

HRblue

**HRblue
Trendbook**

Verpasst? 22 HR Studien im Rückblick

Teil 2: Juli bis Dezember 2020

Digitalisierung, HR und Corona-Krise, Recruiting,
Homeoffice, New Work und mehr...

Sie möchten laufend zu aktuellen HR Studien informiert werden?
Tragen Sie sich in den Verteiler für unseren [News-Service](#) ein.

Weitere HR Studien aus 2020 finden Sie hier:
[HRblue Trendbook Rückblick Teil 1: Januar bis Juni 2020](#)

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

Weitere Informationen unter: www.hrblue-trendbook.com

Was ist 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

Inhalt

Was ist das HRblue Trendbook?	2
Daten und Talente - Studie zur HR-Strategie und -Organisation 2020.....	4
Jobfaktor Klima	5
Upskilling – Digitalisierung und neues Lernen	6
Is Your Board Hitting the Brakes on CEO Succession?	7
Resilienz-Check 2020	8
HR Pulse Check.....	9
Recruiting Trends 2020	10
Weiterbildung 2025	11
HR-Studie 2020: So steht es um die Digitalisierung der Personalarbeit.....	12
Purpose. Die große Unbekannte.....	13
Mobile Bewerbung. Generation Y & Z	14
Deutscher Sonderweg: Frauenanteil in DAX-Vorständen sinkt in der Krise	15
The Workforce View in Europe 2020 (Teil 1 und 2).....	16
Germany's Capacities to Work from Home	17
Human Capital Trends 2020.....	18
Gehaltstransparenz 2020.....	19
Sind wir jetzt digital?.....	20
Besorgt, verunsichert, gestresst – haben Mitarbeiter einen kritischen Punkt erreicht?.....	21
Das perfekte Büro: Was Mitarbeiter wollen	22
Workforce Transformation	23
Jobs der Zukunft.....	24
Wissensarbeit im digitalen Wandel	25
Über HRblue.....	26

Daten und Talente - Studie zur HR-Strategie und - Organisation 2020

Kienbaum & SAP, 33 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie bietet interessante Einblicke in die Entwicklung von HR-Organisationsformen inkl. praktischer Implikationen um die digitale Transformation voranzutreiben.

Untersuchte Fragestellung

Was kann der Wertbeitrag der HR-Funktion zur Entwicklung und Gestaltung der Organisation und Belegschaft von morgen sein?

Inhalte/Trends

Laut der Studie zeigt insbesondere die Corona-Krise auf, dass digitale Fähigkeiten für eine Transformation in und nach der Krise richtungsweisend seien. 84 % der Studienteilnehmer sagen, dass ihr Unternehmen von Veränderungen im Zuge der Digitalisierung betroffen ist. Gut zwei Drittel der Befragten geben derzeit an, noch wenig bis gar keine Fortschritte beim digitalen Wandel zu machen. Der HR-Funktion – als Gestalterin des organisationalen Wandels – kommt grundsätzlich eine erfolgskritische Rolle in der digitalen Transformation des Unternehmens zu. Aber obwohl 61 % der befragten Personaler angeben, dass ihre HR-Strategie eine digitale Teilstrategie mit konkreten Zielen und Projekten enthält, verfügen nur 39 % über genug Budget und/oder genug Kompetenzen zur Realisierung dieser Agenda. Gleichzeitig machen sich Mitarbeiter wegen der fortschreitenden Digitalisierung Sorgen darüber, ob sie die Anforderungen an ihre Jobs künftig noch erfüllen können und – noch verstärkt durch die Corona-Krise – vielleicht die Stelle verlieren könnten. Dadurch nimmt der Druck auf das Personalwesen zu, sich von einer operativen und verwaltenden Funktion hin zum Manager von Change und Transformation im Unternehmen zu entwickeln. Ihre eigene Leistung bei der Unterstützung der Unternehmensstrategie bewerten die HR-Experten auf einer Skala von eins bis fünf mit einem überdurchschnittlichen Wert von 3,95. Auch die Zufriedenheit ihrer internen Kunden schätzen sie mit 3,57 durchaus positiv ein. Etwas weniger gut weg kommt mit einem Wert von 3,32 die Innovationskraft der Prozesse und Systeme. Die Agilität in der Organisations-/Führungsdimension schneidet mit 3,27 noch etwas schwächer ab. Auch wenn sich die HR-Funktion aktuell noch mehrheitlich klassisch organisiert, erwägen die Personaler dafür in Zukunft modernere Zielbilder und eine breitere Aufstellung. Gut ein Viertel tendiert zu einer agilen Organisationsstruktur. 21 % erwägen ein „Run- and Change Model“ und 17 % sprechen sich für eine ambidextre Struktur aus.

Geltungsbereich

Branchenübergreifende Online-Befragung unter 200 Top-Führungskräften und -Experten aus den HR-Funktionen international operierender Unternehmen aus der DACH Region.

[Link zur Studie](#)

Jobfaktor Klima

Königsteiner Gruppe, 17 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, dass das Interesse an nachhaltig agierenden Arbeitgebern durch alle Altersklassen und Branchen geht. Zusätzlich enthält sie Recruiting Strategien für umweltbewusste Unternehmen.

Untersuchte Fragestellung

Die Teilnehmer wurden zur Bedeutung des arbeitgeberseitigen Umweltbewusstseins bei der Job- und Arbeitgeberwahl befragt.

Inhalte/Trends

Knapp zwei Drittel der Befragten ist die Haltung eines Arbeitgebers zu Umweltfragen sehr wichtig. Für mehr als die Hälfte gehört sie zu den Top-3-Anreizen auf der Suche nach einem Arbeitgeber. Umgekehrt spielt das Thema aus Sicht der Mitarbeiter nur bei 30 % der Arbeitgeber eine große Rolle. Immerhin 68 % der grundsätzlich umweltbewussten Arbeitgeber achten jetzt schon auf nachhaltige Arbeitsbedingungen. Weitere 55 % legen Wert auf entsprechende Produktionsmethoden. 41 % berücksichtigen bei der Wahl ihrer Partner und Dienstleister umweltbewusst agierende Unternehmen. Im Kundenkontakt schwimmt der kritische Blick allerdings etwas – hier schauen nur 30 % auf die nachhaltige Vorgehensweise ihrer Kunden. Knapp die Hälfte der Geschäftsführer leben das Thema Tag für Tag – die Mitarbeiterschaft aber nur zu 38 %. Vor allem junge Arbeitnehmer zwischen 18 und 29 Jahren sind indes zwiespalten, was die Bewertung deutscher Arbeitgeber und deren Haltung zu Klimafragen betrifft. 49 % attestieren den Arbeitgebern, in Sachen Klimaproblematik eher schwach aufgestellt zu sein – 12 % sehen sogar echten Nachholbedarf in dieser Hinsicht. Dagegen finden 6 %, dass sie vorbildlich agieren. 45 % registrieren eine tendenziell positive Grundhaltung bezüglich Umweltfragen in der deutschen Wirtschaft. Die Haltung zu Klimafragen bei Bewerbern und Mitarbeitern steht nach wie vor hoch im Kurs. Für sieben von zehn Mitarbeitern ist das Umweltbewusstsein ihres Unternehmens genauso wichtig oder wichtiger als die eigenen Aufstiegschancen. 83 % gaben sogar an, dass es ihnen genauso wichtig oder wichtiger sei als der Unternehmenserfolg ihres Arbeitgebers. 59 % der Bewerber wünschen sich häufigere Hinweise auf die Arbeitgeberhaltung zu Klimafragen in Stellenanzeigen oder auf Karrierewebsites. Nur 9 % von ihnen sind solche Hinweise bisher dort tatsächlich schon mehrfach aufgefallen.

Geltungsbereich

Bundesweite Umfrage von 3.000 Arbeitnehmern aus unterschiedlichen Branchen

[Link zur Studie](#)

Upskilling – Digitalisierung und neues Lernen

IUBH Internationale Hochschule, 16 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf welche digitalisierungsgetriebenen Kompetenzlücken sich im Arbeitsmarkt auftun und liefert Lösungsansätze.

Untersuchte Fragestellung

Was sind die größten Herausforderungen für Unternehmen, HR, Mitarbeiter und Führungskräfte, wie müssten Weiterbildungskonzepte aussehen und welche Hard und Soft Skills brauchen Mitarbeiter und Führungskräfte heute?

Inhalte/Trends

Mitarbeiter wie Führungskräfte sind sich der Entwicklung am Arbeitsmarkt durchaus bewusst. Vor allem Geschäftsführer geben an zu wissen, welche Kompetenzen in den nächsten drei bis fünf Jahren für sie relevant werden. Das Thema Digitalisierung wird als ein wesentlicher Treiber für die Veränderung der Arbeitswelt wahrgenommen. Entsprechend sehen 42,6 % der Befragten im Bereich IT & Technik den größten Bedarf an Weiterbildung. Weitere Bereiche, in denen ein hoher Bedarf am Ausbau fachlicher Qualifikationen besteht, sind Marketing & Kommunikation (29,7 %) sowie Management & Wirtschaft (29,6 %). Kompetenzen sind vor allem in den Bereichen Online & Social Media Marketing (26,8 %), Digitale Businessmodelle (22,0 %) und Data Analytics & Big Data (21,5 %) gefragt. Ein erstaunliches Ergebnis ist dabei der hohe Anteil von 17,4 %, die keinen Handlungsbedarf im Hinblick auf weitere Qualifikationen für die Zukunft sehen. Fast ein Viertel der kleineren Unternehmen vertritt die Ansicht, dass es keinen besonderen Bedarf am Erwerb der angegebenen fachlichen oder überfachlichen Qualifikationen gebe. Bei Unternehmen ab einer Größe von 500 Mitarbeitern besteht diesbezüglich ein differenzierteres Meinungsbild. Bei den in Zukunft gefragten Skills gehen besonders große und mittelständische Unternehmen davon aus, dass „weiche“ Kompetenzen an Bedeutung gewinnen. Dazu zählen insbesondere Fähigkeiten wie Konfliktfähigkeit und -management (43,6 %), Problemlösungskompetenz (42,3 %) und Teamwork (39,2 %). Betrachtet man nur das Segment teilnehmender Führungskräfte, sehen diese einen anderen Schwerpunkt. Sie wollen ihre Fähigkeiten vor allem in den Bereichen Mitarbeiterentwicklung (53,8 %), Stressprävention (33,6 %) und dem Bereich „Delegieren & Loslassen“ (32,6 %) weiter ausbauen. Größte Hindernisse bei der Aus- und Weiterbildung sind für die Befragten die fehlende Zeit für Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen (40,2 %), daneben Kosten (26,5 %) und keine Zeit, sich mit den Angeboten auseinanderzusetzen (26,5 %). Mit Blick auf das optimale Lernformat für den Kompetenzerwerb sind sich alle Teilnehmer über die verschiedenen Hierarchieebenen einig: 72,2 % sind der Meinung, dass eine Kombination verschiedener Lernformate den größten Erfolg als Lernform verspricht. Dazu gehören Online-Trainings, vertiefende Präsenzveranstaltungen und die persönliche Begleitung durch einen Coach. Reine Langzeit-Präsenzveranstaltungen (18,7 %) und reines Online-Training (9,1 %) finden bei den Befragten dagegen deutlich weniger Zuspruch, auch weil das Lernen im sogenannten Blended-Format Großteils selbstgesteuert erfolgen kann.

Geltungsbereich

Befragung von über 1.200 Führungskräften und Mitarbeitenden unterschiedlicher Branchen.

[Link zur Studie](#)

Is Your Board Hitting the Brakes on CEO Succession?

Bain & Company, Spencer Stuart, 2020, Englisch

Bewertung

Die Studie nennt Gründe für die geringere Fluktuation in Führungspositionen während globalen Rezessionen und liefert Handlungsempfehlungen für Kontrollgremien.

Untersuchte Fragestellung

Warum gibt es in globalen Rezessionen so wenige CEO-Wechsel?

Inhalte/Trends

Laut der Studie wird in vielen Unternehmen in wirtschaftlich turbulenten Zeiten der Wechsel in Führungspositionen auf Eis gelegt. Im Zuge der letzten drei globalen Rezessionen sank die Anzahl neu berufener CEOs in den USA sowie in Europa und Asien gegenüber dem Vorkrisenniveau um bis zu 32 %. Im Falle eines Wechsels aufgrund schlechter Geschäftsergebnisse oder Skandalen wurden beispielsweise während der Finanzkrise 2008/2009 sogar bis zu 64 % weniger Firmenchefs entlassen. Auf dem vorläufigen Höhepunkt der Corona-Pandemie, im April und Mai 2020, wurden in Europa rund ein Drittel weniger neue CEOs ernannt als im Vorjahr. Die geringste Anzahl an Führungswechseln wird jedoch erst im Jahr nach dem Tiefpunkt der Rezession erzielt. Die Zurückhaltung, mitten in einer Krise einen Führungswechsel vorzunehmen, ist nicht nur auf die Unentschlossenheit der Aufsichtsgremien zurückzuführen, sondern auch auf die Beharrlichkeit der CEOs. So wollen sie oft das Unternehmen, das sie mit aufgebaut haben, durch die Krise führen. Die Kontrollgremien hingegen sind sich laut Studie oft uneins über die künftige Unternehmensstrategie, die Anforderungen, die Vorstandsvorsitzende erfüllen müssen, oder mögliche Nachfolgeregelungen. Erst nach abnehmender Unsicherheit, in der Regel zwei Jahre nach dem Tiefpunkt der jeweiligen Wirtschaftsflaute, steigt die Anzahl der Führungswechsel wieder auf das Vorkrisenniveau an.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden rund 2.700 CEO-Wechsel analysiert, die zwischen 1996 und Juni 2020 im Rahmen von globalen Rezessionen stattfanden.

[Link zur Studie](#)

Resilienz-Check 2020

Microsoft Deutschland, BDA, GfK, 15 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Ermutigende Studie, die aufzeigt was Unternehmen wie Beschäftigten hilft die Rezession gut zu überstehen und die Zukunft aktiv mitzugestalten.

Untersuchte Fragestellung

Welche Faktoren machen Unternehmen resilient? Wie gut sind deutsche Firmen dabei aufgestellt?

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen haben Unternehmen in der Corona-Pandemie eine hohe organisatorische Anpassungsfähigkeit bewiesen. Zwei Drittel der Befragten sagen, dass sie sich während der Pandemie neue Arbeitsweisen angewöhnt haben, die Hälfte sagt, dass ihr Unternehmen insgesamt flexibler geworden sei. In den Belegschaften herrscht eine große Offenheit für neue Lösungen. 6 von 10 Beschäftigten setzen sich gerne mit neuen Technologien und Arbeitsweisen auseinander. Knapp die Hälfte der Beschäftigten gibt in der Umfrage an, dass ihr Unternehmen in Software investiert habe. Ebenso viele nennen Investitionen in Hardware und in Infrastruktur wie Cloud-Lösungen. Gut 40 % der Befragten sagen, dass ihr Unternehmen jetzt besser ausgestattet sei als vor der Krise. Auch bei „weichen“ Resilienz-Faktoren wie der Führungskultur können Firmen aller Branchen und Größen punkten: Klare Ziele gepaart mit Freiräumen, Flexibilität und Teamorientierung machen die deutsche Wirtschaft robust gegen Krisen. Jeweils 6 von 10 Beschäftigten sagen, dass ihre Führungskräfte sie eigene Entscheidungen treffen lassen – und ihnen Freiräume geben, um Neues auszuprobieren. Das Thema Qualifizierung wird zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor. 4 von 5 Beschäftigten betonen die Bedeutung von Weiterbildung für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ebenso viele wollen eine Firmenkultur, die lebenslanges Lernen und digitale Kompetenzen fordert und fördert.

Geltungsbereich

Onlinebefragung von 2.038 Arbeitnehmern und Führungskräften in Deutschland, die über einen Büro-Arbeitsplatz verfügen.

[Link zur Studie](#)

HR Pulse Check

Kienbaum Consultants International GmbH, 23 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie zieht eine Zwischenbilanz zu den Auswirkungen der Corona-Krise und liefert Handlungsempfehlungen für Unternehmensführung und Personalarbeit.

Untersuchte Fragestellung

Wie wirkt sich die Corona-Krise auf die Geschäftsentwicklung, Belegschaft und Personalarbeit der Unternehmen aus?

Inhalte/Trends

Die Erfahrungen aus der Krise haben sowohl Vor- als auch Nachteile für die Arbeitsabläufe aufgezeigt. Insbesondere die Umstellung auf das Homeoffice und mobiles Arbeiten birgt Chancen und Risiken. Gefragt nach positiven Erfahrungen, stimmten fast alle Personaler der Aussage zu, die Krise gebe Rückenwind für flexibles/digitales Arbeiten. 91 % sehen eine Stärkung des Zusammenhalts. 84 % sind der Ansicht, dass die Krise Schübe für Remote-Führung/-Zusammenarbeit bewirkt. Bei den negativen Erfahrungen steht für 82 % der Befragten deutlich im Vordergrund, dass Mitarbeiter ihr Team vermissen. Auch seien 58 % der Mitarbeiter nicht strukturell vorbereitet. Eine mangelnde IT-Infrastruktur stellten lediglich 13 % fest. Als Maßnahme zur Krisenbewältigung steht für die HR-Manager die intensive Mitarbeiterkommunikation im Vordergrund. Für 76 % spielt der Schutz der Belegschaft eine wichtige Rolle. Andere Aspekte wie beispielsweise die Liquiditätssicherung und die Kundenbindung rangieren weiter hinten. Als Handlungsfelder für die Zeit nach der Krise priorisierten knapp drei Viertel der Studienteilnehmer „New Ways of Working“. Jeder Zweite stimmte dem Handlungsfeld „agile Unternehmenstransformation“ zu. Fast vier von zehn Personalverantwortlichen gehen sogar von vollständigen Restrukturierungen des Unternehmens aus. Im Fokus der HR-Funktion stehen in der akuten Situation Mitarbeiter im Krisenstab mit 80 % Zustimmung, Gesundheitsschutz mit 50 % und die Umstellung der Lernprozesse auf digitale Formate mit 46 %. Aus einer Liste vorgegebener Fokusthemen der Personalarbeit in den kommenden Wochen und Monaten traf die Digitalisierung der HR-Operations-Prozesse mit 56 % auf die größte Zustimmung. Auf der Rangliste folgen die Flexibilisierung der Belegschaft, die konsequente und nutzerzentrierte Digitalisierung der HR-Kernprozesse, die Entwicklung einer nachhaltigen, unternehmensweit verankerten People-Strategie sowie Qualität, Krisenfestigkeit und Zukunftsfähigkeit des Managements und das Re-Design des Operating Models. Jedes sechste Unternehmen hat einen deutlichen Personalabbau im Rahmen der Restrukturierung im Blick.

Geltungsbereich

Branchenübergreifende Online-Befragung von 190 HR-Führungskräften.

[Link zur Studie](#)

Recruiting Trends 2020

Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS) der Universität Bamberg u. der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, Monster Worldwide Deutschland GmbH, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert einen umfassenden Blick auf alle Facetten des Online-Recruitings sowie jeweils thematisch passende Fallstudien erfolgreicher Unternehmen.

Fragestellung

Was sind die Recruiting Trends 2020?

Inhalte/Trends

Die Studie ist in die Themenspecials "Employer Branding", "Mobile Recruiting", "Active Sourcing und Social Recruiting", "Digitalisierung und Zukunft der Arbeit" sowie ein Blick auf die „Generation Z“ unterteilt. Zum Thema Employer Branding gibt die Mehrzahl der befragten Unternehmen an, die Anzahl ihrer Mitarbeiter im Jahr 2020 und bis 2030 deutlich steigern zu wollen und sie gehen auch weiterhin von einer hohen Zahl von Vakanzen aus. Der Einsatz von Mobile Recruiting für Unternehmen erhöht die Reichweite bei der Kandidatenansprache und somit auch die Chance, einen passenden Bewerber zu finden. Die positive Beurteilung von Social-Media-Anwendungen in der Rekrutierung aus Sicht der Unternehmen setzt sich fort: 6 von 10 Kandidaten finden es gut, wenn Unternehmen Social-Media-Anwendungen in der im Recruiting nutzen. Durch die Digitalisierung wird sich die zukünftige Arbeit immer stärker verändern. Nach Meinung der Recruiter wird sich in den nächsten 10 Jahren durch die Digitalisierung fast die Hälfte aller Jobprofile deutlich verändern. Die GenZ kommt mit riesigen Schritten auf den Arbeitsmarkt von morgen zu und für die Mehrheit der Unternehmen ist die Rekrutierung von Kandidaten der Generation Z wichtig. Um die „jungen Wilden“ anzusprechen bedarf es unterschiedlicher Recruiting- und Active-Sourcing-Kanäle

Geltungsbereich

Für die Studie wurden in Deutschland die Top-1000-Unternehmen und die Top-300-IT-Unternehmen sowie über 3500 Kandidaten befragt.

[Link zur Studie](#)

Weiterbildung 2025

Bitkom Akademie, HRpepper Management Consultants, 24 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, wie Weiterbildung zukünftig aussehen könnte. Ergänzend werden Erkenntnisse über die Rolle der Weiterbildung in Zeiten der Corona-Krise geliefert.

Fragestellung

Welche Formate und Inhalte werden die Weiterbildungslandschaft im Jahr 2025 prägen?
Welchen Einfluss hat die Corona-Krise auf das Thema Weiterbildung?

Inhalte/Trends

Knapp die Hälfte der Befragten gaben an, dass Weiterbildung zurzeit strategisch eingesetzt wird, um Mitarbeiter zum Umgang mit künftigen Veränderungen zu befähigen. Das Ergebnis zeigt jedoch auch, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen diese Chance in der aktuellen Situation nicht ausreichend nutzt. Die Aufschlüsselung der Antworten nach Hierarchieebenen ergibt ein differenziertes Bild. Während 80% der Teilnehmenden auf Ebene der Geschäftsführung davon überzeugt sind, dass Weiterbildung aktuell strategisch eingesetzt wird, teilen diese Ansicht nur 42 % der restlichen Belegschaft. 70 % der Befragten sehen heute eine hohe Verantwortung für die persönliche Weiterbildung bei den Mitarbeitern, nur 40% erkennen eine hohe Verantwortung von HR. Während 82 % der Mitglieder der Geschäftsführung eine hohe Verantwortung bei sich sieht, teilen nur 37% der restlichen Belegschaft dieses Bild. 75 % wünschen sich, dass Mitarbeiter in Zukunft ihre Weiterbildung komplett eigenverantwortlich organisieren. Die Teilnehmenden sind jedoch nur verhalten optimistisch, ob dieser Zustand in fünf Jahren schon Realität sein wird. Während der Coronavirus-Krise haben 31 % der Befragten mehr Arbeitszeit mit Weiterbildung verbracht, wobei vor allem kostenfreie Online-Seminare, Webkonferenzen und Workshops besucht wurden. Allerdings war knapp die Hälfte nur teilweise oder gar nicht zufrieden mit den Weiterbildungsangeboten der letzten Wochen. 52 % gehen davon aus, dass sich die Budgets für Weiterbildung in Zukunft vergrößern werden. Ein Großteil der Befragten glaubt, dass Lernformate aufgrund einer geringeren Aufmerksamkeitsspanne kürzer werden (61 %), der Kostendruck weiter steigt und Präsenzformate seltener werden (59 %). Gleichzeitig betrachtet die Mehrheit diesen Ausblick jedoch als nicht wünschenswert.

Geltungsbereich

Es wurden rund 400 Personen aus verschiedenen Hierarchiestufen, Unternehmen und Branchen befragt.

[Link zur Studie](#)

HR-Studie 2020: So steht es um die Digitalisierung der Personalarbeit

forcont business technology gmbh, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 40 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert einen Überblick zum Status quo der Digitalisierung im HR-Bereich inkl. praktischer Handlungsempfehlungen.

Fragestellung

Ist Personalarbeit 4.0 in deutschen Unternehmen angekommen?

Inhalte/Trends

Der Großteil der deutschen Unternehmen hat die digitale Transformation der Personalarbeit in Angriff genommen. Wie die Erhebung zeigt, haben bereits 58 % der Unternehmen Aufgaben und Prozesse digital automatisiert. Ein Viertel plant dies für die nahe Zukunft. Automatisiert sind vor allem Prozesse in der Personalverwaltung und Personalbeschaffung. Über die Hälfte der Unternehmen greift auch bei der Personalbeurteilung auf Automatisierung zurück. Gut ein Drittel wähnt sich bei der Umsetzung der digitalen Transformation auf einem guten Weg. Jedoch gibt die Hälfte der Befragten an, dass in ihren Unternehmen zwar ein Bewusstsein für die Digitalisierung von HR herrsche, es aber bei der Umsetzung noch erhebliches Verbesserungspotenzial gebe. Drei Viertel der Befragten gaben an durch die Automatisierung die Qualität der HR-Prozesse erhöhen zu wollen. Eine weitere Intention der HR-Verantwortlichen ist es, vorhandene Ressourcen besser zu nutzen: Zwei Drittel wollen Kosten senken. Fast genauso viele Befragte möchten dadurch, dass sie operative und administrative Tätigkeiten automatisieren, mehr Zeit für strategische Aufgaben gewinnen. Beinahe ein Fünftel der Unternehmen will vorerst keine Maßnahmen ergreifen. Bei rund drei Viertel der Unternehmen sind es HR-Verantwortliche oder -Führungskräfte, die den Einsatz von Daten für die Personalarbeit selbst vorantreiben. Eher selten geht die Initiative von der IT-Abteilung oder einem interdisziplinären Datenteam aus. Eine eigene Data-Science-Abteilung gibt es bisher nur bei 7 % der Befragten. Obwohl Data Analytics von HR-Abteilungen zunehmend eingesetzt werden, ist das Potenzial noch längst nicht ausgeschöpft. Beim Umgang mit Daten stehen die Befragten vor mehreren Hürden: 78 % nennen heterogene IT-Systeme und -Tools als den größten Faktor, der die Datenerhebung erschwert. Für 4 von 10 Befragten ist es ein Hindernis, dass sich Daten aus IT-Systemen nur schwer weiterverwenden lassen. Jeder siebte kann erst gar nicht auf die Daten relevanter IT-Anwendungen zugreifen. Fast zwei Drittel vermissen in ihrem Unternehmen passende Software-Lösungen, die bei der Datenanalyse helfen könnten. Die Hälfte der HR-Abteilungen haben zu wenig Zeit für Data Analytics-Projekte. Zudem fehlen wichtige Kompetenzen: Laut 41 % der Befragten reicht das Know-how in Statistik der HR-Verantwortlichen nicht aus, 30 % sehen eine Hürde in mangelnden IT-Kenntnissen.

Geltungsbereich

Onlinebefragung von 17 Mitarbeiter/innen sowie Führungskräften im Personalwesen, in der kaufmännischen Leitung und in der Geschäftsführung.

[Link zur Studie](#)

Purpose. Die große Unbekannte.

kienbaum, human unlimited, 54 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie hebt die Bedeutung eines klar formulierten, starken Purpose für Unternehmen hervor und zeigt auf wo Handlungsbedarf für HR besteht.

Fragestellung

Wie wirkt sich ein positiv wahrgenommener Purpose auf die Menschen im Unternehmen sowie auf die Gesamt-Performance aus? Wer ist für Entwicklung und Umsetzung des Purpose verantwortlich?

Inhalte/Trends

93 % der Befragten erachten es als wichtig, dass Unternehmen für sich eine "Daseinsberechtigung" definieren. 3/4 der befragten Führungskräfte berichten von einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit, nachdem im Unternehmen ein neuer Purpose eingeführt wurde. Rund 2/3 verweisen auf positive Veränderungen bei der Mitarbeiterbindung und Arbeitgeberattraktivität. Es wird verdeutlicht, dass ein klar formulierter Purpose mit erhöhter Unternehmensperformance, Kundenorientierung und Innovation einhergeht. 2/3 der Führungskräfte, bei denen ein Purpose konkret eingeführt wurde, berichten über positive Effekte auf die Gesamtperformance. Es fällt Unternehmen mit einem ausgeprägten Purpose leichter, Kunden zu gewinnen und Innovationen voranzutreiben. Im Kontrast dazu steht, dass 6 von 10 Befragten den Purpose ihrer Organisation nicht kennen. Der Purpose wird nicht klar genug definiert, in die unteren Hierarchieebenen hinein kommuniziert und von der Vision und Mission des Unternehmens abgegrenzt. Denn im Gegensatz zum Purpose, der allem zugrunde liegenden Existenzberechtigung eines Unternehmens, zielt die Vision auf die zukünftige Positionierung der Organisation (langfristiges Ziel) und die Mission auf ein kurzfristiges Zwischenziel bezüglich der Geschäftsaktivitäten ab. Die Frage, ob es in ihrem Unternehmen eine klare Trennung zwischen Purpose, Vision und Mission gibt, bejahten nur 34 %. Als weitere Ursache eines unzureichend kommunizierten Purpose führt die Studie an, dass dieser in den Unternehmen in 46 % der Fälle nicht gezielt entwickelt und eingeführt wurde. Die Realisierung des Purpose wird mehrheitlich als eher top-down denn als bottom-up beschrieben. Der CEO ist oft federführend für den Purpose verantwortlich. Gleichzeitig wünschen sich die Studienteilnehmer eine stärkere Beteiligung der Unternehmenskommunikation und vor allem der Personalabteilung. Bei der Frage, ob die Personalabteilung aktuell für die Umsetzung des Purpose verantwortlich ist, erreicht HR auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht) bis 6 (immer) einen Durchschnitt von 4,2. Bei der Frage, ob sich HR bei der Entwicklung und Einführung beteiligen soll, beträgt dieser Wert 4,8. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass HR als Business Partner zusammen mit der Unternehmenskommunikation die Mitarbeiter informieren und abholen muss, um den Purpose im Unternehmen nachhaltig zu verankern.

Geltungsbereich

Die Studie wurde als umfassende Online-Befragung unter mehr als 1.300 Fach- und Führungskräften in Deutschland erhoben.

[Link zur Studie](#)

Mobile Bewerbung. Generation Y & Z

FH Wien der WKW, hokify, 13 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Hinweise für Unternehmen, die die Bewerber von morgen erreichen wollen.

Fragestellung

Wie stehen junge Menschen zu mobiler Bewerbung über Smartphone oder Tablet?
Welche Wünsche haben sie an die Bewerbung der Zukunft?

Inhalte/Trends

Für 71 % der Befragten sind Social Media wichtig oder sogar unverzichtbar. 20 % der Befragten der Generation Z (1995 – 2005), können sich ein Leben ohne Social Media nicht vorstellen. Im Vergleich zu 12 % bei der Generation Y (1980 – 1995). Bei zukünftigen Bewerbungen möchten knapp 60 % der Befragten nicht mehr als 30 min. für die Erstellung von Bewerbungen investieren. Drei Viertel der Befragten können sich vorstellen, sich in Zukunft mobil zu bewerben. Dafür spricht vor allem die schnelle und unkomplizierte Handhabung. Als Voraussetzung wird eine gut ausgereifte Plattform genannt. Argumente dagegen sind, dass eine mobile Bewerbung weniger seriös wirkt, eine persönliche Note schwer hinzugefügt werden kann, die vermutete Fehleranfälligkeit, ungewohnte Handhabung und dass notwendige Dokumente am Handy bzw. Tablet nicht verfügbar sind. Die Hälfte der Befragten mit Bewerbungserfahrung hat in der Vergangenheit schon einmal eine Bewerbung abgebrochen – Frauen tendenziell häufiger als Männer. Als Begründung für den Abbruch nennen die Befragten die zu umfangreiche Dateneingabe, eine zu lange Dauer, Meinungsänderung im Bewerbungsprozess, technische Schwierigkeiten und fehlende Informationen für die Bewerbung. 28 % aller Befragten können sich vorstellen, in Zukunft eine Bewerbung über ein persönliches Video zu verschicken. Für die Befragten sprechen vor allem die Schnelligkeit und Ortsunabhängigkeit für eine mobile Bewerbung. Zudem gehen 48 % davon aus, auf diese Weise schneller zu erfahren, wo sie im Bewerbungsprozess stehen. 34 % der Befragten verbinden eine mobile Bewerbung mit einer modernen Orientierung des potenziellen Arbeitgebers. Umgekehrt meinen 17 % der Befragten zukünftigen Arbeitgebern durch mobile Bewerbungen ihre Technik-Kompetenz vermitteln zu können. Die geringeren Kosten im Vergleich zu postalischen Versendungen sind nur für 14 % ein wichtiges Argument. Die wichtigsten drei Gründe, die gegen eine mobile Bewerbung sprechen, sind fehlende Informationen auf dem Endgerät, die eingeschränkten Möglichkeiten zur individuellen Gestaltbarkeit und die wahrgenommene Fehleranfälligkeit bei der Eingabe auf dem Handy oder Tablet. Gut zwei Drittel erhoffen sich Benachrichtigungen zur Bewerbung via Push-Notification und eine Chat-Funktion, um Fragen zum Job stellen zu können. Befragte, die in Social Media besonders aktiv sind, wünschen sich ihren Lebenslauf direkt via Social Media-Account versenden zu können. Zu all dem wünschen sich die Befragten auch Transparenz, schnelle Prozesse, ein rasches Feedback, einfache Plattformen sowie persönliche Ansprechpartner.

Geltungsbereich

Onlinebefragung von 510 Teilnehmern aus den Generationen X (6 %), Y und Z (zu jeweils 47 %).

[Link zur Studie](#)

Deutscher Sonderweg: Frauenanteil in DAX-Vorständen sinkt in der Krise

AllBright Stiftung gGmbH, 16 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Aktuelle Daten zur Entwicklung des Frauenanteils in DAX-Vorständen - inkl. internationalem Vergleich.

Fragestellung

Der Bericht untersucht den Entwicklungsstand des Frauenanteils im Top Management in Deutschland und zieht einen internationalen Vergleich.

Inhalte/Trends

Viel häufiger als in den Vorjahren haben sich die deutschen Konzerne im vergangenen Jahr von Frauen in den Vorständen verabschiedet. Der Frauenanteil bei den 30 DAX-Unternehmen ist nicht wie in den Vorjahren weiter angestiegen, sondern in einer Rückwärtsbewegung auf den Stand von 2017 gefallen. Er liegt aktuell bei nur 12,8 %, die Zahl der DAX-Unternehmen ohne Frau im Vorstand ist seit September 2019 von 6 auf 11 hochgeschneit. Ganz anders im Ausland: In den USA, Großbritannien, Schweden, Frankreich und Polen werden in der Krise kontinuierlich vielfältigere Führungsteams aufgebaut, die komplexen Herausforderungen besser gewachsen sind. In diesen Ländern gelingt es viel besser, weibliche Talente zu befördern: In den USA (28,6 %), Schweden (24,9 %) und Großbritannien (24,5 %) ist der Frauenanteil im Top-Management teils mehr als doppelt so hoch wie bei den DAX-Unternehmen, die im internationalen Vergleich den letzten Platz belegen und immer weiter zurückfallen. Deutschland ist das einzige Land im Vergleich, in dem kein einziger der 30 größten Konzerne einen Frauenanteil im Vorstand von 30 % erreicht und es ist das einzige Land, in dem keines dieser Unternehmen von einer Frau geführt wird. Haben 97 % der amerikanischen und 87 % der französischen Großunternehmen mehrere Frauen im Vorstand, ist das in Deutschland nur noch bei 4 DAX Unternehmen der Fall: Allianz, Daimler, Deutsche Telekom und Fresenius Medical Care. Viele der gegangenen Vorständinnen waren Pionierinnen im Top-Management, die häufig aus dem Ausland rekrutiert waren. Diese erste Generation wird nun nach und nach ersetzt, dabei kamen 90 % der im vergangenen Jahr neu hinzugekommenen Vorständinnen aus Deutschland.

Geltungsbereich

Dieser Bericht informiert über die Vorstände (bzw. die den Vorständen analogen Führungsgremien) und Aufsichtsräte der zum 1. September 2020 im DAX30, MDAX und SDAX notierten Unternehmen.

[Link zur Studie](#)

The Workforce View in Europe 2020 (Teil 1 und 2)

ADP, 30 Seiten und 22 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die globale zweigeteilte Studie liefert einen soliden Überblick über die Stimmung der Arbeitnehmer direkt vor und nach dem Ausbruch von Covid-19.

Fragestellung

Wie ist die Einstellung der Arbeitnehmer zur heutigen Arbeitswelt und welche Erwartungen und Hoffnungen haben sie für den Arbeitsplatz der Zukunft vor und nach dem Ausbruch von Covid-19.

Inhalte/Trends

Teil 1: Vor COVID-19 gaben mehr als neun von zehn Umfrageteilnehmern an, dass sie hinsichtlich der nächsten fünf Jahre sehr oder ziemlich optimistisch sind. Die Mehrheit der Arbeitnehmer ist zuversichtlich, dass sie die nötigen Fähigkeiten für eine erfolgreiche Karriere haben. 62 % der Befragten sagen, dass sie sich heute mindestens einmal pro Woche gestresst fühlen. Drei Viertel der Umfrageteilnehmer machen jede Woche unbezahlte Überstunden. Trotz der Maßnahmen zur Bekämpfung von Diskriminierung am Arbeitsplatz gibt mehr als einer von drei globalen Arbeitnehmern an, dass er sich an seiner Arbeitsstelle diskriminiert gefühlt hat. Nur ein Viertel der Umfrageteilnehmer berichten, dass ihr Unternehmen nun eine offizielle oder schriftliche Richtlinie für flexibles Arbeiten hat. Mitarbeiterpräferenzen bezüglich der Entgeltabrechnung werden nicht beachtet. Jeder sechste Arbeitnehmer berichtet, dass er manchmal zu spät bezahlt wird. Teil 2: Nach dem Ausbruch von Covid-19 ist ein Großteil der Umfrageteilnehmer in Bezug auf die nächsten fünf Jahre am Arbeitsplatz immer noch optimistisch und 75 % blicken mit großer Zuversicht auf das nächste Jahr. Am größten war der Optimismus bei jungen Arbeitnehmern. Mehr als jeder fünfte Arbeitnehmer geht davon aus, dass es seine Stelle in fünf Jahren nicht mehr geben wird. Trotzdem sind 65% der Befragten optimistisch hinsichtlich der Flexibilität der Chancen, die sie in Zukunft haben werden. Der Gesamtanteil der Arbeitnehmer, die laut eigenen Angaben schon einmal von ihrem Arbeitgeber diskriminiert worden sind, liegt unverändert bei einem Drittel. Angesichts des Anstiegs der Telearbeit haben nun 44 % der Arbeitgeber offizielle Richtlinien für flexibles Arbeiten. Mehr als die Hälfte geben allerdings an, dass sie sich während der Pandemie unter Druck gesetzt gefühlt haben, zur Arbeit zu kommen. Die Arbeitnehmer sind sich bewusst, dass kurzfristig möglicherweise schwierige Gehaltsentscheidungen getroffen werden müssen.

Geltungsbereich

Es wurden 32.442 Arbeitnehmer aus aller Welt befragt.

[Link zur Studie](#)

Germany's Capacities to Work from Home

Stiftung Familienunternehmen, Ifo Institut, 2020, Deutsch

Bewertung

Repräsentative Studie zur Entwicklung der Produktivität im pandemiebedingten Homeoffice – mit Unterscheidung nach Größenklassen der Unternehmen.

Fragestellung

Die Studie untersucht das Homeoffice-Potenzial für Deutschland sowie die Effekte von Homeoffice auf Wirtschaft und öffentliche Gesundheit während der Krise.

Inhalte/Trends

Die Arbeitnehmerproduktivität im Homeoffice ist entgegen einer weit verbreiteten Annahme nicht gestiegen. 27 % der Unternehmen verzeichneten eine geringere Arbeitnehmerproduktivität durch das Homeoffice. Nur 5,7 % bemerkten eine Steigerung. 30,4 % der Unternehmen sehen eine gleichbleibende Produktivität. Vor allem kleinere Unternehmen sehen die Arbeit im Homeoffice skeptisch. Nur 2,9 % der Unternehmen mit bis zu neun Mitarbeitern berichteten von steigender Produktivität. Bei den Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern waren es 8 %. Bei Unternehmen aller Größenklassen überwiegt deutlich die Zahl der Unternehmen, die eine gesunkene Produktivität verzeichneten.

Geltungsbereich

Es wurden 1.097 Unternehmen aller Größenklassen und Branchen befragt.

[Link zur Pressemeldung](#)

Human Capital Trends 2020

Deloitte, 26 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert einen Blick auf die wichtigsten Trends und appelliert in einem „Brief an die HR“ daran, die HR-Rolle neu zu reflektieren.

Fragestellung

Die Studie untersucht, wie Unternehmen in digitalisierten Zeiten Menschen und Technologie in sozialen Organisationen verbinden.

Inhalte/Trends

Die Studie identifiziert drei wesentliche Attribute, die die Soziale Organisation bei der Arbeit charakterisieren: 1) Purpose: Um das Zugehörigkeitsgefühl zu stärken, haben sich viele Unternehmen darum bemüht, jeden Einzelnen in einem integrativen Arbeitsumfeld respektvoll und fair zu behandeln. Das ist weiterhin von entscheidender Bedeutung. Führende Organisation verknüpfen dies noch deutlicher mit der Unternehmensleistung. Das Wohlbefinden der Arbeitnehmer hat heute einen hohen Stellenwert, weil sich die Überzeugung immer weiter durchsetzt, dass damit die Leistungsfähigkeit der Organisation gesteigert wird. Organisationen richten ihre Talentstrategien heute stark auf die unterschiedlichen Generationen ihrer Mitarbeiter aus und differenzieren nach Altersstrukturen. Vorausdenkende Unternehmen schauen auf Einstellungen und Werte, um ihre Human Resources besser einschätzen zu können. 2) Potenzial: Führende Organisationen entwickeln aktiv Strategien, um künstliche Intelligenz in Arbeitsgruppen zu integrieren, und erzielen dadurch bessere Geschäftsergebnisse in der Transformation. Diese „Superteams“ ermöglichen beides: Organisationen erfinden sich neu, um zusätzlichen Wert zu schaffen und Sinn zu stiften, und Arbeitnehmer erhalten die Möglichkeit, ihre Karrieren neu zu gestalten. 3) Perspektive: Viele Organisationen in einem endlosen Zyklus von Systemüberprüfungen, Strukturreformen und Modell-Rollouts fest. Um grundlegende Entscheidungen treffen zu können, benötigen Organisationen einen neuen Ansatz, der die Vergütung nicht nur in Daten und Benchmarks verankert, sondern die Mitarbeiterbedürfnisse wieder in den Mittelpunkt der Gestaltungsprinzipien stellt. Heute braucht es neue Kennzahlen, die Erkenntnisse zu allen Entwicklungslinien des Human Capital ermöglichen. Führungskräfte kämpfen mit einer stetig wachsenden Anzahl an ethischen Herausforderungen, die an der Schnittstelle zwischen Menschen und Technologie besonders ausgeprägt sind. Diesen müssen Unternehmen mit bewussten und weitsichtigen Antworten begegnen.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden weltweit knapp 10.000 Business- und HR-Führungskräfte befragt. 800 davon stammen aus Deutschland.

[Link zur Studie](#)

Gehaltstransparenz 2020

Kienbaum, 10 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Einblicke in die Erfahrungen mit dem Thema Gehaltstransparenz und weist auf potenzielle Spannungsfelder hin. Inkl. Handlungsempfehlungen für Unternehmen.

Fragestellung

Es wurde nach den Erfahrungen und dem Umgang mit dem Thema Gehaltstransparenz gefragt.

Inhalte/Trends

Die befragten Unternehmen zeichnen sich durch ein hohes Maß an Vergütungstransparenz aus. In über 50 % der teilnehmenden Unternehmen haben die Führungskräfte und auch die Mitarbeiter Kenntnis über alle Gehaltsbänder oder ihnen ist mindestens die Bewertung ihrer eigenen Position bekannt. Die Ergebnisse legen nahe, dass die Unternehmen überwiegend positive Erfahrungen im praktizierten Umgang mit Vergütungstransparenz gemacht haben. In den meisten Fällen berichten die Unternehmen von einem besseren Betriebsklima und verweisen darauf, dass Führungskräfte weniger Schwierigkeiten in der Diskussion mit den Mitarbeitern haben. Fast 60 % der Arbeitnehmer gaben an, dass sie untereinander ohnehin über das Thema Vergütung sprechen; gerade die jüngeren Arbeitnehmer haben keine Scheu, sich mit ihren Kollegen über ihre Gehälter auszutauschen. Dazu passt der Ausblick in die Zukunft, denn auch knapp 60 % der jungen Arbeitnehmer fordern, dass Gehälter künftig transparenter gemacht werden. Die Studie zeigt, dass die Erfahrungen von Unternehmen mit diesem Thema unter dem Strich eher positiv sind. Voraussetzung ist jedoch, dass das Unternehmen das Thema Vergütung wirklich sauber aufgestellt hat. Hierfür bedarf es einer validen Vergütungspolitik, welche plausible Vergütungssystematiken und Gehaltsbänder beinhaltet.

Geltungsbereich

Es wurden 140 Unternehmen sowie 1500 Arbeitnehmer befragt.

[Link zur Studie](#)

Sind wir jetzt digital?

StepStone und Bundesverband der Personalmanager, 36 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert einen umfassenden Überblick über den Stand der Digitalisierung des Recruitings. Die Ergebnisse werden von ausgewiesenen HR-Experten eingeordnet.

Fragestellung

Wie sehen Bewerber die zunehmende Digitalisierung von Bewerbungsprozessen? Wie verändert sich Recruiting im Zuge und in Folge der Corona-Krise?

Inhalte/Trends

Die Ergebnisse zeigen, dass die Menschen für digitale Lösungen im Bewerbungsprozess bereit und offen sind – solange diese zu dessen Effizienz beitragen und den menschlichen Recruiter unterstützen, aber nicht ersetzen. Die Befragten möchten, dass der Mensch die letzte Entscheidung trifft. Sie zeigen auch, dass über die Bedeutung digitaler Tools weitgehend Einigkeit herrscht, deren tatsächliche Nutzung aber noch Luft nach oben hat. 80 % der Studienteilnehmer bewerten die eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse, digitale Instrumente im Bewerbungsprozess zu nutzen, mit den Schulnoten sehr gut oder gut. Als besonders einfach empfinden die Befragten die Bewerbung per One-Klick (93 %), wobei Bewerber ihre vorab hochgeladenen Unterlagen mit nur wenigen Klicks und häufig auch einfach per Smartphone versenden. Auch mit Videointerviews (88 %) oder dem Hochladen von Lebensläufen in Datenbanken (83 %) hat die Mehrheit bereits gute Erfahrungen gemacht. Geht es darum, den potenziellen neuen Arbeitgeber näher kennenzulernen, soll es unbedingt persönlich zugehen. 63 % unterstreichen, dass sie ab dem ersten Kennenlerngespräch mit Menschen agieren und von Menschen bewertet werden möchten. Nur 7 % können sich vorstellen, durch digitale Tools beurteilt zu werden. Eine Analyse von Stimme und Mimik während eines Job-Interviews lehnen Bewerber mehrheitlich ab. Die Corona-Krise beschleunigt die Veränderungen zusätzlich und zeigt Bedarfe auf. 75 % der Recruiter meinen, dass digitale Kompetenzen nach dem Lockdown und bedingt durch die Corona-Krise noch relevanter werden. 65 % wollen sich aufgrund ihrer aktuellen Erfahrungen zum Einsatz digitaler Instrumente beruflich weiterbilden und 52 % haben in der Corona-Krise gemerkt, dass ihnen Know-how und Erfahrung im Umgang mit digitalen Recruiting-Instrumenten fehlen.

Geltungsbereich

Es wurden insgesamt rund 2.600 Personalmanager und etwa 10.200 Kandidaten befragt.

[Link zur Studie](#)

Besorgt, verunsichert, gestresst – haben Mitarbeiter einen kritischen Punkt erreicht?

Oracle und Workplace Intelligence, 11 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Hinweise, dass Mitarbeiter bereit sind, KI als wichtiges Tool zu akzeptieren und zeigt auf wie KI eingesetzt werden könnte.

Fragestellung

Wie kann Technologie Menschen mit ihrer mentalen Gesundheit im Job helfen?

Inhalte/Trends

COVID-19 hat 2020 zum stressigsten Arbeitsjahr überhaupt gemacht. 78 % der Befragten geben an, dass die Pandemie ihr psychisches Wohlergehen beeinträchtigt hat. 85 % gaben an, dass ihre durch die Arbeit verursachten psychischen Probleme ihr Privatleben beeinflusst. Viele Arbeitnehmer wenden sich bei persönlichen Anliegen lieber an einen digitalen Assistenten als an ihren Vorgesetzten. Laut der Studie wollen 56 % der Deutschen lieber mit einem digitalen Assistenten als mit ihrem Chef über Stress und Angst im Job reden. Die Deutschen stehen dem Einsatz von KI am Arbeitsplatz offen gegenüber. 81 % gaben an, sich Unterstützung durch KI zu wünschen. 75 % der Befragten geben an, dass KI ihre psychische Gesundheit bei der Arbeit verbessert hat, indem sie relevante Informationen bereitstellte (31 %), Aufgaben automatisierte (27 %) und Stress reduzierte (27 %). Über die Hälfte der Befragten sind der Meinung, dass ihre Unternehmen infolge der COVID-19-Pandemie ihre Leistungen angepasst haben, um psychische Dienstleistungen oder Unterstützung anzubieten. Dennoch finden 76 %, dass ihr Unternehmen mehr tun sollte.

Geltungsbereich

Umfrage unter mehr als 12.000 Mitarbeitenden, Vorgesetzten, HR-Experten und Vorstandsmitgliedern in 11 Ländern.

[Link zur Studie](#)

Das perfekte Büro: Was Mitarbeiter wollen

Savills, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie spiegelt die Bedürfnisse der Bürobeschäftigten und liefert Hinweise um das Büro von Morgen bedarfsgerecht zu konzipieren.

Fragestellung

Die Studienteilnehmer wurden befragt was ihnen an ihrer Büroumgebung wichtig ist und wie zufrieden sie mit dieser sind.

Inhalte/Trends

Ganz vorne rangieren die einfachsten Grundlagen wie Sauberkeit, angenehme Lichtverhältnisse, ein niedriger Geräuschpegel sowie die Luftqualität und Temperatur. Es folgen ein kurzer Arbeitsweg, ein komfortabler Arbeitsbereich und ein verlässliches WLAN. Diese Kriterien nannten zwischen 80 % und 88 % der Befragten. Am unteren Ende der Rangskala rangiert ein Elternzimmer oder ein Wickelraum, die von knapp 19 % der Befragten genannt werden. Grundsätzlich sind die Teilnehmer mit ihrer Büroumgebung mehrheitlich zufrieden. Mit den vorher als am wenigsten wichtig eingestuften Aspekten sind die Studienteilnehmer jedoch eher unzufrieden, so etwa mit dem Elternzimmer oder Wickelraum (38 %), Duschen oder Umkleiden (37 %), Dachterrasse (41 %) und Fahrradraum (32 %). Relativ unzufrieden sind die Befragten hinsichtlich der Kantine (33 %) und Aufenthaltsräumen (31 %). Was das Arbeiten an verschiedenen Orten betrifft, waren jeweils 35 % zufrieden oder unzufrieden. Aber auch bei einigen zuvor als wichtiger eingestuften Kriterien gibt es Unzufriedenheit, etwas bezüglich der Ruhe am Arbeitsplatz, die über 20 % bemängelten. Wenn die Befragten in ihrem Traumbüro arbeiten könnten, würden drei Viertel einen längeren Weg zur Arbeit in Kauf nehmen, obwohl viele sich doch einen kürzeren Arbeitsweg wünschen. Für die Zufriedenheit am Arbeitsplatz spielt es zusätzlich eine wichtige Rolle, ob das Unternehmen die Bedürfnisse der Mitarbeiter berücksichtigt oder sich für deren Zufriedenheit interessiert. Knapp ein Drittel der Büroangestellten wurde von ihrem Arbeitgeber schon einmal zur Arbeitsumgebung befragt. Von ihnen gaben 78 % an, mit ihrem derzeitigen Arbeitsplatzumfeld im Allgemeinen zufrieden zu sein.

Geltungsbereich

Es wurden 1269 Büroangestellte in Deutschland befragt.

[Link zur Studie](#)

Workforce Transformation

Von Rundstedt, index research und Personalmagazin, 31 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie verdeutlicht, dass die bisherigen Strategien und Maßnahmen nicht ausreichen werden, um die notwendige Transformation der Workforce zu gestalten.

Fragestellung

Die Studienteilnehmer wurden befragt wie sie die Veränderungen von Anforderungsprofilen wahrnehmen und wie sie die weitere Entwicklung einschätzen.

Inhalte/Trends

Treiber der Veränderungen sind vor allem die Digitalisierung (57 %), eine wachsende Komplexität der Aufgaben (37 %) sowie sich verändernde Kundenwünsche (15 %). Bereits in den vergangenen drei Jahren haben sich bei jedem dritten Unternehmen bis zu 25 % der Anforderungsprofile verändert. Bei einem weiteren Viertel waren es 26 bis 40 % der Profile. Rund 15 % der Unternehmen standen vor der Herausforderung, dass sich mehr als 40 % der Profile verändert haben. Nach Einschätzung der Unternehmen wird sich dieser Trend in ähnlichem Maße in den nächsten drei Jahren fortsetzen. Entsprechend messen rund 70 % der HR-Verantwortlichen der Transformation der Belegschaft eine hohe oder sehr hohe Priorität bei. Insbesondere in den Bereichen IT, Führung & Management sowie HR & Personalwesen, erwarten die Studienteilnehmer in den nächsten zwei bis drei Jahren starke bis sehr starke Veränderungen der Anforderungsprofile. Um den Wandel erfolgreich zu gestalten, müssten, so die Experten, in den Unternehmen vier Hebel in Gang gesetzt werden: 1. Chance der Veränderungen: Um die Veränderungsbereitschaft der Beschäftigten zu steigern, müssten die Chancen, die mit solch einem Wandel einhergehen, in den Mittelpunkt gerückt werden. 2. Optimaler Einsatz von Kompetenzen: Unternehmen müssten in strategisches Kompetenzmanagement investieren und Tools einsetzen, die Personaldaten besser analysieren und einen permanenten Abgleich von vorhandenen und benötigten Kompetenzen ermöglichen. 3. Individuellere Qualifizierung: Die Beschäftigten müssten durch innovative Qualifizierungskonzepte, insbesondere in den zwei Top-Entwicklungsfeldern IT-Anwenderkenntnisse und agiles Arbeiten, fit gemacht werden. 4. Perspektiven schaffen: Über eine erfolgreiche Transformation entscheidet auch maßgeblich der Umgang des Unternehmens mit den Beschäftigten, deren Qualifikationen nicht mehr benötigt werden. Maßnahmen, wie Transfergesellschaften oder Qualifizierungsbetriebe können diesen Beschäftigten eine berufliche Perspektive bieten. Das trägt zu einer positiven Einstellung in Sachen Veränderungsbereitschaft bei.

Geltungsbereich

Online-Befragung von 540 Personalverantwortlichen. Zusätzlich wurden Experteninterviews geführt.

[Link zur Studie](#)

Jobs der Zukunft

Deloitte, 31 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie identifiziert Berufe, die schwer zu automatisieren sind und auch in der Zukunft verstärkt nachgefragt werden.

Fragestellung

Die Studie untersucht, wie Nachfrageveränderungen und neue Technologien die Arbeitswelt bis 2035 verändern werden.

Inhalte/Trends

Automatisierungstechnologien werden künftig im Schnitt etwa ein Drittel (35 %) der jetzt noch von Menschen erbrachten Arbeitszeit oder der entsprechenden Tätigkeiten ersetzen. 65 % der Arbeitszeit können, laut Studienergebnissen, auch künftig nicht durch Technologien ersetzt werden. Am wichtigsten werden danach Robotics-Technologien und Data Analytics sein. Robotics-Technologien werden rund die Hälfte der entfallenden Arbeiten übernehmen und durch Data Analytics lassen sich laut der Prognose 8 % der automatisierbaren Aufgaben erledigen. Insgesamt können 1,1 Millionen Jobs verloren gehen, da sie leicht ersetzbar seien und weniger nachgefragt würden. Gleichzeitig geht die Studie optimistisch davon aus, dass 2,1 Millionen neue Arbeitsplätze entstehen in Bereichen, in denen der Mensch unersetzlich sei und die überdurchschnittlich nachgefragt würden. Die Jobs der Zukunft lokalisiert die Studie in den Bereichen Gesundheitswesen, Lehre und Management. Was das Zukunftspotenzial betrifft, so liegt das Berufsfeld Gesundheit durch hohe Nachfrage und geringe Ersetzbarkeit der Tätigkeiten ganz vorne. Die Prognose geht davon aus, dass dort rund 759 000 zusätzliche Jobs entstehen; das entspricht einem Zuwachs von 26 %. In Ausbildung und Lehre rechnet man mit über einer halben Million neuer Arbeitsplätze, das wären 20 % mehr als heute. Und im Bereich Unternehmensführung/-organisation, Recht und Verwaltung werden 427 000 zusätzliche Stellen erwartet.

Geltungsbereich

Die Analyse wurde für Deutschland durchgeführt.

[Link zur Studie](#)

Wissensarbeit im digitalen Wandel

Hays, 32 Seiten, 2020, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, dass es deutlichen Veränderungen in den Unternehmenskulturen bedarf um die Potenziale der Wissensarbeiter auszuschöpfen – inkl. Expertentipps.

Fragestellung

Wie hat sich das Arbeitsumfeld der Wissensarbeiter in den letzten Jahren verändert?
Welche Erwartungen haben die Wissensarbeiter an die Gestaltung ihrer künftigen Tätigkeit?

Inhalte/Trends

In den letzten drei Jahren hat knapp ein Drittel der Unternehmen neue Technologien für die virtuelle Zusammenarbeit ihrer Mitarbeiter und für flexible Arbeitsformen implementiert. Für Wissensarbeiter hat sich ihr Arbeitsalltag auf diesen beiden Feldern spürbar verbessert. 41 % der angestellten Wissensarbeiter nehmen einen Ausbau der Eigenverantwortung wahr, während 30 % eine Stärkung der Hierarchien feststellen. Eine Vertrauenskultur halten 38 % für etabliert, dagegen sprechen 30 % von perfektionierten Anreiz- und Kontrollsystemen. Und dass die Selbstorganisation ausgebaut wird, konstatieren 34 %. Umgekehrt sehen jedoch 38 % eine Entwicklung hin zu strafferen Prozessen, Regeln und Hingaben. Eine Ursache für dieses empirische Bild ist, dass viele Unternehmen sich beim digitalen Wandel vor allem auf Technik fokussieren. So sagen 34 % der Wissensarbeiter, ihr Arbeitsalltag habe sich durch neue Technologien stark verändert. Dies gilt jedoch in weit geringerem Umfang für die weichen Themen Führung und Kultur. Hier sagen nur 16 % das es auf diesen Feldern starke Veränderungen gegeben hätte. Dass die Digitalisierung ihre Wissensarbeit überflüssig macht, befürchtet die breite Mehrheit der Befragten (72 %) allerdings nicht. Gleichwohl halten es 53 % für wahrscheinlich oder möglich, künftig in ihrer Wissensarbeit mit Maschinen und digitalen Lösungen zu interagieren. Für ihre Tätigkeit sei künftig ein breiteres Überblickswissen gefragt (61 %). Dagegen gehen nur 34 % der befragten Wissensarbeiter davon aus, dass durch die Digitalisierung der Grad ihrer Spezialisierung zunehme.

Geltungsbereich

Online-Befragung von 1.000 hochqualifizierten Fachkräften in Deutschland. Zusätzlich wurden Expertengespräche geführt.

[Link zur Studie](#)

Über HRblue

Die HRblue AG wurde im Jahr 2000 gegründet und steht für Kompetenz im HR Management. Seit [20 Jahren](#) sind wir erfolgreich als Personalberatung für HR auf die Besetzung von HR Führungs- und Expertenpositionen 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.

[Weitere Informationen](#)

Professional Search

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

[Weitere Informationen](#)

HR Interim Management

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

[Weitere Informationen](#)

Kontakt

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

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

<https://www.hrblue.com>