

Kienbaum Studie

Employee Expectations

April 2022

Kienbaum



Agenda

Kapitel Thema

<i>01</i>	Key Findings	3
<i>02</i>	Teilnehmer*innenkreis	6
<i>03</i>	Studienergebnisse	8
<i>04</i>	Kontakt	11

Key Findings



Key Findings – Employee Expectations (1/2)

Erwartungen der Arbeitnehmer*innen im Überblick

THEMA	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE
Attraktivität des Arbeitgebers	Work-Life-Balance, Gehalt sowie Erreichbarkeit des Arbeitsortes sind österreichweit die drei wichtigsten Faktoren zur Bestimmung der Attraktivität eines Arbeitgebers. Während bei Arbeitnehmer*innen mit Pflichtschul- und Lehrabschluss der Fokus auf das Gehalt sogar noch höher ist als beim Durchschnitt, sind insbesondere für Akademiker*innen die Faktoren Gestaltungsfreiraum und Unternehmenskultur sehr wichtig. Hinsichtlich der Geschlechterunterschiede legen die befragten weiblichen Arbeitnehmer*innen größeren Wert auf die Faktoren Chancengleichheit und Familienfreundlichkeit.
Bewertung des eigenen Arbeitgebers	Die drei größten Diskrepanzen zwischen Ist- und Sollzustand eines Arbeitgebers werden in den Bereichen Work-Life-Balance, Gehalt und Karrieremöglichkeiten wahrgenommen. Die Bekanntheit des Unternehmens wird in Bezug auf die allgemeine Attraktivität als weniger wichtig bewertet als sie von Seiten der Arbeitgeber eingestuft wird. Arbeitnehmer*innen der Generation X bewerten die Unternehmenskultur sowie die Ausbildungsmöglichkeiten des eigenen Arbeitgebers schlechter als Arbeitnehmer*innen der Generationen Y und Z. Männliche Arbeitnehmer zeigen eine allgemeine Tendenz zur schlechteren Beurteilung des eigenen Arbeitgebers.
Gewünschtes Stundenausmaß	Am häufigsten genannt wurde ein wöchentliches Arbeitspensum von 30 bis 40 Stunden. Dieser klare Trend zieht sich durch alle Betrachtungsdimensionen mit einer Abweichung: Männliche Arbeitnehmer gaben als meistgewünschtes Arbeitspensum 40 Stunden an, sprich Vollzeitbeschäftigung. 20 bis 30 Stunden als wöchentliches Arbeitsausmaß war bei Akademiker*innen leicht überrepräsentiert; gesamt gesehen wurde es allerdings nur am dritthäufigsten angegeben.
Arbeitszeitgestaltung	Auch hinsichtlich der Arbeitszeitgestaltung gibt es einen klaren Trend. Flexible Arbeitszeitmodelle wie flexible Arbeitszeit, Gleitzeit sowie Freizeitoption zum Überstundenabbau wurden am häufigsten genannt, noch vor der 4-Tage Woche auf Vollzeitbasis. Diese Beobachtung zieht sich durch alle Betrachtungsdimensionen durch, dabei werden die klassischen Kernzeit- sowie Schichtbetriebsmodelle auf die letzten Plätze verwiesen.
Entscheidungselemente	Das klassische, strukturierte Bewerbungsgespräch liegt unangefochten auf dem ersten Platz der gewünschten Entscheidungselemente. Persönlichkeitstests und Telefoninterviews landen auf dem zweiten und dritten Platz. Die Teilnahme an Assessment Center ist am unbeliebtesten, auch unter Führungskräften.

Key Findings – Employee Expectations (2/2)

Erwartungen der Arbeitnehmer*innen im Überblick

THEMA	ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE
Plattformen und Kanäle	Karriere.at, private Empfehlungen und soziale Medien sind die meistgenutzten Plattformen der befragten Arbeitnehmer*innen. Hinsichtlich der Generationen lässt sich feststellen, dass der Standard.at, LinkedIn, sowie die Karriereseite des Unternehmens von der Generation Z unterproportional oft für die Suche nach freien Stellen genutzt wird, im Vergleich zur Generation Y, die diese Kanäle überproportional oft nutzt. Ein umgekehrtes Bild zeigt sich in Bezug auf die Social Media Nutzung. Diese nimmt mit zunehmendem Alter ab. Am stärksten wird diese von der Generation Z genutzt, gefolgt von Generation Y und Z.
Benefits-Angebot	Home-Office-Regelungen, Essensgutscheine bzw. subventionierte Kantinen sowie eine betriebliche Altersvorsorge sind die am meisten nachgefragten Benefits, während Unternehmenswohnungen und Mitgliedsbeiträge auf den letzten Plätzen landen. Gerade Akademiker*innen und Arbeitnehmer*innen der Generation X fragen vermehrt nach Sabbaticals und Weiterbildungszuschüssen. Für Arbeitnehmer*innen mit Pflichtschul-, Lehr- oder einem berufsbildenden mittleren Schulabschluss sind Sabbaticals kein ausschlaggebender Faktor, dafür ist die Nachfrage nach einer betrieblichen Altersvorsorge überproportional abgebildet.
Individualisierung des Benefits-Angebots	Hinsichtlich der Frage, wie sehr Teilnehmer*innen die ihnen angebotenen Benefits individuell auswählen möchten, ist erkennbar, dass sich sowohl Unterschiede zwischen den Berufskategorien als auch den Generationen ergeben. Generation X wünscht sich weniger eine Auswahl aus einem fest definierten Benefits-Paket, dafür umso mehr die Vergabe eines individuellen Budgets für Leistungen aus einem Benefits-Katalog oder Leistungen externer Anbieter*innen. Generation Z befürwortet vor allem die Vergabe eines individuellen Budgets für Leistungen aus einem Benefits-Katalog. Während sich Spezialist*innen und Führungskräfte ähnlicher sind in den Antworten, zeigt sich bei den Fachkräften eine Bevorzugung einer Auswahl aus einem fest definierten Benefits-Paket.
Wirkung des Benefits-Angebots	Die drei Antwortmöglichkeiten Steigerung der Motivation, der Bindung sowie der Attraktivität des Arbeitgebers liegen Kopf an Kopf wobei die Auswirkung auf die Attraktivität am häufigsten angegeben wurde. Hinsichtlich der Generationen wurde von Generation Z im Vergleich zu Generation Y und Generation X deutlich häufiger angegeben, dass das Benefits-Angebot im Unternehmen zu einer Steigerung der Motivation führt.

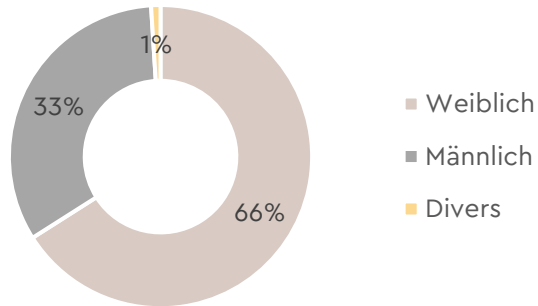
Teilnehmer*innenkreis



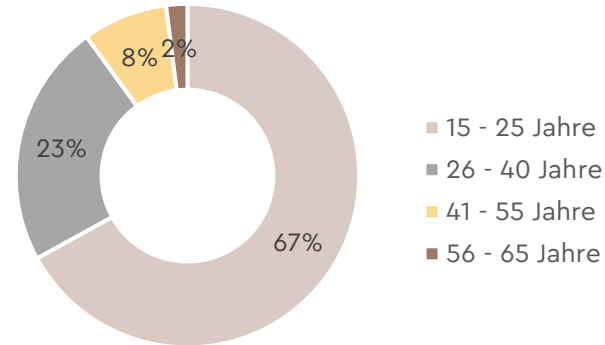
Teilnehmer*innenkreis

Danke an unsere 318 Teilnehmer*innen aus der Online-Befragung

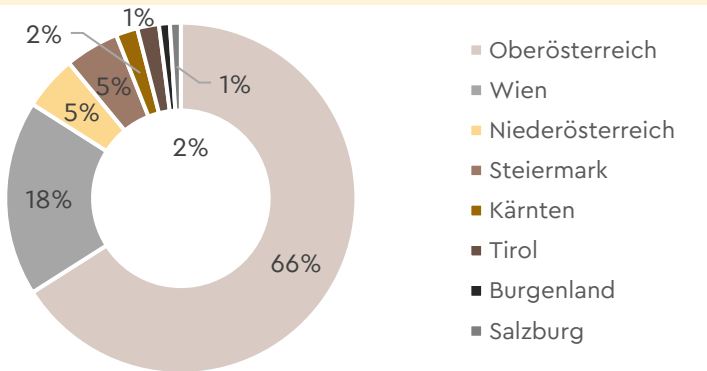
Geschlechterverteilung



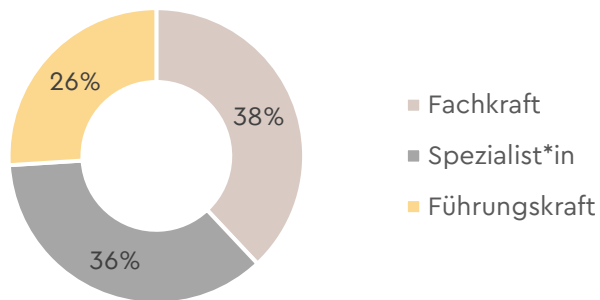
Verteilung der Altersklassen



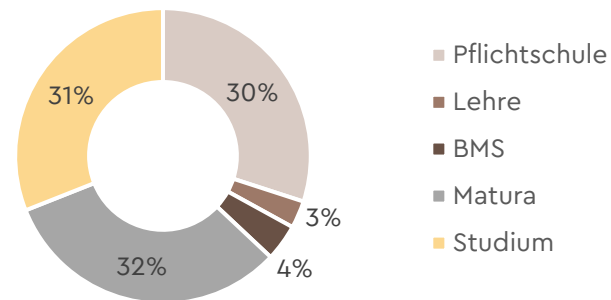
Bundesländer



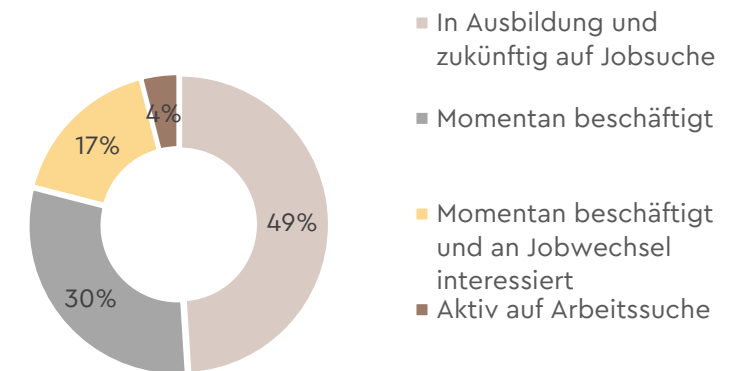
Berufskategorien



Ausbildungsstatus



Beschäftigungsstatus

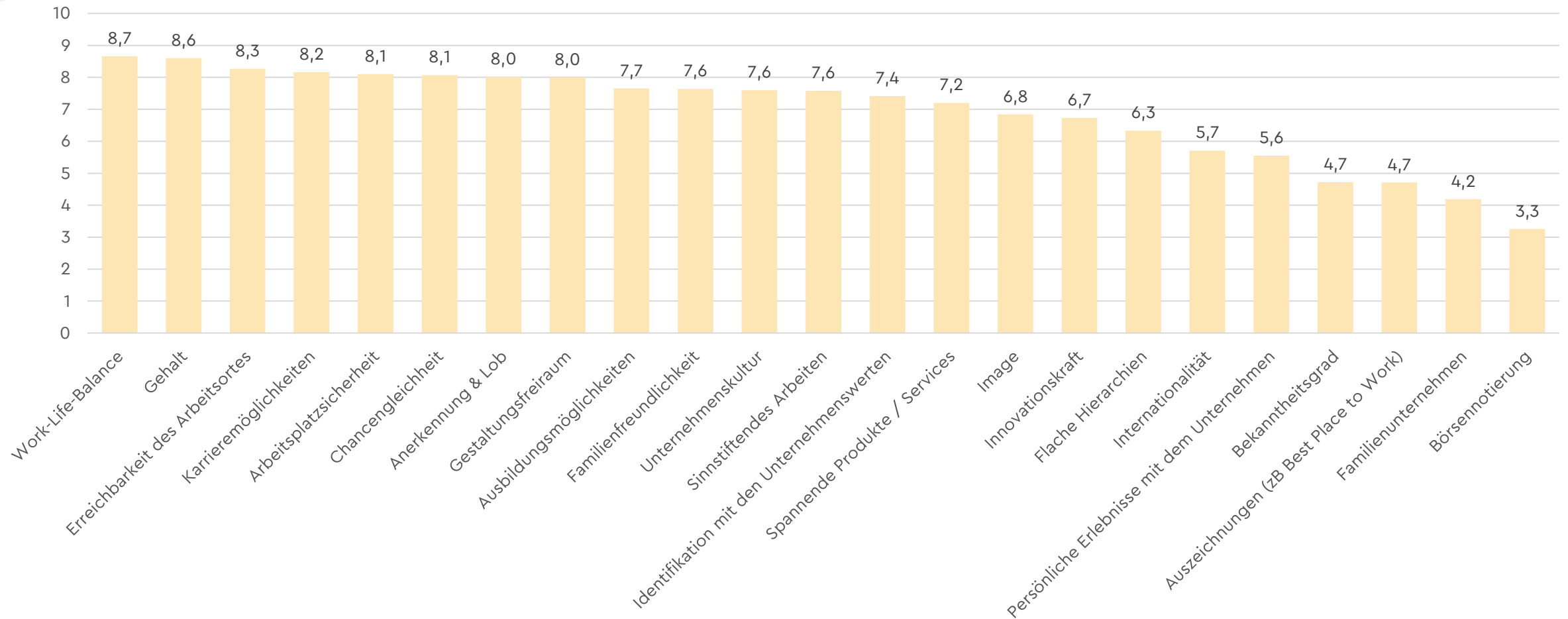


Studienergebnisse



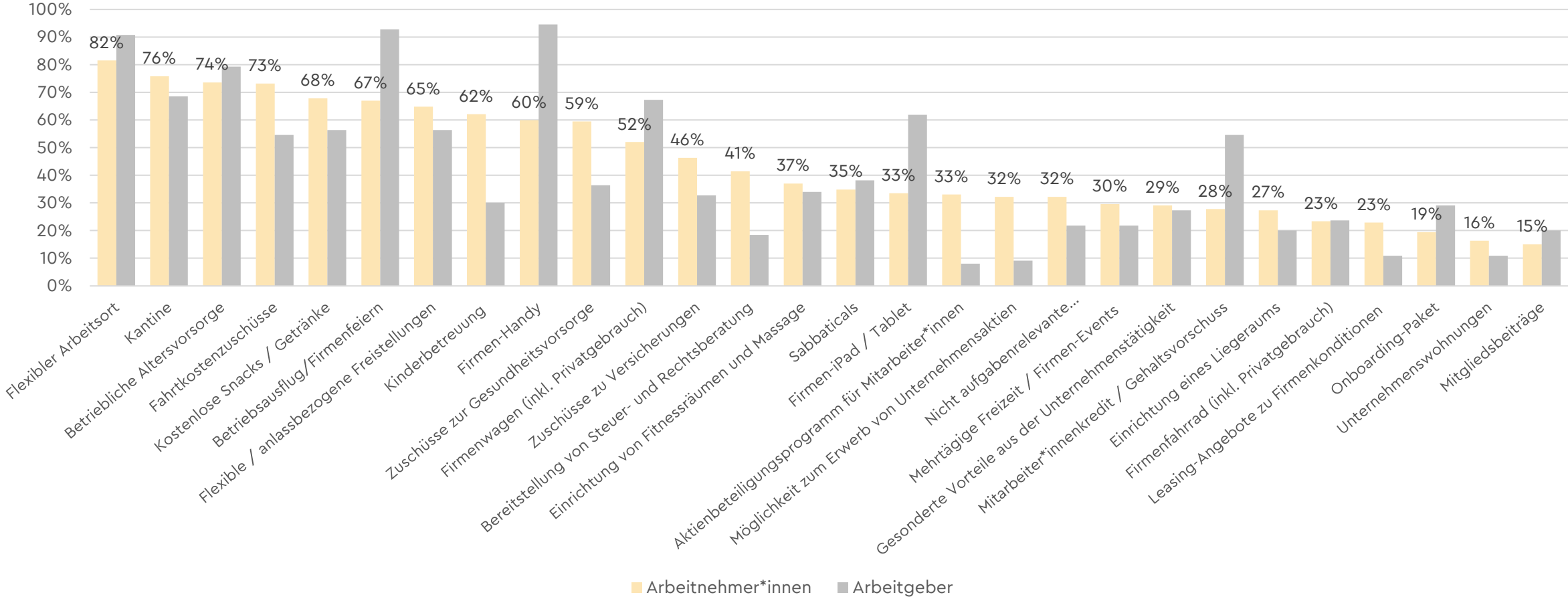
Attraktivität des Arbeitgebers

Ausschlaggebende Faktoren für die Attraktivität des Arbeitgebers



Benefits-Angebot

Gegenüberstellung der angebotenen und der von Mitarbeiter*innen bevorzugten Benefits



Kontakt



Kontakt

Ihre Kienbaum-Ansprechpartner



Mag. Alfred Berger

Director | Mitglied der Geschäftsleitung

Fon: +43 1 533 51 88-21

Mobil: +43 676 930 22 85

alfred.berger@kienbaum.com



Isabella Peschke, MSc.

Manager

Fon: +43 1 533 51 88-56

Mobil: +43 664 88 36 17 18

isabella.peschke@kienbaum.com

Kienbaum Consultants Austria GmbH | Tuchlauben 8 | 1010 Wien | www.kienbaum.at

Kienbaum

