

Presseausendung

WIFI Wien: Weiterbildung ist Top-Benefit im Kampf um Nachwuchstalente

Umfrage unter Unternehmen und Mitarbeitern: Wie Betriebe den War for Talents gewinnen – Wertewandel der neuen Generation verstehen – Mit Benefits punkten – Die Marke zählt

Wien, 5.3.2019 - „Mitarbeiter sind das größte Kapital eines Unternehmens. Doch nur die besten und von den besten die richtigen halten die Unternehmen auf Erfolgskurs. Denn Top-Mitarbeiter sorgen für Top-Ergebnisse, die Unternehmen zu Spitzenreitern ihrer Branche machen. Den Kampf um die besten Talente gewinnen Unternehmen, wenn sie die Wertewelt ihrer Mitarbeiter verstehen. Genau dieses Werteverständnis befindet sich im Wandel“, ist Mag. Barbara Kluger-Schieder, Institutsleiterin des WIFI Wien, überzeugt. Das spiegelt sich in der aktuellen Umfrage von WIFI Wien und Marketagent.com online reSEARCH wider. Den Erfahrungen von über 90 Personalverantwortlichen wurden die Sichtweisen von über 500 Arbeitnehmern gegenübergestellt.

Werte im Wandel

Im War for talents, dem Kampf um Nachwuchstalente und Top-Absolventen, spielen neben der rein materiellen Ausstattung einer Position vor allem Benefits und Weiterbildung eine bedeutende Rolle. Für Unternehmen heißt das, besondere Anreize zu schaffen, um Mitarbeiter zu gewinnen und langfristig an das Unternehmen zu binden.

Fragt man die Arbeitnehmer, was bei einem potentiellen Arbeitgeber am wichtigsten ist, kristallisiert sich die **faire Entlohnung/Gehältertransparenz** als das führende Kriterium heraus (53,3%). Im Vergleich dazu denken nur 38% der Personalverantwortlichen, dass dieser Aspekt für die Arbeitnehmer eine sehr hohe Wichtigkeit hat.

Arbeitsplatzsicherheit hat für die Arbeitnehmer einen deutlich höheren Stellenwert als **Karriere**. Für fast drei Viertel ist es sehr wichtig, dass ihr Arbeitgeber einen sicheren Arbeitsplatz bietet. Im Vergleich dazu weisen 2 von 5 Befragten den Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen eine sehr hohe Wichtigkeit zu (41,9%). Besonders wichtig sind die Karrieremöglichkeiten den 15- bis 29-Jährigen. Sie wünschen sich einen steilen Start ins Berufsleben.

Was **Benefits** betrifft, liegt die Einschätzung der Personalverantwortlichen näher an der Wahrnehmung der Arbeitnehmer. Beide Stakeholder sind der Ansicht, dass flexible Arbeitszeiten einen sehr attraktiven Benefit darstellen. Gleiches gilt für die Möglichkeit, aus dem Home-Office zu arbeiten. Die Arbeitnehmer können sich auch für zusätzliche Urlaubstage, vergünstigtes Mittagessen und gratis Erfrischungen wie Obst und Kaffee begeistern. Flexible Arbeitszeiten und Home-Office-Möglichkeiten stehen vor allem bei den 30- bis 49-Jährigen hoch im Kurs. Sie befinden sich in der Rush Hour des Lebens, bringen Beruf und Familie unter einen Hut und sind dankbar für Flexibilität.

Weiterbildung ist Top-Benefit

Die Bedeutung von Fähigkeiten und Kompetenzen am Arbeitsmarkt steigt. Mitarbeitern ist bewusst: Sie müssen nicht nur viel wissen, sie müssen sich vor allem schnell neues Wissen aneignen können, um nachhaltig Erfolg zu haben.

Während rund drei Viertel der Befragten Arbeitnehmer **Weiterbildung** als sehr oder eher wichtig erachten, denken sogar 88% der Personalverantwortlichen, dass Weiterbildung ihren Mitarbeitern wichtig ist. Arbeitnehmer, die aktuell auf der Suche nach einer neuen Anstellung sind, weisen der Weiterbildung einen deutlich höheren Stellenwert zu.

Presseausendung

Betrachtet man **Weiterbildung aus Unternehmenssicht**, zeigen sich deutlichere Unterschiede: 57% der Arbeitnehmer sind der Ansicht, dass ihrem Unternehmen Weiterbildung (eher) wichtig ist. Im Vergleich dazu sind es 9 von 10 Personalverantwortlichen, die dieser Ansicht sind. Unternehmen punkten, wenn sie diesen Gap in der Wahrnehmung schließen.

Der Wert der Marke verbindet

Bei der Bewertung der **Attraktivität des Unternehmens** stimmt die Wahrnehmung der Arbeitnehmer sehr gut mit der Selbsteinschätzung der Unternehmen überein. Zwei Drittel der Arbeitnehmer bewerten ihren aktuellen Arbeitgeber als (eher) attraktiv. Genauso viele Personalverantwortliche vermuten eine entsprechende Bewertung durch die Mitarbeiter. Wenig überraschend beurteilen jene Arbeitnehmer, die aktuell auf der Suche nach einer neuen Anstellung sind, ihren Arbeitgeber signifikant weniger attraktiv als die, die nicht auf der Suche sind.

7 von 10 Befragten würden sich wieder bei ihrem aktuellen Arbeitgeber bewerben, zwei Drittel (65,4%) würden diesen auch weiterempfehlen und 6 von 10 fühlen sich (eher) stark mit ihrem Unternehmen verbunden. Je niedriger die Mitarbeiterzahl umso höher die Verbundenheit mit dem Unternehmen.

Unternehmen müssen sich klar positionieren, nach außen und innen kommunizieren, was sie ausmacht. Das Employer Branding und die Repräsentation des Unternehmens werden für das Recruiting wichtiger denn je.

Talente finden und halten

8 von 10 Personalverantwortlichen geben an, dass sich das **Rekrutierungsverhalten** ihres Unternehmens in den letzten Jahren verändert hat. Die Unternehmen zeigen mehr Präsenz auf Online-Jobportalen (60,6%) und arbeiten stärker am **Employer Branding**. Auch die Präsenz auf beruflichen sozialen Netzwerken hat zugenommen. Es wird auch verstärkt unter bestehenden Mitarbeitern rekrutiert.

Was die Schwierigkeit der **Mitarbersuche des Unternehmens** betrifft, scheiden sich die Geister. Während 4 von 10 Arbeitnehmern der Ansicht sind, das Unternehmen hat es (eher) leicht, neue Mitarbeiter zu finden, bewerten die befragten Personalverantwortlichen ihre Chancen diametral anders. Hier sind es 4 von 10, die der Ansicht sind, dass es das Unternehmen (eher) schwer hat, aktuell neue Mitarbeiter zu finden.

2 von 5 Arbeitnehmern sind der Ansicht, dass es für sie (eher) leicht wäre, eine gleichwertige oder bessere Anstellung zu finden. Je jünger die Befragten, umso optimistischer sind sie. Männer schätzen ihre Chancen ebenfalls besser ein als Frauen.

Auch den **Fachkräftemangel im Unternehmen** nehmen die Personalverantwortlichen deutlich gravierender wahr als die befragten Arbeitnehmer. 38% der Arbeitnehmer sind der Ansicht, dass ihr Unternehmen von einem Fachkräftemangel betroffen sei. Bei den Personalverantwortlichen sind es zwei Drittel (64,1%). Als Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel wird auf eine stärkere Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen, auf Imagepflege/ Employer Branding und Weiterbildung der Mitarbeiter gesetzt. Sowohl die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen als auch die verstärkten Weiterbildungsaktivitäten stoßen bei den befragten Arbeitnehmern auf große Zustimmung.

Aufholbedarf bei Bewerbungen

Während die Arbeitnehmer, die in den letzten 2 Jahren auf Jobsuche waren, im Durchschnitt 13 Bewerbungen geschrieben haben, erreichen die Personalverantwortlichen im Durchschnitt 33 Bewerbungen auf eine

Presseaussendung

ausgeschriebene Stelle. 6 von 10 Arbeitnehmern haben sich in der letzten Bewerbungsphase sehr intensiv mit ihren Bewerbungsunterlagen beschäftigt. Auf Frauen trifft dies deutlich stärker zu als auf Männer.

„Trotz der intensiven Vorbereitung der Bewerbungsunterlagen entspricht die Qualität vielfach nicht den Ansprüchen der Personalverantwortlichen. Während 80% der befragten Arbeitnehmer ihre eigenen Bewerbungsunterlagen mit der Note 2 bewerten, ist ein Großteil der Personalverantwortlichen der Ansicht, dass nur etwa ein Viertel der Bewerbungen gut ist“, hält Mag. Thomas Schwabl, Geschäftsführer Marketagent.com, fest.

Blick in die Zukunft

4 von 10 Arbeitnehmern denken, dass sie auch noch in 10 Jahren in ihrem aktuellen Unternehmen tätig sein werden. Was die Veränderung des eigenen Berufsbildes in den nächsten 10 Jahren betrifft, sind die befragten Arbeitnehmer optimistisch. Rund die Hälfte geht davon aus, dass sich ihr Beruf kaum verändern wird (47,5%). Aus Sicht der Personalverantwortlichen wird sich die Hälfte der Jobs im Unternehmen verändern.

„Unternehmen stehen vor großen Herausforderungen, die nach neuen Strategien verlangen, auch im Recruiting. Menschen wollen verstanden und nicht entdeckt werden. Gelingt es, sie an Bord zu holen, läuft das Schiff sicher in den Hafen wirtschaftlicher Erfolge ein“, schließt Mag. Barbara Kluger-Schieder, Institutsleiterin des WIFI Wien.

Rückfragen:

Dr. Brigitte Wimmer
Öffentlichkeitsarbeit
WIFI Wien
wko campus wien
01 476 77-5316
wimmer@wifwien.at
wifwien.at