

Gehaltsstudie 2014

Die Sicht der Arbeitgeber

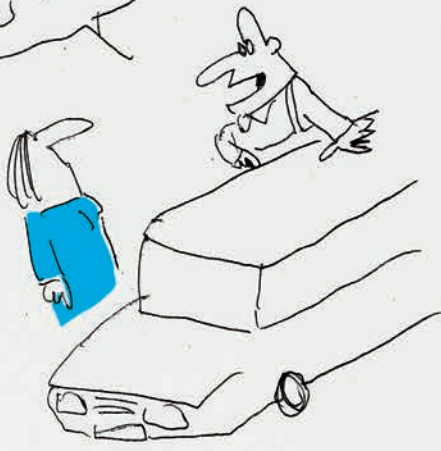


Sponsored by:



GUTER SERVICE IST DAS BESTE REZEPT

Nur einen kleinen
Ölwechsel?
Salatölwechsel,
oder was?



3. Die Sicht der Arbeitgeber

Ergänzend zu der Befragung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in der Marktforschung

haben uns in diesem Jahr ebenfalls 75 Verantwortliche aus Personalabteilungen sowie Geschäfts-

führer aus Marktforschungsinstituten Auskunft zu ihren Rekrutierungserfahrungen gegeben.

3.1. War for Talents

Unzählige Arbeitsmarktexperten prognostizieren, dass sich das Kräfteverhältnis zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern in den nächsten Jahren verändern wird. Anders gesagt, der sich abzeichnende Mangel an Arbeitskräften wird Arbeitnehmer zunehmend in die Lage versetzen, konkrete Ansprüche an ihren Arbeitsplatz zu formulieren, während Unternehmen gezwungen sein werden, attraktive Bedingungen zu schaffen, um gute Mitarbeiter zu finden. Die

Antworten der befragten HR-Verantwortlichen bestätigen dies.

Qualifizierte Mitarbeiter sind schwer zu finden

70% der Personaler geben an, es sei schwierig, einen adäquaten Senior Projektmanager einzustellen. Eine Managementposition mit einem qualifizierten Mitarbeiter zu besetzen, scheint sogar fast unmöglich. Bei den weniger qualifizierten

Stellen ist es derzeit noch leichter, Mitarbeiter zu finden, aber auch bei den Junior-Projektmanagern zeichnen sich schon Schwierigkeiten ab. Damit steigen die Chancen für Bewerber, die vielleicht keine Top-Noten mitbringen, dafür aber mit ihrer Persönlichkeit oder außerfachlichen Erfahrungen punkten.

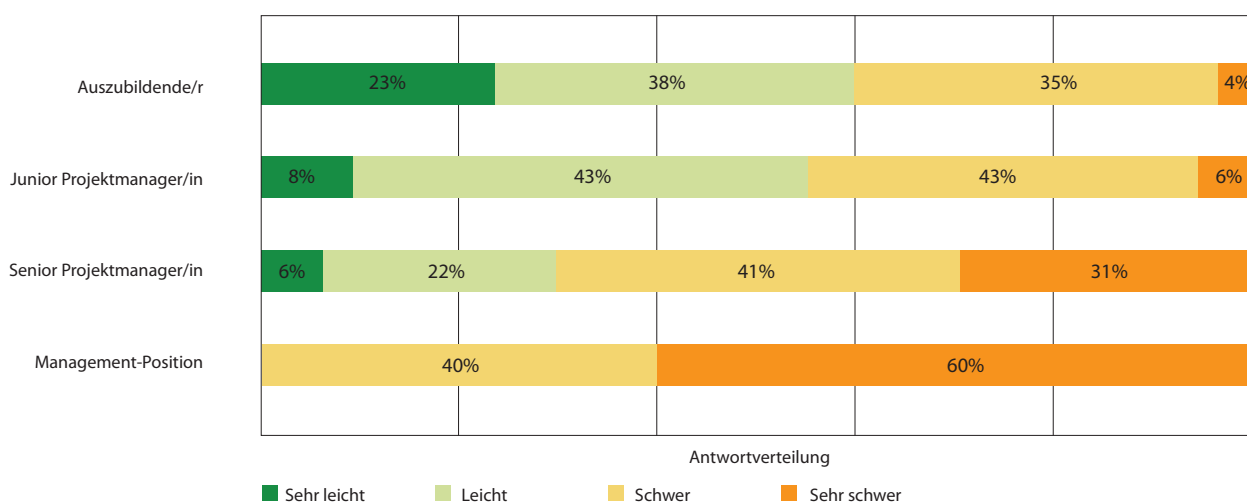


Abbildung 25. Wie leicht oder schwer war es Ihrer Meinung nach, für folgende Stellen adäquate Mitarbeiter zu finden?

Unternehmen wollen ihr Personal aufstocken

Neben dem demographischen Faktor ist auch die derzeit gute

wirtschaftliche Situation ein Treiber der veränderten Kräfteverhältnisse am Arbeitsmarkt. Über ein Drittel der befragten Personalverantwortlichen will die Anzahl der

Mitarbeiter in den nächsten 6 Monaten ausbauen. Nur wenige planen, die Zahl der Beschäftigten zu reduzieren.

Bewerber formulieren Erwartungen

Ein weiterer Hinweis auf die oben bereits skizzierte Entwicklung ist, dass über die Hälfte der HRler aktuell wahrnehmen, Bewerber formulierten konkrete Erwartungen an sie als Arbeitgeber. Allerdings werden Stellenangebote derzeit von den Bewerbern zum überwiegenden Teil akzeptiert. Noch ist keine Tendenz erkennbar, dass Bewerber sich aus mehreren Stellenangeboten das Beste heraus suchen, um ein Wunsch-Portfolio zu erstellen.

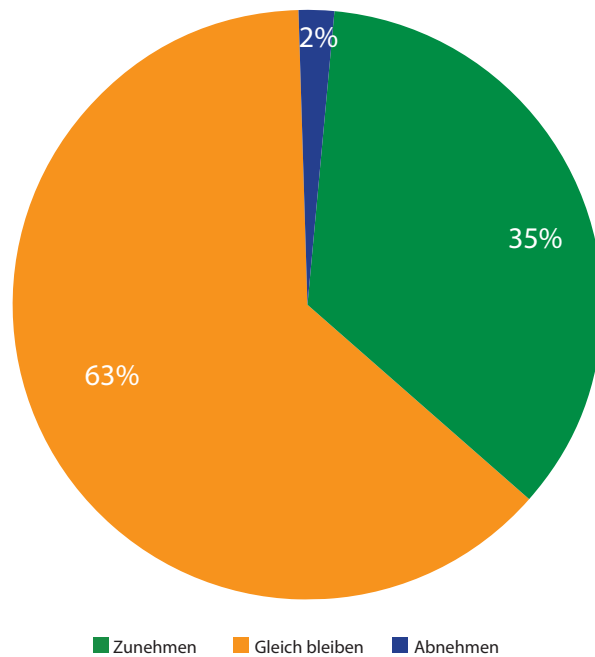


Abbildung 26. Geplante Zahl der Beschäftigten in 6 Monaten

Kündigungen gehen eher vom Arbeitnehmer aus

Wenn ein Mitarbeiter erst einmal eine Stelle bekleidet, sitzt er bei den meisten Unternehmen fest im Sattel. Gut 80% der Personal-

verantwortlichen geben an, dass Mitarbeiter, die das Unternehmen verlassen, dies auf eigenen Wunsch tun.

Die meisten Bewerber formulieren konkrete Erwartungen an uns als Arbeitgeber (z.B. die Möglichkeit, teilweise im Homeoffice zu arbeiten).

Wenn wir einem qualifizierten Bewerber eine Zusage erteilen, nimmt er diese in der Regel an.

Sofern Mitarbeiter unser Unternehmen verlassen, geschieht dies meist auf eigenen Wunsch.

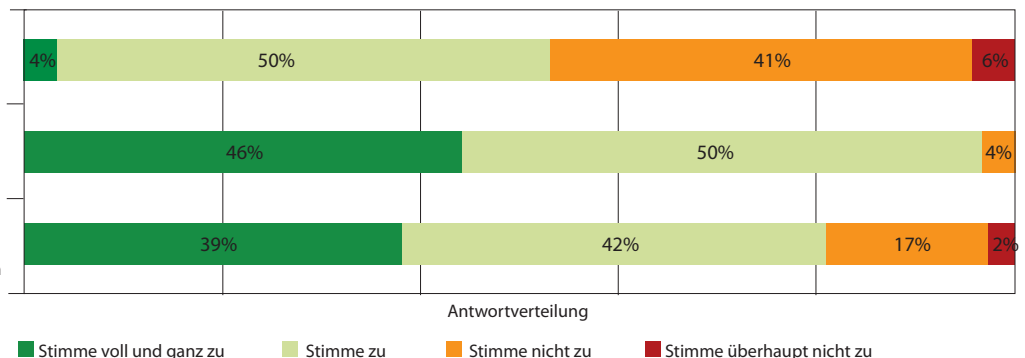


Abbildung 27. Perzipierte Erwartungen von Bewerbern

Die Hälfte der befragten HRler zeigt sich offen für unterschiedliche Qualifikationen der Berufsanfänger. Auch dies ist ein Zeichen dafür, dass Arbeitgeber sich zunehmend nach dem Angebot auf dem Arbeitsmarkt richten und nicht mehr starr auf bestimmte Qualifikationen bestehen. Den „sicheren“ Einstieg in die Branche haben jedoch Absolventen mit einem Master-Abschluss, denn die Personaler, die eine klare Vorstellung von der „notwendigen“ Qualifikation haben, gaben an, dass sie sich diesen Abschluss bei einem Festangestellten in ihrem Unternehmen wünschen.

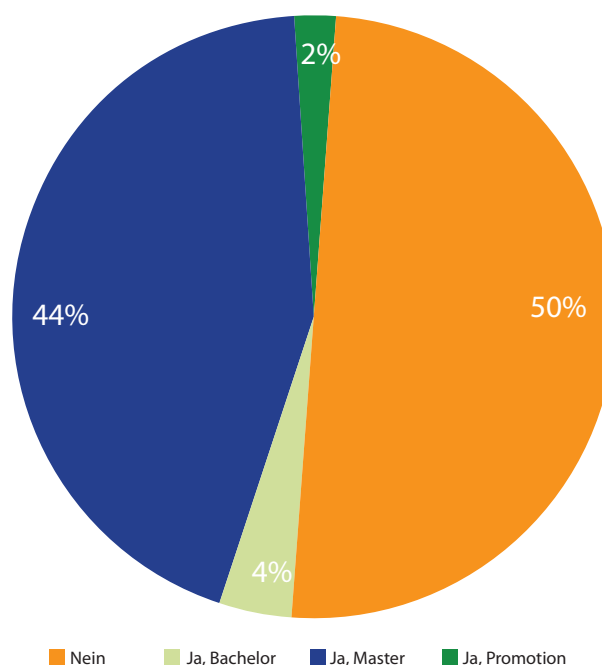


Abbildung 28. Bevorzugter Hochschulabschluss

3.2. Rekrutierung erfolgt via Internet

Die Ausschreibung von Stellen über die eigene Website ist für die meisten Unternehmen zum Standard geworden. Dieser Weg bringt viele Bewerbungen, deren Qualität als überwiegend positiv bewertet wird.

Die Suche nach Bewerbern geht allerdings in den meisten Fällen über die eigene Internetseite hinaus: 80% der Personalverantwortlichen nutzen externe Stellenmärkte.

Dabei liegt ein deutlicher Schwerpunkt auf Onlineausschreibungen. Printstellenanzeigen in branchenspezifischen Medien werden von ca. einem Drittel der Personalverantwortlichen geschaltet, Printanzeigen in allgemeinen Medien spielen in der Marktforschungsbranche dagegen eher eine untergeordnete Rolle.

30% der HRler nutzen darüber hinaus häufig oder immer die

Dienstleistungen von Personalvermittlern, weitere 31% tun dies zumindest zuweilen. Dabei werden Headhunter eher bei der schwierigen Besetzung von hochqualifizierten Stellen eingeschaltet. Die Präsenz auf Karriere- und Jobmesen ist insgesamt wenig verbreitet und dient vermutlich mehr der Präsentation als Arbeitgeber, denn zur Rekrutierung konkreter Bewerber (vgl. Abb.29).

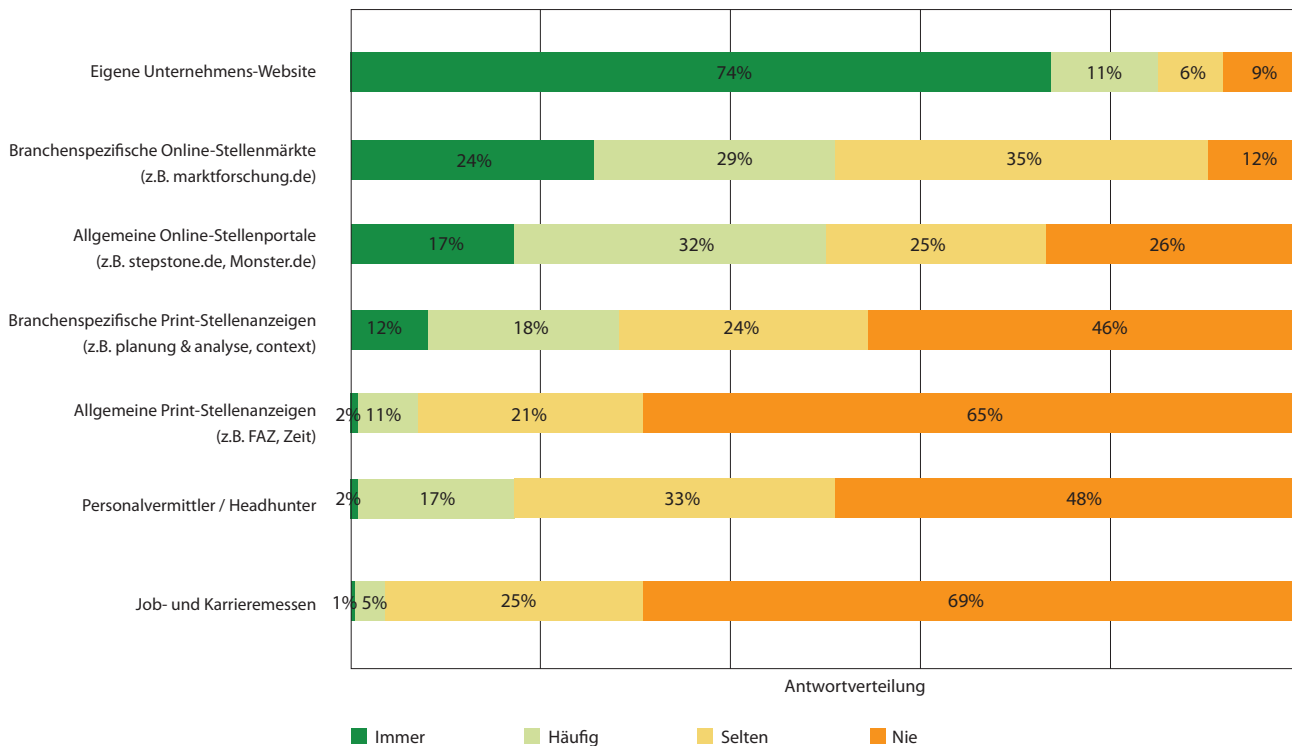


Abbildung 29. Welche Rekrutierungswege nutzen Sie bei der Suche nach neuen Mitarbeitern?

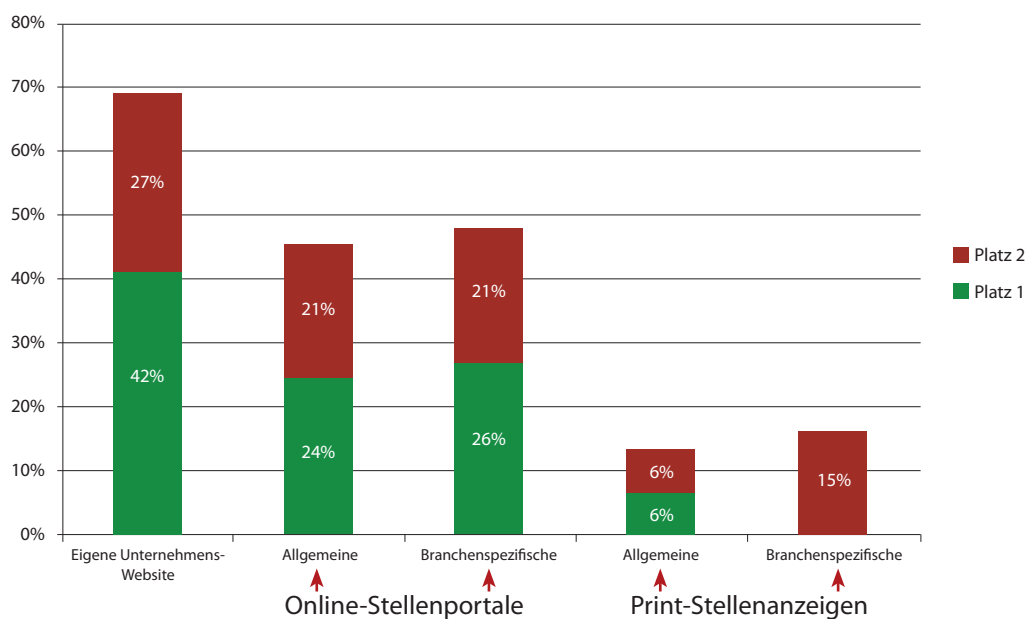


Abbildung 30. TOP 2 der Rekrutierungswege für die Anzahl der Bewerbungen

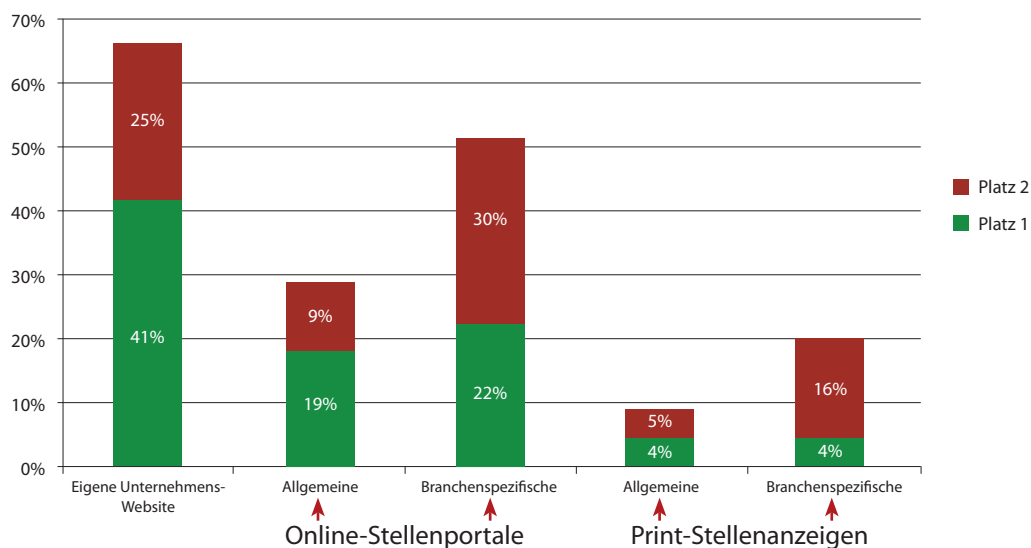


Abbildung 31. TOP 2 Wege der Rekrutierungswege für die Qualität der Bewerbungen.

Sowohl hinsichtlich der Nutzung, aber auch bezüglich der Bewertung von Qualität und Quantität der Bewerbungen haben Internetstellenmärkte eine deutlich höhere Bedeutung als Print-Stellenmärkte. Der Vergleich zwischen branchenspezifischen und allgemeinen Märkten zeigt in unserer Studie besonders bei der Qualität der erhaltenen Bewerbungen eine deutliche Stärke bei branchenspezifischer Ausschreibung von vakanten Arbeitsplätzen.

Unabhängig davon, welche Position zu besetzen ist, laden die meisten Unternehmen ein bis fünf Bewerber zu einem persönlichen Gespräch ein. Zur Besetzung von Junior-Projektmanagerstellen oder Ausbildungsplätzen werden jedoch gelegentlich auch mehr potenzielle Kandidaten geladen. Für

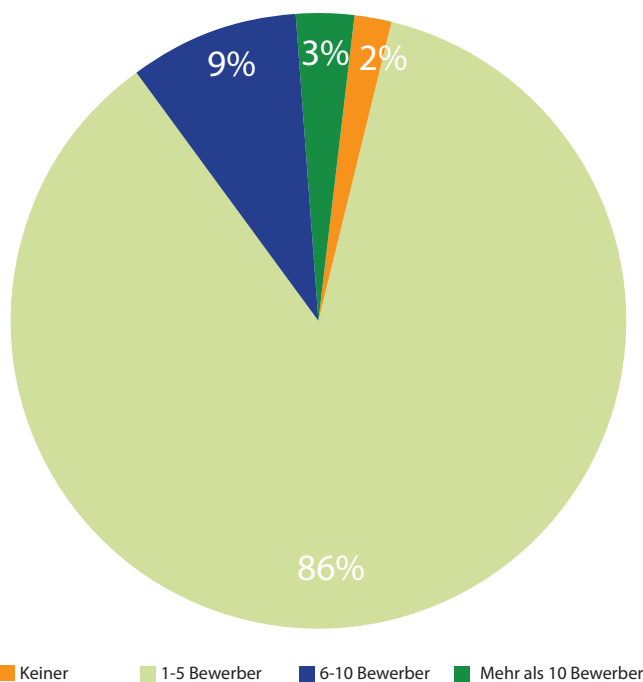


Abbildung 32. Wie viele Bewerber werden zum Gespräch eingeladen

die gehobenen Positionen kommen dagegen manchmal mangels Bewerbern sogar gar keine

Gespräche resultierend aus einer Stellenausschreibung zustande.

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