

HRblue Spotlight HR-Studien

Zeitraum Januar bis Dezember 2023

**Einblicke, Analysen und Zukunftsausblicke
aus dem Bereich Human Resources**

- Über 30 HR-Studien kompakt zusammengefasst -

HR*blue*

HRblue AG
Am Hochacker 2
85630 Grasbrunn

hrblue.com

Was ist das HRblue „Spotlight HR-Studien“?

Willkommen beim Spotlight HR-Studien, dem exklusiven News-Service von HRblue, Ihrer etablierten Personalberatung für den Bereich Human Resources.

Seit unserer Gründung im Jahr 2000 haben wir uns erfolgreich auf die Besetzung von HR Führungs- und Fachpositionen spezialisiert, sowohl in Festanstellung als auch interimistisch. Unsere Klienten und Mandate erstrecken sich über große und mittelständische Unternehmen aller Branchen mit nationalen und internationalen Standorten.

Aktuelles Wissen um die Entwicklung von HR Trends, Strategien, Organisationen und Rollen ist für uns ein wichtiger Baustein in der Beratung von Unternehmen und Kandidatinnen und Kandidaten.

Unsere HRblue Trendbook-Redaktion durchforstet und analysiert ganzjährig eine Vielzahl von relevanten HR-Studien und fasst Erkenntnisse daraus kompakt und übersichtlich zusammen.

Diesen Service teilen wir gerne mit Ihnen!

Das [Spotlight HR-Studien](#) ist mehr als nur ein Nachrichtendienst – es ist Ihr Schlüssel zu einem ganzjährigen Überblick über neue Studienergebnisse im Bereich Human Resources.

Melden Sie sich noch heute für diesen News-Service an und erhalten Sie regelmäßig aktuelle Informationen zu HR-Studien per E-Mail.

[News-Service für HR-Studien - abonnieren](#)

Inhalt

Was ist das HRblue „Spotlight HR-Studien“?	2
Beste Arbeitgeber 2023	4
Vom Chatbot-Hype zur Desillusionierung	5
Decoding Global Talent – The Future of Recruitment	5
XING Learning- und Skills-Studie	7
Bewerbermarkt 2023	8
HR-Report 2023 - Mitarbeiterbindung	9
StepStone Gehaltsreport 2023	10
kununu Gehaltscheck 2023 - Das verdient Deutschland	11
Gallup Engagement Index Deutschland 2022	12
Bearing Point Resilienz-Report: Can you perform under pressure?	13
Karriere 50 plus	14
Gender Hierarchy Gap	15
Konstanzer Home-Office Studie	16
Gehaltsreport 2023 HR-Fach- und Führungskräfte	17
The State of Organizations 2023	17
Branchenstudie Facts & Figures zum Personalberatungsmarkt 2023	19
Demystifying Inclusion — Rewards and realities of fostering an inclusive culture	20
Benefits Trends Survey 2023 - Deutschland	21
Candidate Experience 2023/1: Jobsuche, Bewerbungsprozess, Eigenmedien	22
The Engagement Advantage	23
Schulterschluss von HR & Geschäftsführung: Wie Unternehmen zukunftssicher werden	24
Jobstudie 2023: Wechselbereitschaft auf Rekordniveau	25
Best Workplaces in Europe 2023	26
Karrierebarometer 2023/24	27
Jobmonitor - Das große Berufe-Ranking	28
State of Hybrid Work 2023	29
Erwartungen der Gen Z an Ausbildungsbetriebe	30
Arbeitszufriedenheit 2023	31
CxO Priorities 2023 – Welche Themen das Topmanagement am stärksten umtreibt	32
Blue-Collar-Studie	33
Kununu Zufriedenheitsatlas 2023	34
Creating People Advantage 2023	35
Candidate Experience 2023/2: Emotionen, Jobinterview, Onboarding	36
CEO Outlook 2023/24: Wachstum in Zeiten der Polykrise	37
Wechselwilligkeitsstudie 2023	38
Über HRblue	39

Beste Arbeitgeber 2023

Glassdoor, 2023, Deutsch

Bewertung

Das jährliche Arbeitgeber:innen Ranking liefert einen Überblick über die beliebtesten Arbeitgeber*innen aus Sicht der Mitarbeitenden

Untersuchte Fragestellung

Es wurden Arbeitsplatzfaktoren wie Vielfalt, Inklusion, Vergütungen, Zusatzleistungen, Kultur und Werte sowie Work-Life-Balance beurteilt.

Inhalte/Trends

Die 25 besten Arbeitgeber für 2023 haben gemeinsam, dass sie allesamt zu den Vorreitern in ihrer Branche oder in Bezug auf Innovationen gehören. Es sind Unternehmen aus den Branchen Technologie, Gesundheitswesen, Biotechnologie, Pharmazie, aber auch produzierende Unternehmen und zwei Unternehmen aus dem Bereich Luftfahrt vertreten.

McKinsey & Company ist laut dem Ranking der beste Arbeitgeber Deutschlands. Auf dem zweiten Platz befindet sich der Vorjahressieger Salesforce, dicht gefolgt von Siemens Healthineers. Sowohl die Kriterien: Gehalt, Vorgesetztenverhalten als auch Teamwork sind hier mit überdurchschnittlich gut bewertet.

Auf den darauffolgenden Plätzen liegen: SAP, Porsche, das Forschungszentrum Jülich, Bosch, Roche, DLR und Infineon Technologies. Der Vorjahreszweite: Google ist im diesjährigen Ranking nicht vertreten.

Auf der Gewinnerliste befinden sich viele Newcomer. Acht Unternehmen der Top 25 zählten seit Einführung des Preises noch nie zu den Gewinnern der besten Arbeitgeber Deutschlands – dazu gehört unter anderem das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), das es auch in die Top 10 geschafft hat. Auch Technologieriese Apple ist zum ersten Mal Teil des Rankings und belegt Platz 23. Bei mehr als der Hälfte (56 %) der besten 25 Arbeitgeber des Jahres handelt es sich um Firmen mit einem Hauptsitz in Deutschland.

Auflistung der Top 25 in Deutschland - 2023: 1. McKinsey & Company, 2. Salesforce, 3. Siemens Healthineers, 4. SAP, 5. Porsche, 6. Forschungszentrum Jülich, 7. Bosch, 8. Roche, 9. DLR, 10. Infineon Technologies, 11. Capgemini Invent, 12. BMW Group, 13. Airbus, 14. Audi, 15. BSH Hausgeräte, 16. Mercedes-Benz Group, 17. Bayer, 18. Boston Consulting Group, 19. MHP – A Porsche Company, 20. Nord Security, 21. Celonis, 22. Microsoft, 23. Apple, 24. Merck KGaA, 25. CGI

Geltungsbereich

Ehemalige und aktuell Beschäftigte eines Unternehmens beurteilen Ihre Unternehmen. Mithilfe der Daten der letzten 12 Monate kürt Glassdoor die 25 besten Arbeitgeber*innen Deutschlands.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Vom Chatbot-Hype zur Desillusionierung

Hochschule München und Hochschule Rhein-Main, 2022, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf welche technischen Funktionen an Chatbots die Zielgruppe schätzt und wo Unternehmen besser auf menschliche Kontaktpersonen setzen sollten.

Untersuchte Fragestellung

Die Teilnehmer wurden unter anderem zu folgenden Themen befragt: bisherige Nutzungserfahrung mit Chatbots, Qualität der Ergebnisse, Funktionalität, Vertrauen in Bezug auf Datenschutz, Beziehungstreiber, Benutzerfreundlichkeit, spielerischer Umgang, Leichtigkeit der Adaption und Nutzungsabsicht.

Inhalte/Trends

Bei der Studienzenerhebung erweisen sich die Schnelligkeit der Auskunft und die Einfachheit der Bedienung als die größten Vorteile von Chatbots. Über 80 % der Studierenden, die Erfahrungen mit Recruiting-Chatbots gesammelt haben, empfinden deren Bedienung als einfach. 71 % stimmen zu, dass die Verwendung eines Chatbots bei Standardfragen schneller ist als der Kontakt zur Personalabteilung.

Die inhaltliche Qualität und Funktionsfähigkeit von Recruiting-Chatbots werden deutlich schlechter beurteilt. Nur 21 % der Studierenden, die einen Chatbot nutzen, stimmen zu, dass der Chatbot bei bewerbungsbezogenen Fragen erfolgreich geholfen hat, immerhin antworten weitere 39 % der Studierenden mit "teils/teils".

Während 61 % der Studierenden ohne Recruiting-Chatbot-Erfahrung erwarten, dass ein solcher Chatbot die nachgefragten Informationen zum Bewerbungsablauf zusenden kann, stimmen von denjenigen mit entsprechender Erfahrung lediglich 14 % zu, dass der benutzte Recruiting-Chatbot die Infos tatsächlich liefern konnte. Besonders bei komplexeren Anfragen werden Recruiting-Chatbots als wenig hilfreich empfunden. Hier berichten nur 11 % von zufriedenstellenden Ergebnissen.

Über die Hälfte der Befragten ist bei der Nutzung von Recruiting-Chatbots frustriert. Das ist eine höhere Frustrationsrate als bei anderen Chatbots. Spaß bei der Benutzung empfanden nur 22 %. Über zwei Drittel der Befragten empfindet die Kommunikation mit dem Chatbot als unpersönlich. Dementsprechend stimmen 77 % der Teilnehmenden mit beziehungsweise 80 % ohne Chatbot-Erfahrung der Aussage zu, dass sie während eines Bewerbungsprozesses eher mit einem Menschen als mit einem Chatbot kommunizieren möchten. Nur 25 % gaben an, dass sie einen Chatbot bei Fragen rund um die Bewerbung auf jeden Fall wieder nutzen werden.

Geltungsbereich

An der Befragung nahmen ca. 370 Masterstudierende teil.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Decoding Global Talent – The Future of Recruitment

Boston Consulting Group, Stepstone, The Network, 2023, Englisch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, wie dynamisch der deutsche Arbeitsmarkt aktuell ist und nennt Gründe dafür.

Untersuchte Fragestellung

Schwerpunkte der Befragung waren unter anderem die Bereitschaft, den Job zu wechseln, die wichtigsten Kriterien dafür sowie die allgemeinen Präferenzen am Arbeitsplatz.

Inhalte/Trends

Der deutsche Arbeitsmarkt ist so stark in Bewegung wie nur wenige andere weltweit: Fast jeder zweite Beschäftigte erhält mindestens einmal pro Monat ein Jobangebot. 79 % der Angestellten werden mehrmals im Jahr kontaktiert. Dennoch stufen nur 11 % ihre Verhandlungsposition als sehr stark ein, deutlich weniger als im globalen Durchschnitt (19 %).

Mehr als ein Drittel der Beschäftigten sucht aktuell nach einer neuen Stelle, größte Anreize sind dabei eine spannendere Aufgabe oder eine höhere Position. 46 % sind nicht von sich aus auf der Suche, wären aber bei einem attraktiven Angebot bereit, den Arbeitgeber zu wechseln. Unter den in Deutschland Befragten ist das ausschlaggebende Kriterium bei der Entscheidung für einen neuen Job das Gehalt (29 %), gefolgt von der Work-Life-Balance (22 %) und Flexibilität hinsichtlich Arbeitsort und Arbeitszeiten (20 %).

Gefragt nach dem idealen Karriereweg geben zwei Drittel der Deutschen (global 69 %) an, dass sie sich einen sicheren Job wünschen, der gleichzeitig genug Zeit für Familie, Freundeskreis und Hobbys lässt. Darauf folgt mit 43 % der Wunsch nach einer interessanten Tätigkeit mit spannenden Produkten, Technologien oder Dienstleistungen. Eine Führungsposition übernehmen wollen hingegen nur 31 % – das sind 10 Prozentpunkte weniger als im globalen Durchschnitt

Knapp drei Viertel geben an, bevorzugt sowohl im Büro als auch von zu Hause zu arbeiten. Das sind 20 Prozentpunkte mehr als im internationalen Vergleich. Den Menschen ist einerseits der persönliche Kontakt vor Ort wichtig, andererseits legen sie Wert auf mehr Flexibilität durch Homeoffice. Die klassische Fünftagewoche bleibt für 72 % der Befragten in Deutschland das bevorzugte Modell (global für 75 %). Hierzulande möchten jedoch überdurchschnittlich viele Menschen in Teilzeit tätig sein (23 %, weltweit 16 %).

Für 4 von 5 Befragten heben sich Arbeitgeber erfolgreich ab, wenn sie ihnen ehrlich gegenüber treten und nicht zu viel versprechen. Wenig überraschend ist im Land der Ingenieur:innen, dass die Menschen einen schnellen und reibungslosen Prozess mit schneller Rückmeldung sehr zu schätzen wissen (79 %). 71 % der Befragten würden ein attraktives Stellenangebot ausschlagen, wenn es im Interview zu diskriminierend empfundenen Fragen kommt oder die Chemie nicht stimmt. Arbeitgeber sollten daher besonders darauf achten, welches Bild von sich sie den Bewerber:innen vermitteln. Wertschätzung und Schnelligkeit sind dabei hierzulande absolute Erfolgsfaktoren.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden insgesamt rund 90.000 Arbeitnehmende aus 180 Nationen befragt, davon rund 4.200 in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

XING Learning- und Skills-Studie

appinio für Xing, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, warum Unternehmen bei der Personalsuche verstärkt auf das Thema Weiterbildung als Benefit setzen sollten.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht, aus welchen Gründen sich Frauen und Männer weiterbilden wollen, welche Themen besonders beliebt sind und woran Weiterbildung scheitert.

Inhalte/Trends

Laut Studie geben 42 % der „Weiterbildungswilligen“ an, nicht genug finanzielle Mittel für Weiterbildung zu haben. Ein Drittel derjenigen, die sich weiterbilden wollen, beklagen fehlende Zeit, um sich stärker weiterbilden zu können. Dabei gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Frauen beklagen fehlende finanzielle Mittel (47 %), Männer dagegen hindert hauptsächlich fehlende Zeit im Job daran, Weiterbildungsangebote zu nutzen (38 %).

Grundsätzlich ist die Wertschätzung für das Thema Weiterbildung in Deutschland groß. Rund 94 % der Befragten geben an, dass Weiterbildung eine positive Auswirkung auf die persönliche Entwicklung hat. Mehr als die Hälfte schätzt das Erlernen neuer Fähigkeiten. Auch hier gibt es geschlechterspezifische Unterschiede. Frauen geht es um die eigene, persönliche Entwicklung (58 %), wohingegen für Männer (40 %) auch die Aussicht auf mehr Gehalt ein Grund ist, sich weiterzubilden.

Vor allem das Interesse an Sprachen ist bei den Deutschen stark ausgeprägt (39 %), dicht gefolgt vom Interesse, sich in Führungs- und Management-Skills (35 %) weiterzubilden. Dabei sind es besonders Frauen, die sich in den Bereichen Sprachen (41 %) und Soft Skills (35 %) weiterbilden, wohingegen Männer vor allem ihr technisches Wissen (44 %) und ihre Führungs- und Management-Skills (38 %) schulen möchten. Mehr als die Hälfte gab an, ihr aktueller Arbeitgeber fördere Weiterbildung.

Ein Viertel der Befragten gibt an, sich gar nicht weiterzubilden. Jeder zweite Befragte räumt sich immerhin mindestens 30 Minuten pro Woche für Weiterbildung ein. Dabei gibt es einen starken Zusammenhang zwischen dem Karrierelevel und dem Umfang der Bildungszeit. 36 % der Befragten, die in ihrer aktuellen Position eine Führungsverantwortung innehaben, nehmen sich wöchentlich ein bis zwei Stunden Zeit für Weiterbildung – im Vergleich sind es bei Befragten ohne leitende Funktion lediglich 18 %.

Die Option des bezahlten Bildungsurlaubes nutzen in Deutschland die wenigsten. Drei Viertel der Befragten geben an, dass sie bisher noch nie Bildungsurlaub in Anspruch genommen haben. Bei der Gruppe der Berufseinsteiger sind es sogar 89 %. Der häufigste Grund hierfür ist, dass die Befragten nicht wissen, dass sie einen Anspruch darauf haben (36 %). Einzig in der Berufsgruppe der Befragten mit Führungsverantwortung, haben immerhin 41 % ein- oder mehrmals Bildungsurlaub genommen.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden insgesamt 1.000 Berufstätige in Voll- oder Teilzeit, Personen in Umschulung und vorübergehend Arbeitslose sowie Arbeitssuchende in Deutschland online befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Bewerbermarkt 2023

Softgarden, 2023, 24 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt die Sicht der Bewerber auf die Themen Jobinterviews und Bewerbungsprozess. Inkl. 10 Tipps für Arbeitgeber.

Untersuchte Fragestellung

Die Fragen beziehen sich unter anderem auf die Jobsuche und Bewerbungsgespräche.

Inhalte/Trends

Zwei Drittel der Bewerber sind aktuell auf dem Arbeitsmarkt aktiv, weil sie sich beruflich verbessern möchten, nicht weil sie müssen. Der Anteil derer, denen gekündigt wurde und die sich nun einen neuen Job suchen, liegt bei 8,6 %. Bei dem restlichen Viertel der Bewerber sind so unterschiedliche Dinge wie privat motivierte Umzüge, die Umstellung von einer freiberuflichen Tätigkeit auf eine Festanstellung oder gesundheitliche Gründe Anlass für einen Berufswechsel.

Entsprechend sehen sich auch mehr als sechs von zehn Bewerbern in einer Kundenrolle und die Arbeitgeber müssten sich um sie bemühen - nicht umgekehrt. Das gilt insbesondere für Akademiker:innen, weniger für Menschen mit Haupt- oder Realschulabschluss. Auf der anderen Seite nehmen sich 45 % der Bewerber aber trotzdem eher als eine Art Bittsteller wahr und glauben, dass Unternehmen nach wie vor am längeren Hebel sitzen. Dies spiegelt sich auch im Bewerbungsprozess wider. Statt einer Begegnung auf Augenhöhe, die über 80 % im Bewerbungsprozess erwarten, erlebt die knappe Mehrheit Jobinterviews als Auswahlgespräch, bei denen Unternehmen vor allem die Eignung von Kandidat:innen abklopfen. Nur 37 % machten die Erfahrung, dass Bewerbungsgespräche tatsächlich auf Augenhöhe geführt werden.

Dabei ist die Angst der Arbeitgeber vor Fehlbesetzungen und Übervorteilungen meist unbegründet. Knapp zwei Drittel der Befragten finden sich in dem Satz wieder: "Ich bin Arbeitgebern gegenüber eher vorsichtig und bescheiden." Für das deutlich selbstbewusste Statement "Bei der Bewerbung sitze ich am längeren Hebel und versuche möglichst viel für mich herauszuholen" votieren dagegen nur 22 %.

Trotz des überholten Bewerbungsprozess stimmen etwas über 70 % dem Statement zu, dass man heute dankbar sein muss, einen passenden neuen Job zu finden. Knapp die Hälfte findet zwar, es sei heute "überhaupt kein Problem", einen Job zu finden, 40 % bezeichneten es aber nach wie vor als "mühsam", sich um einen Job zu bewerben.

Exit-Gespräche stellen laut Umfrage immer noch die Ausnahme in deutschen Unternehmen dar. Die große Mehrheit der scheidenden Mitarbeiter geht stumm und spricht vorher weder mit der Führungskraft noch mit der Personalabteilung über das Vorhaben, den Arbeitgeber zu verlassen. 85 % der Befragten erklärten, dass sie trotz Lottogewinn weiterhin arbeiten gehen würden. Wesentlich für das Sinnempfinden im Job ist das "Erleben der eigenen Leistungsfähigkeit" - für 70 % ist dies der Grund, warum sie trotz sehr guter finanzieller Versorgung weiterarbeiten würden. Ein "positiver Unternehmenszweck" wird dagegen nur von 52 % genannt und liegt damit noch hinter dem Einsatz des Gelernten im Job (65 %) und dem Gefühl, Teil einer Kollegengemeinschaft zu sein.

Geltungsbereich

Online-Umfrage unter 3.575 Bewerber:innen.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

HR-Report 2023 - Mitarbeiterbindung

Employability IBE und Hays, 18 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, dass beim Thema Mitarbeiterbindung eine hohe Diskrepanz zwischen der Bedeutung des Themas und der Umsetzung besteht. Inkl. Tipps für Unternehmen.

Untersuchte Fragestellung

Was sind die wichtigsten Bindungsfaktoren von Mitarbeitenden? Wo ist die Mitarbeiterbindung im Unternehmen verankert und wer fühlt sich verantwortlich?

Inhalte/Trends

Jeder zweite der Befragten gibt an, dass Mitarbeitende die freie Wahl zwischen vielen Arbeitgebern haben und für das Bleiben oder Gehen die emotionale Verbundenheit mit dem Unternehmen ausschlaggebend ist.

Nach Meinung der Befragten spielt ein gutes Betriebsklima (82 %) die wichtigste Rolle, wenn es darum geht, Mitarbeitende zu binden. Darüber hinaus sehen sie die Unternehmen bei der Verbesserung einer markt- und leistungsorientierten Entlohnung (70 %) sowie bei einer verstärkten Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben (52 %) in der Pflicht. Das Thema Flexible Arbeitszeiten sehen 57 % bereits als umgesetzt an.

Geht es darum, Mitarbeitende zu binden, ist das Verhalten der Führungskräfte ein wichtiger Faktor. Viele Beschäftigte fühlen sich von ihren Vorgesetzten noch zu wenig gesehen und ihre Leistung wertgeschätzt. Daher erhielt der Punkt der Anerkennung für Leistungen mit 73 % die höchsten Zustimmungswerte. 54 % beklagen außerdem, dass sich die Führungskräfte nicht genügend Zeit für ihre Anliegen nehmen.

46 % der Studienteilnehmer sind der Meinung, dass abwechslungsreiche Aufgabenfelder bei gleichzeitiger Berücksichtigung der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben (45 %) klar auf das Bindungskonto einzahlen. Wer seinen Angestellten ausreichend Zeit (62 %) und praxisnahe Lernangebote (64 %) zur Verfügung stellt, wird mit Treue belohnt. Wobei die Leistungsorientierung (61 %) für die Befragten mehr zählt als die reine Qualifikationsorientierung (36 %).

Knapp die Hälfte der Befragten gibt an, keine individuellen Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung einzusetzen. 20 % der Befragten setzt positionsabhängige Maßnahmen ein. Persönliche Kriterien wie Alter, Lebensphase oder Dauer der Betriebszugehörigkeit bleiben unberücksichtigt.

Für die Mitarbeitenden sind individuelle Karriereperspektiven laut Report wichtig. Hier bezieht sich der Karrierebegriff nicht allein auf einen hierarchischen Aufstieg. 48 % der Befragten sehen die Gleichwertigkeit von Fach-, Projekt-, und Führungslaufbahnen als förderlich für die Mitarbeiterbindung. Mehr als die Hälfte spricht sich dafür aus (54 %), dass die Karriereplanung die individuelle Lebensphase berücksichtigen sollte. Breite Zustimmung finden auch Maßnahmen, die Austausch und Miteinander fördern. Besonders wenn sie sich in kurzen Entscheidungswegen (53 %) oder Handlungsspielräumen (47 %) äußern.

Geltungsbereich

Insgesamt haben 1.001 Entscheider:innen aus Deutschland (71 %), Österreich und der Schweiz (je 14 %) an der Befragung teilgenommen.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

StepStone Gehaltsreport 2023

StepStone GmbH, 38 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Der Report schafft mehr Klarheit und Gehaltstransparenz auf dem Arbeitsmarkt und unterstützt Bewerbende und Unternehmen sich auf Augenhöhe begegnen zu können.

Untersuchte Fragestellung

Es wurden Vergütungsdaten aus dem StepStone Gehaltsplaner ausgewertet und wissenschaftlich analysiert. Die Gehaltsangaben werden unter anderem nach Ort und Region, Berufsgruppe, Branche und Berufserfahrung aufgeschlüsselt.

Inhalte/Trends

Das Bruttomediangehalt deutscher Arbeitnehmender liegt aktuell bei 43.800 Euro. Das heißt, es gibt exakt gleich viele Gehälter, die niedriger und die höher als das Mediangehalt liegen. Das Bruttodurchschnittsgehalt liegt bei 53.118 Euro. Durch mehr Ausreißer nach oben als nach unten liegt dieser Wert höher als der Median.

Männer verdienen mit durchschnittlich 46.008 Euro mehr als Frauen mit durchschnittlich 40.000 Euro, Akademiker:innen (58.602 Euro) mehr als jene ohne Universitäts- oder Hochschulabschluss (41.509 Euro) und Angestellte mit Personalverantwortung (50.118 Euro) mehr als solche ohne (41.143 Euro). Zudem steigt das Gehalt mit den Jahren der Berufserfahrung von 36.166 Euro bei einem bis zwei Jahre bis zu 49.969 Euro bei über 25 Jahren. Auch die Unternehmensgröße hat einen Einfluss auf die Vergütung. Bei einem Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitenden werden 38.180 Euro gezahlt, bei einem Unternehmen mit über 5.000 Mitarbeitenden sind es 53.666 Euro.

Besonders viel verdienen Beschäftigte im Bankensektor (57.600 Euro) sowie in der Luft- und Raumfahrtindustrie (56.200 Euro). Mit einem Bruttomediangehalt von 54.800 Euro belegt die Pharmabranche den dritten Platz. Den Schluss bilden die Handwerksbranche (37.500 Euro), Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Gartenbau (36.100 Euro) sowie das Gastgewerbe (34.200 Euro).

Ärzt:innen führen die Gehaltstabelle an. Sie bekommen mit einem Bruttomediangehalt von 93.800 Euro mehr als doppelt so viel wie der Durchschnitt. Im weiteren Ranking der Berufsgruppen folgen Unternehmensberater:innen (54.000 Euro), Ingenieur:innen (52.600 Euro) und IT-Berufe (52.000 Euro). Angestellte im Hotel- und Gastgewerbe verdienen im Berufsgruppenvergleich am wenigsten (35.700 Euro).

Das Bruttomediangehalt der Beschäftigten im Personalwesen liegt mit 46.738 Euro etwas höher als der Mediangehalt aller Berufsgruppen. Das Bruttodurchschnittsgehalt liegt bei 56.130 Euro. Von den fünf Berufsbezeichnungen, die in dem Report ausgewiesen werden – HR-Manager:innen, HR-Business-Partner:innen, Recruiter:innen, Personalreferent:innen, Personalsachbearbeiter:innen – verdienen die HR-Manager:innen mit 65.235 Euro am meisten.

Geltungsbereich

Für den Gehaltsreport 2023 wurden etwa 562.000 Vergütungsdaten ausgewertet.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Kununu Gehaltscheck 2023 - Das verdient Deutschland

Kununu, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeichnet ein Bild der Einkommenssituation auf dem deutschen Arbeitsmarkt und zeigt zudem auf, wie die durchschnittliche Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit ihren Gehältern ist.

Untersuchte Fragestellung

Wie viel verdienen Arbeitnehmer:innen in Deutschland? Welche Berufe werden am besten bezahlt? Wie hoch ist der Verdienst von Fachkräften?

Inhalte/Trends

Die Deutschen verdienen jährlich im Durchschnitt 48.538 €. Dabei erhalten Männer im Schnitt 8.215 € mehr als ihre Kolleginnen. Mit einem Durchschnittsgehalt von 59.629 € liegen Beschäftigte in der Versicherungsbranche knapp vor Arbeitnehmer:innen aus dem Bankenwesen (59.053 €), der Beratungsbranche (57.621 €), dem IT-Sektor (57.475 €) sowie der Energiebranche (56.416 €). Am wenigsten wird derzeit in der Gastronomie (34.863 €) sowie bei Unternehmen aus dem Sport und Beauty-Umfeld (37.569 €) gezahlt.

Top-Gehälter im sechsstelligen Bereich verdienen in Deutschland z.B. Partner:innen von Anwaltskanzleien (146.818 €) und Chefärzt:innen (136.861 €).

Einen großen Einfluss auf die Höhe der Vergütung haben Berufserfahrung und Personalverantwortung. So steigt das Gehalt für Beschäftigte mit 6-10 Jahren Berufserfahrung gegenüber Berufsanfängern mit geringeren Erfahrungswerten (0-3 Jahre) um mehr als 40 % an.

Am höchsten ist das Durchschnittsgehalt derzeit in Hessen, wo die Beschäftigten im Schnitt mit 53.295 € in der Lohntüte nach Hause gehen, also 4.757 € mehr als der deutschlandweite Durchschnitt. Auf den weiteren Plätzen folgen Hamburg (51.355 €) sowie Baden-Württemberg (50.966 €). Am wenigsten verdienen dagegen die Arbeitnehmer:innen in Mecklenburg-Vorpommern (38.186 €) und Sachsen (39.925 €). Auf die deutschen Großstädte bezogen leben die deutschen Spitzenverdiener:innen in München. Hier werden im Schnitt 57.196 € verdient, während etwa in Leipzig das Durchschnittsgehalt bei 41.556 € liegt. Vor diesem Hintergrund ist es wenig überraschend, dass auch die Gehaltszufriedenheit in München am stärksten ausgeprägt ist. 64,1 % der Münchener:innen bewerten ihre aktuelle Einkommenssituation mit gut oder sehr gut. In Duisburg liegen die Beschäftigten mit 45.913 € im Schnitt über Städten wie Bochum, Dresden oder eben Leipzig, zeigen sich damit aber im Vergleich mit allen anderen Großstädten am unzufriedensten (52,5%).

Die Branche mit der höchsten Gehaltszufriedenheit ist die Versicherungsbranche. Mehr als sieben von zehn Beschäftigten bewerten ihr Einkommen positiv. Mitarbeitende aus Medizin- oder Pharma-Unternehmen belegen immerhin Platz 6 hinsichtlich der realen Höhe ihres Gehalts. Trotzdem sind 55,3 % von ihnen mit ihrer Bezahlung zufrieden.

Geltungsbereich

Der Kununu Gehaltscheck ist eine umfassende Analyse von über 500.000 Gehaltsangaben, die auf Kununu von Arbeitnehmer:innen geteilt wurden.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Gallup Engagement Index Deutschland 2022

Gallup, 22 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass sich Mitarbeitende immer mehr von ihren Unternehmen abwenden. Es werden Gründe genannt und Handlungsempfehlungen für Unternehmen gegeben.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht die emotionale Bindung der deutschen Angestellten und die Führungskultur samt Arbeitsumfeld.

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen sind nur 13 % der Mitarbeitenden mit vollem Engagement bei der Arbeit. Die Zahl der Angestellten, die innerlich gekündigt haben, ist im Vergleich zum Vorjahr von 14 % auf 18 % gestiegen. Folglich machen 69 % aller Arbeitnehmer Dienst nach Vorschrift.

Nur 41 %, nicht mal jeder zweite glaubt fest an die wirtschaftliche Zukunft seines Unternehmens. Nur noch jeder Dritte ist zuversichtlich, dass die eigene Geschäftsführung die künftigen Herausforderungen meistern können.

Lediglich 25 % der Mitarbeitenden sind mit ihren direkten Vorgesetzten sehr zufrieden. 38 % sehen „Nachholbedarf“. Konkret sagen 30 % der Angestellten, dass ihre Führungskraft immer erreichbar ist und sich Zeit nimmt.

Als Konsequenz aus der niedrigen emotionalen Bindung und der zudem guten Lage am Arbeitsmarkt nimmt auch die Bereitschaft zum Jobwechsel zu. Nur noch 55 % der befragten Arbeitnehmenden plant in einem Jahr noch bei ihrem derzeitigen Arbeitgeber zu sein. Bei der mittelfristigen Wechselbereitschaft sind die Aussichten noch schlechter. Nur 39 % planen in 3 Jahren für ihren aktuellen Arbeitgeber tätig zu sein.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden insgesamt 1.500 zufällig ausgewählte Arbeitnehmer über 18 Jahren telefonisch interviewt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Bearing Point Resilienz-Report: Can you perform under pressure?

Bearing Point, 18 Seiten, 2023, Englisch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, dass Unternehmen, die agile Methoden nutzen, resilienter sind als der Wettbewerb. Sie identifiziert fünf Schlüsselfaktoren einer resilienten Organisation.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht welche Faktoren die Widerstandskraft eines Unternehmens in Krisenzeiten stärken können.

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen gaben 60 % der befragten Unternehmen an, ihre Technologien seien vollständig resilient. 82 % erklärten, ihr Unternehmen sei durch den Einsatz agiler Methoden in ihren Technologie-Bereichen flexibler geworden. 72 % berichteten von einer besseren Zusammenarbeit, und weitere 72 % betonten, dass sich die Markteinführung neuer Angebote beschleunigt habe.

Resiliente Unternehmen legen großen Wert darauf, dass IT und Geschäftsbereiche eng zusammenarbeiten. So wird einerseits sichergestellt, dass aktuelle Technologien so effektiv wie möglich genutzt werden, andererseits wird frühzeitig erkannt, in welche neuen Technologien investiert werden sollte, um die Wertschöpfung zu steigern. Erst nach der erfolgreichen agilen Transformation kann das volle Potenzial ausgeschöpft werden, das in der Technologie steckt.

Resiliente Unternehmen sind in der Lage, auch unter Druck komplexe Situationen zu überblicken und sich schnell anzupassen.

Fünf Schlüsselfaktoren einer resilienten Organisation:

1. Resiliente Unternehmen nutzen Technologien, um zukünftige Geschäftsanforderungen frühzeitig zu erkennen.
2. Resiliente Unternehmen tarieren ihre Wertschöpfungskette immer wieder aus
3. Resiliente Unternehmen entwickeln Kernkompetenzen in der Unternehmensarchitektur
4. Resiliente Unternehmen investieren in neue Technologien, Personal und den digitalen Arbeitsplatz
5. Resiliente Unternehmen arbeiten umfassend mit den Stakeholdern zusammen

Geltungsbereich

Für die Studie wurden mehr als 5.000 Projekte im Hinblick auf Resilienzmerkmale von 150 Unternehmen analysiert und bewertet.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Karriere 50 plus

Königsteiner GmbH, 19 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie nennt Gründe, warum Unternehmen die Gen 50 plus als Kandidaten nicht vernachlässigen sollten. Inkl. Fazit und Handlungsempfehlungen.

Untersuchte Fragestellung

Wie hoch sind ihre Ambitionen der Generation 50 plus? Wie ausgeprägt ist der Wille, sich fachlich wie persönlich weiterzuentwickeln?

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen sind 88 % der Befragten an Weiterbildungsmaßnahmen interessiert, um ihren beruflichen Erfahrungsschatz weiter auszubauen. Allerdings sehen sie die Voraussetzungen dafür als eher schlecht an. Denn fast die Hälfte der Befragten bemängeln, dass die Weiterbildungsangebote bei ihrem aktuellen Arbeitgeber primär auf jüngere Kolleg:innen zugeschnitten sind und diese dort entsprechend mehr gefördert werden. Entsprechend attraktiv finden 86 % der Studienteilnehmer:innen Unternehmen, die eine gezielte Personalentwicklung für Mitarbeitende über 50 anbieten. Insgesamt können sich aktuell mehr als 40 % der Gen 50 plus einen Jobwechsel in den kommenden zwei Jahren vorstellen.

Fast zwei Drittel der an einer Weiterbildung interessierten Beschäftigten über 50 Jahre würden gern an einer fachlichen Qualifizierungsmaßnahme teilnehmen, um so berufsspezifisch voranzukommen. Ein Viertel wären sogar an einer Fortbildung interessiert, die ihrem beruflichen Aufstieg dient. Eine Weiterbildung, die das persönliche Qualifikationsprofil erhöht, wie etwa ein Sprachkurs, ein IT-Seminar oder ein Social-Media-Workshop ist für mehr als zwei Drittel (67 %) eine spannende Entwicklungsperspektive, die sie gern in Anspruch nehmen würden. Ein berufsbegleitendes Studium kommt dagegen nur für 9 % der Befragten infrage.

Neben fachlichen Weiterbildungsangeboten sind auch persönliche Weiterbildungen grundsätzlich für zwei Drittel der Studienteilnehmer:innen interessant. 37 % wünschen sich, ihre Rhetorik-Kenntnisse auszubauen – genauso viele würden sich gern hinsichtlich eines proaktiven Stressabbaus fortbilden. Ein Großteil der Gen 50 plus hat aber vor allem den Ausbau der digitalen Fähigkeiten auf dem persönlichen Radar. Maßnahmen in diese Richtung favorisieren 69 % der Befragten. Zudem sehen sie Potenzial hinsichtlich des Ausbaus ihrer Fremdsprachenkenntnisse.

Die Gen 50 plus sieht sich selbst im Vorteil gegenüber der jüngeren Arbeitsmarktgeneration, wenn es um ihre fachlichen Fähigkeiten sowie ihre Problemlösungskompetenz geht. Bei letzterem sehen sich 53 % der Befragten gegenüber der jungen Generation im Vorteil, weitere 42 % sehen keinen Unterschied diesbezüglich.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden bundesweit über 1.000 berufstätige Arbeitnehmer:innen im Alter von 50 bis 65 Jahren befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Gender Hierarchy Gap

candidate select, 19 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie stellt die Unterschiede in der Hierarchie zwischen Frauen und Männern für verschiedene Branchen und Unternehmen dar.

Untersuchte Fragestellung

Bei welchen Unternehmen arbeiten Frauen und Männer auf derselben Hierarchiestufe?

Inhalte/Trends

Laut der Auswertung liegt der Anteil der Unternehmen, in denen Frauen und Männer auf der gleichen oder Frauen auf einer höheren Hierarchiestufe sind als Männer im Consulting mit 40 % am höchsten. Im Umkehrschluss bedeutet das: In 60 % der untersuchten Consultingfirmen haben Männer einen Hierarchievorteil. Das Schlusslicht des Branchenrankings ist Media & Marketing. Hier herrscht nur in 18 % der Unternehmen eine Gender Parity oder ein Hierarchievorteil für Frauen.

Weiterhin zeigt sich, dass ein ausgeglichenes Verhältnis an männlichen und weiblichen Beschäftigten nicht zwangsweise dazu führt, dass Männer und Frauen auch im Schnitt dasselbe Hierarchielevel erreicht haben. Besonders eindrücklich ist dies beispielsweise bei einem Unternehmen aus der Branche Consumer Goods/Food. Zwar lässt sich aus den Profildaten ein Frauenanteil in Höhe von 69 % berechnen. Trotzdem herrscht dort ein sehr starker Hierarchievorteil für Männer. Umgekehrt ist es bei einem Unternehmen aus der Branche Finance. Trotz einer Frauenquote von nur 15 % gibt es dort einen starken Hierarchievorteil für Frauen. Im Durchschnitt haben die Frauen also ein deutlich höheres Hierarchielevel als die Männer.

Eine vollständige Auflistung der Unternehmen inklusive der genauen Positionierungen im Ranking finden Sie im Link zur Studie.

Geltungsbereich

Die Auswertung stützt sich auf 659 Unternehmen aus 10 verschiedenen Branchen. Grundlage für die Auswertung waren die Jobtitel von 1,5 Millionen Arbeitnehmenden.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Konstanzer Home-Office Studie

Prof. Dr. Florian Kunze & Kilian Hampel, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Ergebnisse zeigen auf, warum sich Arbeitgebende intensiver auf eine hybride Arbeitswelt einstellen sollten. Inkl. Handlungsempfehlungen für Unternehmen.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht, wie Arbeitgebende und Beschäftigte auf die Veränderungen der Arbeitswelt in den vergangenen beiden Jahren reagiert haben.

Inhalte/Trends

Im Durchschnitt wünschen sich die Beschäftigten knapp drei Tage mobiles Arbeiten pro Woche – es wird also ein hybrides Arbeitsmodell mit Mischung aus Büro und Homeoffice bevorzugt. Für Arbeitgebende bedeutet dies, sich auf eine hybride Arbeitswelt einzustellen und Rahmenbedingungen zu schaffen, um die Mitarbeitenden möglichst gut zu unterstützen.

Insgesamt gaben 64 % der Befragten an, dass es in ihrem Unternehmen eine Betriebsvereinbarung zum Homeoffice und mobilen Arbeiten gibt. Betriebsvereinbarungen, die genau festhalten, wann und wie viel mobil gearbeitet darf, sind ein beliebtes Mittel.

Die Anzahl an Befragten, die angaben, dass bei ihrem Unternehmen in letzter Zeit die Präferenzen der Mitarbeitenden zu Homeoffice und mobilem Arbeiten abgefragt wurden, liegt bei 30 %. Mit 25 % gab nur jeder Vierte der Befragten an, eine Schulung oder ein Training zum richtigen Arbeiten im Homeoffice oder mobilem Arbeiten erhalten zu haben. Der Umkehrschluss verdeutlicht: Drei Viertel aller Beschäftigten haben noch keine Schulung zum richtigen mobilen Arbeiten erhalten.

Bei 26 % der Beschäftigten hat das Unternehmen damit begonnen, Büroflächen aufgrund des zunehmenden Homeoffice und mobilen Arbeitens zu reduzieren. Auch die Art der vorhandenen Büroflächen verändert sich. Hybrides Arbeiten ermöglicht die sparsame Neugestaltung von Arbeitsplätzen wie zum Beispiel durch flexible Schreibtische, die keinem festen Mitarbeitenden zugeordnet sind. Bei 44 % der Arbeitgebenden gibt es geteilte Arbeitsplätze, die von mehreren Mitarbeitenden genutzt werden können.

Weniger als die Hälfte der Arbeitgebenden hat bis jetzt klar an die Beschäftigten kommuniziert, wie eine hybride Arbeitswelt als Mischung aus Homeoffice und Präsenz im Büro letztendlich aussehen wird.

Geltungsbereich

Es wurden 645 repräsentative Beschäftigte aus der deutschen Erwerbsbevölkerung befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Gehaltsreport 2023 | HR-Fach- und Führungskräfte

Hays, 17 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Der Gehaltsreport gibt eine Übersicht über die aktuellen Gehälter von Fach- und Führungskräften in den HR-Bereichen deutscher Unternehmen.

Untersuchte Fragestellung

Mit welchem Gehalt können Berufseinsteiger rechnen und wie verändert es sich mit steigender Berufserfahrung? Gibt es den Gender Pay Gap auch in HR-Berufen? Zahlt sich ein Studium finanziell aus? Wie unterschiedlich ist die Gehaltshöhe in den einzelnen Regionen/Bundesländern?

Inhalte/Trends

Die Mehrheit der Beschäftigten in den HR-Bereichen der Unternehmen sind Frauen. Mit jeder Hierarchieebene wird der Anteil an Frauen geringer. Während der Frauenanteil bei den HR-Fachkräften bei 75 % liegt, sind es auf Bereichsleitungsebene nur noch 31 %.

Je nach Hierarchiestufe variiert der Gender-Pay-Gap, aber überall verdienen Frauen in vergleichbaren Positionen deutlich weniger als Männer. Bei HR-Fachkräften ohne Personalverantwortung beträgt der Gehaltsunterschied durchschnittlich 14 %. Bei den Positionen mit Personalverantwortung ist der Unterschied auf Abteilungsleitungsebene mit 12 % am geringsten. Teamleiter verdienen mit 23 % fast ein Viertel mehr als ihre Kolleginnen. Auf Bereichsleitersebene steigt der Gender-Pay-Gap auf 20 %.

HR-Beschäftigte mit einem abgeschlossenen Hochschulstudium erzielen deutlich höhere Gehälter als Mitarbeitende mit einer beruflichen Ausbildung.

Bis zu zwei Jahre nach Berufsbeginn werden durchschnittlich 44.000 €/Jahr gezahlt. Beschäftigte mit zwei bis fünf Praxisjahren verdienen im Mittel bereits 54.400 €. Wer 15 oder mehr Jahre dabei ist, verdient durchschnittlich 84.800 €.

Die höchsten HR-Gehälter werden in der Industrie bezahlt (65.100 €), wobei auch deutlich höhere Einkommen erreichbar sind. Im Dienstleistungssektor liegt das mittlere Gehalt mit 58.500 € bereits deutlich darunter, im öffentlichen Bereich beträgt es gerade mal 49.400 €. Regionale Unterschiede sind ebenfalls klar erkennbar. Baden-Württemberg und Hessen liegen mit je etwa 66.000 € an der Spitze.

Betriebliche Altersvorsorge und Firmenlaptop sind die beliebtesten Zusatzleistungen in Deutschland. Weihnachts- und Urlaubsgeld sind weit verbreitet, aber mit nennenswerten Unterschieden in den einzelnen Branchen und Hierarchiestufen. Firmenwagen gewinnen erst ab der Abteilungsleitung an Bedeutung.

Ab der Abteilungsleitungsebene bekommen vier von fünf Beschäftigten zusätzlich zum Gehalt leistungsbezogene Anteile.

Zwei von fünf HR-Beschäftigten erhielten 2022 eine Gehaltserhöhung. Für 2023 erwarten drei von fünf Beschäftigten ein Plus von durchschnittlich 5,4 %.

Geltungsbereich

Es wurden deutschlandweit mehr als 2.400 HR-Fach- und Führungskräften befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

The State of Organizations 2023

McKinsey & Company, 92 Seiten, 2023, Englisch

Bewertung

Die Studie liefert Vorschläge und Ideen für Unternehmen, um in der Zukunft mit externen Schocks, Krisen und Veränderungen umzugehen.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie ermittelt die wichtigsten Themen, mit denen sich Unternehmen auseinandersetzen müssen, um auf externen Schocks, Krisen und Veränderungen vorbereitet zu sein.

Inhalte/Trends

Laut Studie ist nur die Hälfte der Organisationen gut auf externe Schocks, Krisen und Veränderungen vorbereitet. Führungskräfte müssen sich mit einer Reihe von Themen auseinandersetzen, die erhebliche Auswirkungen auf Strukturen, Prozesse und die Mitarbeitenden haben. Diese 10 Top-Themen werden in der Studie genannt:

Geschwindigkeit und Resilienz: Die Unternehmen, die resilient aufgestellt sind, haben in den Krisenjahren einen um 50 % höheren Total Return to Shareholders erwirtschaftet.

Hybrides Arbeiten: Vier von fünf Mitarbeitenden geben an, dass sie auch in Zukunft die Möglichkeit des hybriden Arbeitens behalten möchten.

Künstliche Intelligenz: Unternehmen setzen zunehmend KI-Tools wie Spracherkennung ein. 50-60 % der befragten Führungskräfte geben an, bereits KI-Anwendungen zu nutzen.

Mitarbeiterbindung: 35 % derjenigen, die in Europa ihren Job gekündigt haben, nennen "unrealistische Leistungserwartungen" als Grund. Über ein Drittel beklagt einen fehlenden "Purpose".

(Digitale) Fähigkeiten: 46 % sagen, es fehle in ihrer Organisation an Zeit und Ressourcen, um Fähigkeiten intern auszubauen.

Talente: Aktuell werden in vielen Organisationen 20-30 der erfolgskritischen Rollen nicht mit den besten Mitarbeitenden besetzt.

Führung: Nur ein Viertel der Befragten geben an, dass die Führungskräfte in ihrer Organisation engagiert und passioniert seien und ihre Mitarbeitenden inspirieren.

Vielfalt, Gerechtigkeit und Inklusion: Nur 47 % geben an, dass die Infrastruktur für die gesetzten Ziele ausreichend sei.

Mentale Gesundheit: 9 von 10 Unternehmen weltweit bieten eine Form von Gesundheitsleistungen für ihre Mitarbeitenden an.

Effizienz: 40 % der Befragten geben an, dass komplexe Organisationsstrukturen zu Ineffizienz führen, ebenso wie unklare Rollenanforderungen und Verantwortlichkeiten.

Geltungsbereich

Es wurden Entscheider:innen aus über 2.500 Unternehmen weltweit befragt, darunter über 300 in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Branchenstudie Facts & Figures zum Personalberatungsmarkt 2023

BDU, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie bietet einen umfassenden Überblick über den Personalberatungsmarkt und liefert Einblicke in wichtige Entwicklungen und Trends.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht Entwicklungen und Trends im Personalberatungsmarkt.

Inhalte/Trends

Der Gesamtmarktumsatz der Personalberatungsbranche hat im Jahr 2022 ein neues Allzeithoch erreicht und ist um 12,5 % gestiegen. Neben dem Kerngeschäft, Suche, Auswahl und Gewinnung von Führungskräften und Spezialisten (+12,4 %), haben insbesondere angebotene Beratungsleistungen im Bereich Leadership Advisory (+13,5 %) und im Bereich Unterstützung bei der Besetzung von Beirats- und Aufsichtsratspositionen (+11,3 %) zum gestiegenen Gesamtmarktumsatz beigetragen.

Kundenseitig zählten mit dem Gesundheitswesen (+19,7 %), der Life Science- & Pharmaindustrie (+19,6 %) sowie der Chemiebranche (+16,8 %) drei Branchen, die für knapp ein Fünftel des Gesamtmarktumsatzes stehen, zu den größten Wachstumstreibern.

Im Jahr 2022 waren in den geschätzten rund 2.450 Personalberatungsunternehmen knapp 17.000 Mitarbeitende beschäftigt, davon rund 9.000 in der Schnittstelle zum Kunden, 4.000 Researcher:innen sowie 3.500 im Backoffice. Dies entspricht einem Plus von 7,5 % gegenüber dem Vorjahr.

Deutliche Veränderungen zeigen sich bei den Anforderungen, die an Kandidat:innen gestellt werden. Der Wunsch nach Krisen-Know-how ist stark gestiegen (von 1 % auf 14 %), zugleich ist der Anteil der Personalberater:innen, die Empathie als eine essenzielle Eigenschaft bei Führungskräften bewerten zurückgegangen (von 42 % auf 25%).

Auch die Anforderungen der Kandidat:innen an die späteren Arbeitgeber sind im Wandel. Neben monetären Aspekten ist es für Arbeitnehmende aller Karrierestufen wichtig, den Wohnort nicht wechseln zu müssen und die Möglichkeit zur mobilen Arbeit zu haben. Für Jüngere sind Weiterbildungsangebote und Coachingmöglichkeiten wichtige Anreize. Jüngere Arbeitnehmende stellen höhere Anforderungen an potenzielle Arbeitgeber.

Für Personalberatungen sind Karriere-Netzwerke auf der Suche nach Kandidat:innen weiterhin mit 75 % die erste Wahl. 65 % verwenden weiterhin die telefonische Erstansprache. Wie bereits im Vorjahr spielen Plattformen wie Facebook und Instagram für die Suche keine Rolle.

Das Honorar lag in der Recruitingbranche wie schon in den beiden Vorjahren auch 2022 bei durchschnittlich 27 % des Zieleinkommens.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden Personalberatungen in Deutschland online befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Demystifying Inclusion — Rewards and realities of fostering an inclusive culture

kincentric, 2023, 33 Seiten, Englisch

Bewertung

Die Studie liefert Erkenntnisse, wie Inklusion in Unternehmen umgesetzt werden kann, um eine wettbewerbsfähige Arbeitsumgebung zu schaffen. Inkl. Handlungsempfehlungen für Führungskräfte.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht verschiedenen Aspekte der Inklusion, ihre Auswirkungen auf das Arbeitsumfeld und die Rolle von Führungskräften bei der Förderung einer inklusiven Kultur.

Inhalte/Trends

Knapp drei Viertel der Befragten geben an, dass sie selbst in den vergangenen zwölf Monaten eine Form der Ausgrenzung, im Job erfahren haben. Fast zwei Drittel haben erlebt, wie jemand am Arbeitsplatz ausgegrenzt oder ungerecht behandelt wurde.

Lediglich jeder dritte Befragte denkt, dass seine Unternehmenskultur Inklusion vorantreibt. 40 % sind sogar der Ansicht, in einem Umfeld zu arbeiten, das Inklusion eher blockiert als fördert. Häufig herrscht statt einer mitnehmenden eher eine toxische Kultur vor. Hinzu komme oftmals das Ausüben von Druck zur Erreichung der Ziele oder das Fehlen klarer, neutraler Kriterien für eine faire Leistungsbewertung, aber auch Konkurrenzdenken spiele eine Rolle.

Eine inklusive Unternehmenskultur steht auf vier Säulen: Mitarbeitende müssen sich wertgeschätzt fühlen, können ihre Meinung offen äußern, Einfluss auf Entscheidungen nehmen und ihre Fähigkeiten in vollem Umfang einbringen. Sind alle vier Kriterien erfüllt, ist das Mitarbeiterengagement am stärksten ausgeprägt. Mit der Kombination von nur zwei Elementen lassen sich keine überdurchschnittlichen Werte erzielen. Entsprechend ist das Engagement am niedrigsten, wenn Beschäftigte gar keine dieser Möglichkeiten haben.

Inklusion maximiert das Potenzial des Einzelnen und der Teams. Wenn Beschäftigte einen integrativen Arbeitsplatz erleben, sind sie bis zu viermal besser in der Lage, schwierige Probleme zu bewältigen, alle Ideen zu äußern und zu prüfen, bevor sie eine Entscheidung treffen. Überdies führt Inklusion zu einer besseren Mitarbeiterbindung. Angestellte bleiben beinahe doppelt so häufig im Unternehmen, wenn sie das Gefühl haben, dass eine Kultur der Inklusion und Wertschätzung gelebt wird.

Bei der Etablierung einer inklusiven Arbeitsumgebung geht es auch um die Frage der Glaubwürdigkeit der Führung. Gut ein Drittel aller Befragten hält die Maßnahmen des Managements im Bereich Inklusion für actionistisch oder unglaubwürdig und rund ein Viertel ist sich unsicher und weiß die Maßnahmen nicht einzuschätzen.

Die Etablierung von Inklusion ist ein Prozess, der Zeit benötigt und authentische Führung seitens der Unternehmensleitung sowie der Personalabteilung erfordert.

Geltungsbereich

Die Studie basiert auf einer globalen Umfrage unter rund 5.000 Vollzeitbeschäftigten in UK, USA, Kanada, Indien und Singapur.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Benefits Trends Survey 2023 - Deutschland

WTW, 2023, 23 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Hinweise wie Arbeitgeber ihr Benefits Design, die Finanzierung, Administration und Analyse entwickeln und anpassen können.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht die künftige Ausrichtung der Benefits-Strategie von Unternehmen.

Inhalte/Trends

47 % der befragten Unternehmen in Deutschland erwarten, dass die Inflation in hohem Maße ihre Benefit-Budgets beeinträchtigen wird. Etwa zwei Fünftel sind der Meinung, dass sich die Schwächung der Konjunktur ebenfalls wesentlich auf ihre Budgets auswirken wird. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, dass ihre aktuelle Benefit-Strategie nur eine geringe Effektivität aufweist. Dabei ist der Wettbewerb um Fachkräfte für 85 % der Unternehmen der entscheidende Treiber ihrer Benefit-Strategie, gefolgt von flexiblen Arbeitsregelungen (56 %) und steigendem Kostendruck (35 %).

Bei der Anpassung der Benefit-Strategie verfolgt die Hälfte der Unternehmen das Ziel, die Bedürfnisse möglichst aller Mitarbeitenden abzudecken. Außerdem möchten Unternehmen die Auswahlmöglichkeit und Flexibilität der Angebote weiter stärken (39 %).

Bei der Optimierung ihres Benefit-Angebots setzen Unternehmen vor allem auf Programme, die flexible Arbeitsregelungen (66 %) sowie die Entwicklung und Karriere (46 %) ihrer Mitarbeitenden fördern. Darüber hinaus priorisieren Unternehmen alle vier Dimensionen des Wellbeing: physisch, psychisch, sozial sowie finanziell. Lediglich für 38 % ist auch die Altersvorsorge ein wichtiger Aspekt. Mit der Erweiterung ihres Benefit-Angebots verfolgen Unternehmen das Ziel, sich von Wettbewerbern am Markt abzuheben. Über die Hälfte möchte flexiblere Arbeitsregelungen als die Konkurrenz bieten.

Die Mitarbeitenden selbst legen verstärkt Wert auf Benefits, die zur finanziellen Absicherung beitragen und familiäre Bedürfnisse abdecken. Das Interesse der meisten Beschäftigten liegt an Benefits zur Altersversorgung und langfristigen Finanzen (52 %). Das am weitesten verbreitete Angebot besteht jedoch in Maßnahmen zur Karriere, Ausbildung und Entwicklung. Eine Leistung, an der als Benefit nur 27 % der Beschäftigten interessiert sind.

Optimierungspotenzial sehen Arbeitgeber vor allem im Bereich Employee Experience und bei der Analyse ihres Benefit-Angebots: 45 % schätzen ihre Maßnahmen als nicht oder kaum wirksam ein, wenn es um die Employee Experience geht. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen kann nicht messen, ob ihre Benefits die gewünschte Wirkung entfalten.

Geltungsbereich

Es wurden 5.200 Unternehmen in 95 Ländern weltweit mit insgesamt über 22 Millionen Mitarbeitenden befragt. In Deutschland nahmen 101 Unternehmen mit insgesamt rund einer Millionen Mitarbeitenden teil.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Candidate Experience 2023/1: Jobsuche, Bewerbungsprozess, Eigenmedien

Softgarden, 2023, 40 Seiten, Deutsch

Bewertung

Das Ergebnis zeigt auf, welche konkreten Inhalte in Stellenausschreibungen zu einer hohen Bewerberquote führen können. Inkl. Tipps für Arbeitgeber, um die Bewerberquote zu erhöhen.

Untersuchte Fragestellung

Die Studienteilnehmer wurden gefragt, welche Informationen für sie relevant sind, um sich auf eine Stelle zu bewerben.

Inhalte/Trends

Stellenausschreibungen mit Gehaltsangaben ziehen knappe 80 % der Bewerber:innen anderen Ausschreibungen ohne diese Angaben vor. Aber auch Informationen zum Bewerbungsprozess, wie der voraussichtlichen Zeit, die von der Bewerbung bis zum Jobinterview vergeht, sind von 80 % der Bewerber:innen gewünscht.

Auch die Möglichkeit, remote zu arbeiten, spielt bei der Bewerbung eine erhebliche Rolle: 30,6 % der Befragten sagen, dass die Option, ortsungebunden arbeiten zu können, sie sehr stark beeinflussen würde.

16,6 % der Bewerber:innen verfassen ihre Bewerbung auf dem Smartphone. Besonders stark ist die Smartphone-Nutzung bei der Jobsuche (42,9 %) und bei der Kommunikation mit Arbeitgebern nach der Bewerbung (46,1 %). Vor allem bei jungen Bewerber:innen unter 24 Jahren ist die Smartphone Nutzung sehr verbreitet. Bei Bewerber:innen über 45 Jahren sind es dagegen nur 28,8 % (Hintergrundcheck) beziehungsweise 42,8 % (Kommunikation nach der Bewerbung). Akademiker:innen greifen für die Bewerbung seltener zum Smartphone als Menschen mit einfachem Schulabschluss.

68,4 % der Bewerber:innen finden Google für die Jobsuche mittlerweile „unverzichtbar“. 76,4 % stimmen der Aussage zu „Ich kann alle für meine Jobsuche relevanten Informationen am schnellsten per Google finden“. Am weitesten verbreitet ist die Nutzung für den Hintergrundcheck von Arbeitgebern – hier stimmen 53,9 % voll zu. Aber auch für den Start der Jobsuche sowie als zusätzliches Tool neben anderen Kanälen wird die Suchmaschine von einer Mehrheit genutzt.

Nach wie vor sind Arbeitgeberbewertungen ein relevantes Kriterium. Eine Mehrheit von 78,5 % der Bewerber:innen ziehen Stellenausschreibungen vor, die diese Informationen beinhalten. Zu den bekanntesten Arbeitgeberbewertungsplattformen zählen unter anderem Kununu, Glassdoor, Indeed, Stepstone und meinchef.de.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden rund 3.800 Beschäftigte in Deutschland befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

The Engagement Advantage

Stepstone Group, 2023, 20 Seiten, Englisch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, welche Aspekte die Verbundenheit mit dem Arbeitgeber beeinflussen. Sie identifiziert Faktoren, mit denen Unternehmen Engagement in der Belegschaft fördern können.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht das Thema Mitarbeiterbindung und die Faktoren, die dazu beitragen.

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen sind ca. 25 % der Mitarbeitenden stark mit ihrem Unternehmen verbunden, während etwa 37 % Begeisterung für ihre Arbeit zeigen.

In Deutschland fühlt nur jeder vierte Beschäftigte sich mit seinem Arbeitgeber emotional verbunden. Gerade einmal 29 % geben an, Freude an der Arbeit zu haben. Deutsche Beschäftigte bilden hier im Vergleich zu Beschäftigten in Großbritannien und den USA das Schlusslicht.

Die Branchen Kunst und Design, Finanz- und Wirtschaftsprüfung, IT und Technologie, Management sowie Gesundheitswesen haben die am stärksten verbundenen Mitarbeitenden. Management, Marketing und Werbung, Gesundheitswesen, Bildung oder Sozialarbeit sowie Finanz- und Wirtschaftsprüfung haben die begeisterungsfähigsten Mitarbeiter.

Die Bindung nimmt mit dem Alter zu. Ältere Mitarbeitende zeigen eine höhere Bindung und Begeisterung für ihr Unternehmen. Es besteht Bedarf an einer Verbesserung der Bindung bei jüngeren Generationen, die Karriere- und Entwicklungsmöglichkeiten besonders wichtig finden.

Mitarbeitende in kleinen Unternehmen (0-14 Mitarbeitende) zeigen eine stärkere Bindung zum Arbeitgeber im Vergleich zu denen in größeren Unternehmen.

Unternehmen können die Bindung und die Mitarbeiterbindung verbessern, indem sie in die Mitarbeiterentwicklung investieren, eine positive Arbeitskultur fördern, sinnvolle Arbeitserfahrungen bieten und die Fähigkeiten der Mitarbeiter mit den Anforderungen des Jobs in Einklang bringen.

Geltungsbereich

Für die Umfrage wurden 6.200 Menschen in den USA, Deutschland und Großbritannien befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Schulterschluss von HR & Geschäftsführung: Wie Unternehmen zukunftssicher werden

Personio, 2023, 29 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf, welche Erwartungen an die Unternehmensführung bestehen. Sie beleuchtet, wie Potenziale optimal genutzt werden können und wie das Personalwesen Veränderungen vorantreiben kann.

Untersuchte Fragestellung

Was steckt hinter der Entfremdung zwischen Führungsebene und HR? Was halten einerseits HR und andererseits die Geschäftsführung für das Problem? Wie können HR-Teams und die Führungsebene den Status quo verändern?

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen sind zwei Drittel der HR-Manager:innen überzeugt, dass ihr Unternehmen mit dem Wandel kaum Schritt halten kann. Fast 70 % beunruhigt die Frage, wie man hybride oder remote arbeitende Angestellte am besten leitet und motiviert. Denn werden deren Erwartungen nicht erfüllt, kann dies unweigerlich zu Kündigungen führen. Auch die Geschäftsführung stellt höhere Erwartungen an die Personalabteilung. Zwar sagen 69 % der C-Level-Führungskräfte, dass die Bedeutung der Personalabteilung in Zukunft steigen wird. Doch erklären 50 % zugleich, dass ihr HR-Team kaum in die Executive Summary Geschäftsstrategie eingebunden ist. 53 % geben an, dass sie nicht genügend Input und Ratschläge von der Personalabteilung erhalten.

Fast zwei Drittel der HR-Manager:innen finden aufgrund von Verwaltungsaufgaben nicht genug Zeit für strategische HR-Arbeit. Und auch die 63 % der HR-Verantwortlichen, die vorwiegend operativ arbeiten, erhalten aktuell keine Unterstützung. Laut Studienergebnissen herrscht in Unternehmen ein Teufelskreis, in dem der Wert der Personalabteilung noch immer unterschätzt wird.

Geltungsbereich

Umfrage unter 4.500 HR-Manager:innen und 2.200 Führungskräften in ganz Europa.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Jobstudie 2023: Wechselbereitschaft auf Rekordniveau

Ernst & Young GmbH, 2023, 21 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie beleuchtet die hohe Wechselbereitschaft der Arbeitnehmer:innen und nennt Gründe dafür.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht das Verhältnis von Mitarbeiter:innen zu ihrem Arbeitgeber und welche Faktoren die Wechselbereitschaft der Arbeitnehmer:innen beeinflussen.

Inhalte/Trends

Derzeit sucht mehr als jede und jeder Vierte aktiv oder gelegentlich nach einer neuen Stelle. 37 % geben an, interessiert zu sein, wenn sich etwas Passendes ergebe. Nur etwas 37 % gibt an, sich nicht mit einem neuen Job zu beschäftigen.

Drei von vier Arbeitnehmer:innen haben schon einmal den Job gewechselt. Mehr als ein Drittel der Befragten erklärte, dies wegen zu niedriger Bezahlung getan zu haben. Aus Unzufriedenheit mit ihrer Chefin oder ihrem Chef haben 29 % der Angestellten schon einmal ihrem Arbeitgeber den Rücken gekehrt. Weitere Gründe sind – eine schlechte Unternehmenskultur (23 %), eine interessante Position bei einer anderen Firma (22 %), private Gründe (19 %) und eine zu hohe Arbeitsbelastung (18 %).

Vor allem bei jungen Angestellten spielt das Führungsverhalten der Vorgesetzten eine wichtige Rolle. So gaben 32,4 % der Befragten im Alter von 21 bis 35 Jahren an, in ihrem kurzen Berufsleben schon einmal aus Unzufriedenheit über das Verhalten ihrer Chefin oder ihres Chefs gekündigt zu haben. In der Altersgruppe der 51- bis 65-Jährigen sind es mit 27,8 % weniger – und das, obwohl diese Arbeitnehmer:innen schon deutlich länger beruflich tätig sind. Auch bei der Bezahlung lassen sich Generationsunterschiede feststellen. 41,4 % der jungen Mitarbeiter:innen sagen, dass sie wegen zu geringer Bezahlung wechselten. Bei den Beschäftigten mittleren Alters sind es 37 %, in der Gruppe der ältesten Arbeitnehmer nur 26 %.

Nur noch etwas mehr als jeder Drittel schätzt seinen Job als sehr sicher ein. Nur noch 13 % der Befragten sagen von sich, sich mit ihrem Unternehmen sehr eng verbunden zu fühlen. Immer mehr Mitarbeiter:innen sehen sich aktuell perspektivisch bei einem neuen Arbeitgeber (19 %).

Bei Arbeitnehmer:innen stehen Modelle, wie beispielsweise die Vier-Tage-Woche, Teilzeitmöglichkeiten oder Gleitarbeitszeit schon jetzt hoch im Kurs. 63 % der Befragten sagen, dass flexible Arbeitszeitmodelle ein Benefit sind, den Arbeitgeber anbieten sollten. Dahinter folgen Überstundenkompensation (58 %) sowie Weiterbildungsmöglichkeiten (57 %). An Bedeutung verlieren dagegen Leistungen wie Firmenwagen, den sich nur noch jede beziehungsweise jeder fünfte Befragte (20 %) wünscht oder kostenfreie Snacks im Büro, die sich weniger als ein Drittel (31 %) wünscht.

Geltungsbereich

Befragung von 1.555 Beschäftigten in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Best Workplaces in Europe 2023

Great Place to Work, 2023, Englisch

Bewertung

Das Ranking bietet Arbeitnehmer:innen die Möglichkeit nachzuvollziehen, ob ihr Unternehmen vertreten ist und Unternehmen die Chance, sich an den Positivbeispielen zu orientieren.

Untersuchte Fragestellung

Die Bewertung der Arbeitsplatzqualität basiert auf Befragungen der Mitarbeitenden zu den Themen Vertrauen, Innovation, Unternehmenswerte und Führung.

Inhalte/Trends

Die Top Ten der besten multinationalen Arbeitgeber:innen (Unternehmen, die auf mindestens drei nationalen „Best Workplaces“-Listen in Europa vertreten sind und weltweit mindestens 1.000 Beschäftigte haben) sind laut Erhebung: DHL Express, AbbVie, Hiton, Cisco, Salesforce, Stryker, Teleperformance, Hilti, Cadence, Novo Nordisk.

Die meisten dieser Unternehmen weisen auch eine Präsenz in Deutschland auf oder stammen wie DHL gar aus Deutschland.

Spitzenreiter:in bei Unternehmen mit über 500 Beschäftigten sind AFAS-Software mit Sitz in den Niederlanden, gefolgt vom Tech-Konzern adesso SE aus Deutschland und dem Business-Consulting-Unternehmen Baringa aus dem Vereinigten Königreich.

In die Top-Drei der Unternehmen mit einer Größe von 50 bis 499 Mitarbeiter:innen schaffen es Blue Bricks (Niederlande), LummeCo (Finnland) und Easi (Belgien). Deutschland ist mit den Unternehmen iteratec GmbH auf Platz 25 und St. Gereon Seniorendienste GmbH auf Rang 50 vertreten. Im Ranking der kleinen Unternehmen (mit zehn bis 49 Mitarbeiter:innen) schaffen es TrabzonPort (Türkei), MOZOO (Frankreich) und Patientnämndens förvaltning Region Stockholm (Schweden) aufs Treppchen. Für Deutschland sind auf Platz 17 Baringe Partners und auf Rang 21 BESONDERS SEIN vertreten.

Geltungsbereich

Es wurden mehr als 1,4 Millionen Mitarbeiter:innen in verschiedenen europäischen Ländern anonym befragt.

[Link zum Ranking](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Karrierebarometer 2023/24

Job Teaser, 35 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt die Gegensätze zwischen den Ansprüchen junger Talente und der Wirklichkeit der Unternehmen auf.

Untersuchte Fragestellung

Die Bewertung der Arbeitsplatzqualität basiert auf Befragungen der Mitarbeitenden zu den Themen Vertrauen, Innovation, Unternehmenswerte und Führung.

Inhalte/Trends

Zwei Drittel der Studierenden geben an, sich um ihre berufliche Zukunft zu sorgen. Fast die Hälfte (46 %) fürchtet, ihr Leben nicht finanzieren zu können. Und nahezu drei Viertel (72 %) haben noch keinen klaren Karriereweg vor Augen.

Trotzdem blickt die Mehrheit der Studierenden und Berufsanfänger:innen optimistisch in die berufliche Zukunft.

Vor allem die wirtschaftliche Unsicherheit prägt die Karriereplanung der Gen Z. 23 % der Studierenden und 33 % der Berufsanfänger:innen haben aktuell höhere Erwartungen an ihre Karriereplanung.

Die Karriereplanung findet immer öfter ohne die Unternehmen statt. So planen 36 % der Berufsanfänger:innen, den aktuellen Arbeitsplatz innerhalb des nächsten Jahres zu verlassen. Als Gründe für den angepeilten Jobwechsel nennen sie vor allem ein besseres Gehalt (54 %), eine bessere Work-Life-Balance (41 %) und mehr Flexibilität bei Remote- / Hybridarbeit und Arbeitszeiten (36 %).

Angesichts des Fach- und Nachwuchskräftemangels ist die Gen Z im Vorteil. Jedes zweite Vorstellungsgespräch führt derzeit zu einem Stellenangebot. Für das Gros der Personalverantwortlichen (64 %) ist es hingegen schwierig, überhaupt junge Bewerber:innen zu finden.

Nur noch die Hälfte der Studierenden hält es für sehr wichtig beim nächsten Job einen unbefristeten Vertrag zu bekommen und nur noch 20 % sehen sich in Konzernen mit mehr als 500 Mitarbeiter:innen. Etablierte Unternehmen erhalten aber immer noch den Vorzug vor Startups.

Bezüglich der zu erwartenden Jobs und Aufgaben als auch bei der Einschätzung der eigenen beruflichen Stärken und Schwächen sehen die Personalverantwortlichen einige Defizite bei den jungen Bewerber:innen. Die Gen Z ist sich dessen bewusst – und formuliert klare Erwartungen. So braucht sie mehr Vorabinformationen über relevante Jobs, mehr Austausch mit anderen Berufstätigen und mehr Tipps für den Bewerbungsprozess.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden insgesamt 999 Studierende und Berufsanfänger:innen befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Jobmonitor - Das große Berufe-Ranking

Bertelsmann Stiftung, 32 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie zeigt auf wie und warum sich die Nachfrage von Berufen in Deutschland verändert.

Untersuchte Fragestellung

Der Jobmonitor untersucht welche Berufsgruppen heute stärker gefragt sind als noch vor ein paar Jahren und welche weniger. Zudem werden regionale Besonderheiten untersucht.

Inhalte/Trends

In 162 von 401 Kreisen in Deutschland sind die Helfer:innen in der Lagerlogistik der gefragteste Beruf. Ebenfalls flächendeckend auf einem Spitzenplatz sind die Verkäufer:innen, sie stehen in 101 Kreisen ganz oben auf der Wunschliste der Arbeitgeber:innen.

Vor allem in Ballungsräumen sehr gefragt sind die Büro- und Sekretariatsfachkräfte. Sie liegen in deutlich weniger Kreisen auf Platz 1, dafür aber in der bundesweiten Betrachtung auf dem Spitzenplatz. Ebenfalls viele Stellenausschreibungen gibt es für Reinigungsjobs, in der Gesundheits- und Krankenpflege, der Buchhaltung, in Werbung und Marketing sowie für Jobs im Bereich Unternehmensorganisation und -strategie – dazu zählen etwa Projekt- und Teamleiter.

Unter den zehn meistgefragten Profilen befinden sich sowohl ungelernte Helfer:innen als auch Fachkräfte mit Berufsausbildung, Spezialisten (Meister, Techniker, Bachelor) und Experten (Master) bis hin zu Führungskräften. Weitere stark gesuchte Helfertätigkeiten sind derzeit Gastronomieservice sowie Kranführer:innen oder Gabelstaplerfahrer:innen.

Zu den größten „Aufsteigern“ zählen Stellenanzeigen für Fachärzt:innen für Psychiatrie und Psychotherapie sowie für Innere Medizin. Zu wenige Studienplätze, unattraktive Arbeitsbedingungen und immer mehr altersbedingt ausscheidende Kolleg:innen verschärfen die Personalknappheit.

Auch in der Kinderbetreuung und -erziehung sowie der häuslichen Pflege ist die Anzahl der Stellenanzeigen gestiegen. Ebenfalls stark nach oben gegangen sind Jobannoncen in der Papierverarbeitung und Verpackungstechnik, eine Folge des gestiegenen Online- und Versandhandels sowie des Umstiegs einiger Unternehmen auf nachhaltigere Verpackungen.

Weniger Stellenangebote gibt es dagegen vor allem in einigen Berufen aus Handwerk und Bau. Das dürfte insbesondere mit dem starken Einbruch beim Wohnungsbau infolge gestiegener Bau- und Zinskosten zusammenhängen.

Bankkaufleute werden tendenziell immer weniger gesucht.

Geltungsbereich

Es wurden rund 45 Millionen Online-Stellenanzeigen der Jahre 2019 bis Juni 2023 ausgewertet.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

State of Hybrid Work 2023

OWL LABS, 2023, Deutsch

Bewertung

Der Bericht liefert Daten und Trends rund um den aktuellen Stand der Arbeit, einschließlich Büro-, Hybrid- und Remote-Arbeit.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht wie sich der Arbeitsplatz entwickelt hat und welche Art von Arbeit sich Beschäftigte wünschen oder von Unternehmen erwarten.

Inhalte/Trends

Derzeit arbeitet die Hälfte der Beschäftigten in Deutschland hybrid. Knapp jeder Zweite ist zurzeit im Firmenbüro tätig. Nur ein Fünftel von denjenigen, die ausschließlich in Präsenz arbeiten gibt an, dies auch tatsächlich zu bevorzugen.

Mit 61 % findet die Mehrheit, dass es für die Arbeit aus dem Homeoffice, sofern möglich, einen gesetzlichen Anspruch geben sollte. Ein Drittel derjenigen, die derzeit im hybriden Format arbeiten, würde sich bei einem Homeoffice-Verbot des Unternehmens nach einer anderen Stelle umschauen. 7 % geben an, dass sie in diesem Fall sofort kündigen würden.

Fast die Hälfte der befragten Arbeitnehmenden glaubt, ihr Unternehmen würde aufgrund traditioneller Vorstellungen von ihnen verlangen, vor Ort anwesend zu sein. Ginge es nach den Wünschen der Mitarbeitenden, würden fast zwei Drittel in einem hybriden Format arbeiten. Mit 40 % bevorzugt der größere Teil bei einem hybriden Modell festgelegte Homeoffice-Tage, 24 % eine flexible Lösung. Insgesamt sprechen sich die meisten für zwei Tage Präsenzarbeit pro Woche aus und 18 % würden ihre Aufgaben gern vollständig per Telearbeit erledigen.

39 % der Befragten würden für flexible Arbeitszeiten auf mind. 10 % ihres Gehalts verzichten. 37 % wären zugunsten flexibler Arbeitsorte dazu bereit. Ein Fünftel würde dafür sogar auf 15 % oder mehr Geld verzichten. Für eine Viertageweche wären sogar 45 % der Befragten bereit, auf mind. 10 % ihres Gehalts zu verzichten. Für gut ein Drittel der Arbeitnehmenden ist der Stresslevel gestiegen. 58 % geben an, er sei gleichgeblieben, nur 7 % berichten, dass der Stress abgenommen hat.

Trotz der Offenheit der Beschäftigten für hybride Arbeitsmodelle befürchten 43 %, dass ihre Vorgesetzten die Kolleg:innen vor Ort für fleißiger und vertrauenswürdiger halten. Aus Angst, weniger wahrgenommen zu werden, geben 38 % der Befragten zu, dass sie manchmal ins Büro gehen, um sich zu zeigen. Ein Drittel macht sich Sorgen, aufgrund der Remote-Tätigkeit weniger Mitspracherecht zu haben und Chancen verpassen zu können.

Jeder zweite leitende Angestellte hat den Eindruck, dass es oft keine Gelegenheit gibt, gegenüber den Mitarbeitenden spontanes oder informelles Feedback zu äußern. Drei Viertel stufen eine unterstützende Führungskraft als wichtig oder sehr wichtig ein. Je weniger Präsenz vor Ort, umso relevanter die Unterstützung.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden insgesamt 12.000 Vollzeitbeschäftigte in den USA und mehreren europäischen Ländern befragt, davon 2.000 in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Erwartungen der Gen Z an Ausbildungsbetriebe

Wirtschaftsjunioren Deutschland, 21 Seiten, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Hinweise, dass bei der Berufsausbildung eine Diskrepanz zwischen der Erwartungshaltung der jungen Menschen und der Realität in deutschen Unternehmen besteht.

Untersuchte Fragestellung

Wie kann die Generation Z für eine Berufsausbildung begeistert werden?

Inhalte/Trends

Laut Studienergebnissen sind für 81 % der jungen Menschen die Verdienstmöglichkeiten besonders wichtig. Die Aussicht auf eine gute Work-Life-Balance (74 Prozent) und abwechslungsreiche Tätigkeiten (71 Prozent) sind ebenfalls attraktiv. Das Image oder der gesellschaftliche Sinn und Zweck des Berufs sind demgegenüber nur für rund die Hälfte der Befragten wichtig bis sehr wichtig.

Die Mehrheit der befragten jungen Menschen glaubt, dass ein Studium bessere Verdienstmöglichkeiten bietet, während über zwei Drittel mit einer Ausbildung eine gleichwertige oder bessere Work-Life-Balance erwarten. Zudem sehen drei von vier Befragten mit einer Ausbildung gleiche oder sogar bessere Chancen für abwechslungsreiche Tätigkeiten und einen sinnvollen Beruf, und nur 9 Prozent können sich eine Ausbildung überhaupt nicht als Bildungsweg vorstellen.

Die junge Generation entscheidet sich für Ausbildungsplätze vor allem wegen der Aussicht auf Übernahme und dem Verständnis des Unternehmens für junge Menschen. Einfache Bewerbungsprozesse, wie das One-Click-Prinzip, sind wichtiger als persönliche Empfehlungen von Familie und Freunden. Zudem ist Empathie in der Führungsebene den Befragten wichtiger als fachliche Expertise, da Wertschätzung, Lob und die Bereitschaft zu Veränderungen seitens der Vorgesetzten höher bewertet werden.

In einem Ausbildungsangebot sind für die meisten jungen Menschen moderne Lehr- und Lernkonzepte neben finanziellen Anreizen entscheidend, trotzdem besteht eine hohe Diskrepanz zwischen diesen Erwartungen und der tatsächlich erlebten Realität, insbesondere für Unternehmen ohne hohe Gehaltsangebote, weshalb die Einführung zeitgemäßer Lehrmethoden immer bedeutsamer wird.

Geltungsbereich

Es wurden Teilnehmer zwischen 15 und 25 Jahren befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Arbeitszufriedenheit 2023

Avantgarde Experts GmbH, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie identifiziert Faktoren, die für die Arbeitszufriedenheit immer wichtiger werden und zeigt auf wo Unternehmen noch Potenzial verschenken.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht die Arbeitszufriedenheit der Erwerbstätigen in Deutschland.

Inhalte/Trends

79 % der Studienteilnehmer sagen, dass sie "eher zufrieden" bis "vollkommen zufrieden" mit ihren Arbeitsbedingungen sind. Die Arbeitszufriedenheit liegt dabei deutlich über dem Vorjahr (68 %) und sogar über dem bisherigen Höchstwert von 2019 (72 %).

Trotz hoher Arbeitszufriedenheit nimmt die Wechselbereitschaft jedoch auch wieder zu. Mit Geld können Arbeitgeber Wechselwillige zumindest kurzfristig von einer Kündigung abhalten. Gefragt ist außerdem ein neuer Typus von Führungskraft, der auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter:innen eingeht.

58 % der Befragten bewerten jeweils "Flexibles Arbeiten" und die "Vereinbarkeit von Beruf & Familie" in ihren Firmen als eher gut bis sehr gut. Hingegen haben Unternehmen beim "Erkennen & Beachten von Mitarbeiterbedürfnissen" Nachholbedarf: 32 % empfinden dies als eher schlecht bis sehr schlecht. Dabei fällt auf, dass sich bemerkenswert viele Arbeitnehmer:innen in der aktuellen Position unterfordert fühlen: 25 % der Beschäftigten finden, ihr Potenzial sei nicht ausgeschöpft, sie könnten wertvoller für das Unternehmen sein (14 %) oder fühlen sich sogar komplett unterfordert (3 %). Das sind insgesamt 42 %.

Arbeitnehmerüberlassung ist für 53 % der Arbeitnehmer:innen negativ behaftet. 60 % der Studienteilnehmer:innen (alle mit akademischen Hintergrund) würden keinen Zeitarbeitsjob annehmen, nur 20 % sind offen dafür. Indes wissen 66 % nicht, dass Arbeitnehmerüberlassung bei vielen Konzernen auch für Akademiker:innen eine relevante Einstiegschance ist. 85 % der Mitarbeiter:innen mit Führungsverantwortung sind offen, in ihrem Team auch Externe einzusetzen.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden 1.093 Arbeitnehmer:innen mit akademischem Hintergrund aus Deutschland (mit und ohne Personalverantwortung) befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

CxO Priorities 2023 – Welche Themen das Topmanagement am stärksten umtreibt

Horváth, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie gibt Einblicke in die aktuellen Herausforderungen, strategischen Schwerpunkte und wirtschaftlichen Erwartungen von Unternehmen weltweit.

Untersuchte Fragestellung

Es wird untersucht, wie die Top-Führungskräfte die zukünftigen Herausforderungen angehen und welche Prioritäten sie dabei setzen.

Inhalte/Trends

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass Unternehmen aktuell vor vielfältigen Herausforderungen stehen, darunter geopolitische Entwicklungen und die digitale Transformation. Die Regionalisierung von Unternehmen wird durch Protektionismus, Personalkosten und Kundennähe verstärkt.

In der Strategiepriorisierung steht das Personalmanagement im Mittelpunkt. In Anbetracht des gegenwärtigen Fachkräftemangels setzen Organisationen verstärkt auf personalbezogene Maßnahmen. Dazu gehören flexible Arbeitsmodelle, die Entwicklung von Unternehmenskultur und Arbeitgebermarke, effektive Mitarbeiterführung sowie die voranschreitende Digitalisierung und Automatisierung. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Weiterqualifizierung und Umschulung von Mitarbeitern sowie der Bereitstellung von attraktiven Lohnzusatzleistungen. Die Einstellung von Mitarbeitern an neuen Standorten ist ebenfalls Teil der strategischen Personalagenda.

Der "War for Talents" zeigt sich international. Die Studie zeigt auf, dass Unternehmen verstärkt, darauf abzielen, die Arbeitgeberattraktivität zu steigern, um die richtigen Talente weltweit zu gewinnen, zu binden und somit die erforderlichen Kompetenzen für die Zukunft zu sichern.

Die Studie hebt auch hervor, dass Unternehmen strukturelle Verbesserungen in Kosten- und Erlössituationen verfolgen, sowie eine nachhaltige Ausrichtung ihrer Strategie und Aktivitäten anstreben. Dienstleister setzen sich im Durchschnitt das Ziel, bis 2035 CO-neutral zu sein.

In Bezug auf wirtschaftliche Entwicklungen zeigen sich Herausforderungen durch Inflation, wobei Material- und Personalkosten steigen. Weniger als die Hälfte der Studienteilnehmer erwartet ein Wachstum der realen Umsätze, wobei Preis- und Absatzvolumen als treibende Faktoren gelten.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden mehr als 430 Vorstands- und Geschäftsführungsmitglieder großer Unternehmen aus 19 Ländern und 13 Branchen persönlich befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Blue-Collar-Studie

Onlyfy by Xing, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert wichtige Einblicke für Personalierer, um ihre Recruiting-Strategien zu optimieren und gezielter auf die Bedürfnisse der Blue-Collar-Zielgruppe einzugehen.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht die Herausforderungen und Bedürfnisse im Recruiting von Blue-Collar-Arbeitskräften.

Inhalte/Trends

Die Studie ergab, dass 93 % der befragten Recruiter Schwierigkeiten haben, neue Mitarbeitende für körperlich anspruchsvolle Jobs zu finden, insbesondere in Handwerk, Industrie, Einzelhandel, Dienstleistungsberufen und Gesundheitswesen. 74 % planen, 2023 genauso viele Mitarbeiter einzustellen wie 2022.

80 % der Befragten, die mehr Neueinstellungen vornehmen möchten, geben an, dass die Arbeitslast zugenommen hat. Trotz rückläufiger Konjunktur kollidiert der Arbeitskräftemangel mit einer stabilen Auftragslage für einige Unternehmen, da 93 % Schwierigkeiten haben, Lücken zu füllen, hauptsächlich aufgrund von Arbeitskräftemangel (83 %) und unzureichenden Qualifikationen der Bewerber (62 %).

Bürokratische Hürden im Bewerbungsprozess beeinträchtigen die Besetzung von Blue-Collar-Stellen. 45 % möchten sich mobil bewerben, 20 % bevorzugen eine One-Click-Bewerbung, und 35 % würden gerne ohne Anschreiben arbeiten. Jedoch legen 84 % der Personalverantwortlichen Wert auf einen Lebenslauf, 66 % bevorzugen einen lückenlosen Lebenslauf, und 56 % erwarten eine vollständige Bewerbungsmappe.

Die befragten Recruiter überschätzen oft, was Blue-Collar-Beschäftigten wichtig ist. Führung (98 %), pünktliche Bezahlung (91 %), Ruf des Unternehmens (90 %) und höheres Gehalt (84 %) stehen für sie an erster Stelle. Blue-Collar-Beschäftigte bevorzugen hingegen Jobsicherheit (74 %), höheres Gehalt (71 %), pünktliche Bezahlung (70 %) und attraktiven Standort (69 %).

Es besteht eine Diskrepanz zwischen den erwarteten und tatsächlich relevanten Benefits. 79 % der Personalentscheider denken, dass ein Smartphone oder Jobticket wichtig ist, aber nur 45 % der Blue-Collar-Beschäftigten stimmen zu. Betriebsrat (31 %) und Gewerkschaftszugehörigkeit (20 %) sind für Blue-Collar-Beschäftigte wichtiger als angenommen (7 % bzw. 6 %).

Persönliche Empfehlungen sind der wichtigste Kanal für das Recruiting (über 90 % der Personalentscheider), gefolgt von der Bundesagentur für Arbeit (87 %) und fachspezifischen Jobportalen (51 % der Personalierer und 46 % der Blue-Collar-Beschäftigten). Obwohl 58 % der Unternehmen Facebook, 48 % Instagram und 31 % WhatsApp im Recruiting nutzen, sind diese Plattformen bei Blue-Collar-Beschäftigten weniger verbreitet.

Geltungsbereich

Umfrage unter 200 Personalentscheidern und 1.006 Blue-Collar-Beschäftigten in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Kununu Zufriedenheitsatlas 2023

Onlyfy by Xing, 2023, Deutsch

Bewertung

Der kununu Zufriedenheits-Atlas gibt einen Überblick über die Zufriedenheitsentwicklung von Arbeitnehmenden in Deutschland.

Untersuchte Fragestellung

Wie steht es um die Zufriedenheit der Arbeitnehmer:innen in Deutschland inmitten von Inflation, Fachkräftemangel und Rezession?

Inhalte/Trends

Im Durchschnitt sank die Anzahl der Arbeitnehmenden, die angaben, zufrieden oder sehr zufrieden mit ihrem Arbeitgeber zu sein in den vergangenen zwölf Monaten von 54,3 % auf 53,3 %.

Die nach Nordrhein-Westfalen einwohnerstärksten Bundesländer Bayern und Baden-Württemberg verzeichnen zwar wie der Bundesschnitt einen allgemeinen Rückgang der Zufriedenheit. Dennoch konnten sie sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit einer Zufriedenheit von 56,9 % respektive 56,2 % an die Spitze des Zufriedenheitsrankings setzen. Auf dem dritten Platz liegt Hamburg mit einer Zufriedenheit von 56,2 %. Das Bundesland mit den vormalig zufriedensten Mitarbeitenden, Berlin, verlor hingegen und belegt mit einer Zufriedenheit von 55,9 % den vierten Platz.

Mit Zufriedenheitswerten von unter 50 % bilden die drei Bundesländer Brandenburg, Thüringen und Sachsen-Anhalt die Schlusslichter. Brandenburg bleibt unverändert auf Platz 14. Thüringen bleibt auf Platz 15. Sachsen-Anhalt kommt im bundesweiten Vergleich auf den schlechtesten Zufriedenheitswert von 48,8 %. Das Bundesland verlor insgesamt drei Plätze und rutscht von Platz 13 auf den letzten Platz.

Im Branchenvergleich arbeiten die zufriedensten Mitarbeitenden in Unternehmen aus dem Bereich Personalwesen- und beschaffung. Der Zufriedenheits-Index zeigt hier 75,7 %. Auf Platz zwei folgen Mitarbeitende aus Unternehmen in der Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung (73,9 %). Dahinter folgt die IT-Branche mit einem Zufriedenheits-Index von 70,7 %. Eher unzufrieden sind Arbeitnehmende in den Branchen Nahrungsmittel/Landwirtschaft (45,1 %), Chemie (45,1 %) und öffentliche Verwaltung (44,7 %). Den letzten Platz belegt die Branche Druck/Verpackung mit 44,5 %. Überdurchschnittliche Zugewinne konnten die Branchen Tourismus, Hotellerie und Banken verzeichnen.

Mit einem Minus von 3,3 Prozentpunkten sank die Zufriedenheit in der Branche Kunst und Kultur, auch Angestellte in der Immobilien-Branche und in der Gastronomie werden unzufriedener. Während die Gastronomie und die Kunst/Kultur-Branche mit einer Zufriedenheit von weniger als 50 % im unteren Drittel der Branchen angesiedelt sind, befindet sich die Immobilien-Branche mit einer Zufriedenheit von 55,9 % weiterhin im Mittelfeld.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden mehr als 286.000 Arbeitgeber-Bewertungen auf der Plattform kununu ausgewertet.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Creating People Advantage 2023

Boston Consulting Group (BCG), World Federation of People Management Associations (WFPMA), DGFP, 2023, Englisch

Bewertung

Die Studie identifiziert die Herausforderungen und den Handlungsbedarf in verschiedenen HR-Themenfeldern. Inkl. Handlungsempfehlungen für Unternehmen.

Untersuchte Fragestellung

Welchen Einfluss haben die Entwicklungen der letzten Jahre auf die Aufgaben der HR-Abteilungen im internationalen Vergleich? In welchen HR-Themenfeldern besteht Handlungsbedarf?

Inhalte/Trends

Die internationale Studie zeigt, dass viele Unternehmen nicht über die erforderliche Anzahl und Qualität an Talenten verfügen. Über 70 % der Befragten betrachten diese Engpässe als die größte geschäftliche Herausforderung. Allerdings ist HR in Bezug auf strategische Personalplanung, Talentakquise und -entwicklung schwach aufgestellt.

Laut den Ergebnissen reagieren Unternehmen besser auf kurzfristige externe Faktoren, sind jedoch weniger in der Lage, sich auf die für den zukünftigen Erfolg entscheidenden Prioritäten zu konzentrieren.

Die Digitalisierung bleibt ein wichtiges Erfolgskriterium, jedoch fehlen den Unternehmen die dafür erforderlichen Fähigkeiten. Als Konsequenz muss die digitale HR-Transformation einerseits noch umfassender und schneller vorangetrieben werden, andererseits müssen Mitarbeiter:innen besser geschult werden. Nur 35 % der Personalverantwortlichen sind der Meinung, dass ihre Personalmanagementfunktionen relevante digitale Technologien nutzen. Darüber hinaus sind nur 30 % der Meinung, dass die Personalabteilung Daten und Analysen nutzt, um personelle Herausforderungen zu antizipieren.

Das Thema KI wird von vielen Firmen vernachlässigt. Vorreiter-Unternehmen, die bereits mit der Einführung ausgewählter, KI-basierter Lösungen begonnen haben, profitieren von signifikanten Vorteilen in unterschiedlichsten Anwendungsfällen.

In den folgenden Themenfeldern besteht für praktisch alle Unternehmen Handlungsbedarf: Strategische Personalplanung, Mitarbeitengewinnung, Fortbildung, Umschulung und Personalentwicklung, HR-Digitalisierung, Change-Management sowie Führungsverhalten.

Während global die Fähigkeiten Personal- und HR-Strategie, das Ökosystem für die Talentbeschaffung und die strategischen Personalplanungsfähigkeiten im Vordergrund stehen, sind es in Deutschland die Themen Restrukturierungsmanagement sowie Nachhaltigkeit und ESG (Environmental, Social, Governance).

Geltungsbereich

An der Studie haben rund 6900 Teilnehmer:innen aus 102 Märkten teilgenommen; aus Deutschland wurden hierfür 210 Antworten berücksichtigt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Candidate Experience 2023/2: Emotionen, Jobinterview, Onboarding

Softgarden, 2023, 28 Seiten, Deutsch

Bewertung

Die Studie bietet Einblicke in die emotionale Welt der Bewerber und gibt Hinweise darauf, wie Arbeitgeber ihre Candidate Experience verbessern können.

Untersuchte Fragestellung

Die Studie untersucht die Emotionen von Bewerbern während des Bewerbungsprozesses, die Candidate Experience, sowie die Entwicklung der Bewerber-Gefühlswelt in den letzten Jahren.

Inhalte/Trends

In Bezug auf Emotionen zeigen die Ergebnisse, dass Bewerbungen für etwa zwei Drittel der Kandidat:innen mit starken Gefühlen verbunden sind, wobei nur 22,4 % dies uneingeschränkt bestätigen. Positive Erfahrungen mit Bewerbungen haben etwa 70 % der Kandidat:innen gemacht, wobei nur 23 % diese als uneingeschränkt positiv bewerten. Die Daten deuten darauf hin, dass trotz gestiegener Ansprüche das Zufriedenheitsniveau insgesamt beibehalten wurde.

Im Jobinterview spielen positive Emotionen eine wesentliche Rolle, wobei über 53 % der Bewerber:innen Bewerbungen aktuell uneingeschränkt als Chance betrachten. Die Studie zeigt jedoch, dass der Anteil derjenigen, die positive Erfahrungen mit Bewerbungen gemacht haben, im Vergleich zu einer früheren Studie leicht gesunken ist.

In Bezug auf das Onboarding und die ersten 100 Tage im neuen Job zeigt die Studie, dass mehr als jeder Zehnte Bewerbende bereits einen unterschriebenen Arbeitsvertrag gekündigt hat oder die Stelle nicht angetreten hat. Gründe hierfür sind oft ein besseres Jobangebot, Zweifel an der eigenen Entscheidung und private Lebensumstände.

Die Jobinterviews, insbesondere die Kommunikation seitens der Unternehmen, spielen eine entscheidende Rolle. Bewerber:innen empfinden es als negativ, wenn ihre Gesprächspartner im Jobinterview das Gefühl der Unterlegenheit vermitteln oder Schwierigkeiten beim Erklären der genauen Jobdetails haben. Darüber hinaus werden unklare Aussagen zum Gehalt und mangelndes Interesse seitens der Arbeitgebenden als problematisch empfunden.

Digitale Jobinterviews haben immer mehr an Bedeutung gewonnen, insbesondere während der Corona-Pandemie. Trotzdem ist die Bewerberwelt in Bezug auf die Präferenz für Online- oder Präsenzinterviews gespalten.

Geltungsbereich

Für die Studie wurden 3.811 Bewerbende online befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

CEO Outlook 2023/24: Wachstum in Zeiten der Polyrise

KPMG, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie verdeutlicht die optimistische Grundstimmung der CEOs in Deutschland und hebt wichtige Investitionsschwerpunkte sowie Risiken hervor.

Untersuchte Fragestellung

Die Teilnehmer wurden zu ihrer Einschätzung der konjunkturellen Lage, zu ESG, generativer KI und weiteren aktuellen Themen befragt.

Inhalte/Trends

Die Zuversicht der CEOs in Deutschland hinsichtlich des Wachstums ihrer Unternehmen in den nächsten drei Jahren ist weiterhin hoch, erreicht jedoch nicht mehr das Niveau des Vorjahres. Acht von zehn CEOs geben an, optimistisch zu sein. Die Ertragsentwicklung zeigt ein differenziertes Bild, wobei 49 % der befragten CEOs ein negatives bis geringes jährliches Ertragswachstum erwarten. Lediglich 18 % prognostizieren ein jährliches Wachstum von mehr als fünf Prozent. Diese Zahlen deuten darauf hin, dass deutsche Unternehmen weiterhin mit anspruchsvollen Rahmenbedingungen konfrontiert sind.

Die CEOs identifizieren disruptive Technologien, Geopolitik und den Klimawandel als die drei wichtigsten Risiken für die Wachstumsaussichten ihrer Unternehmen. Die Umfrage zeigt, dass generative KI (GenAI) in den Unternehmen als bedeutender Wettbewerbsvorteil für die Zukunft betrachtet wird. Rund 76 % der Befragten priorisieren diese neue Technologie als eine der wichtigsten Investitionen. Obwohl 43 % davon ausgehen, dass sich die Investition in den nächsten drei bis fünf Jahren auszahlen wird, bleiben Herausforderungen wie hohe Implementierungskosten, ethische Fragen und mangelnde Regulierung bestehen.

ESG (Environmental, Social, Governance) hat sich im Wirtschaftsalltag als entscheidender Faktor für den langfristigen Unternehmenserfolg etabliert. Die CEOs sehen ESG weiterhin als Herausforderung für das Wachstum an, räumen jedoch auch ein, dass diese Themen Chancen für die Wertsteigerung des Unternehmens bieten. Sie haben ESG vollständig in ihre Geschäftsstrategie integriert, wobei 77 % davon ausgehen, dass sich ihre Investitionen in den kommenden Jahren auszahlen werden. Insbesondere Umweltrisiken und der Klimawandel werden von 13 % der CEOs als das größte Risiko für die Wachstumsziele der nächsten drei Jahre betrachtet.

In Bezug auf die Arbeitswelt gehen 68 % der Befragten davon aus, dass ihre Mitarbeitenden innerhalb der nächsten drei Jahre vollständig ins Büro zurückkehren werden. Die Hybridarbeit wird nur von 25 % erwartet. Eine Mehrheit plant, Mitarbeitende zu belohnen, die sich bemühen, ins Büro zu kommen. Dies steht im Zusammenhang mit der Einschätzung, dass Talent in den nächsten drei Jahren den Wohlstand ihrer Organisation negativ beeinflussen wird, wobei 56 % dieser Aussage zustimmen.

Geltungsbereich

Befragt wurden weltweit 1.325 CEOs großer Unternehmen, darunter 125 CEOs in Deutschland.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Wechselwilligkeitsstudie 2023

forsa im Auftrag von onlyfy by Xing, 2023, Deutsch

Bewertung

Die Studie liefert Einblicke in die Jobzufriedenheit und Wechselbereitschaft der Deutschen, sowie deren Motive für einen Jobwechsel.

Untersuchte Fragestellung

Die Teilnehmenden wurden zu Themen wie Jobzufriedenheit, Wechselbereitschaft, Wünsche an künftige Arbeitgebende sowie den Motiven hinter tatsächlichen Jobwechseln befragt.

Inhalte/Trends

84 % der Befragten sind zufrieden mit dem eigenen Job, mehr als ein Drittel der Befragten hingegeben sind offen für einen Jobwechsel oder planen diesen sogar konkret.

Ein zu niedriges empfundenes Gehalt bzw. ein zu hohes Stresslevel sind die häufigsten Gründe für einen Jobwechsel. Auf nur zwei der angegebenen Gründe für einen Wechsel haben die Unternehmen keinen direkten Einfluss: Die generelle Lust auf Abwechslung und den Wohnortwechsel.

Die deutliche Mehrheit der Befragten sehen einen schlechten Führungsstil und schlechte Erfahrungen von Bekannten als absolute „Red Flag“ bei einem neuen Unternehmen. Aber auch eine schlechte Unternehmenskultur und der Unternehmensstandort können bei zwei Drittel der Befragten Unbehagen auslösen.

Für die junge Generation (18-29 Jahre), sind vor allem die flexible Arbeitszeitgestaltung (85 %), eine 4-Tages-Woche bei vollem Lohnausgleich (82 %) und Home Office (66 %) Benefits, die deren Herz höher schlagen lassen. Spannend dabei ist, dass diese neuen Arbeitsmodelle zwar für alle Altersgruppen wichtig sind, mit zunehmendem Alter jedoch trotzdem an Relevanz für Arbeitnehmer:innen verlieren. Lediglich bei den Punkten Kinderbetreuung und der zur Verfügungstellung eines speziellen Eltern-Kind-Raums haben die 30-49-Jährigen die Nase vorne, was sich damit begründen lässt, dass Jungeltern meist genau in diese Altersgruppe fallen.

Für die Mehrheit der Befragten ist eine berufliche Tätigkeit nicht nur „Geld verdienen“ sondern mehr – Freude, Stolz oder Sinnhaftigkeit.

Die Direktansprache wird auf Kandidat:innenseite mit knapp der Hälfte als bevorzugte Ansprache angegeben.

Fast alle Befragten wünschen sich eine Gehaltsangabe in den Stellenanzeigen. Neben dem Gehalt sind aber auch Informationen zum Standort, zur Unternehmenskultur und zu den angebotenen Benefits ein absolutes Must-Have in jeder ausgeschriebenen Vakanz.

Geltungsbereich

Es wurden insgesamt 3.216 erwerbstätig Angestellte ab 18 Jahren befragt.

[Link zur Studie](#)

News-Service für HR-Studien - abonnieren

Über HRblue

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

Wir sind mit über 25.000 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](#)

Ansprechpartner und Kontakt

HRblue AG
Am Hochacker 2
D-85630 Grasbrunn (München)

Tel: +49 (0)89 5419 6585-0