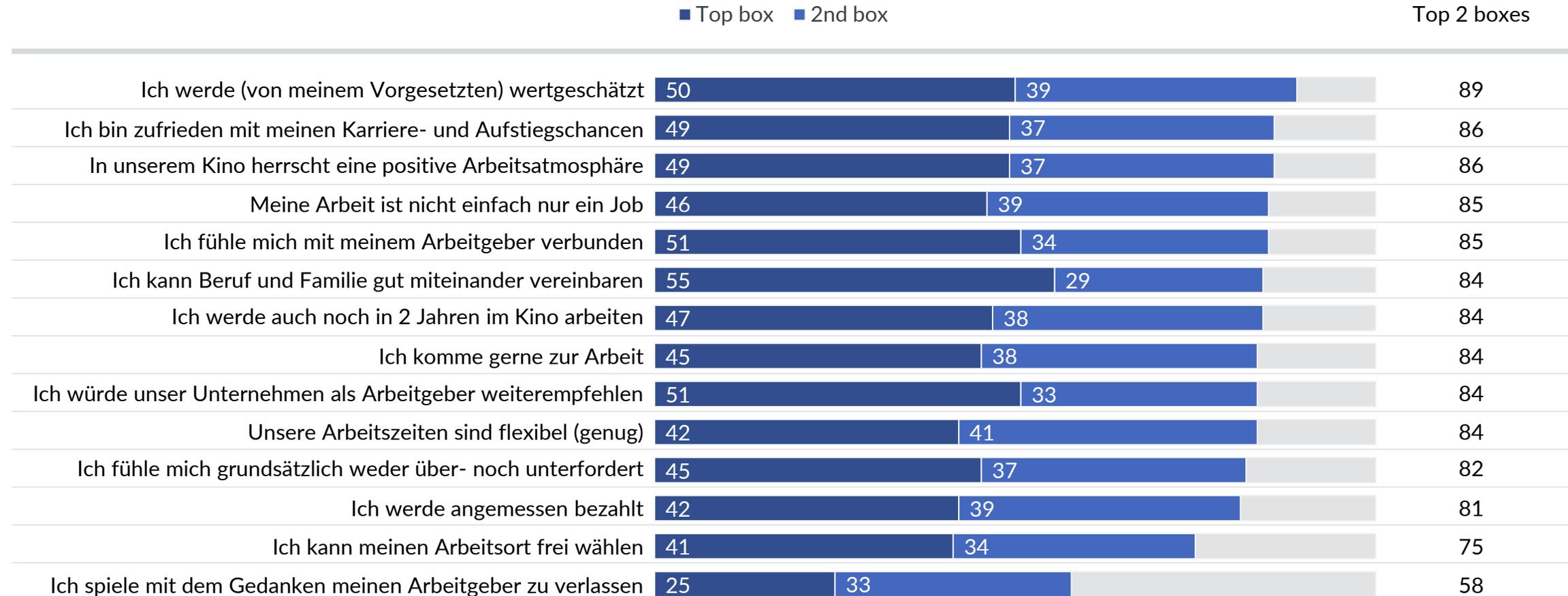
A08 | Wir möchten Sie nun bitten, das Kino als Arbeitsumfeld hinsichtlich einiger Eigenschaften zu beurteilen. | 5-Punkte-Skala

Basis: Total 570; Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258; Nicht-Interessierte 116

© CPS GfK im Auftrag
der Kinoverbände

Aktuelle Mitarbeiterzufriedenheit

Hohe Zustimmungswerte für die Zufriedenheit der MA, allerdings spielen 58% mit dem Gedanken, den AG zu verlassen.



in %

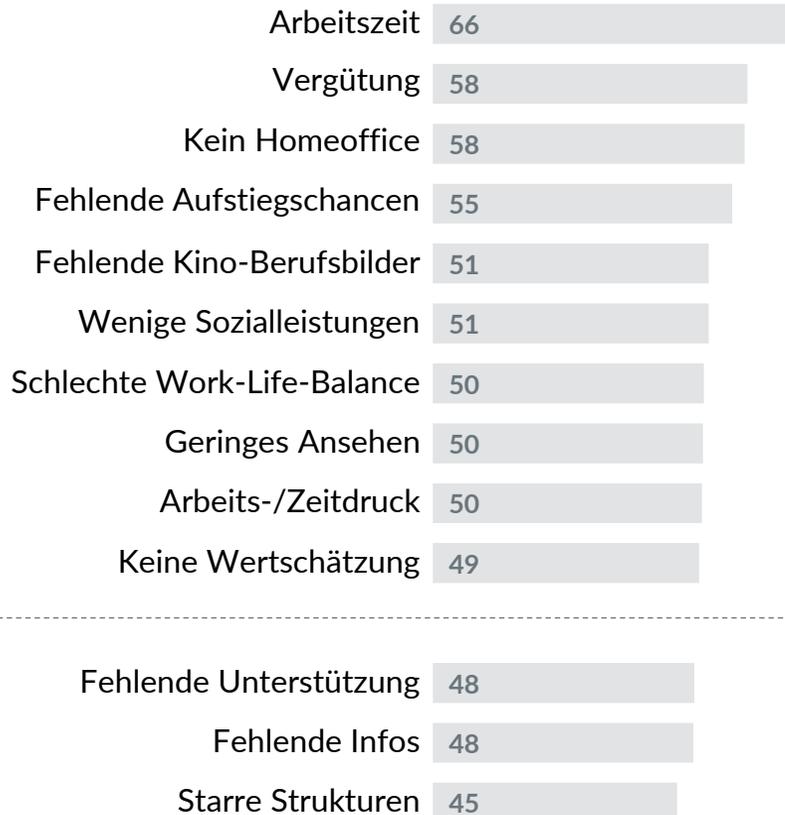
A07 | Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen bzgl. Ihrer aktuellen Beschäftigung im Kino zu? | 5-Punkte-Skala

Basis: Beschäftigte 128

Top Barrieren: Beschäftigungsverhältnis

Arbeitszeiten, fehlende Kenntnisse zu Berufsbildern im Kino und fehlende Aufstiegschancen sind für die Ex-Beschäftigten überdurchschnittlich hohe Barrieren.

GESAMT



Beschäftigte



Ex-Beschäftigte



Interessierte



Nicht-Interessierte

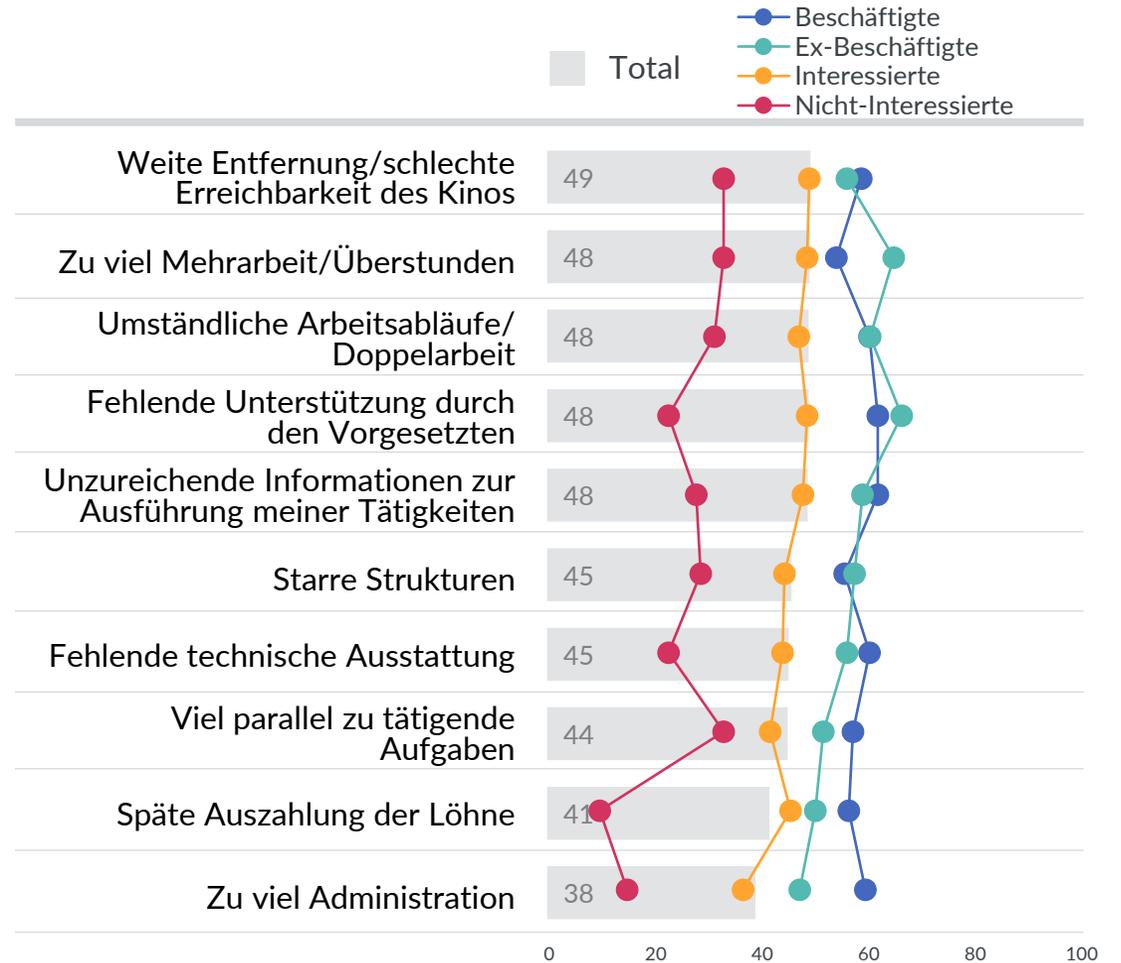
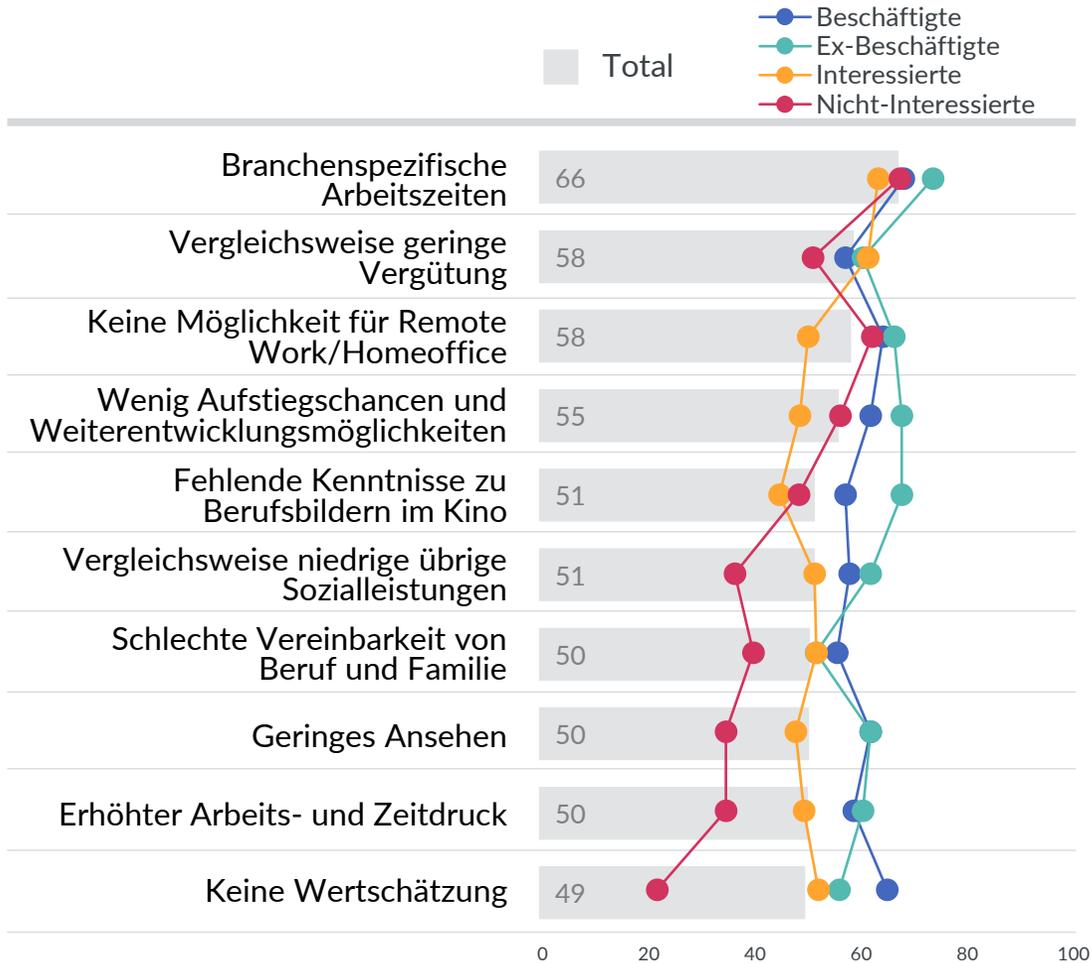


Top 2 boxes in %

A12 | Hier sehen sie noch ein paar Aspekte, die gegen ein Beschäftigungsverhältnis im Kino sprechen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? | 5-Punkte-Skala © CPS GfK im Auftrag der Kinoverbände

Barrieren: Beschäftigungsverhältnis

Interessierte und Ex-Beschäftigte sehen die vergleichsweise geringe Vergütung als Hindernis.



Top 2 boxes in %

A12 | Hier sehen sie noch ein paar Aspekte, die gegen ein Beschäftigungsverhältnis im Kino sprechen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? | 5-Punkte-Skala

Basis: 570; Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258; Nicht-Interessierte 116

© CPS GfK im Auftrag

der Kinoverbände

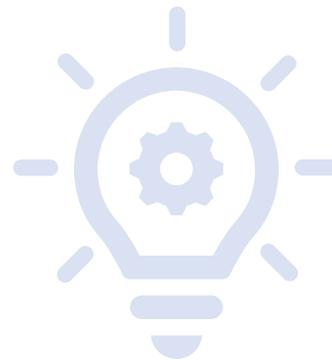
Treiber für die Arbeit im Kino

Key Driver Analyse (KDA)

Treiberanalyse

UNTERSUCHUNGSANSATZ

- Verschiedene Aussagen werden auf einer Rating-Skala analysiert.
- Diese Ratings werden genutzt um den Einfluss der unabhängigen Variablen (Hebel oder Faktoren, hier Gegebenheiten auf die Arbeitsstelle/ Umfeld) auf die abhängige Variable (hier: Wahrscheinlichkeit einer Bewerbung im Kino) zu erklären.
- Hebelwirkung der abgefragten Treiber:
Je **größer die Hebelwirkung** des Treibers ist, umso **größer ist sein Einfluss** auf die abhängige Variable (hier: Wahrscheinlichkeit einer Bewerbung im Kino).



ERGEBNISBEISPIEL: Attraktivität des Arbeitgebers



Hebelwirkung: Beschäftigte

Es gibt viele unterschiedliche Aspekte, die den Beschäftigten für eine erneute Bewerbung im Kino wichtig sind.



Bei den Beschäftigten...

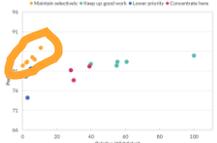
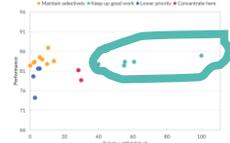
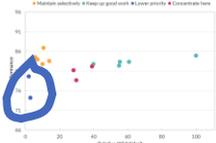
- Haben verlässliche Arbeitszeiten **die größte Hebelwirkung**. Dieser folgen Sozialleistungen.
- muss auch die Wertschätzung durch den Arbeitgeber gegeben sein.
- sollte die Vereinbarkeit von Familie und Beruf gewährleistet werden als motivierender Faktor.

Diese Statements wurden teilweise auch in der Mitarbeiterzufriedenheit abgefragt.

Wie diese Aspekte „bewertet“ werden, zeigt sich im nächsten Schritt der KDA.

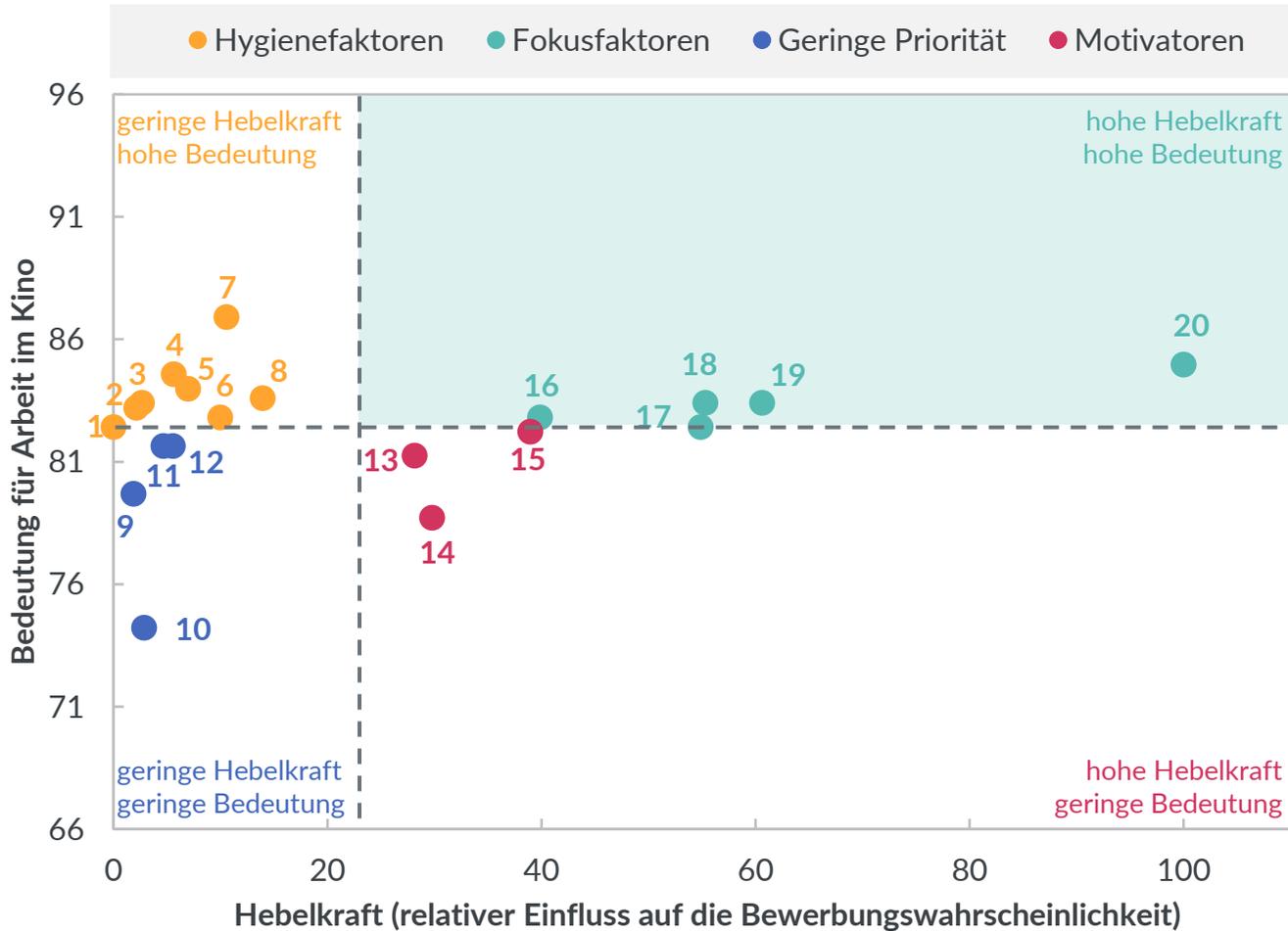
Key Driver Analyse (KDA) Bewerbungswahrscheinlichkeit

So funktioniert's.

	Hygienefaktoren	Fokusfaktoren	Geringe Priorität	Motivatoren
BEDEUTUNG	Unterdurchschnittliche Hebelkraft/ überdurchschnittliche Bedeutung	Überdurchschnittliche Hebelkraft/ überdurchschnittliche Bedeutung	Unterdurchschnittliche Hebelkraft/ Unterdurchschnittliche Bedeutung	Überdurchschnittliche Hebelkraft/ unterdurchschnittliche Bedeutung
POSITION	links oben 	rechts oben 	links unten 	rechts unten 
ERLÄUTERUNG	Werden vorausgesetzt. Nicht berücksichtigte Hygienefaktoren führen zu Unzufriedenheit.	Die Bedeutung und Hebelkraft dieser Faktoren ist so groß, dass sie auf dem gleichen Level gehalten werden sollten.	Die Bedeutung auf diesen Treibern ist gering, zusätzlich besitzen Sie eine geringe Hebelkraft, so dass sie vernachlässigt werden können.	Sind von unterdurchschnittlicher Bedeutung - werden nicht vorausgesetzt - tragen aber durch ihre hohe Hebelkraft zur Motivation und damit zur Zufriedenheit bei.

KDA Bewerbungswahrscheinlichkeit: Beschäftigte

Verlässliche Arbeitszeiten sind überdurchschnittlich wichtig.



1	Kostenlose Leistungen
2	Regelmäßige Mitarbeitergespräche
3	Angemessene Bezahlung
4	Betriebsinterne Veranstaltungen
5	Förderung/Finanzierung von Aus-/Weiterbildungsangeboten
6	Vereinheitlichung von Ausbildungsstandards
7	Kooperationsvorteile
8	Zukunftsfähigkeit des Hauses/Kinos
9	Mitarbeiterrabatte in allen Kinos
10	Remote Work/ Homeoffice

11	Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen
12	Zahlung von Prämien oder Sonderzahlungen
13	Empfehlung durch Bekannte
14	4-Tage-Woche
15	Vereinbarung von Familie und Beruf
16	Wertschätzung durch den Vorgesetzten
17	Selbstverantwortliches Arbeiten
18	Mobilitätszuschüsse
19	Sozialleistungen
20	Verlässliche Arbeitszeiten

FOKUS

Wichtigkeit für Arbeit im Kino: Top 2 boxes in %; A11 | Wie wichtig sind die genannten Aspekte für Sie, um (doch wieder) in einem Kino zu arbeiten? | 5-Punkte-Skala
Hebelkraft: Hebelwirkungs-Score aus der KDA; A11 (s.o.) bzw. A10 | Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich (wieder) bei einem Kino bewerben?
 Basis: Beschäftigte 128

Treiber der Bewerbungswahrscheinlichkeit

Beschäftigte

FOKUSFAKTOREN

Mitarbeiter sind **sehr zufrieden** mit dem Kino als Arbeitgeber und fühlen sich **sehr verbunden** (siehe Frage 7 Ergebnis der Top 2 Boxes, z. B. Wertschätzung durch den Vorgesetzten, Aufstiegs- und Karrierechancen, Vereinbarkeit von Beruf und Familie).

Dies spiegelt sich auch bei den Treibern der Bewerbungswahrscheinlichkeit wider. Hier sind für die Beschäftigten **Wertschätzung, verlässliche Arbeitszeiten** sowie **Sozialleistungen** und **Mobilitätszuschüsse** für die Arbeit im Kino von hoher Bedeutung. Zusätzlich besitzen diese Faktoren eine hohe Hebelkraft. Im Sinne einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit und zur Gewinnung und Motivierung neuer Mitarbeiter sollten diese Faktoren fokussiert werden.

MOTIVATOREN

Faktoren wie **Empfehlung durch Bekannte**, **reduzierte Arbeitszeiten** (4-Tage-Woche) und **Vereinbarung von Familie und Beruf** besitzen eine (in Relation) durchschnittliche bis hohe Hebelkraft, haben aber eine unterdurchschnittliche Bedeutung für die Befragten. Die Befragung zur Mitarbeiterzufriedenheit zeigte, dass Beschäftigte z. B. mit der Vereinbarkeit von Familie und Beruf durchaus zufrieden sind (Frage 7, Zustimmung Top 2 boxes 84%) – dennoch besitzt der Faktor eine solche Hebelkraft, dass er **weiter ausgebaut** werden sollte, um die Beschäftigten noch stärker an sich zu binden.

HYGIENEFAKTOREN

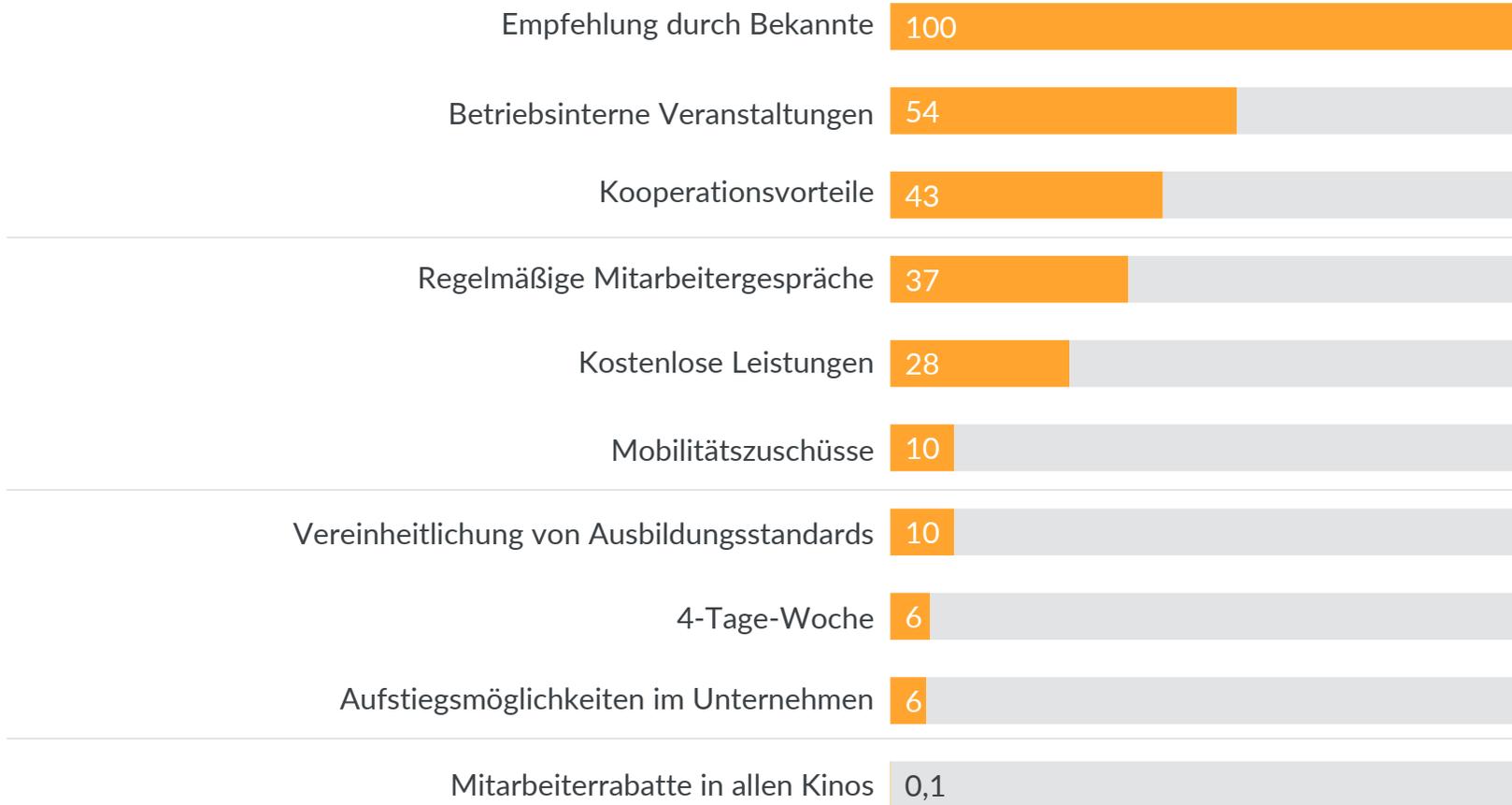
Gleichzeitig zeigen **Zusatzangebote**, wie kostenlose Leistungen, betriebsinterne Veranstaltungen oder Kooperationsvorteile trotz hoher Bedeutung eine verhältnismäßig geringe Hebelkraft für die bereits Beschäftigten. Werden Hygienefaktoren jedoch nicht berücksichtigt, führt dies generell eher zu Unzufriedenheit.



Achtung, im Gegensatz dazu sind kostenlose Leistungen, betriebsinterne Veranstaltungen und Kooperationsvorteile Motivatoren für die Interessierten mit entsprechender Hebelkraft im Hinblick auf die Bewerbungswahrscheinlichkeit (siehe Folgeslides).

Hebelwirkung: Interessierte

Interessierte haben deutlich weniger Aspekte, die ihnen für eine Bewerbung im Kino wichtig sind.

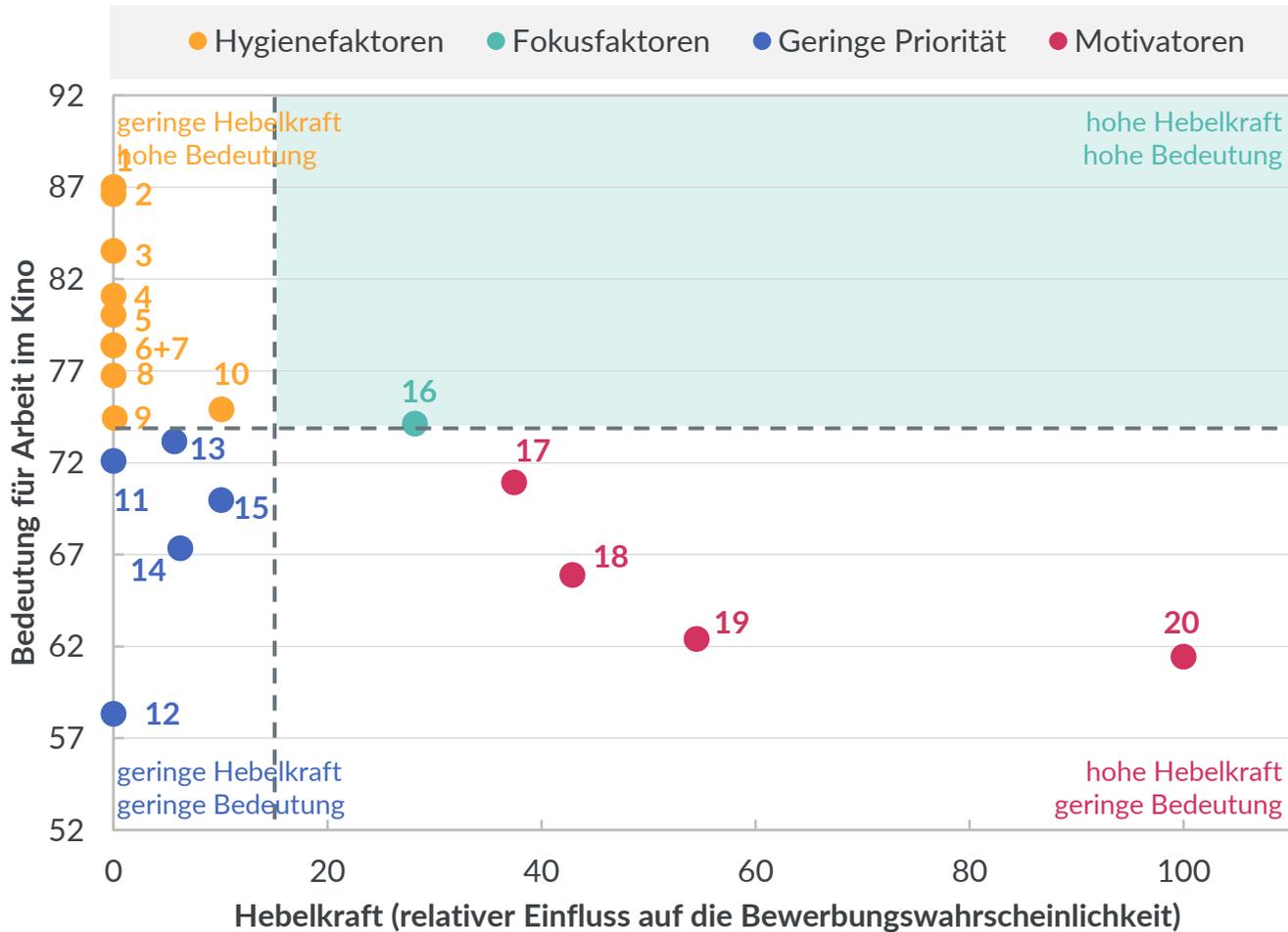


Interessierte...

- brauchen eine direkte Ansprache bzw. Empfehlung durch Bekannte. Hypothese: Sie benötigen Sicherheit in der Entscheidung für den ersten Schritt zur Bewerbung. Ein guter Leumund ist ein Hygienefaktor.
- werden durch Nebenleistungen wie interne Veranstaltungen, weitere Vorteile und kostenlose Leistungen motiviert.
- wünschen sich regelmäßige Mitarbeitergespräche, die der Motivation und damit der Verbundenheit mit dem Unternehmen dienen.

KDA Bewerbungswahrscheinlichkeit: Interessierte

Empfehlung durch Bekannte und Veranstaltungen sind wichtig, performen aber unterdurchschnittlich.



- 1 Bezahlung über Mindestlohn/ angemessene Bezahlung
- 2 Verlässliche Arbeitszeiten
- 3 Wertschätzung durch den Vorgesetzten
- 4 Zukunftsfähigkeit des Hauses/Kinos
- 5 Selbstverantwortliches Arbeiten
- 6 Sozialleistungen
- 7 Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- 8 Zahlung von Prämien oder Sonderzahlungen
- 9 Mitarbeiterrabatte in allen Kinos
- 10 Mobilitätzuschüsse

- 11 Förderung/Finanzierung von Aus-/ Weiterbildungsangeboten
- 12 Remote-Work/ Homeoffice
- 13 Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen
- 14 4-Tage-Woche
- 15 Vereinheitlichung von Ausbildungsstandards

- 16 Kostenlose Leistungen **FOKUS**

- 17 Regelmäßige Mitarbeitergespräche
- 18 Kooperationsvorteile
- 19 Betriebsinterne Veranstaltungen
- 20 Empfehlung durch Bekannte

Wichtigkeit für Arbeit im Kino: Top 2 boxes in %; A11 | Wie wichtig sind die genannten Aspekte für Sie, um (doch wieder) in einem Kino zu arbeiten? | 5-Punkte-Skala
Hebelkraft: Hebelwirkungs-Score aus der KDA; A11 (s.o.) bzw. A10 | Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie sich (wieder) bei einem Kino bewerben?
 Basis: Interessierte 258

Treiber der Bewerbungswahrscheinlichkeit

Interessierte

FOKUSFAKTOREN

Kostenlose Leistungen haben für Interessierte eine überdurchschnittliche Hebelkraft und besitzen eine überdurchschnittliche Bedeutung für die Arbeit im Kino. Zur Ansprache der Interessierten sollte dieser Faktor fokussiert werden.

MOTIVATOREN

Empfehlungsmarketing (Empfehlung durch Bekannte) spielt als Treiber der Bewerbungswahrscheinlichkeit durch seine Hebelkraft eine entscheidende Rolle. Ebenso von überdurchschnittlicher Hebelkraft, aber unterdurchschnittlicher Bedeutung sind „Soft-Facts“ zur Mitarbeiterbindung, wie **Kooperationsvorteile**, **betriebsinterne Veranstaltungen** oder **regelmäßige Mitarbeitergespräche**. In Ergänzung zu den Fokusfaktoren können die Bereiche mit geringerer Bedeutung als "Motivatoren" dennoch durch die hohe Hebelkraft einen Einfluss auf die Bewerbungswahrscheinlichkeit haben.

HYGIENEFAKTOREN

Bezahlung über Mindestlohn/angemessene Bezahlung, verlässliche Arbeitszeiten und die Wertschätzung durch den Vorgesetzten haben für Interessierten eine vergleichsweise hohe Bedeutung, besitzen aber eine geringe Hebelkraft. Diese werden als Hygienefaktoren vorausgesetzt.



Achtung, gleichzeitig sind verlässliche Arbeitszeiten und die Wertschätzung durch den Vorgesetzten nicht „nur“ Hygienefaktoren, sondern Fokusaspekte für Beschäftigte und tragen dazu bei, diese im Unternehmen zu halten (siehe vorherige Slides).

07

Herausforderungen bei Personalsuche

Herausforderungen bei Personalsuche

Kernergebnisse



Allgemeine Ursachen für Schwierigkeiten

Hauptursachen für die Schwierigkeiten bei der Besetzung der Stellen sehen Kinos in erster Linie in der **Quantität und Qualität der Bewerber**, aber auch genereller Ansprüche, denen der Arbeitgeber nicht gerecht werden kann (z. B. **Schichtdienst**, was insbesondere bei Teilzeitstellen schwierig ist). Die **Flexibilität bei der Einsatzplanung** ist ein häufiges Manko der Bewerber (zwischen **45%** bei managementgeführten Kinos und **48%** bei inhabergeführten Kinos). Fachkräfte haben laut Aussagen der Kinos teils **überhöhte Honorarvorstellungen** (**32%** bei VZ-Stellen).

Gewünschte Kompetenzen

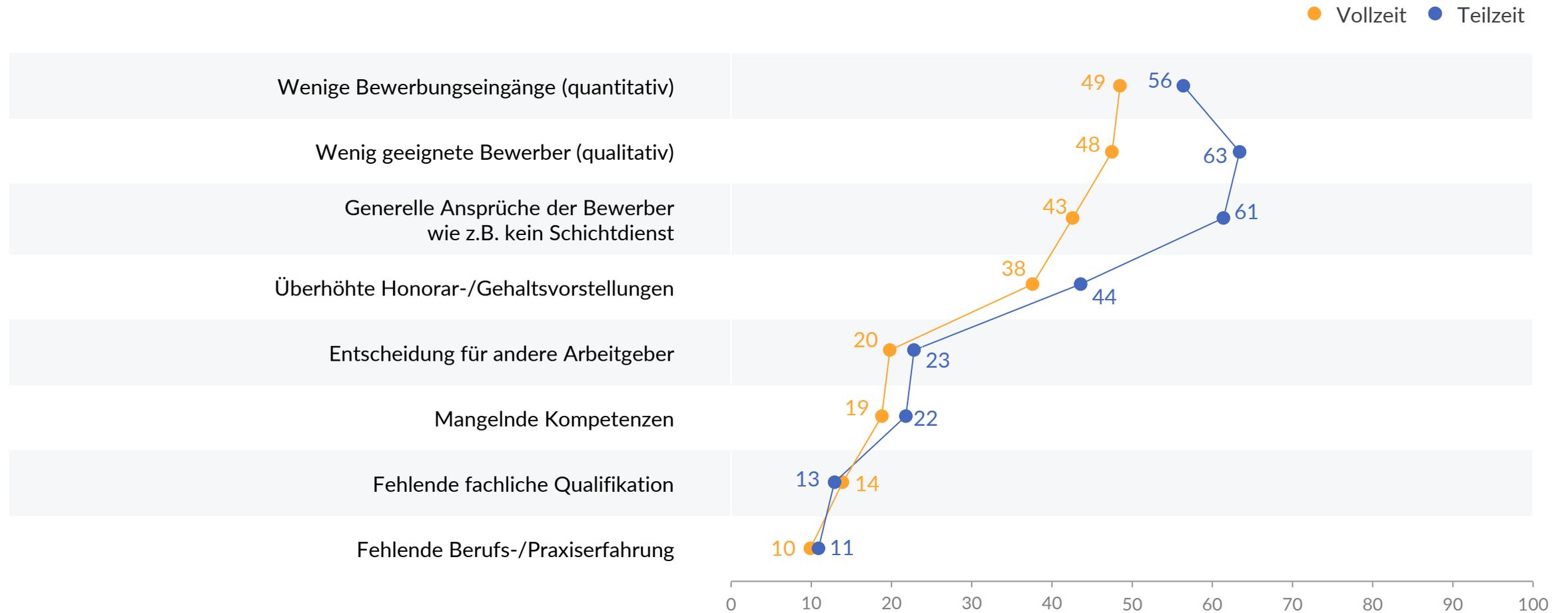
Die benötigten Kompetenzen eines Mitarbeiters unterscheiden sich nach Art der Aufgaben:

- **81%** der Befragten gaben an, dass die Theaterleitung über **Kommunikationskompetenz** verfügen sollte.
- **Kundenorientierung (85%)** ist die wichtigste Kompetenz für die Assistenz, gefolgt von **Teamfähigkeit (73%)** u. **Sozialkompetenz (65%)**.
- Die Servicekraft muss **kundenorientiert (95%)** und **einsatzbereit (83%)** sein. Einschlägige Berufserfahrung benötigt sie nicht (**2%**).
- Der technische Mitarbeiter sollte **einsatzbereit** sein (**76%**); technisches Wissen ist eher von geringerer Bedeutung (**37%**).

Allgemeine Ursachen für Schwierigkeiten bei Personalsuche

Ursachen für Schwierigkeiten – Gesamt

Wenig geeignete Bewerber und die generellen Ansprüche sind bei Teilzeitstellen Hauptgründe für vakante Arbeitsstellen.



in %

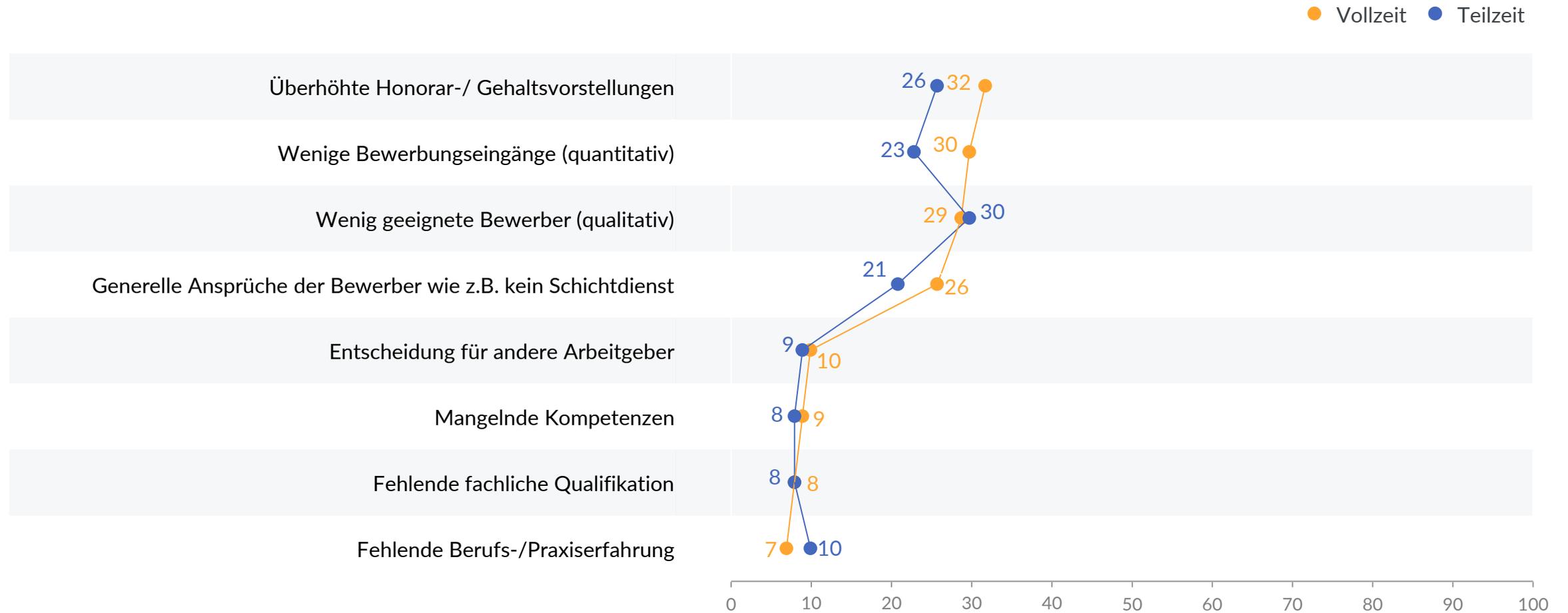
B10 | Was sind Ursachen dafür, dass Sie Schwierigkeiten hatten bzw. haben, die freien Stellen zu besetzen?

Basis: Unternehmen mit Schwierigkeiten bei Personalsuche 101

© CPS GfK im Auftrag
der Kinoverbände

Ursachen für Schwierigkeiten – Fachkräfte

Bei Fachkräften in Vollzeit rufen insbesondere überhöhte Honorar-/Gehaltsvorstellungen und wenig geeignete Bewerber Schwierigkeiten hervor.



in %

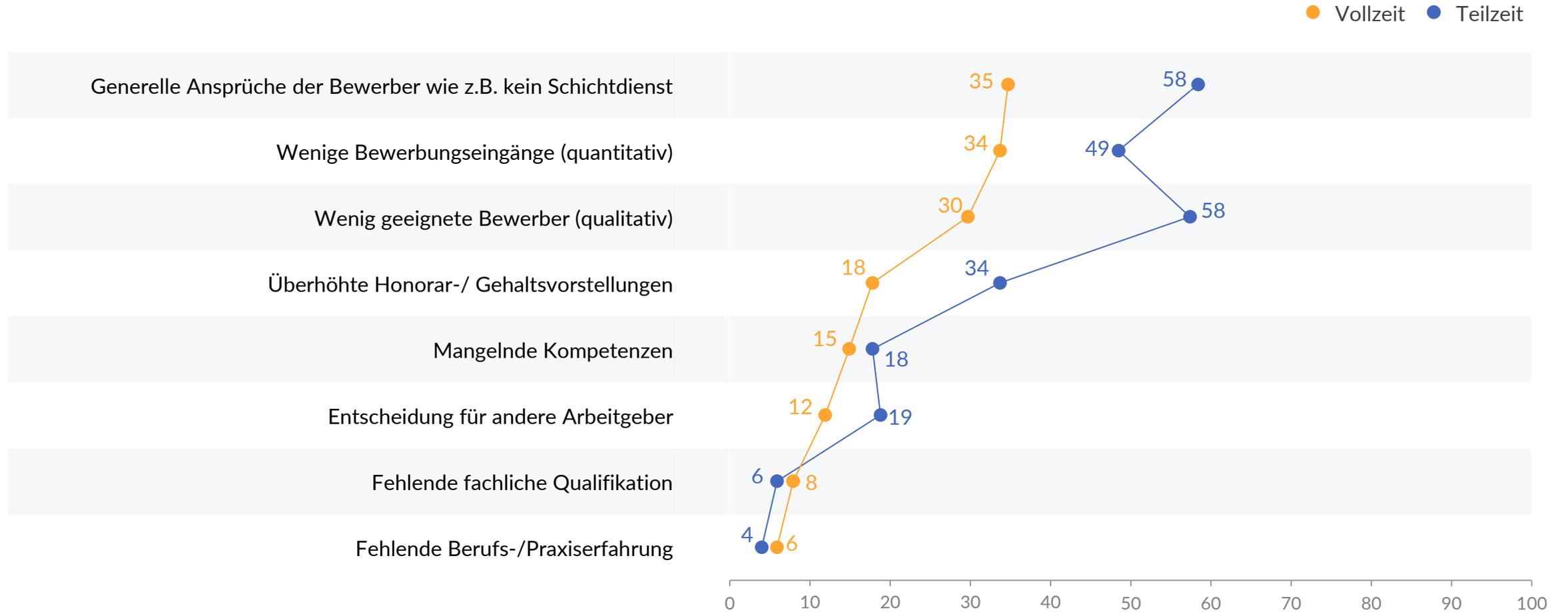
B10 | Was sind Ursachen dafür, dass Sie Schwierigkeiten hatten bzw. haben, die freien Stellen zu besetzen?

Basis: Unternehmen mit Schwierigkeiten bei Personalsuche 101

© CPS GfK im Auftrag
der Kinoverbände

Ursachen für Schwierigkeiten – Arbeitskräfte

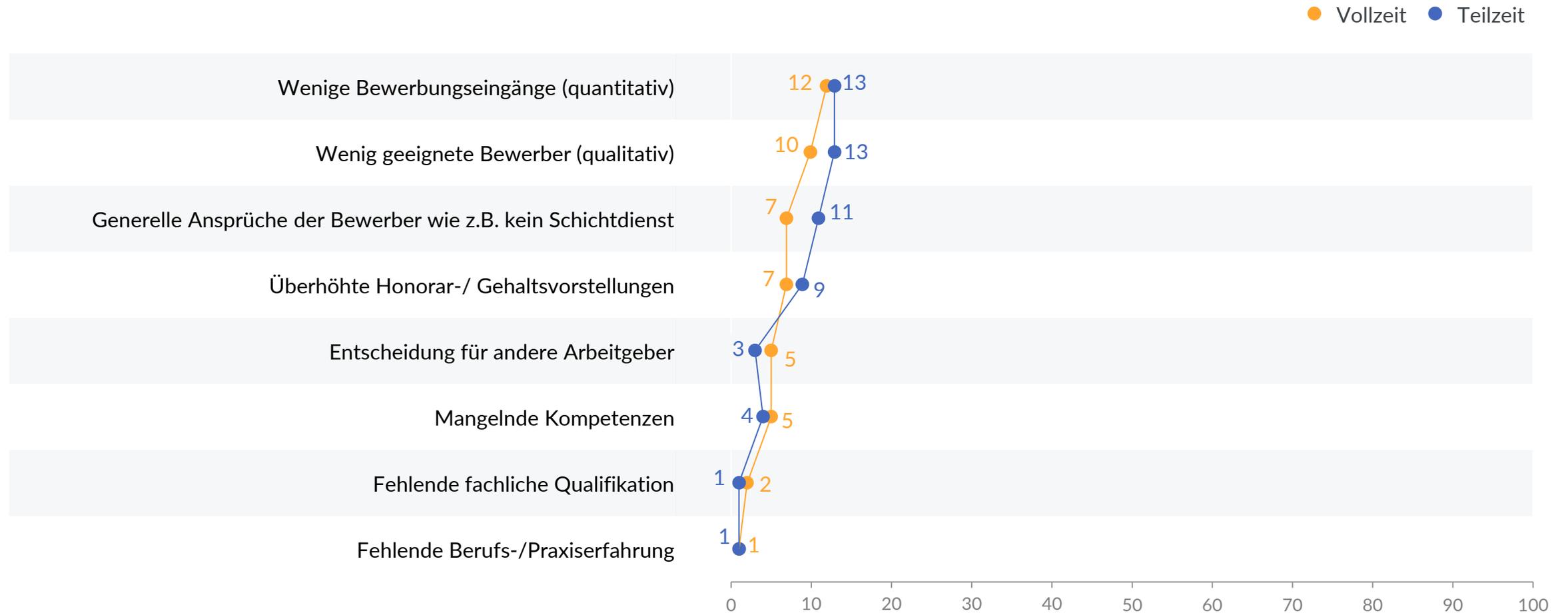
Mehr als die Hälfte der Befragten gibt an, die generellen Ansprüche und wenig geeignete Bewerber seien bei Arbeitskräften in Teilzeit Gründe für vakante Arbeitsstellen.



in %
 B10 | Was sind Ursachen dafür, dass Sie Schwierigkeiten hatten bzw. haben, die freien Stellen zu besetzen?
 Basis: Unternehmen mit Schwierigkeiten bei Personalsuche 101

Ursachen für Schwierigkeiten – Auszubildende

Wenig Bewerbungseingänge und wenig geeignete Bewerber sind Schwierigkeiten bei Ausbildungsplätzen.



in %

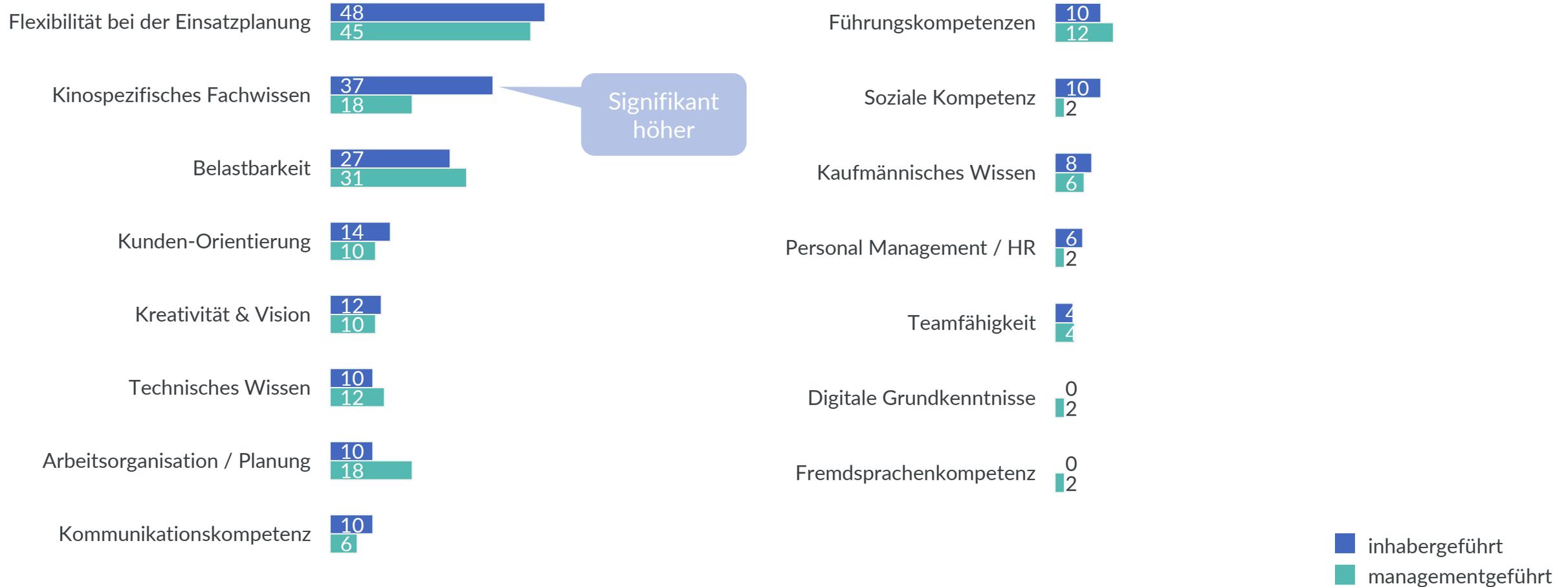
B10 | Was sind Ursachen dafür, dass Sie Schwierigkeiten hatten bzw. haben, die freien Stellen zu besetzen?

Basis: Unternehmen mit Schwierigkeiten bei Personalsuche 101

© CPS GfK im Auftrag
der Kinoverbände

Fehlende Kompetenzen – Top box (trifft voll und ganz zu)

Signifikant mehr inhabergeführte als managementgeführte Kinos bemängeln das fehlende kinospezifische Fachwissen bei den Bewerbern.

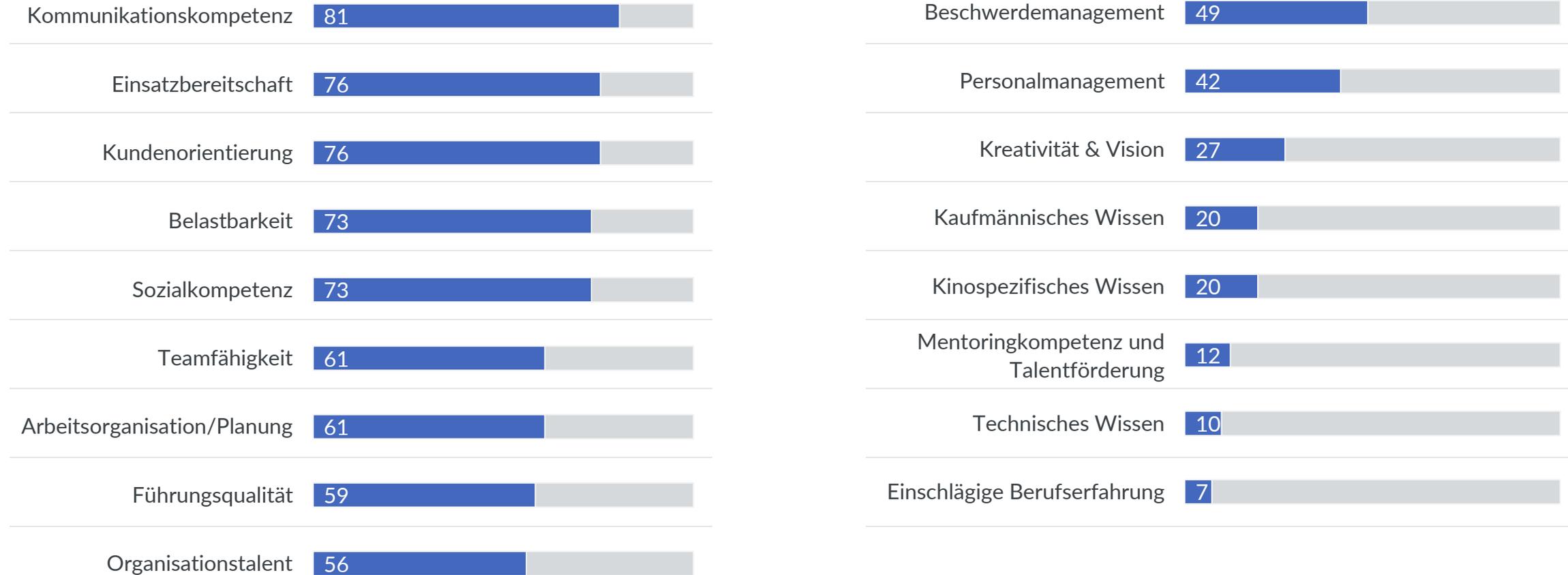


in % | Top box
 B11 | Welche Kompetenzen fehlen den Bewerbern in der Regel?
 Basis: inhabergeführt 52; managementgeführt 49 (geringe Basis)

Gewünschte Kompetenzen

Gewünschte Kompetenzen – Theaterleitung

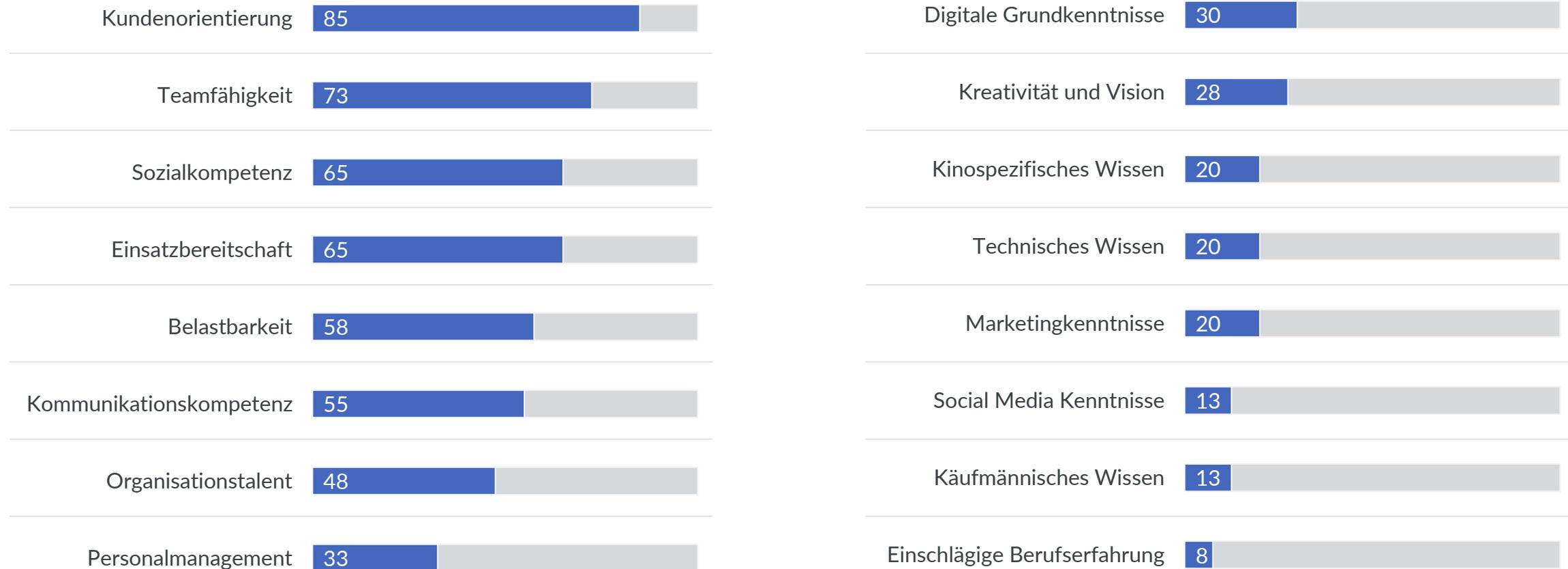
Kommunikationskompetenz ist die wichtigste Eigenschaft für die Theaterleitung.
Einschlägige Berufserfahrung ist weniger wichtig.



in % | Top box
B16.1 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für eine Theaterleitung in der Zukunft?
Basis: 41 (geringe Basis)

Gewünschte Kompetenzen – Assistenz d. Theaterleitung

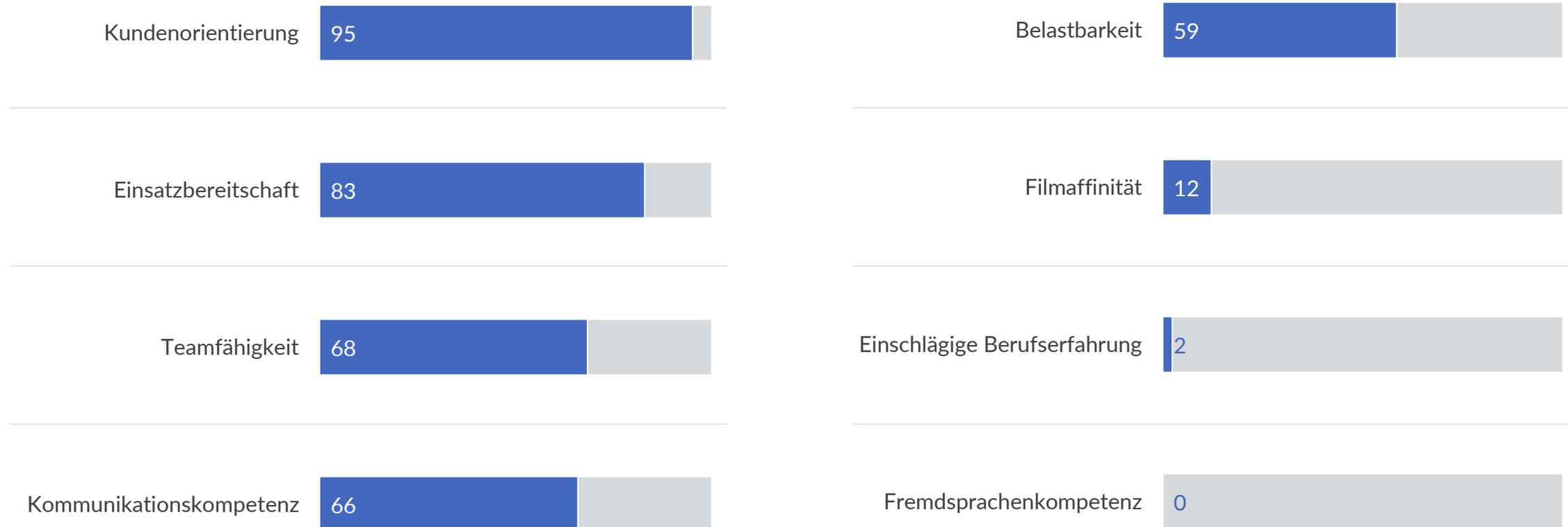
Kundenorientierung ist die am meisten gewünschte Kompetenz für die Assistenz gefolgt von der Teamfähigkeit und der Sozialkompetenz.



in % | Top box
 B16.2 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für eine Assistenz der Theaterleitung in der Zukunft?
 Basis: 40 (geringe Basis)

Gewünschte Kompetenzen – Service

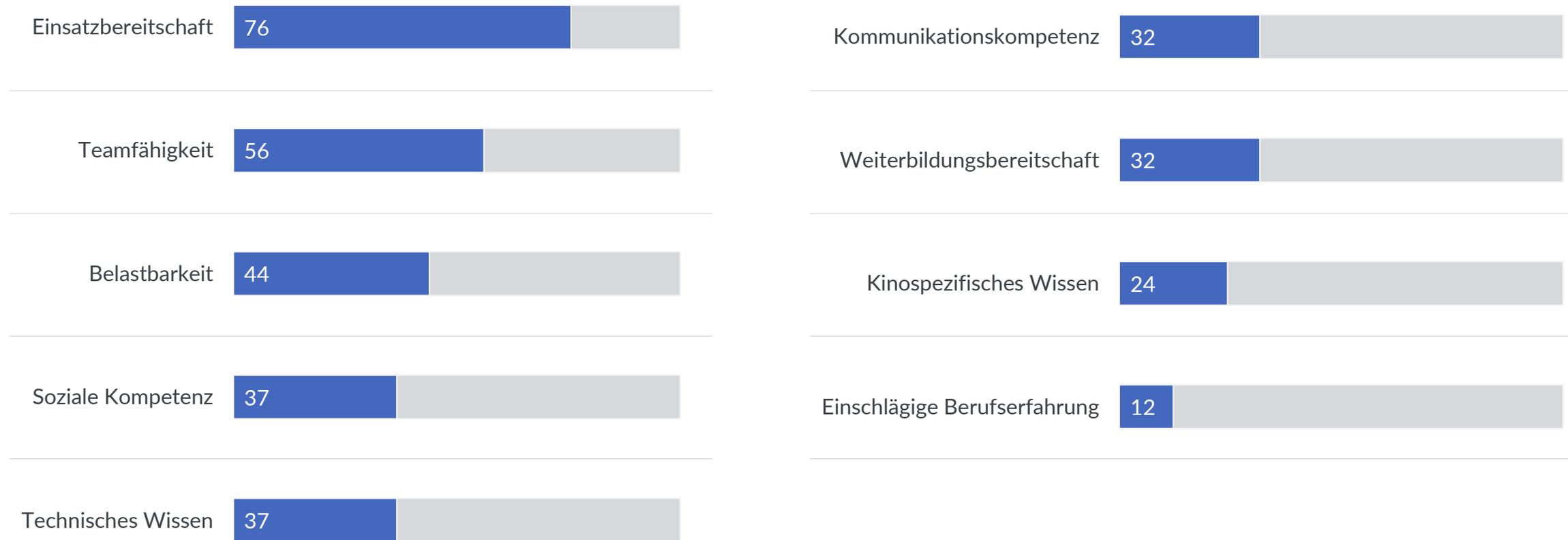
Kundenorientierung und Einsatzbereitschaft sind die wichtigsten Kompetenzen für den Service.



in % | Top box
 B16.3 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für einen Service-Mitarbeiter in der Zukunft?
 Basis: 41 (geringe Basis)

Gewünschte Kompetenzen – Technischer Mitarbeiter

Einsatzbereitschaft, Teamfähigkeit und Belastbarkeit als Kernkompetenzen.



in % | Top box
 B16.3 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für einen Technischen Mitarbeiter in der Zukunft?
 Basis: 41 (geringe Basis)

08

Ort der Personalsuche

Ort der Personalsuche

Kernergebnisse



Branche & Tätigkeitsbereich (potenzieller) Mitarbeiter

Die Branchen in denen Ex-Beschäftigte aktuell tätig sind, sind sehr **divers**: Ca. 1/3 arbeitet nun im Bereich Dienstleistung (10%), Gesundheit (12%) oder Tourismus-/Gastgewerbe (12%). Im Bereich Medien ist nun ebenfalls ein kleiner Anteil (13%) tätig.

25% der Befragten Ex-Beschäftigten haben zuvor im Bereich Administration/Controlling/Einkauf gearbeitet. Nahezu der gleiche Anteil (26%) ist auch aktuell in diesem Bereich tätig.

Jeder 5. der Ex-Beschäftigten oder Interessierten ist jetzt Service-Mitarbeiter (je 21%).

Anwerbungsquellen

Die Anwerbung von Fach- und Arbeitskräften erfolgt bei den inhabergeführten Betrieben in erster Linie über **Mundpropaganda**. Managementgeführte Kinobetriebe setzen dagegen auf **Anzeigen auf der eigenen Website** und auf **In-House-/Leinwandwerbung**.

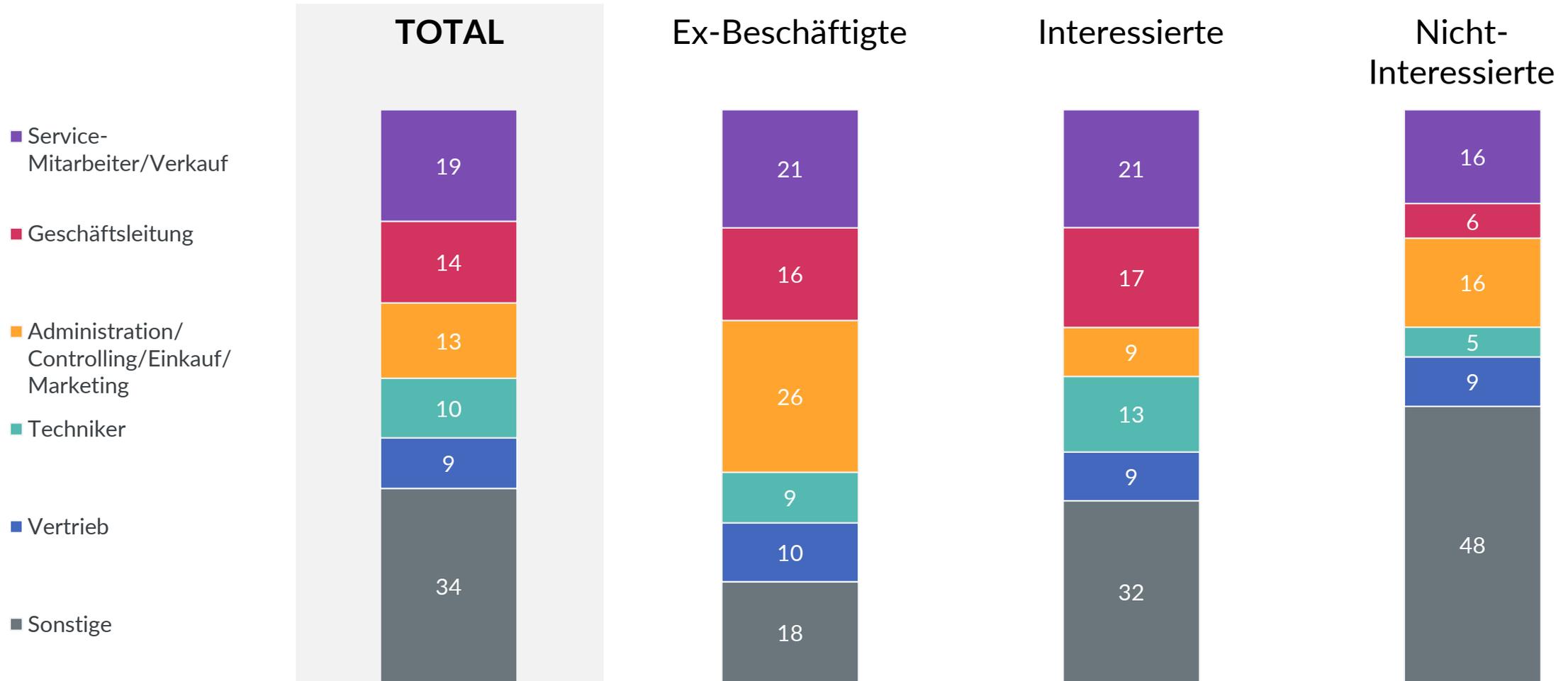


Interessierte hingegen würden am ehesten **Job-Portale** nutzen (49%), und auch auf die **Bundesagentur für Arbeit** zugehen (44%). **Anzeigen auf der Website** des potenziellen Arbeitgebers würden 41% aufsuchen.

Branche & Tätigkeitsbereich (potenzieller) Mitarbeiter

In welchen Tätigkeitsbereichen arbeiten potenzielle Mitarbeiter?

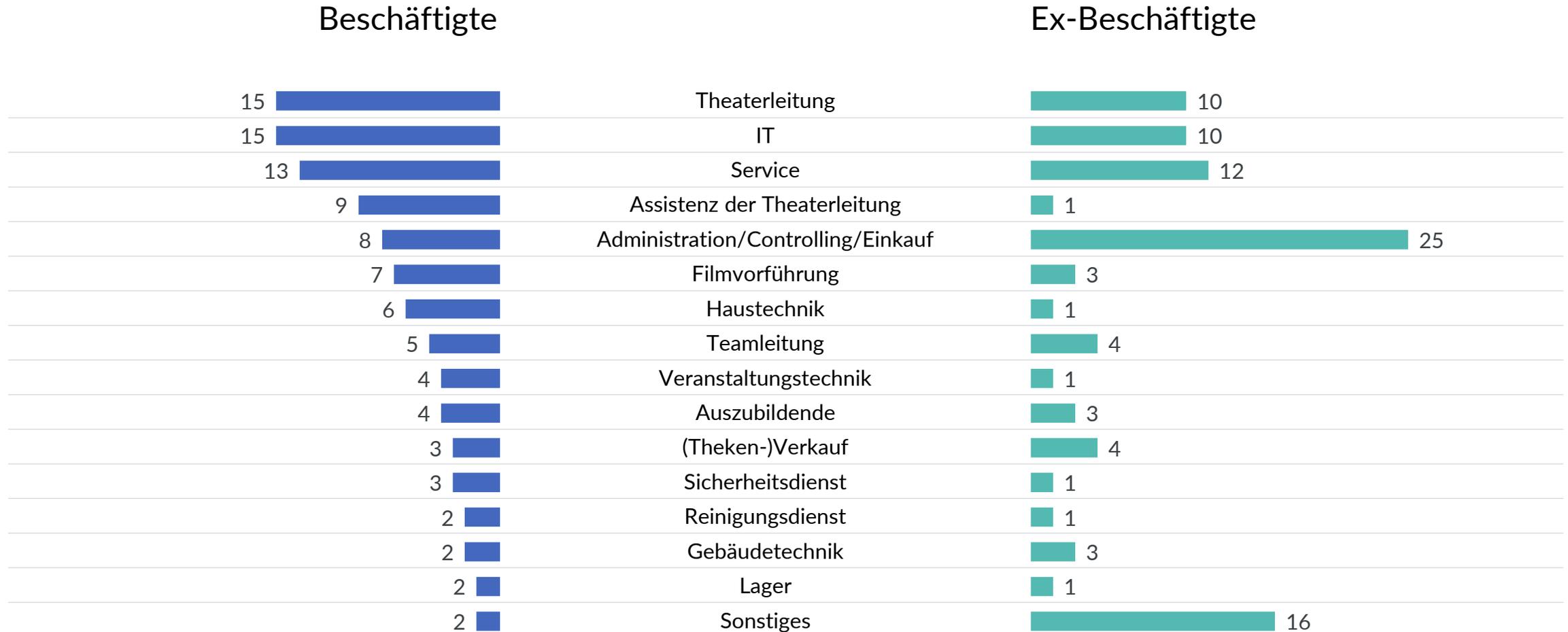
Jeder 5. der Ex-Beschäftigten oder Interessierten ist jetzt Service-Mitarbeiter.



in %
 A01b | Welche der Folgenden beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Tätigkeit?
 Basis: 442; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258; Nicht-Interessierte 116

In welchem Arbeitsbereich im Kino waren Ex-Beschäftigte zuletzt tätig?

Ein Viertel der Ex-Beschäftigten hat im Bereich Administration gearbeitet.



in %

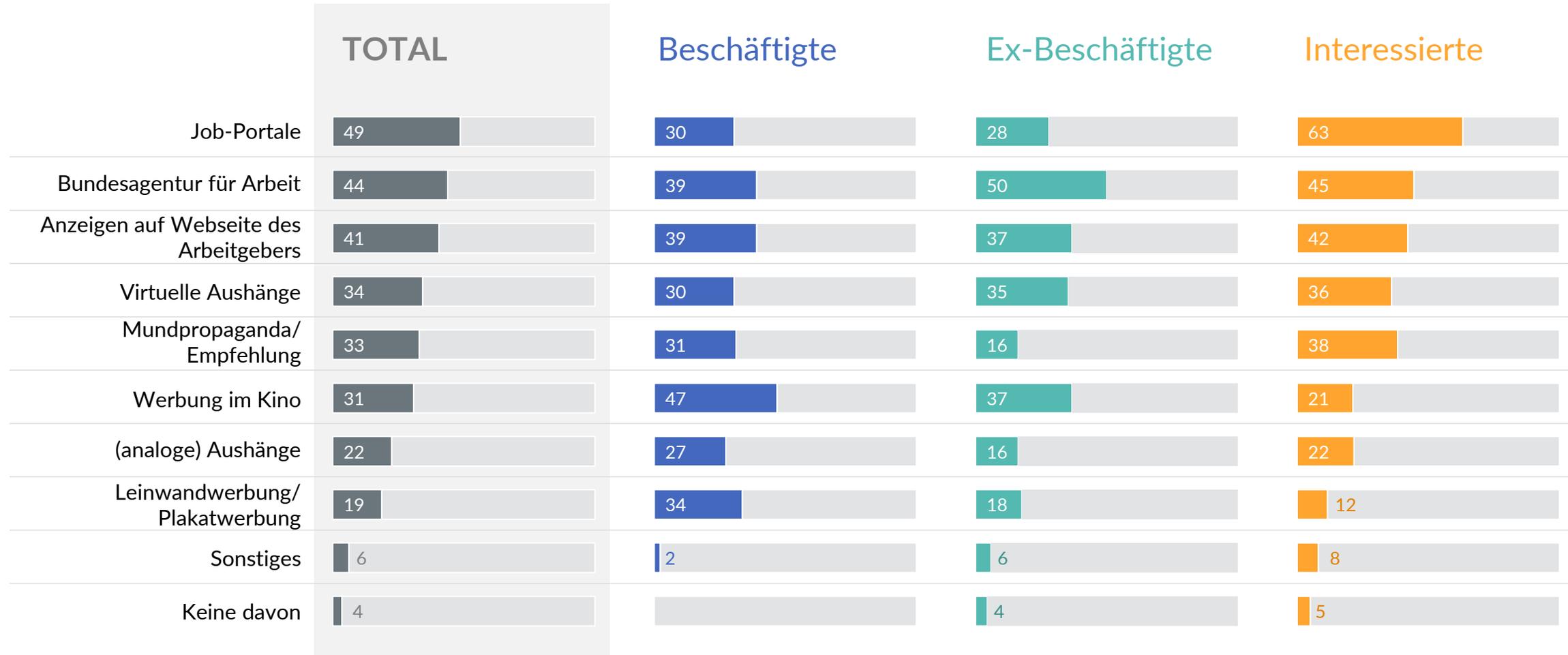
A02 | In welchem Bereich des Kinos arbeiten Sie/haben Sie zuletzt gearbeitet?

Basis: Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68

Anwerbungsquellen

Wo suchen (potenzielle) Mitarbeiter?

Neben Job-Portalen nutzen Interessierte stärker auch die Empfehlung, um sich zu bewerben.



in %

A15 | Falls Sie eine neue Anstellung suchen, welche Quellen zur Jobsuche nutzen Sie?

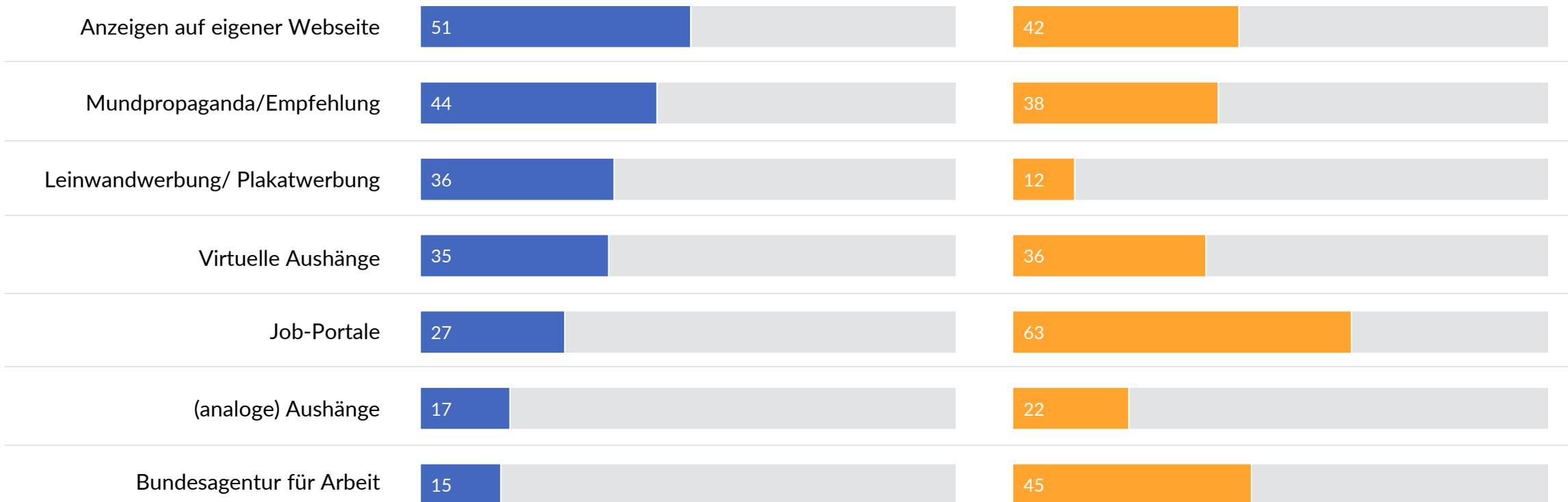
Basis: 454; Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258

Anwerbungsquellen

Zur Anwerbung benutzen Experten Anzeigen auf der eigenen Webseite, die Interessierten suchen hingegen in erster Linie bei Job-Portalen.

Expertenbefragung: TOTAL

MA-Befragung: Interessierte



in %

A15 | Falls Sie eine neue Anstellung suchen, welche Quellen zur Jobsuche nutzen Sie? B14| Welche Quellen zur Anwerbung von Personal nutzen Sie?

Basis: Expertenbefragung - 163; MA-Befragung - Interessierte 258



Maßnahmen

Maßnahmen zum Entgegenwirken des Personalmangels

Kernergebnisse



Maßnahmen zur Abmilderung des Personalmangels

Die am häufigsten genannten Maßnahmen aus Sicht von Kinobetreibern und (potenziellen) Mitarbeitern liegen im Total in den Bereichen Zahlung von **Prämien/Sonderzahlungen**, besserer **Vereinbarkeit von Familie und Beruf**, Zuschüssen zur **Altersvorsorge** und der Beschäftigung von **Quereinsteigern**.

- Aus Sicht der Kinobetreiber sind die Maßnahmen zum Entgegenwirken des Personalmangels im Bereich der **Theaterleitung** und deren **Assistenz** eine **bessere Vereinbarkeit von Familie & Beruf (61%/62%)** sowie **Zahlung von Prämien oder Sonderleistungen (61%/58%)**.
- **Technische Mitarbeiter** sollten durch **Aus- u. Weiterbildungen (48%)** sowie die **Zahlung von Prämien und Sonderleistungen (46%)** gefördert werden.
- Bei **Service- und Thekenmitarbeitern** setzen die Arbeitgeber zunehmend auf **Quereinsteiger (53%)** und „Goodies“ wie z. B. **kostenlose Kinobesuche (50%)**.

Die Kinos identifizieren außerdem mehr **Sichtbarkeit der Branche** und **attraktivere Arbeitsbedingungen** als Möglichkeiten, Arbeitskräfte zu gewinnen.

- Um die Arbeit im Kino attraktiver zu machen, geben die **Beschäftigten** insgesamt wenig Aspekte an. Sie wünschen sich insbesondere eine 4-Tage-Woche (**31%**), Zuschüsse zur Altersvorsorge (**31%**) sowie flexiblere Arbeitszeiten (**28%**).
- **Ex-Beschäftigte** erwähnen insbesondere Sonderzahlungen (**37%**), sowie flexiblere Arbeitszeiten (**34%**) und Zuschüsse zur Altersvorsorge (**34%**).
- **Interessierte** hingegen sind insbesondere durch besondere Angebote wie eine 4-Tage-Woche und Sonderzahlungen (je **50%**) zu locken. Die Möglichkeit eines Quereinstiegs ist dabei ebenfalls relevant (**46%**).

Maßnahmen zum Entgegenwirken des Personalmangels

Kernergebnisse



Förderung der Kompetenzen

Lehrgänge/Schulungen sehen sowohl Beschäftigte (52%), Ex-Beschäftigte (47%) als auch Interessierte (55%) als die geeignetste Maßnahme zur Förderung der Kompetenzen. Die Beschäftigten finden auch betriebsinterne Schulungen (51%) und ein Studium (46%) hilfreich.

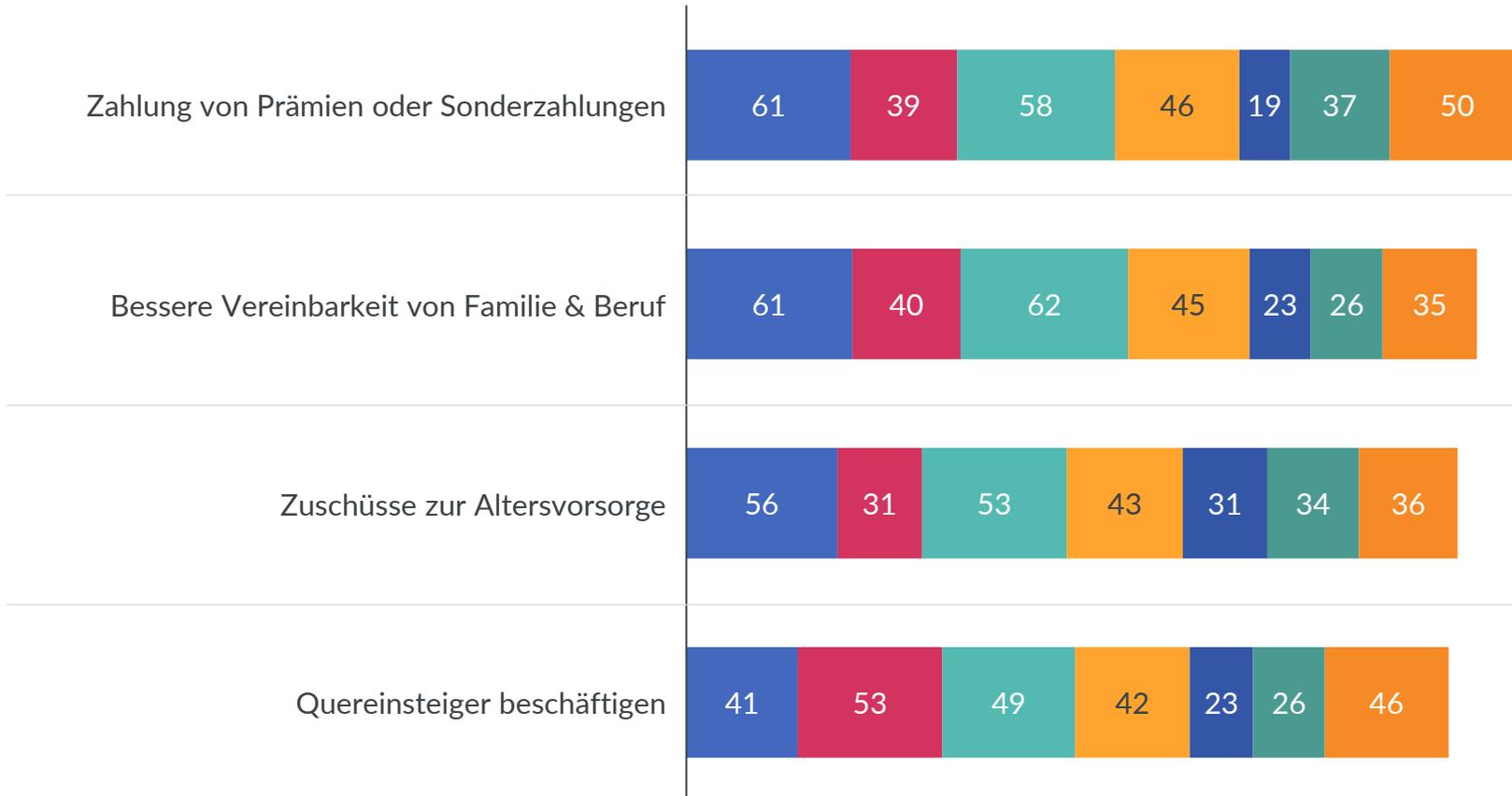
96% der Beschäftigten geben an, dass der Arbeitgeber ihnen **Weiterbildung** anbietet; davon nehmen 86% die Angebote regelmäßig wahr.

→ Die hohe **Anzahl an Weiterbildungsangeboten** in der Kinobranche könnte ein **Argument zur Mitarbeitergewinnung** werden.

Überblick - Maßnahmen zum Entgegenwirken des Personalmangels

Die Hauptmaßnahmen aus Sicht von Kinobetreibern und (potenziellen) Mitarbeitern sind ähnlich.

■ Theaterleitung
 ■ Assistenz der Theaterleitung
 ■ Beschäftigte
 ■ Interessierte
■ Service-Mitarbeiter
 ■ Technischer Mitarbeiter
 ■ Ex-Beschäftigte



- Aus Sicht der Kinobetreiber schaffen für Theaterleitung und Assistenz v. a. **Prämien/ Sonderzahlungen** und **bessere Vereinbarkeit von Familie** Anreize. Bei Service-Mitarbeitern sehen sie vor allem **Quereinsteiger** als geeignete Maßnahme.
- Aus Sicht der Interessierten würden v. a. **Prämien/ Sonderzahlungen** und die Beschäftigungsmöglichkeit als **Quereinsteiger** das Kino attraktiver machen, während für Beschäftigte und Ex-Beschäftigte besonders **Zuschüsse zur Altersvorsorge** wichtig sind.

in % | Ausgewählt wurden vergleichbare Maßnahmen aus Experten- und Mitarbeiterbefragung mit einem Mittelwert > 40% über alle Zielgruppen.

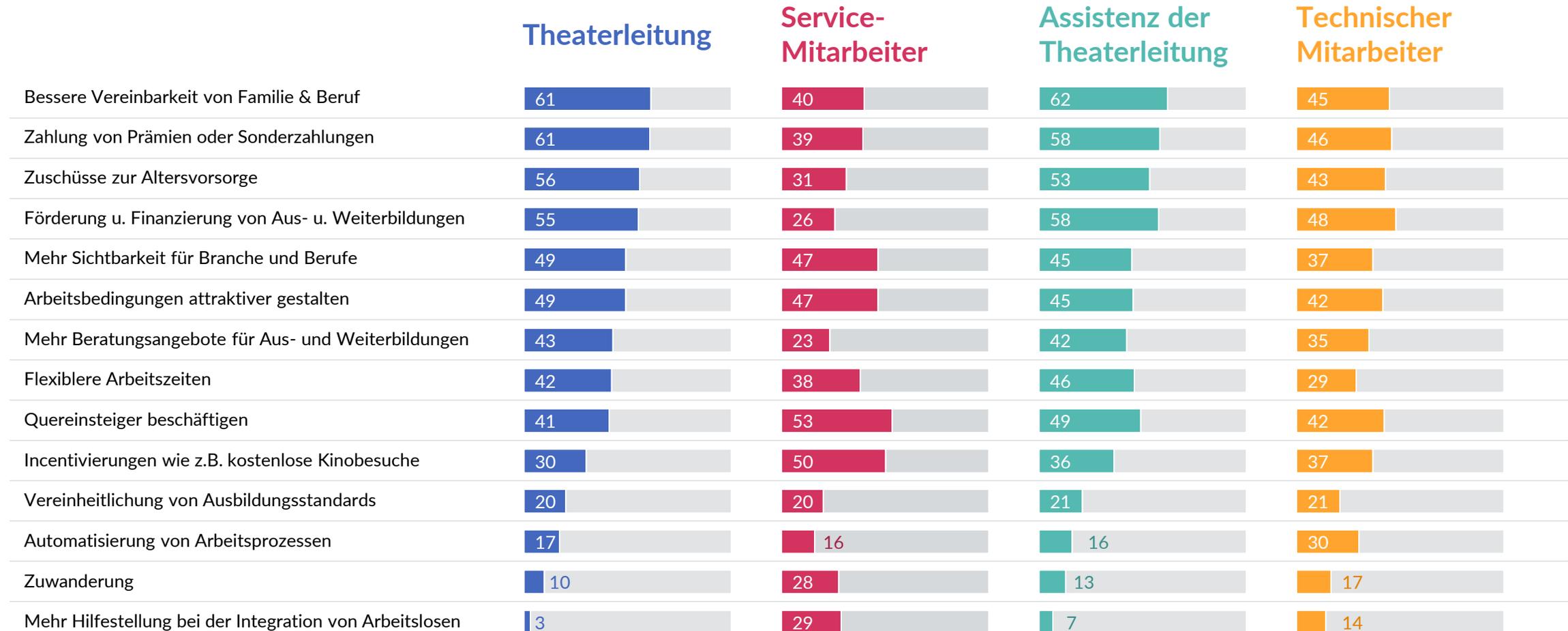
B18 | Was würde aus Ihrer Sicht dazu beitragen, einem Arbeits- und Fachkräftemangel bezogen auf die Berufe im Kino verstärkt entgegenzuwirken? | Basis: 163

A16 | Was würde aus Ihrer Sicht dazu beitragen, das Arbeiten im Kino attraktiver zu machen? | Basis: Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258

© CPS GfK im Auftrag der Kinoverbände

Welche Maßnahmen sehen die Kinos?

Fast jeder 2. Befragte gibt an, mehr Sichtbarkeit der Branche wäre hilfreich, Vereinbarkeit von Familie und Beruf als wichtiger Hebel im Bereich der Theaterleitung.



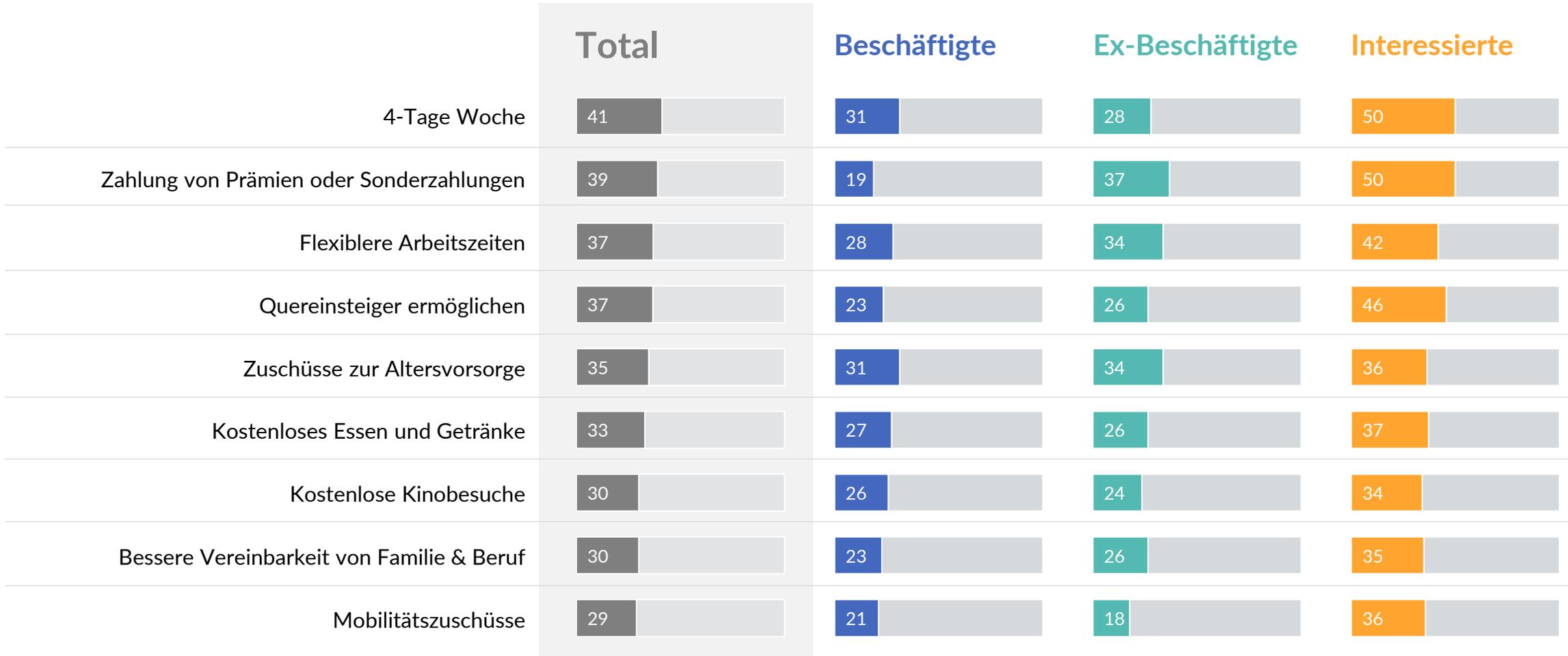
in %

B18 | Was würde aus Ihrer Sicht dazu beitragen, einem Arbeits- und Fachkräftemangel bezogen auf die Berufe im Kino verstärkt entgegenzuwirken?

Basis: 163

Maßnahmen aus Sicht der (potenziellen) Mitarbeiter (1/2)

Interessierte bemerken monetäre und arbeitszeitliche Aspekte zur Steigerung der Attraktivität des Kinos.



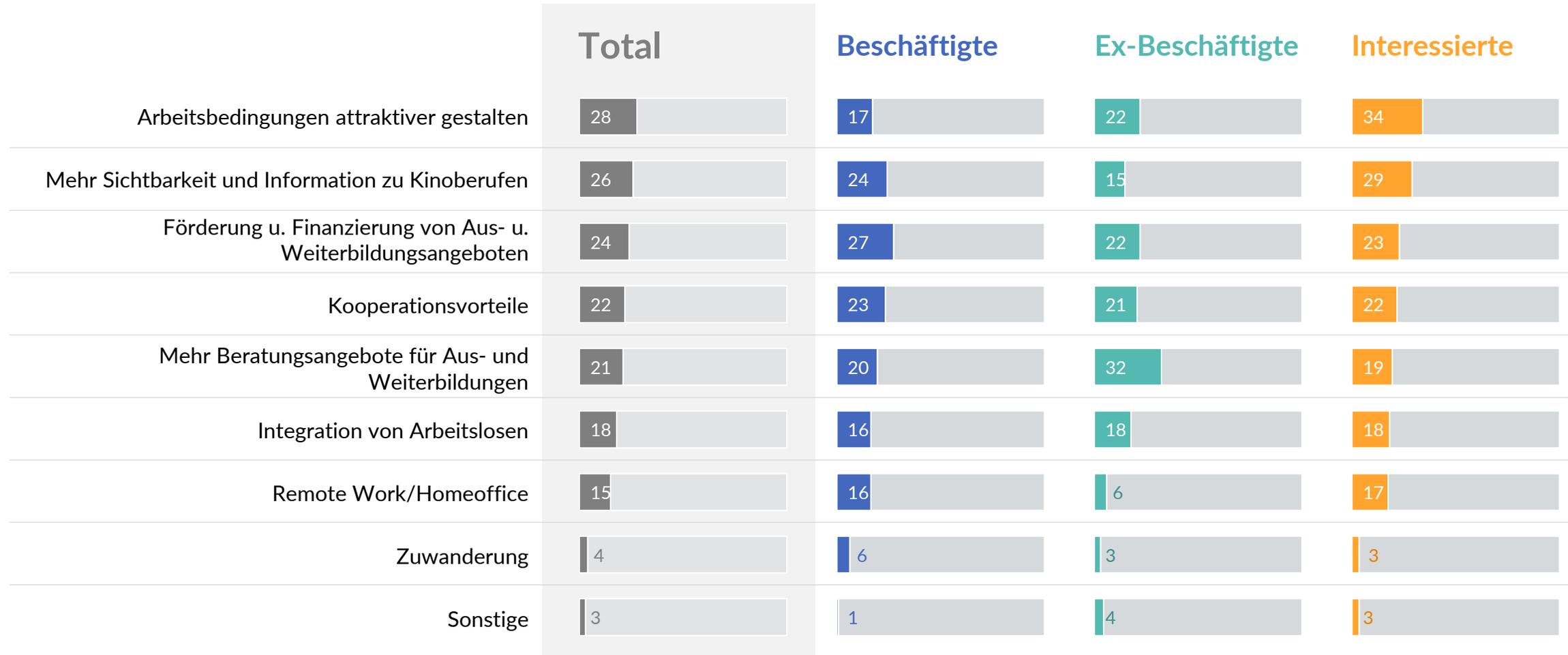
in %

A16 | Was würde aus Ihrer Sicht dazu beitragen, das Arbeiten im Kino attraktiver zu machen?

Basis: Total 454; Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258

Maßnahmen aus Sicht der (potenziellen) Mitarbeiter (2/2)

Ex-Beschäftigte sehen in „Mehr Beratungsangebote für Aus- und Weiterbildungen“ Potenzial.



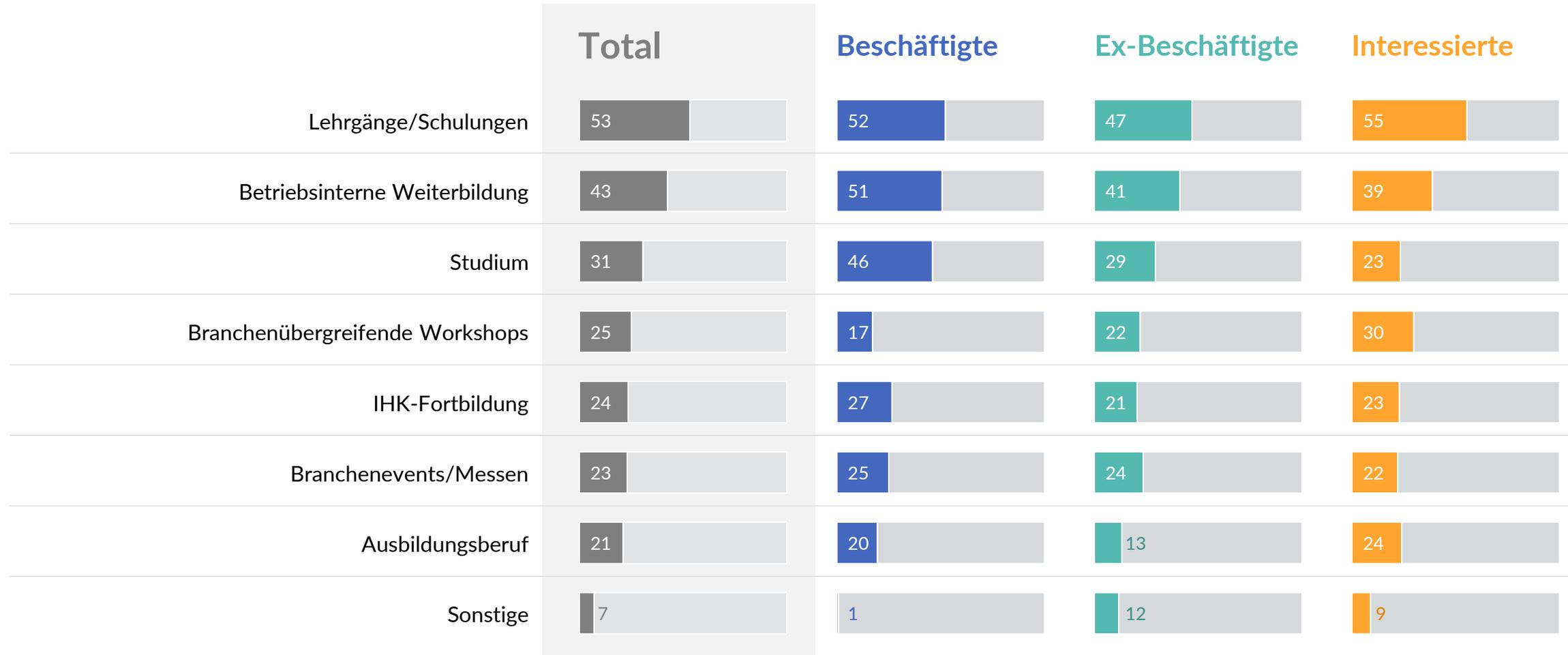
in %

A16 | Was würde aus Ihrer Sicht dazu beitragen, das Arbeiten im Kino attraktiver zu machen?

Basis: Total 454; Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258

Welche Förderungen wünschen sich (potenzielle) Mitarbeiter?

Zur Förderung der Kompetenzen sehen über die Hälfte der Beschäftigten Lehrgänge/Schulungen und betriebsinterne Weiterbildung als geeignet an.



in %

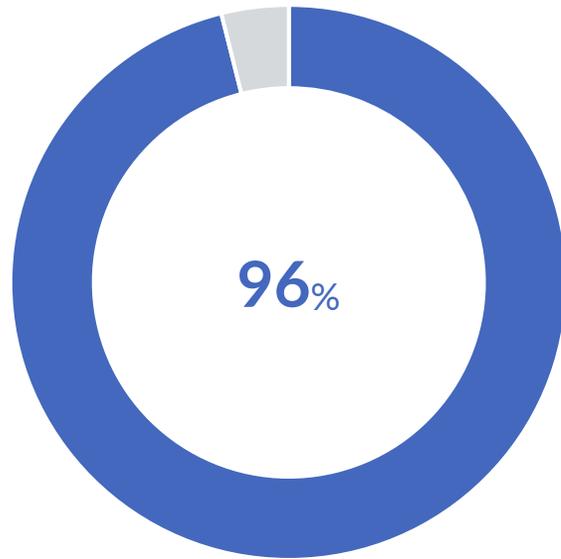
A14 | Wie können Ihre Kompetenzen gezielt gefördert werden?

Basis: 454; Beschäftigte 128; Ex-Beschäftigte 68; Interessierte 258

Werden Angebote zur Weiterbildung wahrgenommen?

86% der Beschäftigten nehmen Weiterbildungsangebote wahr.

Angebote des Arbeitgebers Kino liegen vor



Wahrnehmung der Angebote von im Kino Beschäftigten



in %

A13a | Bietet Ihnen Ihr Arbeitgeber Schulungen, Lehrgänge, Fortbildungen etc. an? | Basis: Beschäftigte 128

A13b | Nehmen Sie die Angebote wahr? | Basis: Beschäftigte 123

10

Kontakt

Kontakte

Kommen Sie gerne auf uns zu!



Carolin Lindenmaier
1. stellv. Vorstand
Strategie & Kommunikation

lindenmaier@hdf-kino.de



Inga Hinz
Account Director Advanced Solutions
Media & Entertainment

inga.hinz@gfk.com

Consumer
Panel
Services



Christoph Freier
Director Media & Entertainment

christoph.freier@gfk.com

Consumer
Panel
Services



Jeannette Flöhr
Senior Consultant Advanced Solutions

jeannette.floehr@gfk.com

Consumer
Panel
Services

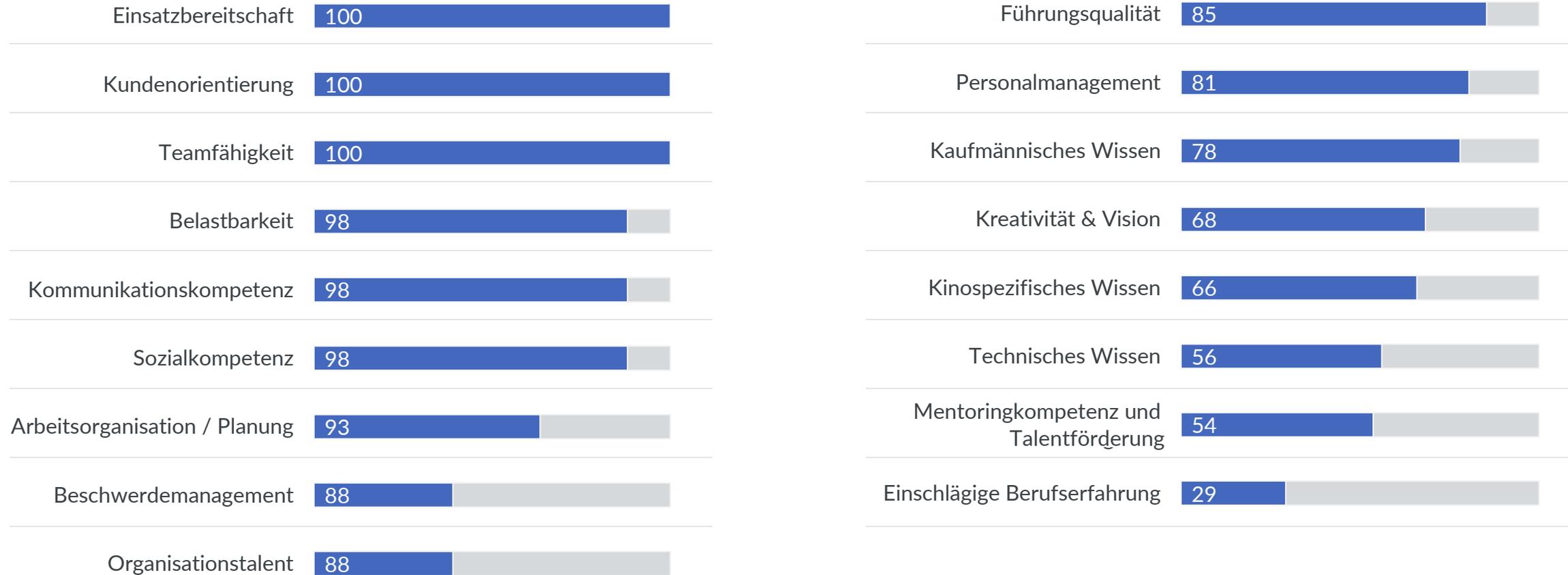


11

Appendix

Gewünschte Kompetenzen – Theaterleitung

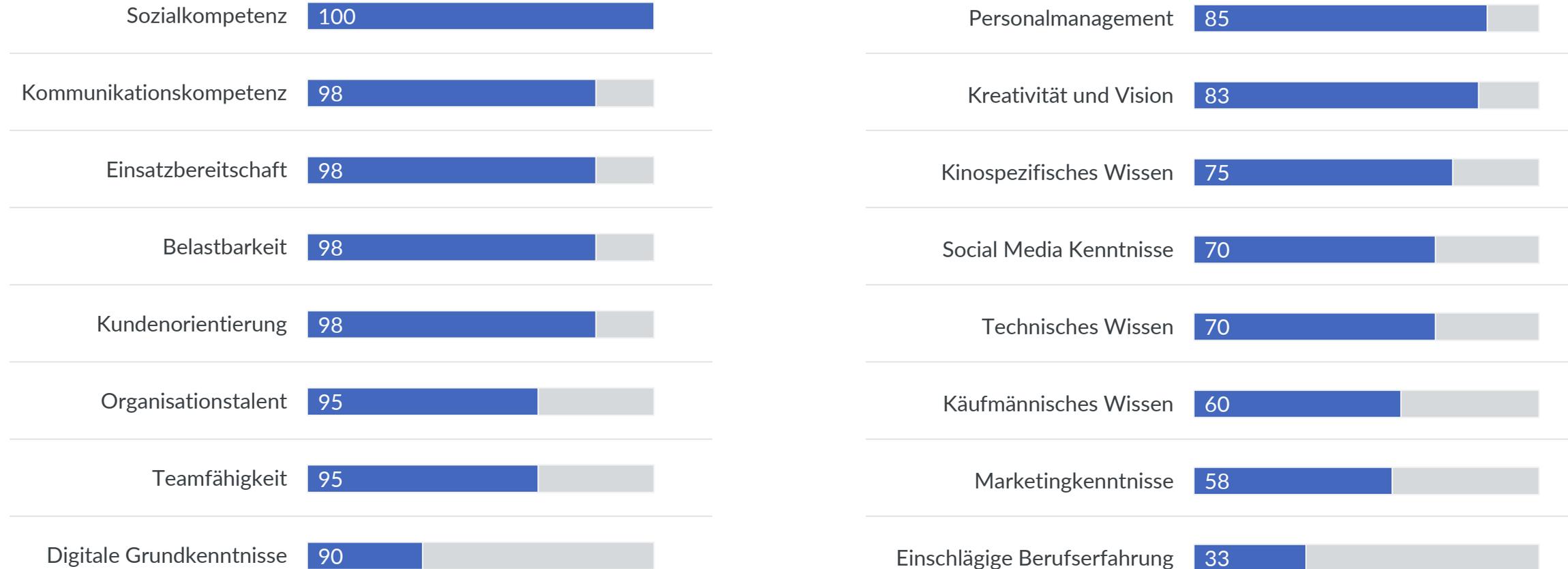
Einschlägige Berufserfahrung ist von weniger Interesse als gewünschte Kompetenz.



in % | Top 2 boxes
 B16.1 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für eine Theaterleitung in der Zukunft?
 Basis: 41 (geringe Basis)

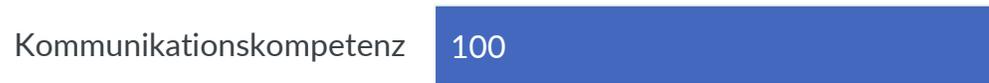
Gewünschte Kompetenzen – Assistenz der Theaterleitung

Die Assistenz der Theaterleitung sollte möglichst breit in ihren Kompetenzen aufgestellt sein.



Gewünschte Kompetenzen – Service

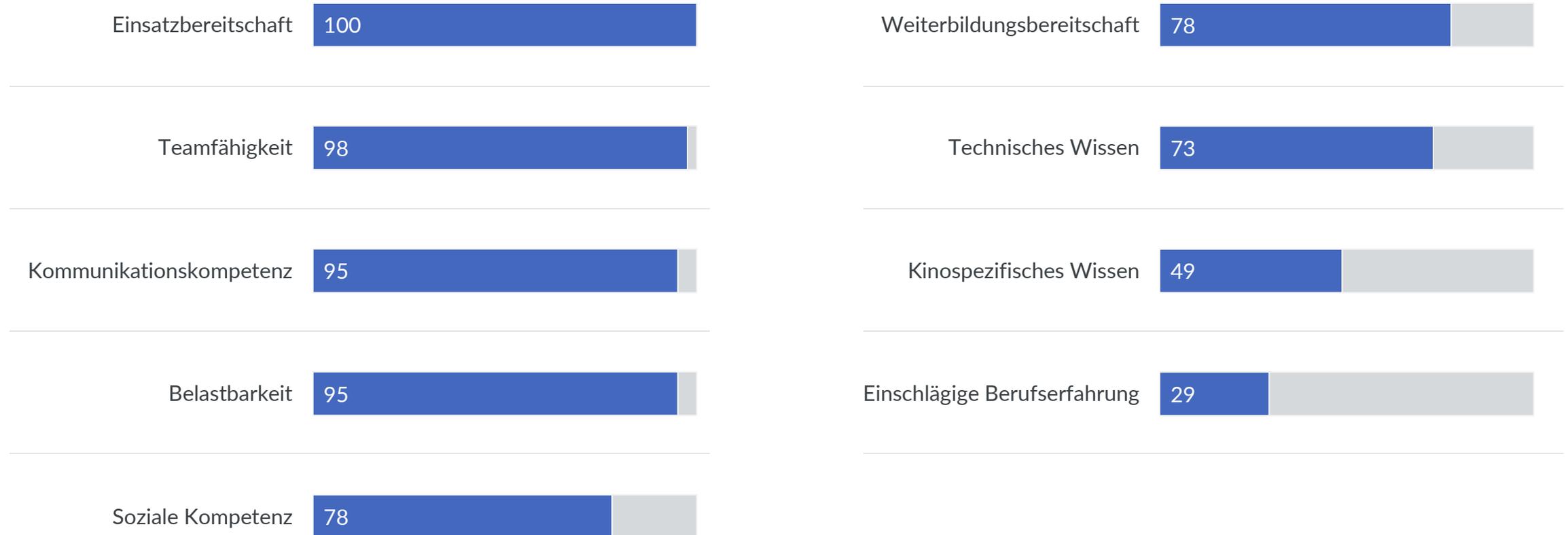
Der Service-Mitarbeiter sollte kommunikativ, kundenorientiert, teamfähig, einsatzbereit und belastbar sein.



in % | Top 2 boxes
 B16.3 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für einen Service-Mitarbeiter in der Zukunft?
 Basis: 41 (geringe Basis)

Gewünschte Kompetenzen – Technischer Mitarbeiter

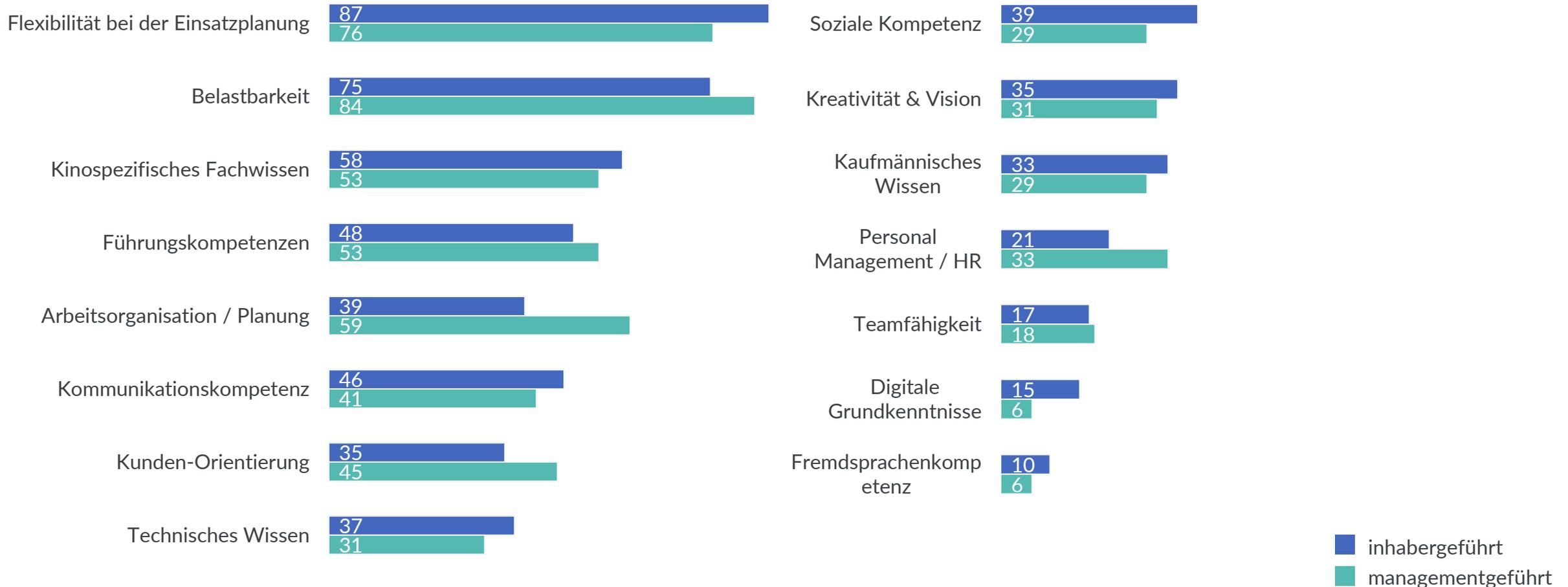
Technische Mitarbeiter müssen in erster Linie einsatzbereit und teamfähig sein; Berufserfahrung ist weniger wichtig.



in % | Top 2 boxes
 B16.3 | Wie wichtig sind die folgenden Kompetenzen für einen Technischen Mitarbeiter in der Zukunft?
 Basis: 41 (geringe Basis)

Fehlende Kompetenzen – Top 2 boxes (trifft voll und ganz zu/trifft zu)

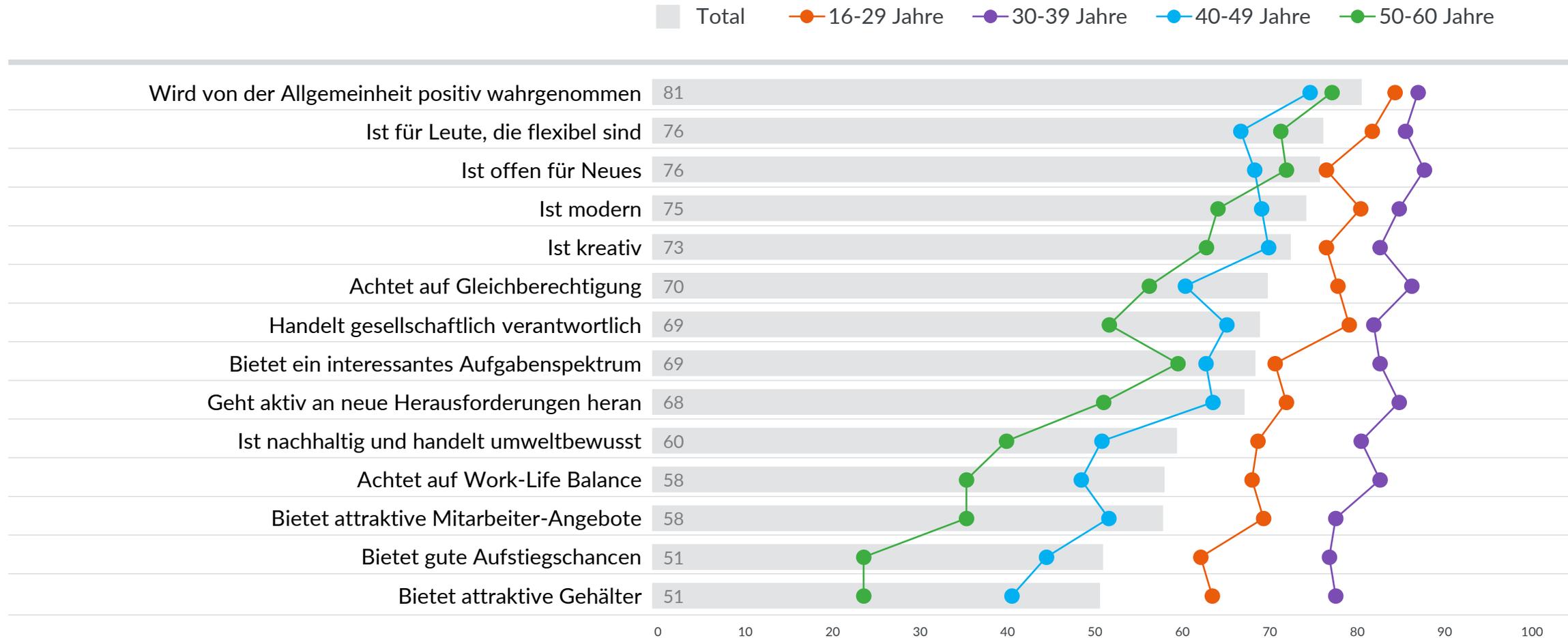
Managementgeführte Kinos sehen insbesondere Belastbarkeit und Flexibilität als fehlende Kompetenzen.



in % | Top 2 boxes
 B11 | Welche Kompetenzen fehlen den Bewerbern in der Regel? Es fehlen...
 Basis: inhabergeführt 52 | managementgeführt 49 (geringe Basis)

Image Arbeitsumfeld Kino: Alterssplit

Sehr positive Zustimmungswerte der 30-39 Jährigen zum Arbeitsumfeld Kino.



Top 2 boxes in %

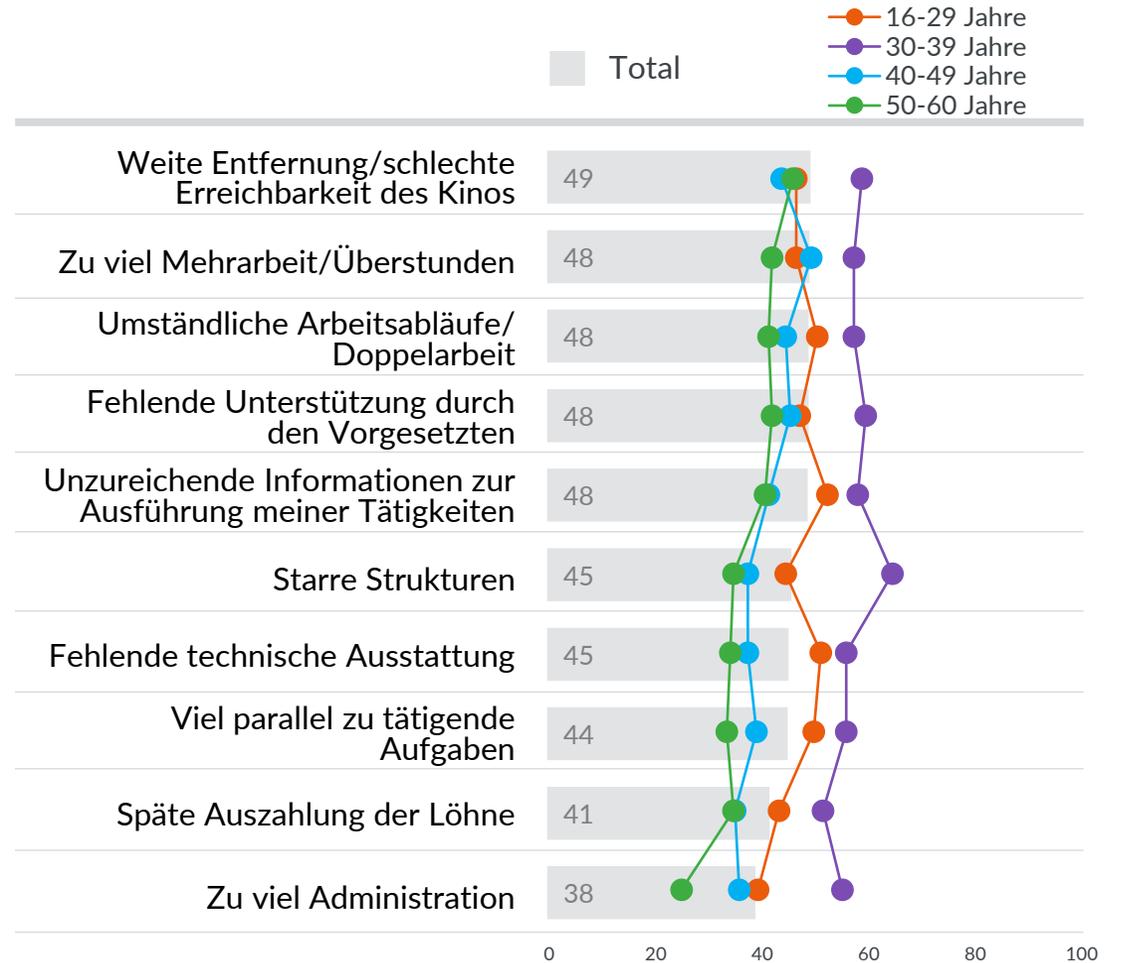
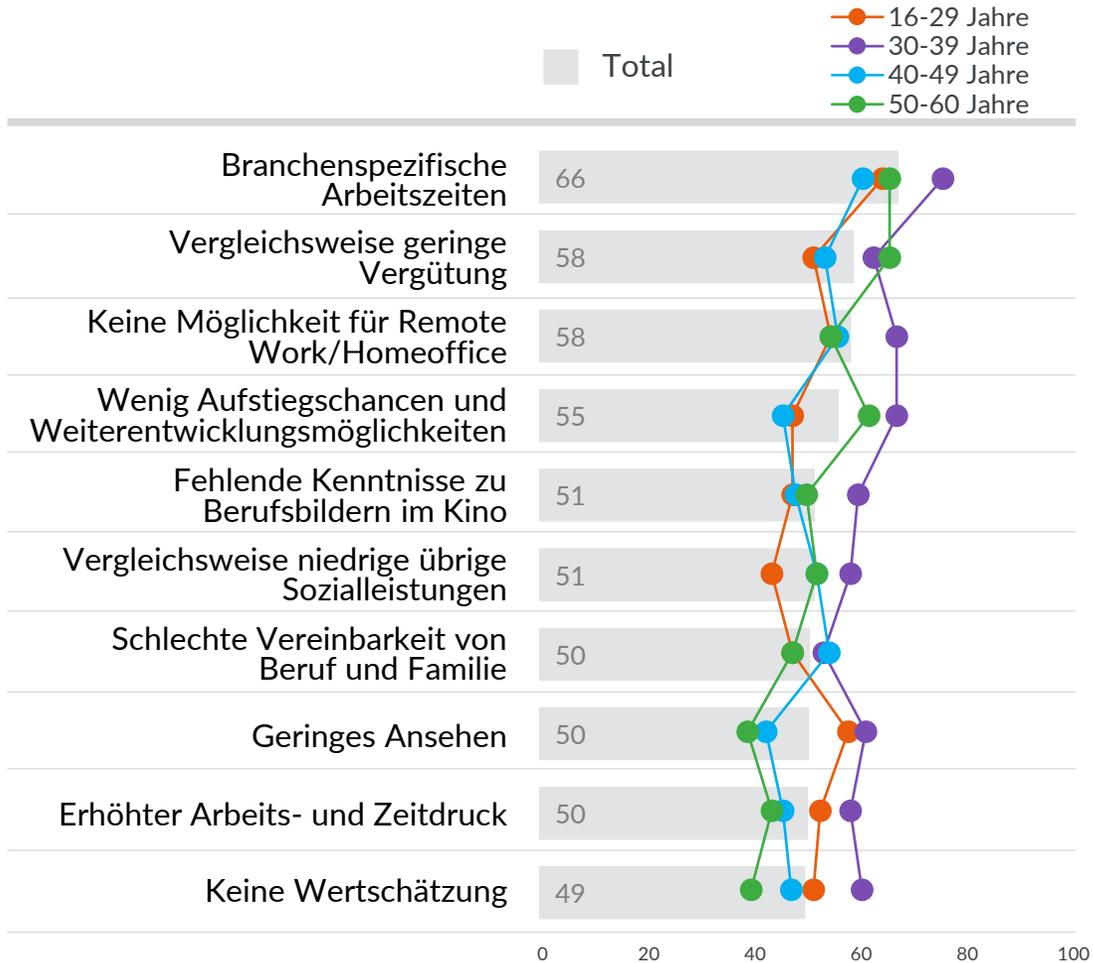
A08 | Wir möchten Sie nun bitten, das Kino als Arbeitsumfeld hinsichtlich einiger Eigenschaften zu beurteilen. | 5-Punkte-Skala

Basis: Total 570; 16-29 Jahre 153; 30-39 Jahre 138; 40-49 Jahre 126; 50-60 Jahre 153

© CPS GfK im Auftrag
der Kinoverbände

Barrieren: Alterssplit

Arbeitszeiten und starre Strukturen werden als Barrieren von den 30-39 Jährigen gesehen.



Top 2 boxes in %

A12 | Hier sehen sie noch ein paar Aspekte, die gegen ein Beschäftigungsverhältnis im Kino sprechen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? | 5-Punkte-Skala

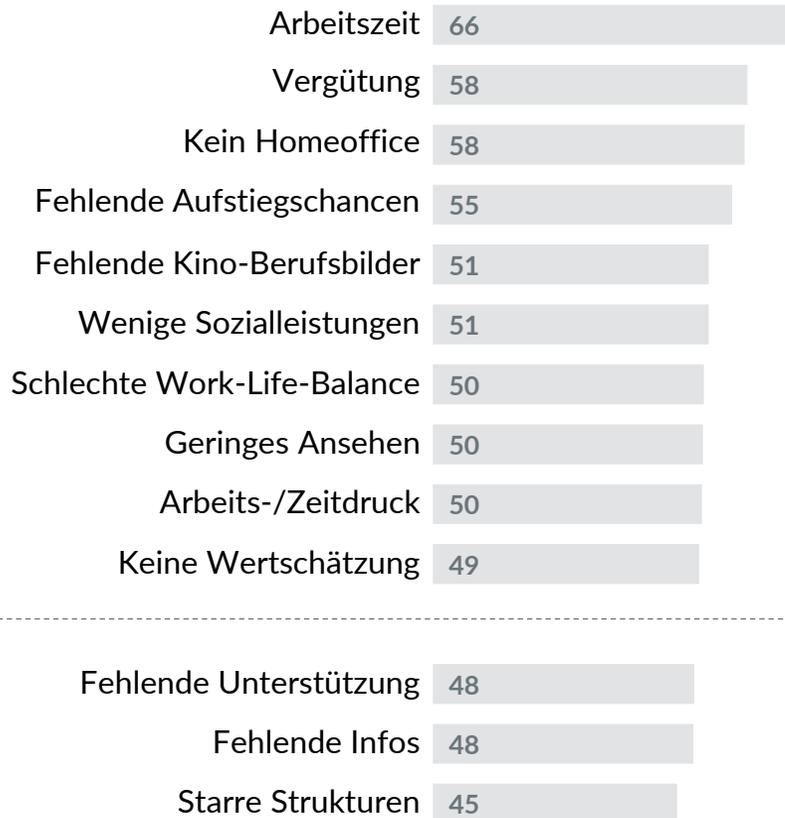
Basis: Total 570; 16-29 Jahre 153; 30-39 Jahre 138; 40-49 Jahre 126; 50-60 Jahre 153

© CPS GfK im Auftrag der Kinoverbände

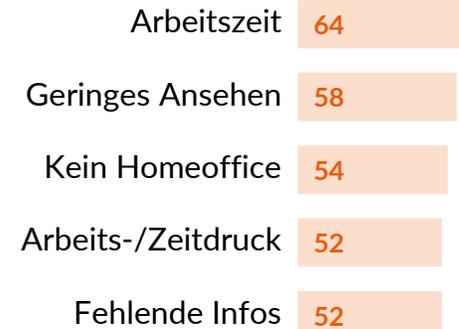
Top Barrieren: Alterssplit

Hohe Hürden sind für die 30-39 Jährigen sind neben der Arbeitszeit kein Home-Office und fehlende Aufstiegschancen.

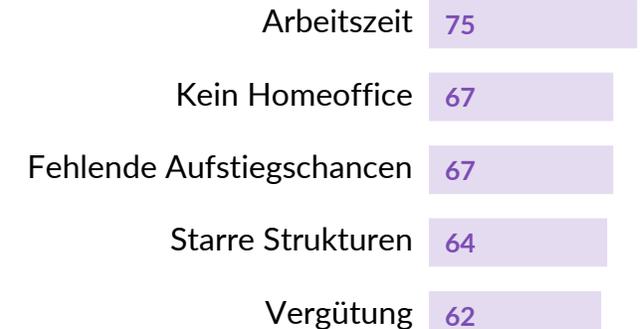
GESAMT



16-29 Jahre



30-39 Jahre



40-49 Jahre



50-60 Jahre

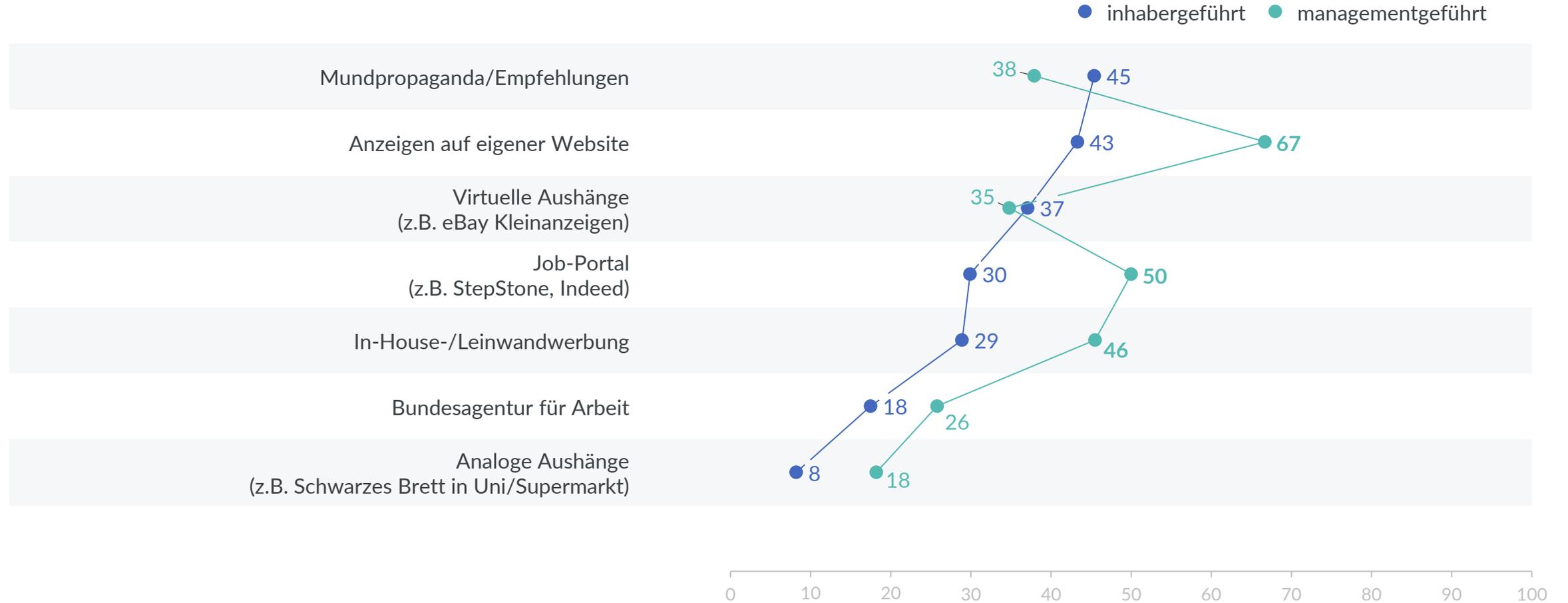


Top 2 boxes in %

A12 | Hier sehen sie noch ein paar Aspekte, die gegen ein Beschäftigungsverhältnis im Kino sprechen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? | 5-Punkte-Skala © CPS GfK im Auftrag der Kinoverbände

Welche Anwerbungsquellen nutzen Kinos für Fachkräfte?

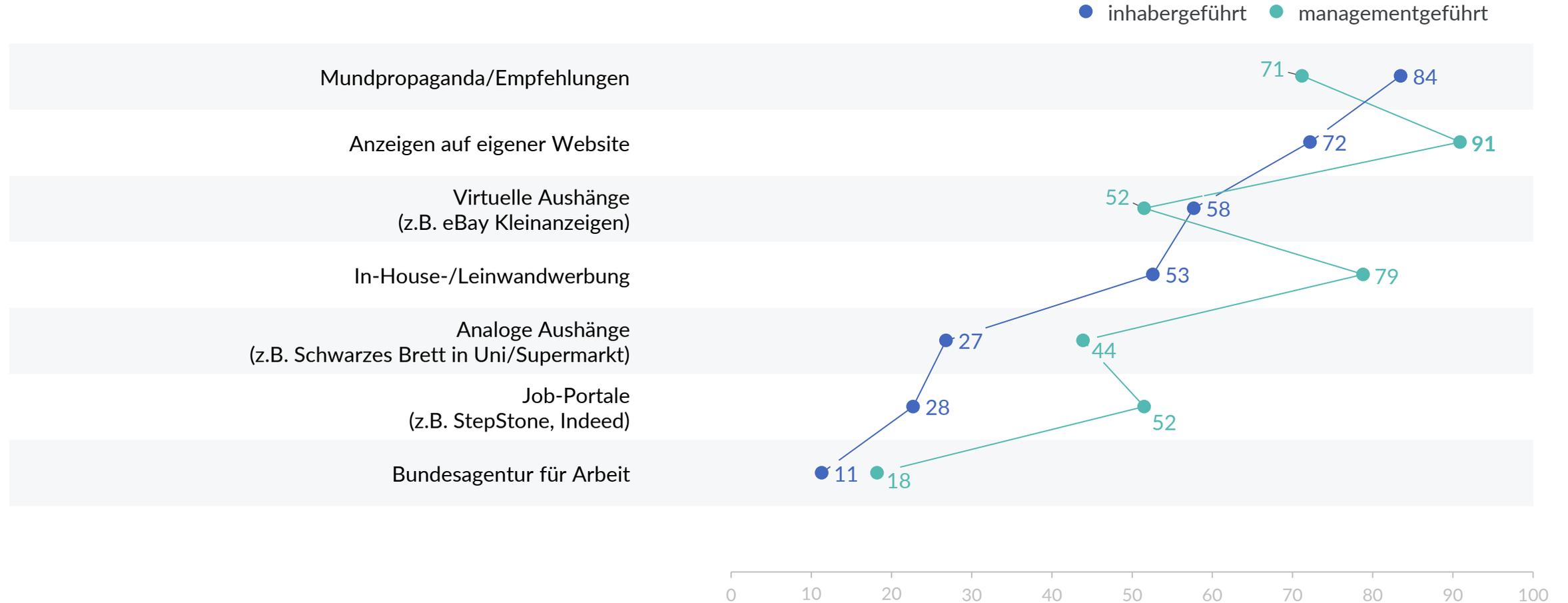
Inhabergeführte Kinos werben Fachkräfte eher durch Mundpropaganda an, während managementgeführte durch eigene Website oder Job-Portal rekrutieren.



in %
 B14 | Welche Quellen zur Anwerbung von Personal nutzen Sie?
 Basis: inhabergeführt 97 | managementgeführt 66

Welche Anwerbungsquellen nutzen Kinos für Servicekräfte?

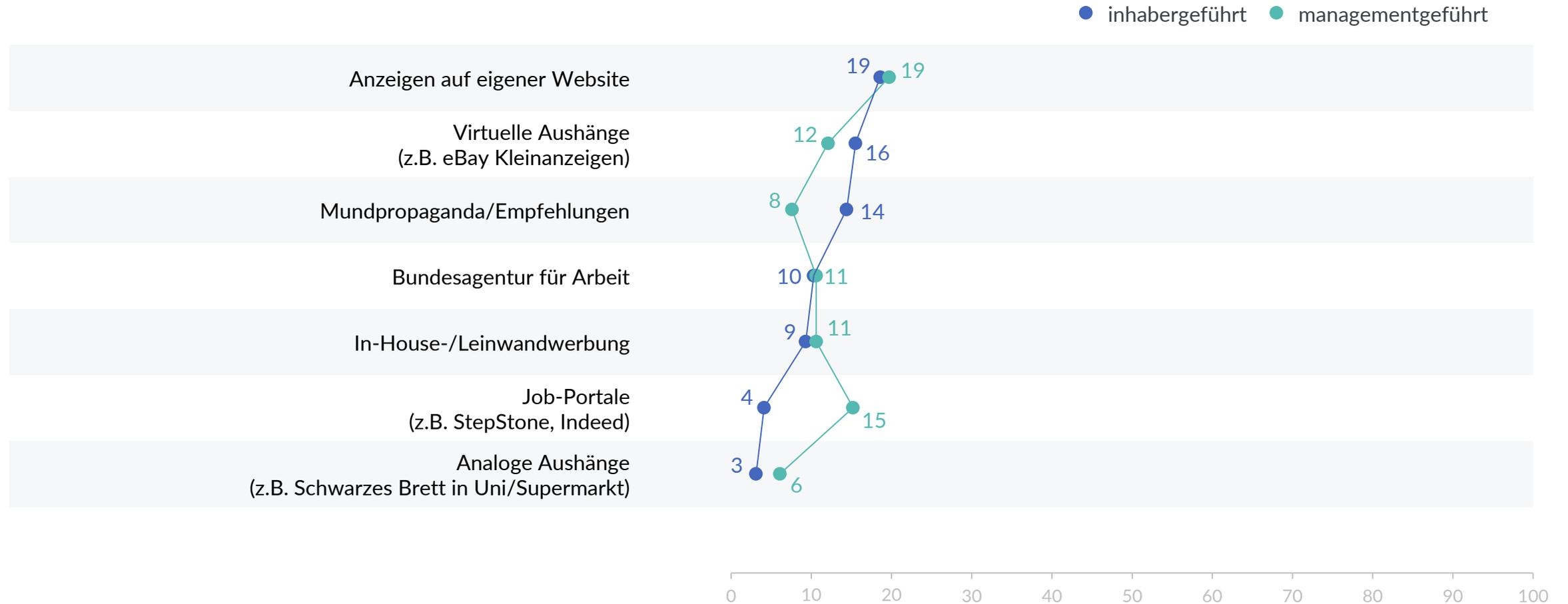
Auch bei den Servicekräften werben die inhabergeführten Kinos durch Mundpropaganda an. 79% der managementgeführten durch Leinwandwerbung.



in %
 B14 | Welche Quellen zur Anwerbung von Personal nutzen Sie?
 Basis: inhabergeführt 97 | managementgeführt 66

Welche Anwerbungsquellen nutzen Kinos für Auszubildende?

Von inhabergeführten Kinos werden Azubis insb. auf der eigenen Website oder durch virtuelle Aushänge gesucht.



in %
B14 | Welche Quellen zur Anwerbung von Personal nutzen Sie?
Basis: inhabergeführt 97 | managementgeführt 66