

HR*blue*

HRblue Trendbook

Verpasst? 41 HR Studien im Rückblick

Januar bis Dezember 2019

Digitale Transformation, Agilität, Recruiting, Fachkräftemangel und mehr...

[HRblue Trendbook](#) ist ein kostenloser Online-Service der [HRblue AG](#).

Tipp

Tragen Sie sich in den Verteiler für unseren [News-Service](#) ein und wir informieren Sie per Mail, wenn wir HR Studien online neu eingestellt haben.

HRblue AG
Bretonischer Ring 10
D-85630 Grasbrunn
www.hrblue.com

Weitere Informationen unter: www.hrblue-trendbook.com

Über HRblue

Die HRblue AG wurde im Jahr 2000 gegründet und unterstützt Unternehmen bei der Besetzung von HR Führungs- und Expertenrollen. Wir sind deutschlandweit aktiv und ausschließlich auf den Bereich Human Resources spezialisiert.

Wir sind mit über 20.000 HR Professionals vernetzt und stehen in engem Kontakt mit dieser Zielgruppe - vom Young Professional bis zum Senior Executive. Gerne beraten wir auch Sie bei der Besetzung Ihrer HR Position.

Unser Team ist auf HR Führungs- und Expertenrollen spezialisiert und besteht aus erfahrenen Personalberatern, die sich mit Kompetenz und Leidenschaft für die passende Besetzung Ihrer HR Position engagieren.

Eine zügige Projektabwicklung, professionelle Kommunikation und eine verbindliche wie vertrauliche Zusammenarbeit mit Klienten und Kandidaten sind für uns selbstverständlich.

Unsere Leistungen

Executive Search

Passgenau für Ihre Unternehmenssituation finden wir qualifizierte HR Leader-Kandidatinnen und Kandidaten.

Kontakt: doris.walger@hrblue.de

Professional Search

Wir sprechen und verstehen HR, auch wenn es um operative HR Manager Rollen, HR Business Partner oder HR Experten geht.

Kontakt: kevin.flunk@hrblue.de

HR Interim Management

Sie benötigen kurzfristig und interimistisch kompetente Unterstützung im HR Bereich? Unser HR Interim Management bietet maßgeschneiderte Lösungen – auch für Ihre Bedarfssituation.

Kontakt: kerstin.mey@hrblue.de

Kontakt

HRblue AG
Bretonischer Ring 10
D-85630 Grasbrunn (München)

Telefon: +49(0)89/411195-0

<http://www.hrblue.com>

Inhalt

Über HRblue.....	2
Unsere Leistungen	2
Kontakt.....	2
HR-Report 2019 - Schwerpunkt Beschäftigungseffekte der Digitalisierung	5
All-Agile HR? Erkenntnisse zum Reifegrad der HR-Funktion in der agilen Transformation	6
Wrike Happiness Index 2019	7
Onboarding im Fokus.....	8
Best Ager. Arbeitssituation, Gesundheit und Karriereerwartungen 2019.....	9
StepStone Gehaltsreport 2019	10
Talent Trends 2019	11
Weiterbildung für die digitale Arbeitswelt	12
Bewerbungsreport	13
Wie Unternehmen trotz Fachkräftemangel Mitarbeiter finden.....	14
Deswegen kündigen Beschäftigte ihren Job	15
Erfolgsgeheimnis Team.....	16
Recruiting Trends 2019	17
Agile Arbeit 2019.....	18
The Workforce View in Europe 2019	19
Künstliche Intelligenz in der Personalarbeit	20
Morning Reattachment to Work and Work Engagement During the Day: A Look at Day-Level Mediators	21
CDO Decoded: The First Wave of Chief Digital Officers Speaks.....	22
CHRO Agenda: Closing Critical HR Capabilities Gap.....	23
People Management 2025.....	24
Benchmarking HR Digital 2019 – DACH	25
Networking Studie	26
Global Human Capital Trendstudie 2019 – Deutschland-Report.....	27
Dual Career	28
Randstad-ifo-Personalleiterbefragung (Q1 2019)	29
Mobile Arbeitsformen aus Sicht von Betrieben und Beschäftigten	30
Mixed Leadership – Barometer Juli 2019	31
Mehr Transparenz wagen: Gehalt im Bewerbungsprozess	32
Deloitte Millennial Survey 2019.....	33
Fachkräftemangel in Deutschland – Unterschätzt oder aufgebauscht?.....	34

Digital Candidate Journey 2019/2020.....	35
Quo vadis Arbeiten in Deutschland	36
HR-Analytics 2025	37
StepStone Mittelstandsreport	38
Do workers discriminate against female bosses?.....	39
Der Generationenkonflikt am Arbeitsplatz.....	40
Future Organization Report	41
HR drives digital	42
Online Recruiting Studie 2019	43
Akademiker im Berufsleben 2019.....	44
So gut sind HR-Abteilungen	45
Über das HRblue Trendbook.....	46

HR-Report 2019 - Schwerpunkt Beschäftigungseffekte der Digitalisierung

Institut für Beschäftigung und Employability IBE und Hays, 2019, 36 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt neben positiven Auswirkungen des digitalen Wandels auf die Beschäftigung im Unternehmen auch relevante Handlungsfelder auf.

Untersuchte Fragestellung

In welchen Funktionsbereichen sind in den nächsten fünf Jahren qualitative Beschäftigungseffekte zu erwarten? Welche Kompetenzen muss der Einzelne mitbringen um seine Beschäftigungsfähigkeit zu erhalten? Was sind die aktuellen Einstellungskriterien? Welche Anforderungen werden an Führungskräfte und an die Unternehmenskultur gestellt?

Inhalte/Trends

Der digitale Wandel wirkt sich über alle Fachbereiche hinweg positiv auf die Beschäftigung aus. In Summe rechnen die Befragten mit mehr Chancen als Risiken. Vor allem in der IT wird die Zahl der Arbeitsplätze wachsen: Mehr als die Hälfte der Befragten erwarten hier positive Beschäftigungseffekte. Auch im Vertrieb und im Marketing sowie in Forschung und Entwicklung rechnen die Befragten mit deutlicheren Jobzuwächsen. Neue Berufsbilder entstehen nach Ansicht der Entscheider vor allem in der Forschung und Entwicklung, in der IT sowie im Marketing. Um die Beschäftigungsfähigkeit von Mitarbeitern zu sichern, gilt eine lebenslange Fort- und Weiterbildung als das wichtigste Instrument. Zudem stehen der Ausbau der Work-Life-Balance und die Zusammenarbeit in gemischten Teams ganz oben auf der Liste der geeigneten Maßnahmen. Um den digitalen Wandel erfolgreich zu gestalten, sind eher Generalisten als Themenexperten gefragt. Zudem setzen Unternehmen häufiger auf erfahrene Experten als Absolventen. Überdies haben kreative Köpfe die Nase gegenüber umsetzungs- bzw. prozessorientierten Mitarbeitern vorn.

Geltungsbereich

Onlinebefragung von 868 Entscheidern (65 % aus Deutschland, 18 % aus der Schweiz und 17 % aus Österreich).

[Link zur Studie](#)

All-Agile HR? Erkenntnisse zum Reifegrad der HR-Funktion in der agilen Transformation

Kienbaum Consultants International, Deutschen Gesellschaft für Personalführung, 2018, 19 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie gibt einen Überblick über den aktuellen Status des digitalen Reifegrads in deutschen Unternehmen und liefert Best Practice Beispiele sowie Handlungsempfehlungen.

Untersuchte Fragestellung

Wie sind die Stärken und Entwicklungsbedarfe von agilen Kompetenzen, Arbeitsformen und Führungskonzepten in deutschen Personalabteilungen?

Inhalte/Trends

Zwei Drittel der HR-Mitarbeiter geben an, dass sie bereits die ersten Grundlagen für eine agile Aufstellung und Ausrichtung gelegt haben. 13 % halten sich für fortgeschritten und nur 10 % denken, dass ihr Agilitätsgrad voll ausgeprägt ist. Weitere 10 % halten sich für Anfänger. Agile Methoden wie Design Thinking und Scrum werden immer populärer. Hinsichtlich der Organisationsstruktur gibt es bei der Agilität große Unterschiede. So haben variable Vergütung und 360 Grad-Feedback schon in circa 40 % der Personalabteilungen Einzug gehalten, doch nur 9% arbeiten vollständig ohne Linienaufgaben. Die Untersuchung der Arbeitsformen ergab, dass Großraumbüros und Vertrauensarbeitszeit bei rund der Hälfte der Befragten weit verbreitet sind. Kompetenzen wie Business Development und agiles Projektmanagement sind im Gegensatz zu Skills wie emotionale Intelligenz, Lern- und Veränderungsfähigkeit bisher wenig ausgeprägt. Bei dem Thema Führung geht HR noch eher traditionell vor. Aufgaben- und Performanceorientierung rangiert vor charismatischer und transformationaler Führung. Schlanke Teams werden zumeist von funktionalen Spezialisten eng geführt mit dem Ziel, Ergebnisse abzuliefern. Als digitale Technologien werden Social Media und HR-Software eingesetzt, 58 % nutzen mobile Endgeräte/Apps, 20 % setzen auf Big Data und nur eine Minderheit von 5 % setzt Künstliche Intelligenz ein.

Geltungsbereich

Es wurden HR-Mitarbeiter aus 118 Unternehmen in Deutschland online befragt.

[Link zur Studie](#)

Wrike Happiness Index 2019

Atomic Research im Auftrag von Wrike, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf welche Faktoren das Glücksgefühl der Mitarbeiter beeinflussen und beschreibt Generationsunterschiede.

Untersuchte Fragestellung

Wie glücklich sind deutsche Arbeitnehmer und welche Faktoren sind dafür ausschlaggebend?

Inhalte/Trends

89 % der Deutschen sind glückliche Arbeitnehmer. Im Vergleich der Generationen zeigt sich, dass Arbeitnehmer aus der Generation Z mit 93% Zufriedenheitsquote am glücklichsten sind. Wichtig sind allen Arbeitnehmern vor allem die Vergütung, flexible Arbeitszeiten und die Sinnhaftigkeit der Arbeit. 24% der Befragten, die im Job unzufrieden sind, schätzen auch die Beziehung zu ihrem Manager als sehr schwach ein. Bei zufriedenen Mitarbeitern hat nur 1 % eine sehr schwache Beziehung zur Führungskraft. Obwohl Millennials als schwierig zu führen gelten, bewerten diese die Beziehung zur Führungskraft am besten. Die Zufriedenheit im Job steht mit der Identifikation mit der Unternehmensphilosophie in Verbindung. 47 % der zufriedenen Mitarbeiter stehen hinter der Philosophie ihres Unternehmens, während 82 % der unzufriedenen Mitarbeiter dies nicht tun. In Unternehmen mit mehr als 10.000 Mitarbeitern kennt jeder Zehnte nicht die Philosophie des Unternehmens - hier bezeichnen sich die wenigsten Mitarbeiter als sehr glücklich. Die Deutschen verbringen ihre Mittagspause am liebsten mit ihren Kollegen. Dies wirkt sich positiv auf die Zufriedenheit aus. Von den unzufriedenen Arbeitnehmern nimmt die Mehrheit ihr Mittagessen allein zu sich. Die Gestaltung der Mittagspause könnte sich in den nächsten Jahren ändern, denn 22 % der Generation Z beschäftigen sich in der Mittagspause lieber mit Social Media statt mit den Kollegen – bei den Millennials sind es nur 12 %. Auch Team-Events, wie After Hours oder gemeinsamer Sport, erhöhen das Glücksgefühl.

Geltungsbereich

Es wurden 4.009 Arbeitnehmer aus Unternehmen mit mehr als 200 Mitarbeitern in Deutschland (1.002), Großbritannien, Frankreich und den USA befragt.

[Link zur Studie](#)

Onboarding im Fokus

StepStone GmbH, 2019, 28 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Praxis-Tipps und Handlungsempfehlungen für ein strukturiertes Onboarding und gezieltes Employer Branding, um neue Mitarbeiter nachhaltig für das Unternehmen zu begeistern.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht den Status-Quo des Onboarding- Prozess in deutschen Unternehmen.

Inhalte/Trends

Laut Studie hat ein Drittel der Befragten schon erlebt, dass weder ein Computer noch ein funktionierendes Telefon zum Start in einem neuen Unternehmen bereitstanden. Bei jedem Sechsten wussten zudem die Kollegen nichts über den Start einer neuen Fachkraft. Auch wird gerade einmal die Hälfte der Fachkräfte am ersten Arbeitstag persönlich vom Vorgesetzten begrüßt. Eine inhaltliche Einarbeitung erhalten 37 % (bei den Young Professionals sind das im Vergleich 41 %). 31 % der neuen Mitarbeiter bekommen innerhalb der ersten vier Wochen Verantwortung für eigene Projekte übertragen. Für rund ein Drittel der Befragten stimmten die vorher kommunizierten Aufgaben nicht mit dem tatsächlichen Stellenprofil überein. Hilfreich fanden viele neue Mitarbeiter (70 %) ein Feedback-Gespräch während der Probezeit – allerdings wurde das nur rund der Hälfte angeboten.

Geltungsbereich

Online-Befragung unter rund 13.000 Fach- und Führungskräften in Deutschland. Zusätzlich wurden rund 2.000 Recruiter und Manager, die für Personalbeschaffung zuständig sind, befragt.

[Link zur Studie](#)

Best Agers. Arbeitssituation, Gesundheit und Karriereerwartungen 2019

Hochschule Augsburg (Prof. Dr. E. Regnet), borisgloger consulting GmbH, 2019, 13 Seiten Deutsch

Bewertung

Lesenswerte Studie, die aufzeigt wie Best Agers ihre Arbeitssituation bewerten und welche Ziele sie für ihre berufliche Zukunft verfolgen.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie analysiert Arbeitssituation und Gesundheitsverhalten älter werdender Fach- und Führungskräfte sowie die Zusammenarbeit zwischen den Generationen.

Inhalte/Trends

Die Arbeitszufriedenheit von Führungskräften steigt mit der erreichten Hierarchieebene, am höchsten ist sie im Top-Management und bei Selbstständigen, während Fachspezialisten und Führungskräfte im unteren Management beruflich weniger zufrieden sind. Die Studienteilnehmer bewerten ihre eigene Arbeitsfähigkeit, unabhängig vom Alter, durchgehend als sehr hoch. Deutlich wird, ältere Fach- und Führungskräfte sind weiter leistungsbereit. Sie haben konkrete Ziele und klare Vorstellungen zu ihrer beruflichen Zukunft. Ältere Mitarbeiter werden von Jüngeren in der Zusammenarbeit besonders kritisch beurteilt. Gesunde Ernährung, Sport und Work-Life-Balance gelten als wichtig. Jeder Fünfte kann nach dem Arbeitstag nur schwer abschalten, jeder Neunte sieht sich selbst Burnout gefährdet. Betrieblich angebotene Gesundheitsprogramme werden von Führungskräften kaum angenommen. Obwohl Work-Life-Balance auch bei Führungskräften hoch im Kurs steht, herrschen lange Arbeitszeiten vor. 85 % machen regelmäßig Überstunden. Die Arbeitszeitbelastung steigt mit der Führungsverantwortung und jeder weiteren Hierarchiestufe spürbar an. Auch der Zeitbedarf für Meetings hat sich im Management weiter erhöht. Arbeitszeiten von regelmäßig mehr als 50 Stunden werden nicht mehr als sinnvoll betrachtet. Jeder Dritte arbeitet inzwischen regelmäßig im Home-Office. Die Möglichkeit, digital und ortsunabhängig zu arbeiten, wird durchgehend positiv bewertet.

Geltungsbereich

Befragung von 534 Fach- und Führungskräfte zwischen 30 und 65 Jahren, 46 % sind 40-49 Jahre alt, 33 % 50-59 Jahre.

[Link zur Studie](#)

StepStone Gehaltsreport 2019

StepStone GmbH, 2019, 68 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Marktanalyse liefert Arbeitnehmern und Arbeitgebern einen umfassenden Überblick über Durchschnittsgehälter in Deutschland mit detaillierten Daten je nach Branche, Berufsfeld, Berufserfahrung und Unternehmensgröße.

Fragestellung

Wie viel Gehalt kann ich wo verdienen? Welche Faktoren beeinflussen das Gehalt? Gibt es Unterschiede nach Branche oder Region?

Inhalte/Trends

Das Durchschnittsgehalt von Fach- und Führungskräften in Deutschland liegt bei rund 58.100 €. Die Banken belegen vor der Pharmaindustrie und der Autoindustrie den ersten Platz mit Durchschnittsgehältern von 70.800 €. Frankfurt am Main vertritt mit 73.200 € Durchschnittsgehalt im Städtevergleich vor München und Stuttgart die Spitze. Die am besten verdienende Berufsgruppe sind, noch vor Finanzexperten und Bankern, die Ärzte mit 77.400 €. Unter den Ländern liegt Hessen an der Spitze. Die niedrigsten Durchschnittsgehälter werden in Sachsen gezahlt. Ein Medizinstudium ist mit einem durchschnittlichen Gehalt von 81.600 € besonders lohnend. Es folgen Wirtschaftsingenieurwesen, Wirtschaftsinformatik, Ingenieurwissenschaften sowie Mathematik und Informatik. Während Akademiker bereits beim Berufseinstieg im Schnitt etwa 11.600 € mehr Gehalt bekommen als Nicht-Akademiker, wächst der Unterschied mit langjähriger Berufserfahrung auf circa 28.600 € an. Ein Studium macht auch innerhalb einzelner Berufsgruppen einen Unterschied: Im Marketing kommen Akademiker auf durchschnittlich 22 % mehr Gehalt als ihre Kollegen ohne Studienabschluss. Der Durchschnittslohn von Fach- und Führungskräften, in großen Unternehmen liegt mit 66.800 € 15 % über dem Gesamtdurchschnitt. Führungskräfte kommen auf deutlich höhere Gehälter als Fachkräfte ohne Personalverantwortung.

Geltungsbereich

Es wurden Gehälter von rund 85.000 Fach- und Führungskräften aus Deutschland analysiert, die im Zeitraum von Oktober 2017 bis Oktober 2018 erhoben wurden.

[Link zur Studie](#)

Talent Trends 2019

LinkedIn, 2019, 57 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie bietet einen Überblick zu den aktuellen Trends der Arbeitswelt und liefert Tipps sowie Praxisbeispiele, um sich auf die neuen Begebenheiten einzustellen.

Fragestellung

Die Teilnehmer wurden gefragt welche Job-Trends in diesem Jahr relevant sein werden.

Inhalte/Trends

In diesem Jahr sind, laut den befragten Personalverantwortlichen, die vier großen Themen in der Arbeitswelt: Soft Skills (91 %), flexibles Arbeiten (72 %), Vorbeugung vor Belästigung am Arbeitsplatz (71 %) und Gehaltstransparenz (53 %). Soft Skills werden in diesem Jahr für wichtiger empfunden als Hard Skills. 80 % sind der Meinung, dass Soft Skills ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens sind. Allerdings haben nur 41 % der Unternehmen einen formellen Prozess, um diese zu messen bzw. zu bewerten. Flexibles Arbeiten wird mehr und mehr von Mitarbeitern erwartet. Für 31 % sind flexible Arbeitszeiten, Home-Office, etc. sehr wichtig bei der Suche nach einem neuen Job. Bei LinkedIn stiegen die Stellenanzeigen, in denen flexibles Arbeiten erwähnt wird, in den vergangenen zwei Jahren um 78 %. Ein Großteil der befragten Unternehmen hat bereits Maßnahmen zur Vorbeugung vor Belästigung am Arbeitsplatz ergriffen. 75 % geben an, dass sich Mitarbeiter im Umgang mit diesem Thema heute anders verhalten als noch vor zwei Jahren. Weltweit informieren 27 % der Unternehmen ihre Mitarbeiter und Bewerber schon jetzt über Gehaltsspannen, 22 % sehen zumindest eine gewisse Wahrscheinlichkeit, dass ihre Unternehmen in den nächsten fünf Jahren damit beginnen.

Geltungsbereich

Onlinebefragung von 5.164 HR-Fachkräften und Personalverantwortlichen (LinkedIn Mitglieder, die basierend auf den Informationen ihrer LinkedIn Profile ausgewählt wurden).

[Link zur Studie](#)

Weiterbildung für die digitale Arbeitswelt

Bitkom Research im Auftrag des VdTÜV e. V. und des Bitkom e. V., 2018, 44 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie gibt ein umfassendes Bild über die betriebliche Weiterbildung in Deutschland im Kontext der Digitalisierung.

Fragestellung

Ist die deutsche Wirtschaft auf die Veränderungen der digitalen Arbeitswelt vorbereitet? Haben die Unternehmen die Bedeutung von Weiterbildung erkannt und was wird bereits in dem Bereich getan?

Inhalte/Trends

Das Thema Weiterbildung hat in Unternehmen grundsätzlich einen großen Stellenwert. Für 90% der Unternehmen ist die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter wichtig. Konsens unter den Unternehmen herrscht auch über die Bedeutung von Weiterbildung, vor allem im Kontext der Digitalisierung. Nahezu alle Unternehmen glauben, dass lebenslanges Lernen im Zusammenhang mit der Digitalisierung immer wichtiger wird. Obwohl das Thema für die Befragten eine hohe Bedeutung hat, haben nur vier von zehn Unternehmen eine Weiterbildungsstrategie. Als mögliche Hürden im Zusammenhang mit der Weiterbildung werden hauptsächlich die mangelnde Zeit für Freistellungen und das fehlende Budget angegeben. Im Durchschnitt stehen den Mitarbeitern 2,3 Weiterbildungstage/Jahr und ca. 700€/Jahr pro Mitarbeiter zur Verfügung. Gut jedes zweite Unternehmen wird im Jahr 2019 seine Investitionen in die Weiterbildung der Beschäftigten im Vergleich zum Vorjahr steigern. Die Betriebe sind sich bewusst, dass sie in die Weiterbildung ihrer Beschäftigten investieren müssen, fordern aber Unterstützung von der Politik. Obwohl der Großteil der Unternehmen digitalen Kompetenzen eine große Bedeutung zuschreibt, geben nur vier von zehn Unternehmen an hier eine zentrale Weiterbildungsstrategie zu verfolgen. Die Bereitschaft der Unternehmen wächst Geld und Zeit zu investieren. Sechs von zehn Unternehmen bieten Weiterbildungen an, damit ihre Mitarbeiter digitale Kompetenzen erlangen oder vertiefen können.

Geltungsbereich

Befragt wurden Geschäftsführung und HR-Managern aus 504 Unternehmen ab 10 Mitarbeitern in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

Bewerbungsreport

softgarden e-recruiting gmbh,, 2019, 23 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie bietet Einblicke in verschiedene Handlungsfelder und Trends aus Bewerberperspektive und gibt Tipps für bessere Recruiting Prozesse von Unternehmen.

Fragestellung

Wie performen Arbeitgeber aus Sicht der Bewerber was Servicequalität, Kundenorientierung und die Schnelligkeit von Recruiting Prozessen betrifft?

Inhalte/Trends

62,7% der Teilnehmer gaben an, sie fänden, dass Arbeitgeber „den Bewerbern schon heute einen guten Service“ bieten. Dementsprechend finden aber auch knapp 37% der Befragten, dass sich Unternehmen in Zeiten des Fachkräftemangels ruhig etwas mehr ins Zeug legen könnten. Im Mittelpunkt der Kritik stehen vor allem die Bereiche Einfachheit der Online-Bewerbung, unangemessene Dauer des Bewerbungsverfahrens und schlechte Kommunikation. Fast 60% der Befragten haben schon einmal einen Bewerbungsprozess frühzeitig beendet, obwohl Interesse für die ausgeschriebene Stelle vorhanden war. Die Gründe dafür sind unter anderem: Umständliche Bewerbungsverfahren, zu langsame Reaktion des Unternehmens und ein unsympathisches Auftreten von Unternehmensvertretern. Der bevorzugte Bewerbungsweg stellt für 48,9 % die am PC erstellte E-Mail mit Anhängen dar, 43,4 % bevorzugen die Online-Formular-Bewerbung. Für die mobile Bewerbung können sich aktuell nur 4,3 % der Bewerber erwärmen. Das liegt am schlechten Ruf der mobilen Bewerbung ebenso wie an unzulänglichen Angeboten auf Seiten der Arbeitgeber. Weiterhin bestätigt der Report den Zusammenhang zwischen Recruiting Prozessen und Arbeitgeber- und Unternehmensmarken. 84,5 % bestätigen, dass was sie im Bewerbungsprozess erleben, ihre Sicht auf den Arbeitgeber beeinflusst.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden rund 6.500 verifizierte Bewerber, die sich aktuell im Befragungszeitraum auf eine konkrete Position beworben haben, befragt.

[Link zur Studie](#)

Wie Unternehmen trotz Fachkräftemangel Mitarbeiter finden

Indeed, Personalwirtschaft, Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (Kofa), 2019, 31 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Einblicke wie Unternehmen im Recruiting mit dem Thema Fachkräftemangel umgehen inklusive Tipps und erfolgreichen Praxisbeispielen.

Fragestellung

Es wurde untersucht, wie stark Unternehmen von Fachkräftengpässen betroffen sind und wie sie diesen begegnen.

Inhalte/Trends

In über 90 % aller befragten Unternehmen ist das Thema Fachkräftemangel präsent. 41 % bezeichnen den vorhandenen Fachkräftemangel sogar als dringlich oder existenziell. Trotz diesem Engpass ist strategische Personalplanung in vielen Unternehmen noch nicht verankert. Zwar gibt fast jedes zweite betroffene Unternehmen an, eine strategische Personalplanung zu betreiben – bei den Unternehmen ohne Fachkräftemangel trifft jedoch nur jedes dritte vorausschauende Annahmen über Personalengpässe, Talentbedarf, Fluktuation und Pensionierungen. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen hat die Anzahl der Personen, die sich mit dem Thema Recruiting beschäftigen, erhöht. Unternehmen bieten den besonders stark gesuchten Engpass-Talenten spezielle Leistungen an. Allerdings kommuniziert nur jedes vierte diese besonderen Leistungen auch öffentlich. Je größer das Unternehmen ist, desto mehr unterschiedliche Recruiting-Kanäle werden zur Fachkräftegewinnung genutzt. Kostenpflichtige Online-Stellenanzeigen sind der meistgenutzte Recruiting-Kanal. Insbesondere individuell auf das Unternehmen zugeschnittene Maßnahmen wie zielgruppengenaues Employer Branding werden als erfolgreicher Recruiting Weg bewertet. Auch die Eröffnung neuer Standorte dort, wo sich die gefragten Fachkräfte befinden, ist sehr erfolgreich. Die Kooperation mit Hochschulen oder anderen Bildungseinrichtungen sowie die Ausrichtung spezieller Recruiting-Events für besondere Zielgruppen wirken ebenfalls erfolgversprechend.

Geltungsbereich

Onlinebefragung von über 420 Unternehmen aller Größen, Branchen und Regionen.

[Link zur Studie](#)

Deswegen kündigen Beschäftigte ihren Job

Compensation Partner und Gehalt.de, 2019, Deutsch

Bewertung

Kurze Studie als übersichtliche Infografik dargestellt, die Arbeitgebern und HR Verantwortlichen einen schnellen Einblick in die aktuellen Erwartungen der Arbeitnehmer liefert.

Fragestellung

Warum entschließen sich Beschäftigte bei ihrem Arbeitgeber zu kündigen? Und welche Aspekte sind ihnen im Beruf am wichtigsten?

Inhalte/Trends

Laut der Umfrage haben rund 41 % der Befragten im Laufe ihrer Karriere ein bis zwei und ca. 39 % drei bis sechs Mal gekündigt. Für 15 % gab es bisher keinen Grund zum Jobwechsel. Rund 73 % der Befragten würden ihren aktuellen Job jedoch nicht kündigen, ohne sich durch ein passenderes Jobangebot abzusichern – nur 10 % sind dieses Risiko in der Vergangenheit bereits eingegangen. Als Gründe zur Beendigung des Arbeitsverhältnisses wird als Kündigungsgrund Nr. 1 eine mangelnde Wertschätzung durch den Arbeitgeber genannt, gefolgt von einem zu niedrigen Einkommen, bessere Angebote von anderen Arbeitgebern, keine Aufstiegsmöglichkeiten und Überlastung durch zu viel psychischen Druck. Als wichtige Aspekte im Job werden eine positive Atmosphäre im Team, ein gutes Verhältnis zur Führungskraft, eine ausgewogene Work-Life-Balance, Sicherheit durch ein stabiles Unternehmen und das Gehalt genannt. Weniger wichtig sind hingegen der Standort der Arbeitsortes und die Aufstiegsmöglichkeiten. Weit abgeschlagen ist der eigene Firmenwagen. Um ihre Beschäftigten langfristig zu halten, sollten Arbeitgeber laut der Umfrage für eine insgesamt ehrliche und aktive Kommunikation, bessere Aufstiegchancen sowie regelmäßige Gehaltserhöhungen und Beförderungen achten. Es folgt der Wunsch nach Wertschätzung, flexible Arbeitszeiten, Home-Office und Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

Geltungsbereich

Online-Befragung von 1092 Personen, 90% befanden sich zum Zeitpunkt der Befragung in einem festen Beschäftigungsverhältnis.

[Link zur Studie](#)

Erfolgsgeheimnis Team

StepStone GmbH, 2019, 28 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie gibt einen Einblick, wie es um die Teamarbeit in deutschen Unternehmen bestellt ist. Darüber hinaus liefert sie Empfehlungen für den Aufbau einer produktiven Teamstruktur.

Fragestellung

Wie arbeiten Teams zusammen und was macht sie erfolgreich?

Inhalte/Trends

95 % der Fach- und Führungskräfte in Deutschland arbeiten gerne in einem Team. Das durchschnittliche Team besteht aus 11 Personen. Nahezu allen befragten Fachkräften ist die Unternehmenskultur wichtig, aber mehr als jeder Dritte kann sich nicht mit der Unternehmenskultur seines Arbeitgebers identifizieren. 77 % der Fachkräfte können sich in ihren Teams aufeinander verlassen und halten sich an gemeinsam vereinbarte Regeln, allerdings herrscht in mehr als jedem vierten Team Unklarheit über die gemeinsamen Ziele. Zwei Drittel der Fachkräfte erleben ein Gefühl von Sicherheit und Vertrauen in ihren Teams, aber knapp die Hälfte der Fachkräfte arbeitet in Teams, in denen nicht offen über Fehler gesprochen werden kann und in denen keine Offenheit gegenüber neuen Ideen herrscht. Die meisten Führungskräfte erkennen gute Leistungen ihrer Teams an und unterstützen ihr Team dabei, aus Fehlern zu lernen. Jede dritte Fachkraft vermisst aber diese Fähigkeiten bei ihrer Teamleitung. 84 % der Teams arbeiten und kommunizieren heutzutage in hohem Maße digital. Nur jedes dritte Team arbeitet mit Mitgliedern aus unterschiedlichen Ländern zusammen.

Geltungsbereich

Online-Befragung unter insgesamt rund 14.000 Fach- und Führungskräften in Deutschland. Daneben befragte StepStone rund 2.000 Recruiter und Manager, die für Personalbeschaffung zuständig sind.

[Link zur Studie](#)

Recruiting Trends 2019

Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS), Universitäten Bamberg und Erlangen-Nürnberg und Monster.de, 2019, Deutsch

Bewertung

Im Schwerpunkt beschreibt die Studie die Digitalisierungstrends für die Bereiche Social Recruiting & Active Sourcing, Mobile Recruiting, Employer Branding und gibt einen Einblick wie die Digitalisierung die zukünftige Arbeit bestimmt.

Fragestellung

Was bedeutet die zunehmende Digitalisierung für die HR Arbeit?

Inhalte/Trends

Arbeitgeber messen dem Thema Mobile Recruiting heute einen deutlich höheren Stellenwert bei als Bewerber. Rund 85 % gehen davon aus, dass die Bewerbung per Smartphone zukünftig immer wichtiger wird. Auf Kandidatenseite denken rund 61 %, dass mobiles Recruiting an Bedeutung zunehmen wird. Aktuell gibt jeder vierte Jobsuchende an, sich häufig per Smartphone zu bewerben. Wichtigstes Argument für die Kandidaten ist die Zeitersparnis und die Effizienz. 7 von 10 Bewerbern legen aktuell Wert darauf, dass Unternehmen ihre Karriereinhalte mobil optimieren. Als eines der wichtigsten digitalen Zukunftsthemen erachten die Unternehmen die Maschinenlesbarkeit von Stellenanzeigen. 91 % sehen darin die wichtigste Eigenschaft einer Stellenanzeige, um in fünf Jahren in Suchmasken wie Google Job Search zu erscheinen oder um von Job-Recommendern gefunden und verarbeitet werden zu können. Die Nutzung digitaler Auswahlssysteme in den Unternehmen hat sich verdoppelt. Jedes zehnte Top-1000-Unternehmen gibt an, digitale Karriereberater anbieten zu wollen. Digitalisierung treibt die HR-Branche voran, stärkt die Effektivität und führt zu verbesserten Ergebnissen der Recruiter. Bei den wichtigsten Elementen einer guten Unternehmenskultur steht eine gegenseitige Wertschätzung von Unternehmen und Kandidaten auf Platz Eins.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden in Deutschland die Top-1000-Unternehmen und die Top-300-IT-Unternehmen sowie über 3300 Kandidaten befragt.

[Link zur Studie](#)

Agile Arbeit 2019

Bundesverband der Unternehmensjuristen, CLI Corporate Legal Insights, Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH (Hrsg.), 26 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die kostenpflichtige Studie beleuchtet die Realität und die Perspektiven des digitalen Arbeitens in Unternehmen. Der Schwerpunkt liegt auf rechtlichen Fragestellungen.

Fragestellung

Wie sind Unternehmen für die digitale Arbeitswelt aufgestellt? Was gilt es, mit Blick auf Arbeitsgesetze, Datenschutzregelungen, und Führungsstrukturen zu beachten?

Inhalte/Trends

Die Studie zeigt, dass das Thema Agile Arbeit bei den Unternehmen angekommen ist. Die Mehrheit der Befragten (97 %) hält agile Arbeit in Zukunft für unverzichtbar. Allerdings haben nur ca. 40 % hier bereits eine Strategie entwickelt. Bei weiteren 24 % ist ein methodisches Vorgehen in Planung. Als Schwerpunkte der Veränderung durch agile Arbeit erkennen große Unternehmen vor allem den Wandel bei Arbeitszeiten und Arbeitsorten. In knapp 60 % der befragten Unternehmen haben die Belegschaften die Einführung der agilen Arbeit positiv aufgenommen. Fast jedes zweite Unternehmen hat die Arbeitsmenge oder Arbeitsabläufe verändert oder neue Kommunikationsstrukturen eingeführt. Insbesondere die Führungskräfte waren aufgefordert, das Gespräch mit ihren Mitarbeitern zu suchen. Die Chancen der agilen Arbeit sieht jeder dritte Befragte in steigender Motivation und Arbeitszufriedenheit und in der Optimierung der Prozess. Trotz Betriebsvereinbarungen, die 43% der Teilnehmer mit der Arbeitnehmervertretung abgeschlossen haben, bleiben als gravierendes Problem bei der Einführung der agilen Arbeit die noch offenen Rechtsfragen. Sie betreffen zumeist das Direktionsrecht, Drittkräftethemen, Sozialversicherung sowie das Nachweisgesetz.

Geltungsbereich

Es wurden 104 deutsche Kapitalgesellschaften aus insgesamt 18 Branchenclustern befragt.

[Link zur kostenpflichtigen Studie](#)

The Workforce View in Europe 2019

ADP, 17 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Europaweite, breit angelegte Befragung zu Themen der aktuellen Arbeitswelt und den Zukunftserwartungen aus Arbeitnehmerperspektive.

Fragestellung

Es wird die Einstellung der Arbeitnehmer zur aktuellen Arbeitswelt und zu den Erwartungen, die Arbeitnehmer an ihren Arbeitsplatz der Zukunft knüpfen, untersucht.

Inhalte/Trends

Ein Fünftel der europäischen Arbeitnehmer ist besorgt über den Brexit, während mehr als die Hälfte mit erheblichen Veränderungen aufgrund von Automatisierung rechnet. Die Generation Y erwartet die einschneidendsten Auswirkungen. Das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten hat wieder zugenommen. Neun von zehn Befragten gaben an, dass sie glauben, die für den Erfolg ihrer Karriere benötigten Fähigkeiten zu besitzen. Ältere Arbeitnehmer liegen in dieser Beziehung vorn. Die Zahl der Beschäftigten, die es in Erwägung ziehen freiberuflich tätig zu werden, ist seit 2016 auf 15 % gesunken. Fast zwei Drittel der Befragten gaben an, unbezahlte Überstunden zu machen. Sie erklärten, durchschnittlich fünf Stunden pro Woche ohne Bezahlung zu arbeiten. Mehr als ein Viertel der Beschäftigten glaubt, dass ihr Arbeitgeber nicht an ihrem psychischen Wohlbefinden interessiert ist, während sich fast jeder Dritte nicht wohl dabei fühlt, ein psychisches Gesundheitsproblem am Arbeitsplatz offenzulegen. 56 % der Arbeitnehmer würden, eine 4-Tage-Arbeitswoche bevorzugen. 44 % würden unter Beibehaltung ihres Gehalts lieber an vier Tagen länger arbeiten. 13 % würden hingegen eine 4-Tage-Arbeitswoche mit Standardarbeitszeit zu einem reduzierten Gehalt vorziehen. Fast ein Viertel bezeichnet schlechtes Management als die größte Ursache für Produktivitätsverlust. Fast zwei Drittel der Arbeitnehmer würden in Betracht ziehen, nach einem anderen Arbeitsplatz zu suchen, wenn sie feststellten, dass es in ihrem Unternehmen ein ungerechtes Lohngefälle zwischen den Geschlechtern gibt.

Geltungsbereich

An dieser Untersuchung nahmen europaweit 10.585 Angestellte teil.

[Link zur Studie](#)

Künstliche Intelligenz in der Personalarbeit

BPM, 12 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert einen Einblick über den Einsatz von künstlicher Intelligenz in der Personalarbeit und unterstreicht, dass sich die Personaler der Verantwortung beim Einsatz bewusst sind.

Fragestellung

Wie wird mit dem Thema: Künstliche Intelligenz in der Personalarbeit umgegangen?

Inhalte/Trends

Knapp drei Viertel der Befragten beschäftigten sich bereits mit dem Thema Künstliche Intelligenz (KI) in der Personalarbeit: 41 % der Personaler prüfen derzeit, ob KI-basierte Technik einen Nutzen für das eigene Aufgabenfeld hat. 16 % planen den Einsatz konkret. Weitere 16 % der Befragten gaben an, dass sie bereits KI-basierte Technik in der Personalarbeit in ihrem Unternehmen einsetzen. 26,5 % hingegen machen deutlich, dass diese Technologie für sie überhaupt nicht in Frage kommt. Die Befragten thematisieren das Einhalten ethischer Grenzen, Haftung und Rechenschaftspflichten sowie die Transparenz der Technologie. Die Hälfte der Befragten fühlt sich vor der Einführung der in ihren Unternehmen bereits eingesetzten Techniken nicht ausreichend informiert. Es besteht ein starker Wunsch, Best-Practice-Beispiele von HR-Tech Use Cases zur Verfügung gestellt zu bekommen oder über Trainings bzw. Ansprechpartner besser auf neue Technologien vorbereitet zu werden. Gleichzeitig empfinden die Befragten Druck durch Branchentrends (38,9 %) und die jeweilige Geschäftsführung (28,3 %), KI-Technik in HR einzusetzen. Inhaltlich erwarten die Befragten die größten Veränderungen durch KI in der Personalarbeit bei der Mitarbeiter-Suche (40,6 %) und Mitarbeiterverwaltung (25,3 %). 45 % sprachen sich klar dafür aus, dass eine Maschine niemals die finale Entscheidung in einem Personalauswahlprozess ausüben darf. Ganz gleich, ob es sich nun um eine Einstellung, eine Beförderung oder auch eine Entlassung handelt.

Geltungsbereich

Umfrage unter 1.032 Personalmanager aus unterschiedlichen Branchen.

[Link zur Studie](#)

Morning Reattachment to Work and Work Engagement During the Day: A Look at Day-Level Mediators

Universität Mannheim S. Sonntag und K. Eck, Portland State University Charlotte Fritz, Universität Ulm Jana Kühnel, 28 Seiten, 2019, Englisch

Bewertung

Die Studie beschreibt die positiven Effekte einer gezielten mentalen Vorbereitung auf den Arbeitstag. Mit Empfehlungen für Unternehmen.

Fragestellung

Die Probanden wurden 2-mal täglich (zum Zeitpunkt des Beginnes des Arbeitstages und am Ende des Arbeitstages) zu ihren Aktivitäten befragt.

Inhalte/Trends

Berufstätige, die sich morgens schon mental auf die Arbeit vorbereiten – sich also über bevorstehende Aufgaben, Herausforderungen und mögliche Lösungsansätze schon im Vorfeld Gedanken machen – sind am Arbeitsplatz engagierter. Morgens beim Frühstück oder unter der Dusche die mentale „To-Do-Liste“ für den bevorstehenden Arbeitstag durchzugehen, ist für die Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern genauso wichtig wie das Abschalten nach der Arbeit. Auf Grundlage dieser Erkenntnisse schlagen die Forscherinnen Unternehmen neue Verfahren vor, mit denen sie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei helfen können, sich bereits zu Beginn des Arbeitstags mit ihren Aufgaben zu befassen. Möglich wäre es zum Beispiel, den Angestellten am Anfang jedes Arbeitstages ein paar Minuten für sich zu geben, Checklisten oder kurze Planungstreffen zu Beginn des Arbeitstages anzubieten oder ihnen mehr Freiheiten bei der Umsetzung der Aufgaben einzuräumen.

Geltungsbereich

Es wurden 151 Probanden aus einem breiten Spektrum an Industriezweigen befragt, unter anderen aus dem Finanzsektor, der öffentlichen Verwaltung, des Informations- und Kommunikations- sowie dem Gesundheitssektor.

[Link zur Studie](#)

CDO Decoded: The First Wave of Chief Digital Officers Speaks

Egon Zehnder, 24 Seiten, 2019, Englisch

Bewertung

Die Studie wirft einen Blick auf die erste Generation von Chief Digital Officers (CDO) und enthält Empfehlungen für Unternehmen.

Fragestellung

Die CDOs wurden zu ihrem beruflichen Alltag befragt. Was sind ihre spezifischen Aufgaben? Was treibt sie an? Wie verbringen sie ihre Zeit tatsächlich?

Inhalte/Trends

Der digitale Kulturwandel stößt in vielen großen Unternehmen noch immer auf interne Widerstände. 54 % der befragten CDOs gaben an, mehr Zeit damit zu verbringen, in ihrer Organisation für ihre Digitalstrategie zu werben als diese tatsächlich umzusetzen. 64 % sehen ihren CEO in einer gelebten Vorbildfunktion in Sachen Digitalisierung, aber nur 40 % glauben, dass das auch für ihren CFO gilt. Ein Großteil der Studienteilnehmer stimmt der Aussage zu, dass die Entwicklung einer neuen digitalen Unternehmenskultur schwieriger sei als erwartet. Als Hindernisse werden fehlende Datenintegration und Silo-Denken im Unternehmen genannt. Als wichtigste Antriebskräfte für die digitale Transformation nennen die Befragten "Engagement der Führungsspitze" und die "Unternehmenskultur". 84 % der Studienteilnehmer sind die ersten CDOs in ihrer Organisation und 65 % haben die Position erst seit 3 Jahren oder kürzer inne. 42 % der befragten CDOs sehen ihre Position als Karrieresprungbrett. Die Hälfte gibt an, dass die Möglichkeit, ein Geschäft aktiv zu gestalten, der Hauptgrund für die Übernahme ihrer neuen Rolle gewesen sei.

Geltungsbereich

Befragung von 107 CDOs aus 20 Ländern weltweit.

[Link zur Studie](#)

CHRO Agenda: Closing Critical HR Capabilities Gap

The Hackett Group, 10 Seiten, 2019, Englisch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, welche Fortschritte HR-Organisationen in der digitalen Transformation bereits gemacht haben und zukünftig machen werden. Es werden Empfehlungen für Schwerpunktsetzungen auf der HR-Agenda gegeben.

Fragestellung

Die Unternehmen wurden zu ihren strategischen Prioritäten und Initiativen in ihren HR-Organisationen für die kommenden Jahren befragt.

Inhalte/Trends

Die HR-Organisationen gehen davon aus, in den nächsten zwei bis drei Jahren erfolgreich die digitale Transformation umzusetzen. Bei der Fokussierung und Etablierung innovativer digitaler Technologien machen immerhin 30 % der Unternehmen sichtliche Fortschritte, was sich spürbar in der HR-Serviceeffektivität und -effizienz niederschlägt. Die Akzeptanz und Einführung von innovativen HR-Technologien werden sich in den nächsten zwei bis drei Jahren enorm steigern. Gleichzeitig wird damit der Druck auf die HR-Budgets wachsen. Schon heute weisen HR-Organisationen eine vergleichbar hohe Akzeptanz für digitale Technologien auf: Cloud-basierte Anwendungen, Mobile Computing sowie die Nutzung von Social Media sind bereits bei über 50 % der untersuchten Unternehmen eingeführt. Das wird sich voraussichtlich auf über 70 % steigern. Bei der Nutzung von RPA und Smart Analytics wird im gleichen Zeitraum eine Verdopplung der Anwendungen erwartet. Der Support der digitalen Transformation ist mit 45 % an der Spitze der für 2019 geplanten HR Verbesserungsinitiativen. Hohe Priorität hat zudem die verstärkte Fokussierung auf die Bedürfnisse der Stakeholder im Unternehmen: Verbesserte Aus- und Weiterbildung des Personals, Optimierung bei Identifizierung und Bindung der Mitarbeiterkompetenzen. Trotz der Fortschritte der vergangenen Jahre bei der Verbesserung der Mitarbeiter-Fähigkeiten gibt es immer noch erheblichen Bedarf bei der Entwicklung und Förderung analytischer und strategischer Kompetenz.

Geltungsbereich

Untersuchung von 150 internationalen Unternehmen (ca. 30% europäische Unternehmen) mit einem Jahresumsatz von min. einer Milliarde US-Dollar.

[Link zur Studie](#)

People Management 2025

PwC, DGFP, Universität St. Gallen, 19 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Lesenswerte Studie, die Prognosen für das Human Resource Management (HRM) in 2025 liefert und die Herausforderungen beschreibt.

Fragestellung

Vor welchen Herausforderungen steht das HRM der Zukunft? Welche Rolle hat das HRM heute und 2025?

Inhalte/Trends

Im Personalmanagement werden das Daten- und Technologiemanagement, das Talentmanagement, die Mitarbeiterqualifizierung sowie das Kompetenzmanagement wichtiger sein als das klassische HRM. Nur 34 % der Befragten schätzen sich in puncto People Management als gut vorbereitet ein. 37 % fühlen sich schlecht aufgestellt. Bei den wachsenden Anforderungen des Transformations- und Changemanagements fühlen sich 24 % (sehr) gut vorbereitet. 42 % hingegen schätzen ihre Vorbereitung als (sehr) schlecht ein. Während heute Empathie, diplomatisches Geschick und Networking die Liste der als zentral erachteten Kompetenzen anführen, werden bis 2025 Netzwerkfähigkeiten, Kompetenzen in Big Data und People Analytics sowie Experimentierfreudigkeit und digitales Wissen an Bedeutung zunehmen. Dass in ihrem Unternehmen mit Vision und Inspiration geführt wird, sagen heute nur 50 % der Befragten. Zukünftig wird dies zu 70 % erwartet. Die befragten Personalmanagement-Verantwortlichen blicken positiv auf den Wandel der Arbeitswelt. Als zentrale Zukunftsaufgabe sehen sie die Entwicklung und den Erhalt der Arbeitsfähigkeit der Beschäftigten. Dazu will das Personalmanagement selbstverantwortliches Handeln, netzwerkartige Zusammenarbeit und individuelle Arbeitsbedingungen fördern. Gleichzeitig rechnen die Personaler damit, dass bis 2025 deutlich häufiger Roboter und künstliche Intelligenz eingesetzt wird. In den möglichen negativen Folgen des technologischen Wandels sehen die Personalverantwortlichen kaum ein Problem.

Geltungsbereich

Befragung von 130 HR-Führungskräften sowie 25 Experten und kreative Köpfe aus Wirtschaft, Gesellschaft und Wissenschaft.

[Link zur Studie](#)

Benchmarking HR Digital 2019 – DACH

Promerit AG, 2019, 40 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt den digitalen HR Reifegrad in Unternehmen auf und liefert Best Practices für die digitale Transformation.

Untersuchte Fragestellung

Wie bewertet HR den Reifegrad und die eigene Rolle in Bezug auf HR Digital im Unternehmen?

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen befinden sich von den insgesamt 126 Studienteilnehmern aus der DACH-Region 98 % inmitten der digitalen Transformation. Lediglich zwei Prozent geben an, diesen bereits gemeistert zu haben. Es besteht in Unternehmen ein hoher Weiterbildungsbedarf, um Mitarbeiter fit für künftige Aufgaben und Rollenwechsel zu machen. Gleichzeitig herrscht Unsicherheit, da die Auswirkungen der digitalen Transformation auf die Belegschaft nicht vollständig bekannt sind. Personalstrategien und Kompetenzprofile werden nicht systematisch hergeleitet. 42 % der befragten Unternehmen haben die Digitalisierung nicht oder nur teilweise in ihrer Strategie verankert. Es fließt noch immer viel Zeit in administrative Arbeiten anstatt in HR-Kernleistungen und strategische Aufgaben. Unternehmen schöpfen die Möglichkeiten, die digitalisierte HR-Funktionen bieten, nur unvollständig aus. Die Studie belegt, dass jedes Unternehmen seinen eigenen Weg der digitalen Transformation finden muss. Es werden vier Faktoren als entscheidend definiert, damit ein erfolgreicher Wandel gelingt und HR den Unternehmenserfolg beeinflussen kann: Digital Workforce, Digital Culture, Agile Leadership und New Work.

Geltungsbereich

Telefonische Befragung von insgesamt 126 Personalmanagern der DACH Region.

[Link zur Studie](#)

Networking Studie

Viking in Zusammenarbeit mit OnePoll, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Erkenntnisse über die Networking Angewohnheiten der Deutschen und zeigt auf welche Methoden zum Erfolg führen können.

Untersuchte Fragestellung

Es wurde untersucht ob die Deutschen netzwerken, was sie tun, wie aktiv sie sind und ob es ihre Karriere wirklich nach vorne treibt.

Inhalte/Trends

Laut den Umfrageergebnissen netzwerken 65% der Deutschen nicht aktiv. Allerdings geben 70% der Netzwerkenden an, dass sie Networking als sehr wichtig für ihre Karriere einschätzen. Dabei sind die Hauptziele, Leute aus der gleichen Branche kennenzulernen und Gleichgesinnte zu treffen, die sich beruflich in einer ähnlichen Situation befinden. Die drei beliebtesten Arten zu netzwerken sind Arbeitskonferenzen, mit Kontakten auf LinkedIn oder Xing sprechen und der Besuch von sozialen Events mit Kollegen. Die meisten Karriere-Chancen entstehen bei Rekrutierungsmessen und Karrieretagen von Firmen. Fast drei Viertel der Frauen netzwerken nicht aktiv, das sind 15% mehr als bei den Männern. Die Männer und Frauen, die netzwerken, finden Networking aber gleich wichtig und haben auch ähnliche Gründe und Vorgehensweisen. Jeder vierte Mann netzwerkt, um Personen kennenzulernen, die Personalentscheidungen treffen (Frauen: 15%). 41% der Männer netzwerken, um potenzielle Kunden zu treffen (Frauen: 32%). 37% der Frauen haben schon einmal an einem sozialen Event mit Kollegen teilgenommen (Männer: 25%). Jeder fünfte Mann war schon auf einer Rekrutierungsmesse (Frauen: 11%) und bekommt dort in 42% der Fälle auch die meisten Chancen (Frauen: 30%). Die 18- bis 34-Jährigen sind beim Networking die erfolgreichste Altersgruppe. Mit fast 60% aktiver Netzwerker schneiden die Millennials weit über dem Durchschnitt ab. 9 von 10 schätzen Networking als wichtig für ihre Karriere ein. Fast zwei Drittel haben bei einer Rekrutierungsmesse schon ein Bewerbungsgespräch, einen Job oder eine Beförderung angeboten bekommen. Die Hälfte bekam Angebote über berufliche Kontakte, 44% über Eltern. Jeder Sechste trifft einmal pro Woche ehemalige Kollegen, um über die Arbeit zu sprechen, 36% nimmt mindestens einmal im Monat an einem Webinar teil. Obwohl 88% der Nachwuchskräfte und Freelancer Networking als wichtig einschätzen, besuchen nur etwa ein Viertel mindestens einmal im Jahr ein Networking-Event oder ein Webinar. Geschäftsführer sind dagegen in allen Networking-Bereich der Umfrage aktiver.

Geltungsbereich

Befragung unter 1000 deutschen Arbeitnehmern.

[Link zur Studie](#)

Global Human Capital Trendstudie 2019 – Deutschland-Report

Deloitte, 42 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie identifiziert die wichtigsten Trends für die Transformation in den Bereichen Arbeitskräfte, Organisation und HR und gibt konkrete Ansatzpunkte, wie die anstehenden Herausforderungen bewältigt werden können.

Untersuchte Fragestellung

Wie schätzen die Unternehmensvertreter ihren eigenen Reifegrad auf dem Weg zur sozialen Organisation ein und worin sehen sie die größten Herausforderungen.

Inhalte/Trends

Die Ergebnisse der Studie bestätigen, dass sich die Umstände verstärkt haben, die Unternehmen unter Druck setzen, sich zu einer sozialen Organisation zu entwickeln. Um die soziale Organisation führen zu können, ist es erforderlich, dass sich Unternehmen selbst hinterfragen und sich grundlegend erneuern. Das betrifft auch nahezu alle Dimensionen von HR. Durch die weite globale Verbreitung alternativer Arbeitsformen ergibt sich die Anforderung, diese strategisch zu managen um Wachstumspläne umzusetzen. Der Einsatz von künstlicher Intelligenz, kognitiven Technologien und "Robotics" zur Automatisierung und Erweiterung von beruflichen Tätigkeiten nimmt zu und führt zu einer Neugestaltung von Arbeit. Arbeitsplätze von heute sind maschinen- und datengetriebener als in der Vergangenheit und erfordern mehr menschliche Fähigkeiten in den Bereichen Problemlösung, Kommunikation, Interpretation und Design. Die Studie zeigt, dass Organisationen zwar neue Führungs-Skills erwarten, aber immer noch weitgehend traditionelle Modelle und Denkweisen fördern. Organisationen die eine Anpassung von organisationalen Strukturen auf teambasierte Arbeitsmodelle bereits durchgeführt haben, haben ihren Erfolg bereits verbessert. Im Gegenzug riskieren Organisationen, die keine Anpassungen vornehmen, im Wettbewerb zurückzufallen. Vergütungsprogramme bleiben hinter den Erwartungen zurück. Für Arbeitnehmer bedeutet Vergütung mehr als nur Geld. Sie suchen nach personalisierten Anreizen, die ihren Bedürfnissen entsprechen. Um das eigene Wachstum voranzutreiben, haben sich Organisationen bislang darauf konzentriert, die richtigen Mitarbeiter einzustellen. Angesichts des Fachkräftemangels in zahlreichen technischen Bereichen wird dieser Weg jedoch zunehmend schwieriger. Hier sind neue Wege erforderlich. Lernen ist eine der größten Herausforderungen. Für Arbeitnehmer ist die Möglichkeit zu lernen eines der wichtigsten Entscheidungskriterien bei ihrer Arbeitgeberwahl. Führende Organisationen integrieren Arbeit und Lernen, verankern die Verantwortung für das Lernen über die HR-Organisation hinaus und bringen Konzepte, die Menschen aus dem Alltag kennen, in die Lernumgebung am Arbeitsplatz. Um Wachstum voranzutreiben, müssen Unternehmen Mitarbeiter mit erforderlichen Fähigkeiten, Motivation sowie Wissen über die Organisation und ihre Kultur identifizieren und einsetzen. Eine Cloud-basierte HR-Plattform schafft die Grundlage für Wandel und Innovation, die es Organisationen ermöglicht, ihren Fokus auf dringendere Herausforderungen auszurichten.

Geltungsbereich

Es wurden international knapp 10.000 und in Deutschland über 600 Teilnehmer befragt.

[Link zur Studie](#)

Dual Career

Initiative Chefsache, 31 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt Maßnahmen und Instrumente sowie Best-Practice-Beispiele wie Unternehmen Dual Careers fördern können.

Untersuchte Fragestellung

Wie wird die aktuelle Situation empfunden und wie kann Paaren eine gleichberechtigte Karriere ermöglicht werden?

Inhalte/Trends

Die Studie zeigt, dass Paare mit Kindern es in Deutschland immer noch schwer haben, gemeinsam Karriere zu machen. 63 % der Befragten mit Kindern empfinden es als schwierig, dass beide Partner ihre Berufswünsche verwirklichen können. Viele von der Wirtschaft angebotenen Maßnahmen decken sich nicht mit den Bedürfnissen der Arbeitnehmer. Kritikpunkte sind hier vor allem zu statische Arbeitszeitregelungen. Drei Viertel aller Führungskräfte wünschen sich eine flexible Einteilung ihrer Arbeit pro Tag und Woche, nur 40 % sind mit der derzeitigen Situation zufrieden. 67 % hätten gerne mehr räumliche Flexibilität, 60 % befürworten Langzeitarbeitskonten. Drei Viertel der Befragten wünschen sich ein familienfreundlicheres Umfeld im Unternehmen und 63 % wollen ihren Partner in der Karrieregestaltung berücksichtigt wissen. Auch die Unterstützung bei der Arbeitssuche des Partners bei beruflichen Umzügen ist für die Führungskräfte ein zentrales Thema. Handlungsfelder für Unternehmen sind die Förderung des flexiblen Arbeitens, der Ausbau der Kinderbetreuung, Karrierepläne auf den Weg bringen und die Weiterentwicklung der Unternehmenskultur.

Geltungsbereich

Befragung unter 1.000 Führungskräften und angehenden Führungskräften in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

Randstad-ifo-Personalleiterbefragung (Q1 2019)

randstad, ifo Institut, 15 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt die langfristige Bedeutung von Flexibilisierung im Personaleinsatz. Weiterhin wird ein Überblick über den Einsatz des digitalen Recruitings in Deutschland gegeben.

Untersuchte Fragestellung

Wie entwickelt sich die Nutzung von Flexibilisierungsinstrumenten wie etwa der Zeitarbeit? Wie sind die Erfahrungen, die Personalleiter mit der internetbasierten Recherche und automatisierten Auswahl von Bewerbern gesammelt haben?

Inhalte/Trends

Die Ergebnisse zeigen, dass nahezu jedes Unternehmen seinen Personalbestand über einen Auf- bzw. Abbau von Überstunden (96%) flexibilisiert. Arbeitszeitkonten (88%) sowie innerbetriebliche Um- bzw. Versetzungen (82%) finden ebenfalls in den meisten Unternehmen Anwendung. Zudem wenden die meisten Unternehmen befristete Verträge (65%) und Minijobs (71%) an, um Flexibilität zu gewinnen. Auch der Einsatz von Zeitarbeitnehmern (48%), das Outsourcen von Angestellten (46%) sowie die Beschäftigung von freien Mitarbeitern (43%) sind weit verbreitete Flexibilisierungsmaßnahmen. Der Einsatz fast aller Flexibilisierungsinstrumente ist in den letzten Jahren damit annähernd konstant geblieben. 96% aller Befragten verzichten auf datengesteuerte Rekrutierungsmaßnahmen. 7% können sich vorstellen, ihre Auswahlverfahren mittelfristig durch künstlich intelligente Systeme zu ergänzen. Obwohl besonders Großunternehmen (500 Mitarbeiter und mehr) Potenzial zur Effizienzsteigerung erkennen (50%), setzen nur 9% auf datengesteuerte Rekrutierungsmethoden. Bei ihnen kommen besonders Matching Algorithmen beim Vergleich von Bewerberprofilen zum Einsatz. Fast die Hälfte aller Befragten sieht hier jedoch die Gefahr, dass Soft-Skills abgewertet werden (49%). Ähnlich viele fürchten, dass selbstlernende Algorithmen unerwünschte Auswahlmuster erzeugen (43%). Mangelnder Anwendungsbedarf und fehlendes Know-how werden am häufigsten als Gründe genannt, auf datengestützte Rekrutierungsmethoden zu verzichten (35% und 26%). Die Skepsis gegenüber automatisiertem Recruiting wird untermauert durch ein breites Digitalisierungsdefizit. Während mehr als ein Drittel der deutschen Unternehmen neue Mitarbeiter nur offline anwirbt, setzen immerhin 30% auf eine Kombination aus digitalen und analogen Methoden. Das klassische Bewerbungsgespräch ist nach wie vor die beliebteste Auswahlmethode, sowohl bei Nichtnutzern wie bei Anwendern von datengestützten Rekrutierungsmethoden.

Geltungsbereich

Es wurden etwa 1.000 deutsche Personalleiter aus Industrie, Handel und dem Dienstleistungssektor befragt.

[Link zur Studie](#)

Mobile Arbeitsformen aus Sicht von Betrieben und Beschäftigten

Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB), 12 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Der Kurzbericht zeigt den aktuellen Stand der Verbreitung und der Intensität mobiler Arbeit im Allgemeinen und des Arbeitens von zu Hause im Speziellen.

Untersuchte Fragestellung

Es wurden Vor- und Nachteile des mobilen Arbeitens diskutiert und die Unterschiede zwischen Beschäftigten mit und ohne Homeoffice-Zugang hinsichtlich ihrer Arbeitszufriedenheit untersucht.

Inhalte/Trends

Im Zuge der Digitalisierung rückt mobiles Arbeiten zunehmend in den Fokus der Öffentlichkeit. Derzeit bietet etwa jeder vierte Betrieb in Deutschland die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten an, dabei mehrheitlich sowohl Homeoffice als auch das Arbeiten von unterwegs. Die Nutzung von Homeoffice nimmt langsam zu. Unter den Beschäftigten in privatwirtschaftlichen Betrieben mit mindestens 50 Beschäftigten arbeiteten im Jahr 2013 19 % von zu Hause, im Jahr 2017 waren es 22 %. Ganze Homeoffice-Tage sind vergleichsweise selten. 63 % derjenigen, die Homeoffice nutzen, arbeiten ausschließlich stundenweise von zu Hause. Die erhöhte Flexibilität ist ein zweischneidiges Schwert. Während die Hälfte der Beschäftigten mit Homeoffice darin den Vorteil einer besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben sieht, berichten beinahe ebenso viele von Problemen bei der Trennung zwischen beidem. Etwa zwei Drittel der Beschäftigten, die derzeit nicht von zu Hause arbeiten, lehnen diese Möglichkeit grundsätzlich ab. Jedoch hat auch jeder neunte Beschäftigte einen unerfüllten Homeoffice-Wunsch und nach eigener Einschätzung eine dafür geeignete Tätigkeit. Beschäftigte mit unerfülltem Homeoffice-Wunsch sind unzufriedener als diejenigen, die zumindest gelegentlich während der Arbeitszeit von zu Hause arbeiten.

Geltungsbereich

Befragung in 16.000 Betrieben aller Betriebsgrößen und Wirtschaftszweige.

[Link zur Studie](#)

Mixed Leadership – Barometer Juli 2019

Ernst & Young GmbH, 2019, 13 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studienergebnisse liefern einen aktuellen Überblick über die Anzahl weiblicher Vorstandsmitglieder in den deutschen börsennotierten Unternehmen.

Untersuchte Fragestellung

Wie hoch ist der Anteil weiblicher Vorstandsmitglieder in deutschen börsennotierten Unternehmen?

Inhalte/Trends

Die Zahl weiblicher Vorstände in Deutschland ist im ersten Halbjahr 2019 zum achten Mal in Folge gestiegen. Von den aktuell 701 Vorstandsmitgliedern in den untersuchten Unternehmen sind 61 Frauen - das heißt, gut jedes 12. Vorstandsmitglied ist derzeit weiblich. Auch der Anteil der Frauen in den Vorstandsetagen der DAX-, MDAX- und SDAX-Unternehmen ist in den vergangenen acht Halbjahren kontinuierlich gestiegen: Mittlerweile sind 8,7 % aller Vorstände weiblich. Allerdings ist weiterhin in zwei von drei Unternehmen der Vorstand ausschließlich mit Männern besetzt. Jedes dritte Unternehmen hat zumindest eine Frau im Vorstand, nur in 6 % gehören zwei Frauen dem Vorstand an. Am häufigsten sind Frauen im Vorstand für Operatives zuständig: Aktuell steht jedes dritte weibliche Vorstandsmitglied in einem operativen Geschäftsbereich vor, weitere 5 % sind als Chief Operating Officers tätig. Am zweithäufigsten verantworten Frauen derzeit das Finanzressort (21 %). 20 % der weiblichen Vorstände verantworten das Personalressort, 18 % stehen einer Zentralfunktion vor. Nur 3 der 160 untersuchten Unternehmen haben einen weiblichen CEO. Der Anteil weiblicher Vorstandsmitglieder ist aktuell in der Telekommunikationsbranche am höchsten, wo fast jedes sechste Vorstandsmitglied eine Frau ist, gefolgt von der Finanzbranche, wo rund jeder siebte Vorstand weiblich ist. Besonders niedrig ist der Frauenanteil in den Vorständen derzeit im Bereich Pharma, Biotech, Life Science: Hier ist aktuell nur jedes 20. Vorstandsmitglied eine Frau. Auch in der Rohstoffbranche und in den Bereichen IT/Software/Technologie, Medien, Handel und bei Energieversorgern ist der Frauenanteil deutlich unterdurchschnittlich.

Geltungsbereich

Untersucht wurden die Vorstände der zum 1. Juli 2019 in DAX, MDAX oder SDAX notierten Unternehmen.

[Link zur Studie](#)

Mehr Transparenz wagen: Gehalt im Bewerbungsprozess

softgarden e-recruiting GmbH, 2019, 28 Seiten, Deutsch

Bewertung

Interessante Studie für Arbeitgeber, die aufzeigt, dass durch eine größere Gehaltstransparenz die Candidate Experience deutlich verbessert werden kann.

Untersuchte Fragestellung

Die Teilnehmer wurden zu ihren Meinungen zur Gehaltstransparenz im Job und im Bewerbungsprozess befragt.

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen steht das Gehalt bei der Zufriedenheit im Job nur an fünfter Stelle. Wichtiger sind eine interessante Aufgabe, eine gute Arbeitsatmosphäre, Weiterbildungsmöglichkeiten und die Work-Life-Balance. Das heißt aber nicht, dass das Gehalt nicht wichtig für die Jobzufriedenheit ist. Ohne ein als angemessen empfundenen Gehalt wird ein Job unattraktiv. Gehalt stellt viel mehr als eine Summe dar: eine der wichtigsten Formen von Feedback. In Deutschland mangelt es an Gehaltsintelligenz. Bewerber können ihre Kenntnisse nicht beziffern und Arbeitgeber sind sich nicht im Klaren darüber, was ein zu niedriges Gehaltsangebot bei dem Bewerber bewirkt. Vor allem bei der Gehaltstransparenz zeigt sich Unzufriedenheit. 51 % der Befragten befürworten die Offenlegung der Gehälter, 29 % lehnen sie ab. Die Befürworter sehen dadurch vor allem die Chance, Ungerechtigkeiten zwischen Kollegen in gleicher Position und einen Gender Pay Gap zu vermeiden. Die Befragten, die der Gehaltstransparenz nicht zustimmen, sehen Schwierigkeiten darin, etablierte Gehaltsstrukturen offenzulegen und befürchten mangelnde Motivation und eine Störung des Betriebsfriedens. 31 % der Befragten wollen schon in der Stellenanzeige darüber informiert werden, wie viel sie in dem ausgeschriebenen Job verdienen werden. Bei Bewerbern mit akademischem Abschluss liegt der Anteil bei rund 40 %. In der Praxis erhalten nur knapp 10 % diese Information. 36 % der Bewerber erfahren das Gehalt im ersten Vorstellungsgespräch. 13 % hören sogar erst nach dem ersten Vorstellungsgespräch, was sie verdienen würden. 40 % finden es „nicht in Ordnung“, dass Unternehmen einen Gehaltswunsch von den Bewerbern einfordern, obwohl sie selbst nicht in ihren Stellenanzeigen preisgeben, wie viel diese Bewerber verdienen würden. Für Bewerber ist die Nennung des Gehaltswunsches mit Risiken verbunden: 39 % haben sich schon einmal durch einen zu hohen Gehaltswunsch ins „Aus“ gekickt, 44 % der Kandidaten haben einen zu niedrigen Gehaltswunsch geäußert und im Nachhinein festgestellt, dass für sie mehr „drin“ gewesen wäre. Anhand der Umfrageergebnisse haben die Studienautoren zehn Tipps für Arbeitgeber rund um das Thema Gehaltstransparenz formuliert. Diese sind in der Originalstudie aufgeführt.

Geltungsbereich

Online-Umfrage unter 4.145 Bewerbern, die sich aktuell auf eine neue Position beworben haben.

[Link zur Studie](#)

Deloitte Millennial Survey 2019

Deloitte, 2019, 12 Seiten (Deutschland-Report), Englisch

Bewertung

Lesenswerte Studie, die das aktuelle Stimmungsbild der jungen Generation widerspiegelt.

Untersuchte Fragestellung

Die Studienteilnehmer wurden zu ihren Ansichten über Wirtschaft, Politik und Gesellschaft befragt.

Inhalte/Trends

Die Studie zeichnet das Bild junger Generationen, die immer pessimistischer in die Zukunft blicken. In Deutschland ist bei den Millennials (Jahrgänge 1983 bis 1994) wie auch bei der nachfolgenden Generation Z (Jahrgänge 1995 bis 2002) eine gewachsene Skepsis zu beobachten, die weit über dem globalen Durchschnitt liegt und seit dem Vorjahr signifikant zugenommen hat. Nur 13 % der deutschen Millennials und 14 % der Generation Z hierzu-lande denken, dass sich die wirtschaftlichen Aussichten künftig verbessern werden. Und nur 10 % der Millennials und 7 % der Generation Z glauben, dass sich die politisch-soziale Situation verbessern wird. Besonders die Sorge vor den Folgen des Klimawandels beschäftigt sie, stärker noch als Terrorismus, politische Instabilität und Krieg. Die Treue zum Arbeitgeber ist in Deutschland stark ausgeprägt. Der Anteil der wechselwilligen Millennials liegt mit 42 % unter dem weltweiten Durchschnitt. 37 % der Millennials sehen sich sogar länger als die kommenden fünf Jahre bei ihrem jetzigen Arbeitgeber. Doch auch alternative Arbeitsformen etablieren sich. Gerade bei der Generation Z steht die Gig Economy hoch im Kurs. 81 % können sich eine rein auftragsgebundene Anstellung vorstellen. Die Arbeitswelt der Zukunft erfordert neue Kompetenzen. 76 % der Millennials in fester Anstellung würden von sich sagen, die nötigen Skills mitzubringen. Im internationalen Vergleich sind die deutschen Millennials weniger besorgt, dass es im Zuge der digitalen Transformation schwieriger wird einen Job zu finden. Die jüngere Generation Z ist diesbezüglich skeptischer. Mehr als die Hälfte der Millennials und der Generation Z glaubt, dass sie eine Reduktion ihres Social-Media-Konsums gesünder und glücklicher machen würde. Dennoch wären je rund 40 % besorgt, wenn sie für ein oder zwei Tage keinen Zugang zu ihren Profilen hätten. Wiederum 54 % der Millennials und 44 % der Generation Z könnten sich aber vorstellen, komplett darauf zu verzichten.

Geltungsbereich

Weltweite Befragung von über 16.400 Millennials und Vertretern der Generation Z, darunter rund 800 Teilnehmer aus Deutschland.

[Link zur Studie](#)

Fachkräftemangel in Deutschland – Unterschätzt oder aufgebauscht?

Hays, 2019, 32 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie beleuchtet den Fachkräftemangel aus Sicht der Führungskräfte und definiert zentrale Handlungsfelder und Maßnahmen um ihm zu begegnen.

Untersuchte Fragestellung

Wie deutsche Führungskräfte auf den Fachkräftemangel blicken und wie sie ihn angehen.

Inhalte/Trends

Die Mehrheit der befragten Führungskräfte betrachtet den Fachkräftemangel als eine ernsthafte strukturelle Herausforderung für die gesamte Wirtschaft. Mehr als 40 % nehmen eine höhere Mehrbelastung der Mitarbeiter wahr. Jeder vierte Befragte stellt Umsatzausfälle im eigenen Unternehmen aufgrund von Personalengpässen fest. Allerdings wird der Fachkräftemangel nur von etwa 40 % der Führungskräfte als problematisch für das eigene Unternehmen eingeschätzt. Der demografische Wandel in Verbindung mit Globalisierung und technologischer Entwicklung sowie träge Bildungssysteme werden als Hauptursachen für den Fachkräftemangel benannt. Mehr als zwei Drittel der Befragten halten ihr Unternehmen in keinem der Handlungsfelder zur Begegnung des Fachkräftemangels für gut aufgestellt. Aus Sicht der Führungskräfte müssen die Unternehmen als Arbeitgeber deutlich attraktiver werden. Wesentlich ist hier vor allem eine bessere Bezahlung, mehr Flexibilität bei Arbeitszeiten und -orten sowie die Etablierung einer modernen Unternehmenskultur. 50 % der Führungskräfte zählen die Förderung des Kompetenzerwerbs zu den wichtigsten Handlungsfeldern. Entsprechende Maßnahmen wurden in den Unternehmen bislang nur ansatzweise umgesetzt. Vielmehr setzen die Unternehmen vorrangig auf den Ausbau von klassischen Weiterbildungs- und Coaching-Angeboten. Neue effektive Lernmethoden, die Förderung von Austausch und Vernetzung oder die Bereitstellung von Lernbudgets spielen nur eine untergeordnete Rolle. 75 % der Führungskräfte halten ihr Unternehmen in puncto Rekrutierung für nicht gut aufgestellt. Ein Großteil davon hält es für notwendig, bei der Rekrutierung neue Wege zu beschreiten. Dafür ist zunächst ein neues, auf Bewerber zentriertes Mindset notwendig. Klassische Wege der Rekrutierung sollten aber nicht vernachlässigt werden. Jede zweite Fachkraft sieht bei der strategischen Personalbedarfsplanung einen hohen Handlungsbedarf. Jede zweite Führungskraft rechnet mit einer Zunahme beim Einsatz von Freiberuflern und Mitarbeitern im Rahmen einer Arbeitnehmerüberlassung. Viele Führungskräfte fordern zudem die Schaffung dezentraler Arbeitsmöglichkeiten mit freier Wahl der Arbeitsorte.

Geltungsbereich

Die Grundlage für die Untersuchung bildet eine fach-, bereichs- und branchenübergreifende Befragung von 1.000 Führungskräften in deutschen Unternehmen ab 100 Mitarbeitern.

[Link zur Studie](#)

Digital Candidate Journey 2019/2020

Persoblogger, Universität Bayreuth, 2019, 55 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert ein repräsentatives Bild der Zielgruppe „studentische Talente“ und enthält Handlungsempfehlungen für Personalern zum Rekrutieren dieser Zielgruppe.

Untersuchte Fragestellung

Wie digital wollen „studentische Talente“ wirklich rekrutiert werden?

Inhalte/Trends

Geht es um die Zufriedenheit im Job, steht das Gehalt aus Sicht der Arbeitnehmer nur an fünfter Stelle. Viel wichtiger sind für sie eine interessante Aufgabe, eine gute Arbeitsatmosphäre, Weiterbildungsmöglichkeiten und die Work-Life-Balance. Das heißt aber nicht, dass das Gehalt nicht wichtig für die Jobzufriedenheit ist. 29 % der Arbeitnehmer haben schon einmal eine Position gewechselt, weil sie mit dem Gehalt unzufrieden waren. Studierende trennen Berufliches und Privates auch online. Sind sie auf den Businessplattformen XING oder LinkedIn aktiv, wollen dort auch 92 % der LinkedIn- und 84 % der XING-Nutzer von Unternehmen auf Jobs angesprochen werden. Auf Facebook befürworten Studierende eine Ansprache nur zu knapp 30 %, auf Instagram sind es etwas über 24 %. Eine Ansprache über SnapChat hingegen bevorzugen nicht einmal 2 %. Die Ergebnisse der Studie zeigen große Skepsis bei der Ansprache durch digitale Medien. So schneidet der Einsatz eines Chatbots in der Recruiting-Kommunikation auf einer Skala von 1 (=gefällt mir überhaupt nicht) bis 7 (=gefällt mir besonders) mit 2,43 ab. Kommt eine menschliche Komponente in der Kommunikation hinzu, wie beim Chat mit Personalern (3,73) oder beim Live Video-Interview, so erhöhen sich die Werte auf der gleichen Skala bereits deutlich auf 4,3. In einer zunehmend digitalen Welt mit oftmals lediglich virtuellen Begegnungen zu Beginn der Candidate Journey spielt Vertrauen eine große Rolle. Dies gilt vor allem für den Datenschutz, was die Herausgabe von Kontaktdaten über digitale Formulare betrifft. Aber selbst die Motivation, überhaupt Daten an potentielle Arbeitgeber weiterzugeben, lässt sich vor allem über den Faktor menschliche Sympathie beeinflussen. So nennt ein Drittel der Befragten als Top-Grund für die Datenüberlassung Sympathie für die Unternehmensvertreter. Dies entspricht auf der genannten Skala von 1 bis 7 einem Zustimmungswert von 5,13. Der Einsatz von Werbegeschenken erreicht nur einen Wert von 2,5. Das Veranlassen von Gewinnspielen kommt auf einen Wert von 2,93, liegt aber weit hinter dem Faktor menschlicher Sympathie. Geht es um die Auswahl konkreter Arbeitgeber, legen 58,55 % Wert auf den Ruf des Unternehmens bei Freunden. Rund zwei Drittel holen die Meinung ihrer Freunde bei der Entscheidung sogar aktiv ein. Darüber hinaus informieren sich 44 % bei der Jobsuche auf Arbeitgeberbewertungsplattformen. Insbesondere sehr persönliche und konkrete Stellungnahmen zu eingehenden Bewertungen bieten große Chancen, um als offener und auch kritikfähiger Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. In Zeiten zunehmender Virtualisierung bleibt der menschliche Kontakt zwischen Unternehmensvertretern und Interessenten sowie angehenden Bewerbern immens wichtig für erfolgreiche Personalgewinnung. Letztlich dienen die modernen Möglichkeiten digitaler Kommunikation lediglich der Anbahnung einer klassischen Kommunikation von Mensch zu Mensch. Die Antwort auf die Kernfrage der Studie lautet: Digitale Ansprache ja, aber mit Bedacht und möglichst individuell mit viel menschlichen Komponenten.

Geltungsbereich

Online-Befragung von 574 Studierenden.

[Link zur Studie](#)

Quo vadis Arbeiten in Deutschland

AVANTGARDE Experts, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeichnet ein realistisches Bild der Arbeitszufriedenheit in Deutschland. Sie liefert Erkenntnisse und Hinweise auf möglichen Handlungsbedarf in den eigenen Betrieben.

Untersuchte Fragestellung

Was macht Arbeitnehmer zufrieden? Was führt zum Jobwechsel? Welche Rolle spielt dabei Weiterbildung, gerade in Zeiten des digitalen Wandels?

Inhalte/Trends

Die Zufriedenheit der deutschen Arbeitnehmer wächst, jedoch verlangsamt sich der Trend. Rund drei Viertel der Berufstätigen gaben an mit ihren Arbeitsbedingungen zufrieden zu sein. Dabei sind Männer tendenziell glücklicher mit ihrem Job. Ein Studium wirkt sich kaum auf die spätere Zufriedenheit im Job aus. Maßgeblichen Einfluss haben das Gehalt und flexible Arbeitszeiten. Ein Viertel der Befragten wünscht sich nettere Kollegen und interessantere Arbeitsinhalte. Zudem haben 45 % der Deutschen das Gefühl ihr Potential in ihrer aktuellen Aufgabe nicht vollständig ausschöpfen zu können. Neue Herausforderungen wirken sich im Allgemeinen eher positiv auf die Arbeitszufriedenheit aus. Der enorme Fachkräftemangel und die dadurch größtenteils paradiesischen Bedingungen für Angestellte und Job-suchende spiegeln sich immer deutlicher in den Arbeitsansprüchen wider. Mehr als ein Drittel der Arbeitnehmer plant einen Jobwechsel innerhalb der nächsten sechs Monate oder zieht es sogar aktuell in Erwägung. 69 % von ihnen würden sich jedoch durch eine Gehaltserhöhung von einem Jobwechsel abhalten lassen. Knapp ein Drittel wünscht sich mehr Flexibilität bei der Arbeitszeit und dem Arbeitsort. Unter denjenigen die prinzipiell keinen Jobwechsel planen würden dennoch 58 % durch ein Angebot, das ihnen ein attraktiveres Gehalt verspricht, einen Arbeitsplatzwechsel in Betracht ziehen. Auch bei vergangenen Jobwechseln galt das Gehalt als Hauptmotivator. Mehr als die Hälfte der Arbeitnehmer hält berufliche Weiterbildung für sinnvoll, insbesondere auch Angebote zur Digitalisierung. Jedoch gaben nur rund 62 % an, dass ihr Arbeitgeber Möglichkeiten zur beruflichen Weiterbildung anbietet – diese meist in Form von externen Seminaren und für spezielles Fachwissen. 25 % der Berufstätigen haben sich auch schon einmal privat weitergebildet. Dabei sind Präsenzseminare, entweder eintägig oder mehrtägig, am beliebtesten und werden von den meisten Deutschen gegenüber digitalen Medien bevorzugt. Nur rund ein Viertel kann sich überhaupt vorstellen, Fachwissen über digitale Formate zu erlernen.

Geltungsbereich

Deutschlandweite Befragung von rund 1.000 Angestellten aus verschiedenen Branchen.

[Link zur Studie](#)

HR-Analytics 2025

F.A.Z. Verlag, Cornerstone on Demand, 2019, 32 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt den Stand von HR-Analytics in der Unternehmenspraxis und gibt Orientierung zu Zielen und Herausforderungen im Kontext der Digitalisierung.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht inwieweit Unternehmen in der DACH-Region derzeit HR Analytics und HR-Softwarelösungen einsetzen.

Inhalte/Trends

Für acht von zehn der befragten Unternehmen ist die digitale Transformation eines der wichtigsten Themen. Bei der Mehrheit ist die digitale Transformation eine Komponente der Unternehmensstrategie. Ein Großteil der Unternehmen setzt sich bis 2025 das Ziel, die Effizienz der eigenen HR-Administration zu steigern. Generell ist die Prozessoptimierung ein wichtiges Thema, das sich bereits auf viele HR-Funktionen auswirkt. Die Digitalisierung wird in diesem Zusammenhang ganz klar als Hebel verstanden. Unter den Software-Lösungen ist derzeit Learning-Software am populärsten. Jedes zweite Unternehmen will damit die unternehmensinterne Weiterbildung stärken. Es folgen Reporting-Funktionen und Self-Service-Apps. Die Mehrheit der befragten Unternehmen attestiert HR-Analytics ein großes Zukunftspotential. In zwei Drittel der Betriebe werden HR-Analytics-Tools bis 2025 eine bedeutende Rolle als HR-Instrument spielen. Nur eine Minderheit der Unternehmen setzt beim Talentmanagement spezielle IT-Lösungen für die HR-Arbeit ein. Jedes vierte Unternehmen räumt ein, für das eigene Talentmanagement überhaupt keine IT-Lösung zu nutzen. Vier von zehn Betrieben steuern die eigenen Talente mit Hilfe von Standardsoftware wie beispielsweise Excel. Gut jedes vierte Unternehmen nutzt eine Inhouse Installation eines HR-Managementsystems. Lediglich jeder fünfte Betrieb greift auf Software as a Service (SaaS) zurück. Hier stellt sich die Frage, wie hochqualifizierte Fachkräfte ohne ausreichende IT-Lösung effizient angesprochen, gebunden und gefördert werden sollen. Neben diesen technologischen Aspekten benennen die befragten Entscheider auch Herausforderungen mit direktem Bezug zur Personalentwicklung. Für rund ein Drittel der Unternehmen ist es eine Herausforderung, die eigene Belegschaft im digitalen Wandel zu begleiten. Die betriebliche Weiterentwicklung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ist für 29 % außerdem ein Kernthema. Weitere 23 % sehen es als wichtige Aufgabe, die im Zuge der digitalen Transformation notwendigen kulturellen Veränderungen einzuleiten. Ferner soll so ein komplett neues Mindset in den Organisationen verankert werden.

Geltungsbereich

Es wurden 133 Top-Manager und HR-Entscheider aus Unternehmen der DACH-Länder befragt.

[Link zur Studie](#)

StepStone Mittelstandsreport

StepStone GmbH, 2019, 34 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie identifiziert entscheidende Attraktivitätsfaktoren mittelständischer Unternehmen und liefert Handlungsempfehlungen für die nachhaltige Gewinnung qualifizierter Mitarbeiter.

Untersuchte Fragestellung

Wie sind mittelständische Unternehmen im Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte aufgestellt? Und was sind dabei ihre größten Herausforderungen?

Inhalte/Trends

Während 59 % der Studienteilnehmer am liebsten bei einem kleineren oder mittelständischen Unternehmen (KMU) arbeiten würden, bevorzugen nur 12% einen Job in einem Großkonzern. 66 % der Studierenden wünschen sich als ersten Arbeitgeber nach dem Abschluss ein Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern. 76 % derjenigen, die bereits im Mittelstand beschäftigt sind, möchten auch in Zukunft bei einem KMU arbeiten. Nur 5 % von ihnen wollen künftig lieber in einen Großkonzern wechseln. Der Großteil mittelständischer Unternehmen ist abseits der attraktiven Großstädte beheimatet, daher bewertet nur jedes dritte KMU den eigenen Standort als Vorteil. In den Augen der potenziellen Mitarbeiter ist der Standort aber nur selten ein Makel. Die meisten Studienteilnehmer, die sich schon einmal bei einem Mittelständler beworben haben, gaben am häufigsten den Standort als Grund für ihre Bewerbung an. KMU's haben in den Augen potenzieller neuer Mitarbeiter genau die Eigenschaften, wonach Bewerber heute suchen: Familiäre Atmosphäre, flache Hierarchien und das Ausüben einer sinnhaften Tätigkeit. Der Wunsch, eine sinnhafte Tätigkeit auszuüben, gehört zu den Top-Prioritäten bei der Jobsuche. Eine gute Unternehmenskultur und eine angenehme Atmosphäre sind den meisten sogar wichtiger als ein hohes Gehalt. Herausforderungen stellen für die mittelständischen Unternehmen die Themen Gehalt, Zusatzleistungen und Karriere Chancen dar. 38 % der Befragten glauben, dass sie bei einem KMU weniger verdienen als in einem größeren Konzern. Fast ebenso viele meinen, es gäbe im Mittelstand weniger Zusatzleistungen wie Boni oder Weihnachtsgeld. Fehlende Aufstiegschancen sind nach dem Gehalt der zweitwichtigste Grund dafür, dass Mitarbeiter Mittelständler verlassen. 75 % der Befragten haben die Wahrnehmung, dass sie bei einem KMU nicht in der eigenen Karriereplanung unterstützt werden.

Geltungsbereich

Online-Befragung unter rund 19.000 Fach- und Führungskräften in Deutschland. Zusätzlich wurden 3.500 Recruiter und Manager, die für Personalbeschaffung zuständig sind, befragt.

[Link zur Studie](#)

Do workers discriminate against female bosses?

Middlebury College and IZA / Martin Abel, 2019, 51 Seiten, Englisch

Bewertung

Die, im amerikanischen Markt durchgeführte, Studie sensibilisiert für geschlechtsspezifische Erwartungen an den Führungsstil von Frauen und Männern. Weiterhin liefert sie Vorschläge für Maßnahmen, um daraus resultierenden Risiken entgegenzuwirken.

Untersuchte Fragestellung

Wie reagieren Arbeitnehmer auf Feedback aus der Chefetage? Und welche Rolle spielt das Geschlecht des Vorgesetzten?

Inhalte/Trends

In dem durchgeführten Versuch ging bei negativer Kritik an der Arbeitsleistung die Jobzufriedenheit der Betroffenen zurück. Dieser Rückgang fiel um 70 % höher aus, wenn die Kritik von einer weiblichen Vorgesetzten kam. Im Vergleich zu gleichlautender Kritik durch männliche Vorgesetzte verdoppelte sich außerdem der Anteil der Beschäftigten, die an einer weiteren Zusammenarbeit mit dem Unternehmen nicht mehr interessiert waren. Diese diskriminierende Haltung gegenüber Chefinnen war bei männlichen und weiblichen Arbeitskräften gleichermaßen ausgeprägt. Die Studie zeigt, dass Chefinnen keineswegs ignoriert werden. Die Beschäftigten nehmen sich im Schnitt sogar etwas mehr Zeit, um das Feedback weiblicher Vorgesetzter zu verarbeiten. Auch implizite Vorurteile spielen offenbar keine nennenswerte Rolle. Zwar assoziieren die Beschäftigten tendenziell eher Männer mit Karriere und Frauen mit Familie, doch das diskriminierende Verhalten gegenüber weiblichen Vorgesetzten ist davon weitgehend unabhängig. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass geschlechtsspezifische Erwartungen an den Führungsstil ausschlaggebend sind. Während Lob dreimal häufiger mit weiblichen Vorgesetzten in Verbindung gebracht wird, wird Kritik doppelt so oft männlichen Chefs zugeschrieben. Wenn kritische Chefinnen also diesen Rollenerwartungen nicht gerecht werden, kann das die beobachteten negativen Reaktionen auslösen.

Geltungsbereich

Es wurde ein Versuch mit anschließender Befragung unter 2.700 amerikanischen Arbeitskräften durchgeführt.

[Link zur Studie](#)

Der Generationenkonflikt am Arbeitsplatz

OnePoll im Auftrag von Viking, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie beschreibt den Generationenkonflikt und die dadurch entstehenden Barrieren am Arbeitsplatz. Weiterhin enthält sie Tipps, wie man diese Barrieren am besten überwinden kann.

Untersuchte Fragestellung

Wie arbeiten Arbeitnehmer der verschiedenen Generationen zusammen, welche Konflikte entstehen dabei und worauf wird am meisten Wert gelegt?

Inhalte/Trends

Fast ein Viertel der Befragten empfindet die Zusammenarbeit mit der ältesten Generation (stille Generation) als negativ. Auch die jüngste Generation (Generation Z) ist konfliktbehaftet – hier hat fast ein Viertel negative Erfahrungen gemacht. Als größte Streitpunkte werden Arbeitseinstellung und Machtkämpfe genannt. Auffällig ist, dass die meisten Probleme mit der Generation Z auftauchen. Etwa ein Drittel der Baby Boomer, der Generation X und der Millennials haben Probleme mit der Arbeitseinstellung der jüngsten Mitarbeiter. Auch mehr als ein Drittel (37 %) der Generation Z hadert mit der Arbeitsmoral ihrer Altersgenossen. Für 90 % der Baby Boomer ist ein sicherer Arbeitsplatz wichtig, und ebenso viele der stillen Generation wünschen sich berufliche Weiterentwicklung. Der Fokus der jüngeren Generationen liegt dagegen wo anders: Die Generation X und Millennials legen besonderen Wert auf ihr Gehalt (83 % bzw. 86 %) und freundliche Kollegen (84 % bzw. 88 %). Die Generation Z braucht vor allem erst einmal Leidenschaft für den Job (84 %). Autonomie ist für alle Generationen recht wichtig. Auf Incentives für Mitarbeiter legt nicht einmal die Hälfte (48 %) aller Befragten an ihrem aktuellen Arbeitsplatz Wert. Jede Generation hat ihre eigene Art zu arbeiten und zu kommunizieren. Die stille Generation und die Baby Boomer sind es gewohnt, persönlich oder telefonisch zu kommunizieren, und Wertschätzung für ihr Können sowie Respekt vor Vorgesetzten ist für sie selbstverständlich. Für die Generation X ist Arbeit eher Mittel zum Zweck, um ein materiell gemütliches Leben führen zu können, und bei Konflikten wird nicht lange um den heißen Brei geredet. Bei Millennials und Generation Z werden die Hierarchien in der Arbeit immer flacher, was sich auch in der umgangssprachlichen Kommunikation, die hauptsächlich online stattfindet, zeigt. Ein Drittel der Befragten gibt an, dass die stille Generation und Baby Boomer mit ihrer Arbeitsmoral und dem nötigen Wissen punkten können, während Millennials bei einem Viertel der Befragten als innovativ und kreativ gelten. Etwa ein Viertel findet, dass vor allem die Generation X besonders freundlich und einfühlsam ist. Ein Drittel schätzt ihre Führungsqualitäten und die Fähigkeit, Probleme zu lösen. 43 % der befragten Manager gehören der Generation X an. Fast ein Viertel der Manager ist nicht sehr zuversichtlich mit der Führung der zwei Nachwuchsgenerationen. Allerdings hatte auch nur knapp ein Fünftel gezielte Schulungen zum Thema Generationen-Inklusion erhalten. 41% denken, dass ihr Arbeitgeber Coachings und Mentoring für eine integrative Arbeitsumgebung für alle Generationen anbieten sollte.

Geltungsbereich

Insgesamt wurden 1.000 Arbeitnehmer in Deutschland befragt.

[Link zur Studie](#)

Future Organization Report

Universität St. Gallen und Campana & Schott, 17 Seiten 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert einen Überblick über Herausforderungen, Vorgehensweisen und Erfolgsfaktoren agiler und adaptiver Transformationsprozesse.

Untersuchte Fragestellung

Welche Herangehensweisen nutzen Unternehmen, um Hierarchien und Silo-Denkweisen abzubauen und so die Transparenz und kollaborative Zusammenarbeit zu fördern?
Wie nehmen die Mitarbeitenden und die Führungskräfte das agile Arbeiten wahr?

Inhalte/Trends

Viele Unternehmen arbeiten zwar mit agilen Methoden, haben die Agilität aber noch nicht in den Köpfen ihrer Mitarbeitenden und in ihrer Unternehmenskultur verankert. So werden agile Strukturen und Ansätze vorwiegend bereichsweise eingeführt. Eine langfristige Roadmap fehlt oder ist nur in Ansätzen vorhanden. Die hohen Erwartungen an Agilität können so oft nicht realisiert werden. Den Mitarbeitenden ist klar, dass für agile Arbeitsweisen neue Fähigkeiten nötig sind. So fühlen sich 81 % der Befragten für ihre aktuellen Aufgaben gerüstet. Gleichzeitig sehen jedoch 75 % den weiteren Aufbau neuer Fähigkeiten als essenziell an. 65 % stimmen beiden Aspekten stark zu. Eine wichtige Rolle im agilen Kontext spielt die Teamarbeit. Ein Drittel der Befragten ist davon überzeugt, durch die Arbeit im Team erfolgreicher zu sein. Dabei kommt es für 49 % vor allem auf die nötige Abstimmung an. 30 % sagten, sie profitierten von Diskussion in der Gruppe. 33 % greifen zudem gerne auf die Hilfe anderer zurück. 36 % der befragten Mitarbeitenden wünschen sich Team-Recruiting, also an der Auswahl von Personal in ihrem Team beteiligt zu sein. Weitere 30 % haben bereits ein Mitspracherecht. Führungskräfte haben eine Vorbildfunktion im Rahmen der agilen Transformation inne. Ihr Fokus liegt auf der Zusammenarbeit, Kommunikation und Entscheidungsfindung auf Augenhöhe, unabhängig von der jeweiligen hierarchischen Rolle. Tatsächlich geben Führungskräfte in vielen agilen Unternehmen bereits Verantwortung ab und schaffen Freiräume. Ein Drittel der Befragten sagt, dass ihre Führungskraft sie zur Bewältigung ihrer agilen Tätigkeiten befähigt. Von den Teilnehmern werden knapp zwei Drittel zur Eigeninitiative motiviert, erhalten Befugnisse sowie einen positiven Ausblick in die Zukunft und können ihre Arbeit selbstbestimmt gestalten. Rund ein Viertel der Befragten attestiert dem eigenen Unternehmen einen hohen bis sehr hohen Reifegrad an Agilität. Unter Führungskräften fällt dieser Wert höher aus (31 %) im Vergleich zu den Mitarbeitenden (22 %). Insgesamt empfinden sich 41 % der Befragten selbst als agil. Dabei schätzen sich Führungskräfte weitaus agiler ein (50 %) als Mitarbeitende (25 %). Nur jeder fünfte Teilnehmer (19 %) sagt, dass Fehler im Unternehmen nicht gegen die Person verwendet werden. Jeder Zweite kann Probleme und Schwierigkeiten nicht einmal ansprechen. Lediglich 31 % fühlen sich sicher, wenn sie ein Risiko eingehen – und nicht mal jeder Fünfte glaubt, er könne Kollegen ungefährdet um Hilfe bitten (14 %). Eine Herausforderung bildet laut der Studie die Nachvollziehbarkeit der agilen Transformation. Um allen Beteiligten eine klare Richtung vorzugeben und sie zu motivieren, gehören klare Agilitätsziele in die Vision eines Unternehmens.

Geltungsbereich

Es wurden 517 Führungskräfte und Mitarbeitende aus Unternehmen befragt, die bereits agil arbeiten. Zudem flossen die Erkenntnisse aus Interviews mit 22 Top-Entscheidern ein.

[Link zur Studie](#)

HR drives digital

hkp///group und Duale Hochschule Baden-Württemberg Lörrach, 47 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, inwieweit HR-Kernprozesse aktuell durch IT-Lösungen abgedeckt sind. Es werden Best-Practice-Ansätze vorgestellt.

Untersuchte Fragestellung

Es wird der derzeitige digitale Reifegrad von Unternehmen untersucht.

Inhalte/Trends

Laut Studie ist die Digitalisierung im Personalwesen in den letzten Jahren vorangeschritten. Aktuell lassen sich die Personalabteilungen in drei Gruppen einteilen: Die digital Fortschrittlichen, ein großes Mittelfeld und wenige Nachzügler. Ein Großteil der Unternehmen weist mittlerweile einen mittleren digitalen Reifegrad auf. In diesen Unternehmen treibt HR die Digitalisierung bisher nicht aktiv voran. Bei den als digital fortschrittlich eingestuften Personalabteilungen identifiziert die Studie einen klaren Fokus auf die Bereiche Kundenorientierung und Benutzerfreundlichkeit. In diesen Bereichen befähige HR Führungskräfte und Mitarbeiter und stelle automatisierte Workflows, Reports sowie Plattformen für den Self Service zur Verfügung. Auch sorgten sie für eine hohe Transparenz von Entscheidungen und Prozessen im HR-Management. HR wird hier deutlich stärker als Treiber der Digitalisierung wahrgenommen. Nach Ansicht der Studienteilnehmer ist mangelnde digitale Kompetenz in HR-Abteilungen, aber auch bei Führungskräften, das größte Hindernis bei der Digitalisierung. Bisweilen fehlt in den befragten Organisationen auch noch eine solide digitale Infrastruktur, nicht nur die nötige Hard- und Software, sondern auch Plattformen sowie Micro Apps und HR Analytics. Personalabteilungen, die bereits Zukunftstechnologien wie zum Beispiel Algorithmen zur Bewerberselektion, Chatbots und Augmented- oder Virtual-Reality-Anwendungen im Recruiting, nutzen, bewirken, dass dadurch die Wahrnehmung im Unternehmen von HR als Treiber der Digitalisierung steigt. Aktuell befasst sich jedoch jede dritte Personalabteilung noch nicht mit solchen Technologien. Viele Prozesse im HR Management sind noch nicht digitalisiert. Laut der Studie nutzt jedes zehnte Unternehmen kein digitales Bewerbermanagement und die digitale Abdeckung der meisten anderen Personalprozesse liegt bei etwa 50 %. Neben den genannten Hürden stellt die Studie auch Generationsunterschiede in Bezug auf die Veränderungsbereitschaft der Belegschaft fest, außerdem fehlende Budgets und eine schlechte Zusammenarbeit mit der IT-Abteilung.

Geltungsbereich

Online-Befragung von HR-Experten und -Entscheidern aus 136 Unternehmen unterschiedlichster Größe und Branchen aus dem deutschsprachigen Raum.

[Link zur Studie](#)

Online Recruiting Studie 2019

Wollmilchsau, 23 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie bildet den Status Quo des Online Recruitings in Deutschland ab und macht das Optimierungspotenzial im gesamten Recruiting-Prozess sichtbar.

Untersuchte Fragestellung

Es werden die Online-Karriereangebote aller börsennotierten deutschen Unternehmen auf ihre Candidate Experience untersucht

Inhalte/Trends

Trotz positiver Tendenz ist die durchschnittliche Anzahl an Aufrufen pro Stellenanzeige selbst bei den börsennotierten Unternehmen immer noch zu niedrig. Lediglich 113 Bewerber-Kontakte erreicht eine Stellenanzeige im Durchschnitt. Der Zentralwert liegt sogar nur bei 78. Der niedrigste in der Studie beobachtete Wert liegt bei 4 Aufrufen pro Monat. Die Reichweiten-Analyse zeigt, dass nur 14 von 160 untersuchten Unternehmen monatlich mehr als 300 Kontakte pro Stellenausschreibung erreichen. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass ganze 92 % an einem Reichweitenmangel leiden. 91 % der DAX-Firmen können eine mobiloptimierte Karriereseite vorweisen, 88 % eine mobiloptimierte Jobbörse. Mit zunehmender Tiefe des Bewerbungsprozesses nimmt der Grad der Mobiloptimierung ab. Mobiloptimierte Stellenanzeigen sind nur noch bei 84 % der Firmen zu finden, von denen bei weitem nicht alle ein akzeptables Layout haben. Nur knapp über die Hälfte aller Bewerbungsformulare sind für eine mobile Bewerbung geeignet. Im Durchschnitt verfügen die Bewerbungsformulare der DAX-Unternehmen über 10 Pflichtfelder und 30 % verlangen vom Jobinteressenten immer noch eine Registrierung, um die Bewerbung ausfüllen und abschicken zu dürfen. 70% der Unternehmen messen mittlerweile ihre Reichweite sowie die Interaktionen der Bewerber auf der Karriereseite via Web-Analytic-Tool. Diese Zahl verrät allerdings noch nicht, ob tatsächlich die gesamte Candidate Journey bis zum Abschicken der Bewerbung getrackt und ausgewertet wird. Dennoch ist der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr positiv zu bewerten.

Geltungsbereich

Es wurden die Webseiten von 160 börsennotierten Unternehmen in Deutschland analysiert.

[Link zur Studie](#)

Akademiker im Berufsleben 2019

Gehalt.de, 5 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie gibt Orientierung welche Gehälter Akademiker unter Berücksichtigung des Abschlusses und des Bundeslands verdienen können.

Untersuchte Fragestellung

Wie viel verdienen akademische Berufseinsteiger und junge Führungskräfte? Welche Berufe wählen Akademiker nach dem Studium am häufigsten und in welchem Bundesland gibt es das meiste Geld?

Inhalte/Trends

Baden-Württemberg ist für akademische Berufseinsteiger mit einem Einstiegsgehalt von rund 48.000 € jährlich das lukrativste Bundesland. Auch Bayern (46.500 €) und Hessen (45.400 €) weisen ein verhältnismäßig hohes Gehaltsniveau auf. In den neuen Bundesländern Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt und Sachsen erhalten Akademiker dagegen deutlich geringere Gehälter. Dort liegen sie bei jeweils unter 40.000 €. Das höchste Einstiegsgehalt beziehen Akademiker im Bereich der Automobilindustrie. Hier verdienen sie zum Berufsstart rund 51.900 €. Auch der Maschinen- und Schiffsbau (49.500 €) sowie die Softwarebranche (49.400 €) sind lukrative Sektoren zum Einstieg in die Arbeitswelt. Gesellschafts- und Sozialwissenschaftler verdienen zu Berufsbeginn 35.700 €. Sie kommen am häufigsten in der Sozialarbeit und -pädagogik zum Einsatz und erhalten jährlich 34.300 €. Mathematiker und Informatiker verdienen in ihren ersten drei Berufsjahren 47.300 €. Beschäftigte aus diesem Studienfach starten ihre Karriere vermehrt als Entwickler oder IT-Berater. Sie beziehen ein Jahreseinkommen von 46.200 beziehungsweise 50.000 €. Ingenieure beziehen nach der Uni ein Gehalt von rund 47.800 € und arbeiten vorwiegend in der Projektentwicklung oder Konstruktion. Hier verdienen sie ein Bruttojahreseinkommen zwischen 46.800 und 47.400 €. Nach einem Studium der Wirtschaftswissenschaften erhalten Akademiker zu Berufsbeginn 41.800 €. Am häufigsten arbeiten sie als Controller oder Unternehmensberater. Fachkräfte werden vermehrt im 30. Lebensalter zu Führungskräften. Mit drei bis sechs Jahren Berufserfahrung verdienen sie ein Bruttogehalt von rund 77.700 € im Jahr. Rund 29 % der Führungskräfte fahren einen Firmenwagen und erhalten eine jährliche Prämie von circa 8.000 €. Die meisten Chefs gibt es in der Altersgruppe 45 bis 49 Jahren.

Geltungsbereich

Es wurden 49.646 Gehaltsangaben von akademischen Beschäftigten analysiert.

[Link zur Studie](#)

So gut sind HR-Abteilungen

Trendence Institut GmbH, 28 Seiten, 2019, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt mögliche Handlungsfelder zur Verbesserung der HR-Arbeit auf und liefert eine Argumentationsgrundlage für die Erweiterung des Angebotes.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie beschäftigt sich mit der Frage, wie Personalverantwortliche sowie Fach- und Führungskräfte die Arbeit von HR-Abteilungen sehen.

Inhalte/Trends

Jede zweite Fachkraft hält den Bereich Personalgewinnung für optimierungsbedürftig. Obwohl 72 % der HR-Verantwortlichen hier mit ihrer Leistung zufrieden waren, verneinen die befragten Fachkräfte diese Einschätzung. Nur 49 % der Fach- und Führungskräfte sind mit den Leistungen von HR im Bereich Personalgewinnung zufrieden. Nur Ein Viertel der befragten Personalverantwortlichen hat die Candidate Experience genauer unter die Lupe genommen. Damit wissen die meisten nicht, wie sie bei ihren Bewerbenden wahrgenommen werden und wie erfolgreich ihre Maßnahmen und Angebote sind. 45 % der Personalverantwortlichen sind mit ihren Leistungen im Bereich Personalentwicklung unzufrieden. Hier ist die größte Übereinstimmung von Eigen- und Fremdwahrnehmung auszumachen, denn bei den Fach- und Führungskräften sind es ebenso wenig. Fast die Hälfte ist mit dem Bereich Personalentwicklung also auf beiden Seiten unzufrieden. Damit ist die Personalentwicklung der insgesamt am schlechtesten bewertete Bereich im Human Resources. Aus Sicht der Personalverantwortlichen besteht hier vor allem Schulungsbedarf hinsichtlich Feedbackkultur und Führungskräfteentwicklung. 9 von 10 Mitarbeitenden fordern flexible Arbeitszeiten – doch nicht alle Unternehmen bieten diese bereichsübergreifend an. 92,5 % der befragten Fach- und Führungskräfte finden flexible Arbeitszeiten wichtig bis sehr wichtig. 55,8 % der Personalverantwortlichen bieten diese auch bereits ihren Mitarbeitenden an. Der Rest bietet die Option nur für einzelne Gruppen an. Ein kleiner Teil von 2,3 % offeriert grundsätzlich keine flexiblen Arbeitszeiten.

Geltungsbereich

Befragt wurden 500 Personalverantwortliche und 1.400 Fach- und Führungskräfte.

[Link zur Studie](#)

Über das HRblue Trendbook

Das HRblue Trendbook ist ein Online-Service der [HRblue AG](#).

Es hilft Ihnen Zeit zu sparen und immer aktuell zu HR Studien informiert zu sein.

Wir recherchieren und lesen das ganze Jahr über HR Studien für Sie, werten die relevanten aus und informieren Sie zu diesen kompakt und übersichtlich.

Immer wenn im Web verfügbar, ist außerdem der Link zur Originalstudie angegeben. So können Sie die Inhalte gezielt vertiefen.

www.hrblue-trendbook.com

Viel Spaß beim Lesen und online Stöbern!

Ihr HRblue Trendbook Team