

Gehaltsstudie 2014

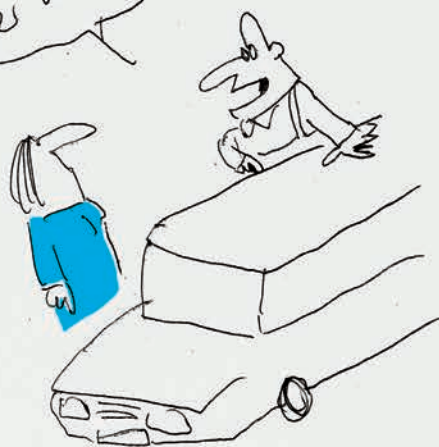
Wechselbereitschaft der Arbeitnehmer
in der Marktforschungsbranche



Sponsored by:

GUTER SERVICE IST DAS BESTE REZEPT

Nur einen kleinen
Ölwechsel?
Salatölwechsel,
oder was?



Wie erleben Kunden Ihr Unternehmen? Wir finden es heraus, damit Sie erfolgreiche Strategien entwickeln können – von der Produktentwicklung bis zur Steigerung der Kundenzufriedenheit.
www.maritzresearch.de

2. Wechselbereitschaft der Arbeitnehmer in der Marktforschungsbranche

2.1. Arbeitszufriedenheit und Engagement sind hoch

Die allgemeine Arbeitsplatzzufriedenheit in der Marktforschungsbranche ist weiterhin auf hohem Niveau. Auch in diesem Jahr zeigt sich wieder, dass ca. zwei Drittel der befragten Marktforscherinnen und

Marktforscher mit ihrer Arbeit sehr zufrieden oder zufrieden sind. Aus Arbeitgebersicht dürften die 27%, die nur teilweise zufrieden sind, besondere Aufmerksamkeit verdienen, denn hier können geeignete

Mitarbeiterbindungsmaßnahmen die Zufriedenheit erhöhen und damit einen eventuellen Wechsel zu einem anderen Arbeitgeber verhindern.

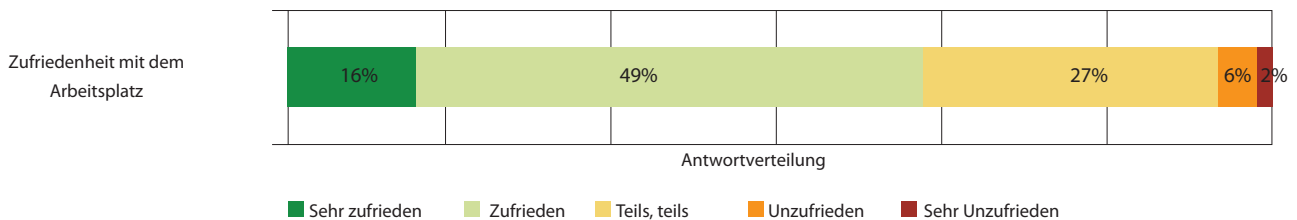


Abbildung 19. Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz

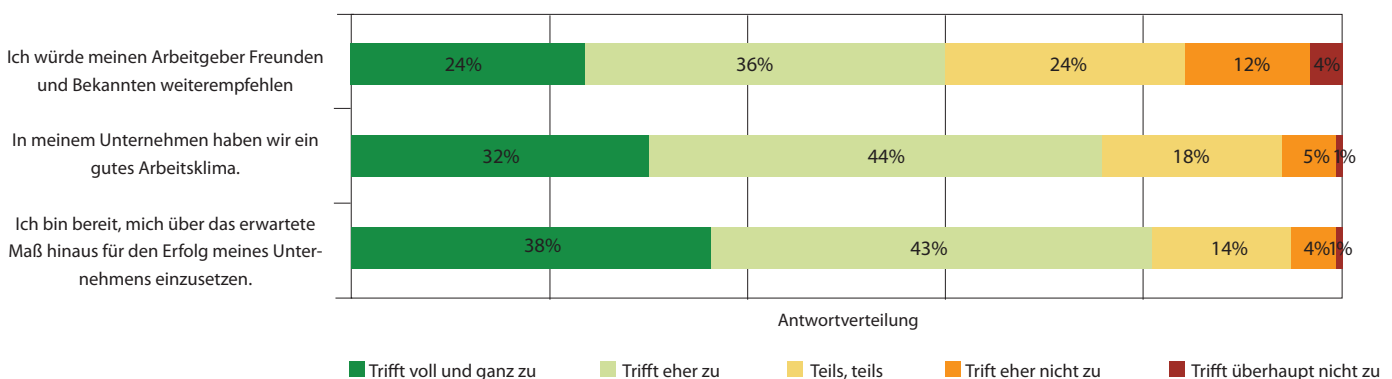


Abbildung 20. Weiterempfehlungsbereitschaft, Engagement und Arbeitsklima

FUNDIERTE ENTSCHEIDUNGEN DURCH ZUVERLÄSSIGE FELDARBEIT:

Wir bieten Ihnen qualitätsgesicherte Telefonbefragungen als wertvolle Entscheidungsgrundlage für Ihren Erfolg. Sie verlassen sich darauf, dass die Qualität der von uns erhobenen Daten Ihren Anforderungen voll entspricht. Wir bieten Ihnen die maximale Kontrolle. Wir sind spezialisiert auf Telefonmarktforschung. Das macht uns zu einem starken Partner.

Unsere Leistungen für Ihren Erfolg:

- ✗ 120 CATI Stationen für eine schnelle und flexible Durchführung Ihrer Studien
- ✗ Nationale und internationale Befragungen mit native speakern
- ✗ Einspielen von Audiosequenzen
- ✗ Mithörmöglichkeiten vor Ort und von extern (nach den geltenden Richtlinien)
- ✗ Datenlieferung in den gängigen Formaten
- ✗ Laufende Rückmeldungen zu Ihrer Studie



abs – 20 Jahre
Qualitätsgesicherte
Telefonbefragungen



abs Marktforschung
Dreifaltigkeitsweg 13
89079 Ulm
Telefon +49 731 4001 400
www.abs-marktforschung.de
www.telefonbefragungen.de
Kontakt
Stroehle@abs-marktforschung.de

Die überwiegend hohe Zufriedenheit schlägt sich auch in entsprechend hoher Weiterempfehlungsbereitschaft des eigenen Arbeitgebers und in einer positiven Bewertung des Arbeitsklimas nieder. Gerade dieses ist eine wichtige Voraussetzung für Arbeitszufriedenheit und eine starke emotionale Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen¹⁰.

Die Wochenzeitung „Die Zeit“ berichtet unter dem Titel „Meine Firma liebt mich nicht“ in der Ausgabe vom 3. April 2014 von der Lustlosigkeit deutscher Arbeitnehmer. Mit Bezug auf eine aktuelle Gallup-Studie wird berichtet, dass 67% der Beschäftigten nur Dienst nach Vorschrift machen. Für die Teilnehmer der Gehaltsstudie von marktforschung.de ergibt sich ein

deutlich erfreulicherer Bild (s. Abb. 20), denn die breite Mehrheit ist dazu bereit, sich über das erwartete Maß hinaus für den Erfolg des Unternehmens zu engagieren.

2.2. Wechselbereitschaft in der Marktforschung

Die Teilnehmer der Gehaltsstudie arbeiten mehrheitlich seit bis zu 6 Jahren bei ihrem derzeitigen Arbeitgeber. Das heißt: viele Befragte der marktforschung.de Gehaltsstudie stehen eher am Anfang ihres Berufslebens. In dieser Phase ist das Bedürfnis nach Gehaltsvergleichen besonders hoch und damit auch die Motivation an der Befragung zum Gehaltscheck für Marktforscher teilzunehmen.

Auch Zufriedene verfolgen den Stellenmarkt. Obwohl Zufriedenheit, Engagement und Bindung an den jetzigen Arbeitgeber hoch ausfallen, verfolgen fast 40% der Teilnehmer des Gehaltschecks die Stellenmärkte, indem sie sich Benachrichtigung mit Stellenanzeigen von Jobportalen schicken lassen. Fast ein Viertel der Studienteilnehmer hat sich in den letzten sechs Monaten auf eine andere Stelle beworben.

Auch Zufriedene verfolgen den Stellenmarkt

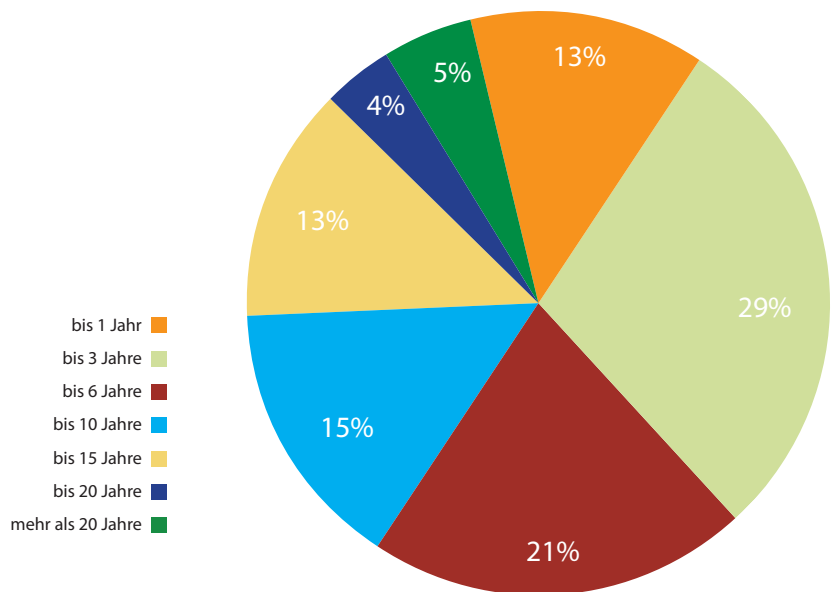


Abbildung 21. Dauer der Betriebszugehörigkeit

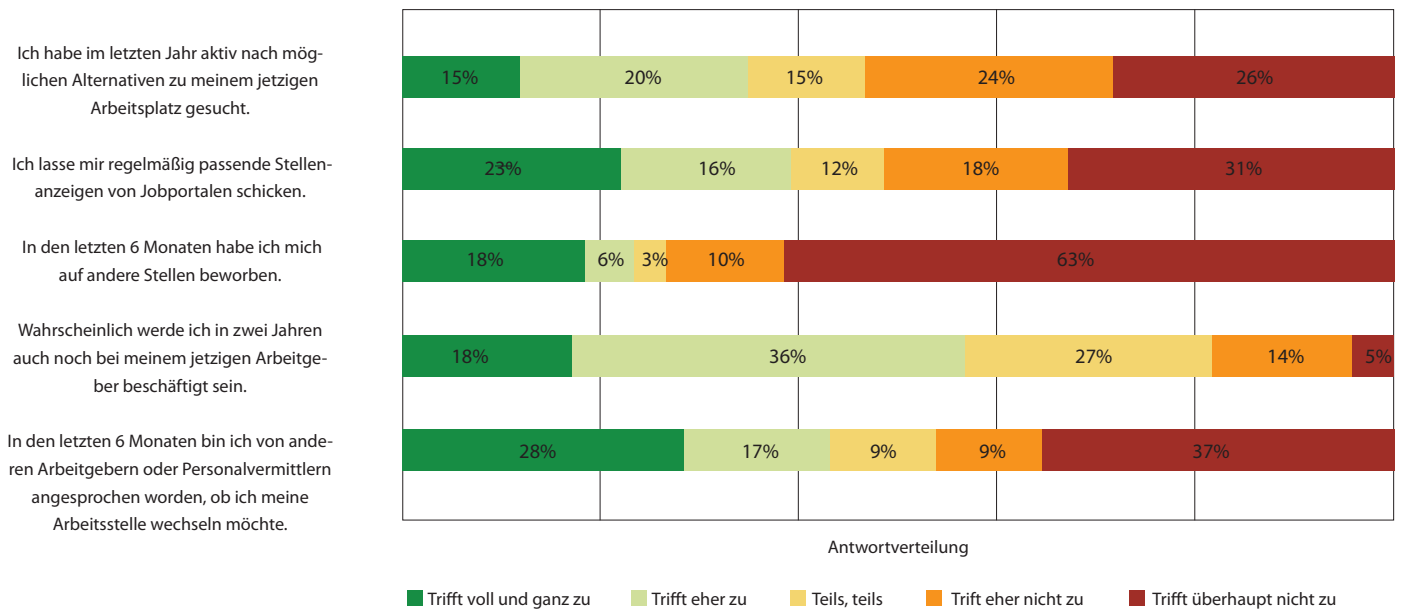


Abbildung 22. Wechselbereitschaft

Ein weiterer Fakt zur Wechselbereitschaft: Fast der Hälfte der Befragungsteilnehmer wurde vor kurzem von anderen Arbeitgebern oder von Personalvermittlern ein Arbeitsplatzwechsel angeboten.

Die Verdichtung der Items zur Wechselneigung (s. Abb. 23) auf einen Faktor und die Gruppierung der Befragungsteilnehmer anhand der Faktorwerte zeigt, dass ca. 60% der Personen, die am Gehaltscheck teilgenommen haben, stark an ihren Arbeitgeber gebunden sind und nahezu keine Wechselneigung zeigen.

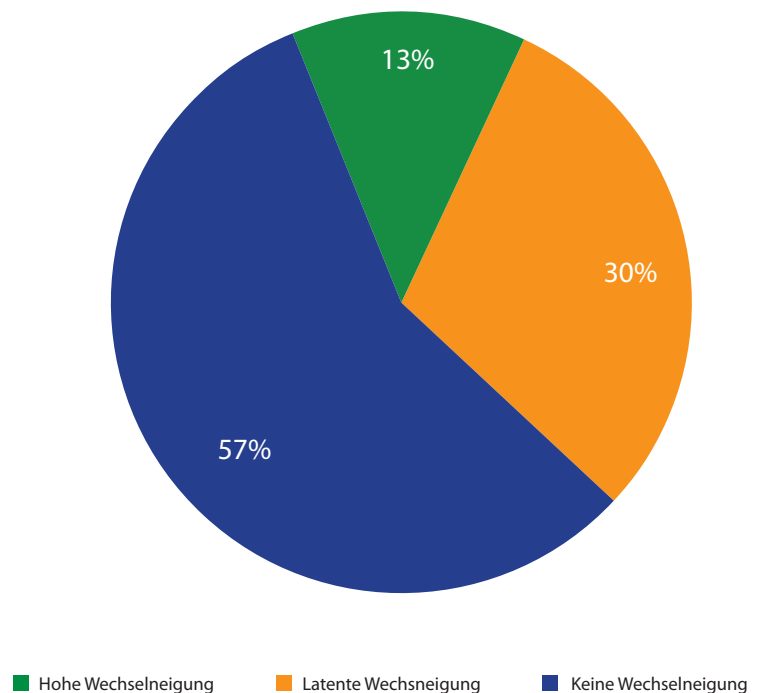


Abbildung 23. Wechselneigung

2.3. Determinanten der Wechselneigung



	Keine Wechselneigung	Latente Wechselneigung	Hohe Wechselneigung
Durchschnittsalter	40 Jahre	38 Jahre	36 Jahre
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	7,2 Jahre	6 Jahre	5 Jahre
Durchschnittsgehalt	63.147 €	57.182 €	50.174 €
Hohe Arbeitszufriedenheit	65 %	48 %	22 %
Attraktive berufliche Entwicklungsmöglichkeiten	54 %	43 %	9 %
Zufriedenheit mit dem Gehalt	57 %	30 %	15 %
Engagement sich für das Unternehmen einzusetzen	85 %	76 %	71 %

Abbildung 24. Determinanten der Wechselneigung

Die wechselwilligen Marktforscherinnen und Marktforscher sind etwas jünger und etwas kürzer bei ihrem derzeitigen Arbeitgeber beschäftigt. Die Wechselneigung von betrieblichen Marktforschern unterscheidet sich nur marginal von der ihrer Kollegen in den Instituten. Auch zwischen Männern und Frauen bestehen in dieser Hinsicht kaum Unterschiede.

Zufriedenheit, Perspektive
und Gehalt bestimmen
Wechselneigung

Damit ist der Arbeitsplatzwechsel keinesfalls eine Notwendigkeit im Berufslebenszyklus. Die Haupttreiber der Wechselneigung sind Ar-

beitszufriedenheit, die Perspektive, sich beruflich weiter zu entwickeln sowie das Gehalt. Die Arbeitszufriedenheit und die Wahrnehmung beruflicher Perspektiven sind bei den stark Wechselwilligen besonders niedrig. Dies schlägt sich jedoch nicht in mangelndem beruflichem Engagement nieder. Denn 71% derjenigen, die sich auf dem Absprung zum nächsten Arbeitgeber befinden, sind trotzdem bereit, sich über das erwartete Maß hinaus für den Erfolg ihres jetzigen Unternehmens zu engagieren.

Personalverantwortliche beklagen, dass es schwierig ist, erfahrene Mitarbeiter für gehobene Positionen zu finden. Offensichtlich sehen sie sich zur Lösung dieser Problema-

tik gerne auch bei der Konkurrenz nach guten Arbeitskräften um. Die Empfehlung an die HR-Abteilungen, stärker im eigenen Haus in Personalentwicklungsmaßnahmen zu investieren, liegt daher auf der Hand. Das Aufzeigen von beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten, verbunden mit entsprechenden Einkommensperspektiven, ist ein vielversprechendes Mittel, um Mitarbeiter, die bereit sind sich engagiert für das Unternehmen einzusetzen, an das eigene Haus zu binden.

Über

marktforschung.de

Branchenwissen und Aktuelles aus der Marktforschung an zentraler Stelle bündeln und abrufbar machen - das ist das Hauptanliegen von marktforschung.de. Seit 2006 richtet sich marktforschung.de mit seinem stetig wachsenden und täglich aktualisierten Informationsangebot rund um die Marktforschung sowohl an Marktforschungsinstitute, Panelbetreiber und Studienherausgeber als auch an deren Kunden aus Wirtschaft, Politik und Bildung. Zusätzlich bietet marktforschung.de zahlreiche Informationen für Experten aus Forschung und Wissenschaft.

Das aktuelle Publikationsangebot beinhaltet neben der laufend aktualisierten Website die tägliche Onlinezeitung marktforschung.de-pesche sowie das redaktionelle Onlineformat marktforschung.dossier, in dem monatlich ein besonders wichtiges, neues oder dynamisches Thema von führenden Experten aus der Branche durchleuchtet wird. Zusätzlich bietet marktforschung.de der Branche mittels der beliebten Webinare eine Online-Weiterbildungsplattform an.

Über

tivian

Die tivian GmbH ist ein führender Entwicklungs- und Umsetzungspartner für Evaluationsprozesse in der Organisationsentwicklung. Wir begleiten namhafte Organisationen im In- und Ausland als Berater und Dienstleister bei der Planung, Organisation und Umsetzung von Kundenbefragungen, Mitarbeiterbefragungen und Führungskräfte-Feedbacks, unter anderem adidas, Evonik Industries und Lufthansa.

Impressum:

marktforschung.de
Aegidius Marktforschungsportal GmbH
Zollstockgürtel 67, Atelier 10
D-50969 Köln

Tel.: +49 (0)221 788 748 0
Fax: +49 (0)221 168 262 44

redaktion@marktforschung.de
www.marktforschung.de

Registergericht: Amtsgericht Köln
Registernummer: HRB 60274
USt.-IDNr.: DE257625438

Herausgeber: Prof. Horst Müller-Peters
Geschäftsführung: Dipl.-Kfm. Lars-O. Gayk
Inhaltlich verantwortlich nach § 10 Absatz 3
MDStV: Dipl.-Kfm. Lars-O. Gayk
Redaktionsleitung: Claas Lübbert

Bildnachweis:

Cover: Digital Vision-Thinkstock

Abbildung. 24: Pavel Losevsky-Fotolia



Die GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung wurde 1987 in Heidelberg gegründet und gehört heute zu den Top 10 der Marktforschungsinstitute in Deutschland. Unsere Kunden sind führende Marken und Hersteller weltweit. In Deutschland vertrauen über 50% aller DAX Unternehmen auf unsere Innovationskraft, unsere Zuverlässigkeit und die Kompetenz unserer Mitarbeiter. Wollen Sie dazugehören?

DANN MELDEN SIE SICH, WIR FREUEN UNS, VON IHNEN ZU HÖREN.
JOBS@G-I-M.COM



GIM | GESELLSCHAFT FÜR
 INNOVATIVE MARKTFORSCHUNG



MARKTFORSCHER GESUCHT

GLOBALIZE YOUR CAREER

Your career at GfK, one of the world's leading market research companies, isn't typical. Our global footprint is your playground and our expertise in delivering clients' needs is your foundation. So, don't you think it's time now to think big, really big?

Contact us! > www.gfk.com/de/karriere

Growth from Knowledge