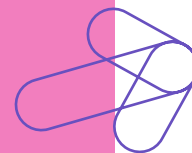


WARUM VERÄNDERT SICH DER ARBEITSMARKT IN DEN NÄCHSTEN JAHREN SO STARK?

Baby Boomer gehen nach und nach in Rente und die nachfolgenden Geburtenkohorten sind nicht so geburtenstark ausgefallen. Dadurch entsteht auf dem Arbeitsmarkt ein Defizit an nachrückenden Fachkräften.



2022

AKTUELLE SITUATION ARBEITSMARKT


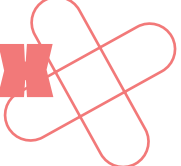
45,5 Millionen Arbeitnehmende
844.796 offene Stellen
(Quelle: Statistisches Bundesamt)

2030

ZUKÜNFTIGE AUSSICHT

2030 könnten
5 Millionen Fachkräfte fehlen
(Quelle: Spiegel)

GENERATIONEN IM ÜBERBLICK:

	BABY BOOMER (1945 - 1964) 	GEN X (1965 - 1980) 	GEN Y (1981 - 1996) 	GEN Z (1997 - 2010) 
ARBEITSEINSTELLUNG:	Live to work	Work to live	Work-Life-Balance und Work-Life-Blend	Work-Life-Separation
WERTE:	Gesundheit, Idealismus, Kreativität	Unabhängigkeit, Individualismus, Sinnsuche	Vernetzung, Teamwork, Optimismus	Formen sich noch
MERKMALE:	Teamorientiert, karriereorientiert, Arbeit hat höchsten Stellenwert	Gutes Bildungsniveau, selbstständig, Streben nach hoher Lebensqualität, Zeit ist wertvoller als Geld, Digital Immigrants	Digital Immigrants, permanente Erreichbarkeit und Medienkonsum, Affinität zu Technik	Digital Natives
MOTIVATION:	Persönliches Wachstum, Wertschätzung für ihre Erfahrung, Gefühl, gebraucht zu werden	Hoher Freiheitsgrad in der Arbeitsgestaltung, Entwicklungsmöglichkeiten, Work-Life-Balance	Selbstverwirklichung, Vernetzung, Beruf mit Sinn gesucht, mit Menschen auf Augenhöhe arbeiten	Selbstverwirklichung + feste Abgrenzung zwischen Arbeit und Privatleben, permanenter virtueller und realer Mediaustausch
ERWARTUNG:	Sicherer Arbeitsplatz, Wertschätzung für Erfahrung, stärkste Geburtenkohorte, die bis 2030 in Rente geht	Eigene Ideen einbringen, Gestaltungsfreiheit, flexible Arbeitszeiten	Abwechslungsreiche Aufgaben, Weiterbildungen, Homeoffice, Sabbaticals	Direkte Kommunikation, Freiräume, Engagement, nachhaltiges Wirtschaften

CHANCEN UND POTENZIAL DER NACHRÜCKENDEN GENERATIONEN?

ARBEITSMARKT

Nachrückende Generationen verändern Arbeitsmarkt nachhaltig

POTENZIAL

Hohe Technikaffinität, schnelle Anpassung an neue/digitale Arbeitsprozesse, neue Techniken + neue Arbeitsplätze, Rate an Studienabschlüssen steigt, Flexibilität, feste und sichere Arbeitsplätze mit freier Gestaltung und flexiblen Arbeitszeiten, Arbeiten von überall (Homeoffice, Arbeiten nicht mehr standortgebunden), offener Austausch

VERÄNDERTE ANSPRÜCHE

Lebensstandard der Baby Boomer und Gen X nicht erreichbar, dafür steht Work-Life-Balance und Sinnsuche im Vordergrund (Lebensqualität)

WARUM BEWIRBT SICH JEMAND NICHT BEI EINEM UNTERNEHMEN?



UNATTRAKTIVE ARBEITSBEDINGUNGEN:

Schlechte Arbeitsbedingungen, negatives Arbeitsklima, Gehalt im Wettbewerbsvergleich nicht kompetitiv

SCHLECHTES IMAGE:

z.B. fallen Kununu-Bewertungen negativ aus, geringe Weiterempfehlungsrate, hohe Mitarbeiterfluktuation

KEINE KLARE VISION:

Keine inspirierende Vision oder kein klarer Zweck, keine Möglichkeit der Identifikation mit Vision und Unternehmenskultur

ANFORDERUNGSPROFIL (STELLEN):

Unrealistisch, unklar oder zu hohe Anforderungen

KARRIEREMÖGLICHKEITEN:

Versteckte/nicht vorhandene/unattraktive Karriereseite und Mangel an Karrieremöglichkeiten: keine klaren Karrierewege

ARBEITGEBERKOMMUNIKATION:

z.B. geringe oder keine interne Kommunikationskultur oder fehlende externe Kommunikation via Social Media

FEHLENDE TRANSPARENZ:

Unternehmenswerte und -kultur werden nicht gelebt oder kommuniziert

WARUM BEWIRBT SICH JEMAND BEI EINEM UNTERNEHMEN?

A large, stylized orange checkmark is positioned to the right of the main title, indicating a positive or correct answer.

GUTES IMAGE:

Positiver Ruf als attraktiver und sicherer Arbeitgebender

KARRIEREMÖGLICHKEITEN:

Sinnvolle Weiterbildungsmöglichkeiten, Aufstiegschancen

SELBSTVERWIRKLICHUNG:

Selbstverwirklichung des Mitarbeitenden, Perspektiven bieten, Ziele vereinbaren

ARBEITSBEDINGUNGEN:

Faire Vergütung, Work-Life-Balance z.B. Überstundenausgleich, angemessene Anzahl an Urlaubstagen, an Belegschaft angepasste Benefits

UNTERNEHMENSKULTUR:

Leitbild und Werte werden kommuniziert, wodurch sich Bewerbende mit dem Unternehmen identifizieren können.

TECHNOLOGIE UND INNOVATION:

Verwendung moderner Technologien, Verfolgen innovativer Ansätze, herausfordernde und interessante Arbeit anbieten

SOZIALES ENGAGEMENT:

Einsetzen für soziale und/oder nachhaltige Entwicklungen

WARUM **SPRINGT** JEMAND WÄHREND DES BEWERBUNGSPROZESSES AB?

ONBOARDING

Ungenügender Onboarding-Prozess

BEWERBUNGSPROZESS

Langwieriger Bewerbungsprozess/komplizierte
Bewerbung (z.B. Anmeldung in einem Portal)

ZU VIEL ZEIT

Es verstreicht zu viel Zeit zwischen Bewerbung
und Rückmeldung

CANDIDATE JOURNEY

Unzufriedenstellende Candidate Journey

WARUM WECHSELT JEMAND DAS UNTERNEHMEN?

WERTSCHÄTZUNG:

Fehlende Wertschätzung/Empathie der Führungskräfte

VERGÜTUNG:

Nicht kompetitiv

FEEDBACK:

Fehlen von Feedbackgesprächen/
Vereinbarungen von Zielen

WEITERBILDUNG:

Fehlende Entwicklungs-/
Weiterbildungsmöglichkeiten

WORK-LIFE-BALANCE:

Unzureichende Work-Life-Balance, z.B. geringe Flexibilität, hohes Stresslevel ohne Ausgleich

ARBEITSKLIMA:

Negatives Arbeitsklima: z.B. durch mangelnde interne Kommunikation

UNTERNEHMENSKULTUR:

Nicht vorhanden/nicht gelebt

EMPLOYER BRANDING

KURZ ERKLÄRT:

ALLGEMEINE DEFINITION:

Employer Branding ist eine unternehmensstrategische Maßnahme, bei der Konzepte aus dem Marketing – insbesondere der Markenbildung – angewandt werden, um ein Unternehmen insgesamt als attraktiven Arbeitgebenden zu positionieren und von anderen Wettbewerbern im Arbeitsmarkt positiv abzuheben.

WORAUS BESTEHT EMPLOYER BRANDING?

ARBEITGEBERIMAGE:

Wie wird das Unternehmen von der Öffentlichkeit wahrgenommen?
Welche Werte und Ziele werden verfolgt?

PERSONALENTWICKLUNG:

Investiert das Unternehmen in Weiterbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden?
Gibt es Weiterbildungsmöglichkeiten und Karrierechancen?

KOMMUNIKATION:

Gibt es eine interne Kommunikation? Ist diese klar und transparent? Gibt es eine externe Kommunikation durch z.B. Social Media?

UNTERNEHMENSKULTUR:

Welche Werte und Prinzipien werden innerhalb des Unternehmens gelebt?
Wie ist die Arbeitsatmosphäre?

ARBEITSBEDINGUNGEN:

Wie sehen die Arbeitszeitregelungen, die Arbeitsplatzgestaltung, das Arbeitsumfeld und die Benefits aus?

EMPLOYER VALUE PROPOSITION (EVP):

Welches Unternehmensversprechen wird den Mitarbeitenden geboten? Welche Vorteile genießen sie? Welche Erwartungen hat das Unternehmen an seine Mitarbeitenden?

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT:

Sind ihre Mitarbeitenden mit Ihnen als Arbeitgebender zufrieden? Unzufriedenheit hat Auswirkungen auf die Mitarbeiterbindung die Empfehlungsbereitschaft Ihrer Mitarbeitenden.

CORPORATE RESPONSI- BILITIES

KURZ ERKLÄRT:

ALLGEMEINE DEFINITION:

Corporate Responsibility (CR) ist für viele Bewerbende ein entscheidender Faktor, ob sie sich bei einem Unternehmen bewerben oder nicht. Immer mehr Menschen legen Wert darauf, dass das Unternehmen, bei dem sie arbeiten möchten, nicht nur wirtschaftlich erfolgreich ist, sondern auch soziale Verantwortung übernimmt und nachhaltig agiert.

WOZU DIENT CORPORATE RESPONSIBILITY?

ATTRAKTIVITÄT:

Attraktivität als Arbeitgebender steigern

POSITION:

Positionierung der Employer Brand

IDENTIFIKATION:

Identifikation der Mitarbeitenden mit Unternehmenswerten

IMAGE:

Steigerung des Unternehmensimage

ZUFRIEDENHEIT:

Förderung der Mitarbeiterzufriedenheit

PLUSPUNKT:

Hilfreich für Kundenakquise und Kundenbindung

REPUTATION:

Positive Beeinflussung der Reputation und Marktposition

CORPORATE BENEFITS

KURZ ERKLÄRT:

ALLGEMEINE DEFINITION:

Corporate Benefits sind Mitarbeiterangebote bzw. Zusatzleistungen, die Unternehmen ihren Mitarbeitenden anbieten können, um die Zufriedenheit zu steigern und die eigene Marke interessanter für Arbeitnehmende zu gestalten.

Corporate Benefits können auch genutzt werden, um Gehaltserhöhungen zu ersetzen oder um die allgemeine Unternehmenskultur zu verbessern.

SCHLECHTE BENEFITS

01. Kostenlose Parkplätze
02. Obstkorb
03. Kickertisch
04. Pünktliche Bezahlung
05. Arbeitskleidung
06. Gründliche Einarbeitung
07. Dynamisches Umfeld
08. Flache Hierarchien
09. Kurze Entscheidungswege

GUTE BENEFITS

01. Jobticket für ÖPNV
02. Dienstrad
03. kostenloses Essen oder Essenszuschuss
04. Betriebliche Altersvorsorge
05. Flexibles arbeiten: hybrid, remote, Anpassung der Arbeitszeiten
06. Gesundheits- und Wellnessprogramme
07. Steuerfreier Sachbezug in Höhe von 50 Euro
08. Finanzierung von Kinderbetreuung bzw. Sicherung von Kita-Plätzen
09. Auswahl an kostenfreien Getränken (nicht nur Wasser und Kaffee)

INDIVIDUELLE BENEFITS?

WARUM SOLLTEN BENEFITS INDIVIDUELL AN DIE BELEGSCHAFT ANGEPASST WERDEN?

Was für ein Unternehmen gut funktioniert, funktioniert möglicherweise nicht für ein anderes Unternehmen.

Jedes Unternehmen hat auch eine einzigartige Gruppe von Mitarbeitenden mit unterschiedlichen Bedürfnissen und Erwartungen. Einige Unternehmen können beispielsweise eher auf die Bedürfnisse junger Mitarbeitender ausgerichtet sein, die sich Flexibilität und Freizeitaktivitäten wünschen, während andere Unternehmen sich auf die Bedürfnisse älterer Mitarbeitender konzentrieren können, die möglicherweise mehr Wert auf Karrieremöglichkeiten und langfristige finanzielle Stabilität legen.

Eine Analyse ist daher empfehlenswert, um festzustellen, welche Arten von Corporate Benefits ihre Mitarbeitenden bevorzugen und wie diese Leistungen am besten zur Förderung von Mitarbeiterbindung, Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeitermotivation eingesetzt werden können.

Corporate Benefits sollten regelmäßig überprüft und angepasst werden, um die Sicherstellung von Relevanz und Attraktivität zu gewährleisten.

WIE KÖNNEN UNTERNEHMEN DIE PASSENDEN CORPORATE BENEFITS ERARBEITEN?

MITARBEITERBEFRAGUNG:

Eine Umfrage unter Mitarbeitern kann wertvolle Einblicke in ihre Bedürfnisse und Wünsche geben. Unternehmen können diese Informationen nutzen, um ihre Corporate Benefits zu verbessern oder neue Benefits einzuführen.

BUDGET- UND RESSOURCENANALYSE:

Unternehmen sollten ihre verfügbaren Ressourcen und ihr Budget analysieren, um sicherzustellen, dass sie die Corporate Benefits bieten können, die sie sich leisten können.

ANALYSE VON BRANCHENSTANDARDS:

Unternehmen können die Corporate Benefits von Wettbewerbern und anderen Branchenstandards analysieren, um festzustellen, welche Leistungen in ihrer Branche üblich sind. Sie können diese Informationen nutzen, um sicherzustellen, dass ihre eigenen Corporate Benefits wettbewerbsfähig sind.

UNTERNEHMENSKULTUR BERÜCKSICHTIGEN:

Unternehmen sollten ihre eigene Kultur und Werte berücksichtigen und Corporate Benefits auswählen, die diese Werte unterstützen und fördern.

EXPERTENBERATUNG:

Unternehmen können auch Expert*innen konsultieren, wie z.B. Beratende oder Personalvermittler, um Empfehlungen für Corporate Benefits zu erhalten, die am besten zu ihren Bedürfnissen und Zielen passen.

CHECKLISTE:

01. Haben Sie einen Überblick über die in Ihrem Unternehmen dominierende Generation?
02. Besitzen Sie ein ausgearbeiteten Employer Brand, welcher noch immer aktuell ist?
03. Wie leben Sie Wertschätzung im Unternehmen? Fühlen sich Ihre Mitarbeitenden gewertschätzt?
04. Sehen Sie Ihr Unternehmen als zukunftsorientiert gut aufgestellt, um auch weiterhin erfolgreich rekrutieren zu können?
05. Haben Sie Benefits und sind diese an die Belegschaft angepasst?

HABEN ARBEITNEHMENDE UND BEWERBENDE **TOUCH-** **POINTS** MIT IHNEN ALS ARBEITGEBENDER?

- 01.** Welche Touchpoints haben Menschen mit Ihrer Arbeitgebermarke?
- 02.** Sind Sie auf Social Media aktiv?
Welche Kanäle bespielen Sie und warum?
Ist die Auswahl an Ihre Zielgruppe angepasst?
- 03.** Wie können Bewerbende mit Ihnen Kontakt aufnehmen?
- 04.** Haben Sie eine Karriereseite? Nutzen Sie
Bewertungskanäle wie z.B. kununu?
Gehen Sie aktiv auf Bewertungen ein und haben ein
ausgefülltes Profil?

WELCHE **PUNKTE** MUSS EINE GUTE KARRIERESEITE ERFÜLLEN?

01. Auffindbarkeit
02. Wie sieht ihr Leitbild aus?
Welche Werte vertreten Sie?
03. Ablauf des Bewerbungsprozesses
04. Ansprechpartner
05. Standorte inkl. Informationen
06. Präsentation als Arbeitgeber: Wer sind Sie? Was erwartet Bewerber*innen bei Ihnen? Welche Benefits haben Sie und welchen Mehrwert bieten diese?
07. Warum sollte sich ein Bewerbender für Sie entscheiden?
08. Weiterentwicklungsmöglichkeiten
09. FAQ

RECRUITING:

**JETZT KANN ES
LOSGEHEN!**