

Kienbaum Wien veröffentlicht Studie zum Thema *Employer Attractiveness & Employee Expectations*

## PRESSEMITTEILUNG 03.2022

### *Benefits sollen an Mitarbeiter\*innen und deren Bedürfnisse angepasst werden*

- Work-Life-Balance und ansprechendes Gehalt sind die wichtigsten Merkmale attraktiver Arbeitgeber

---

- Schneller Recruitingprozess und ein strukturiertes Bewerbungsgespräch sind wichtige Entscheidungselemente in der Jobwahl

---

- Benefits sollten auf Mitarbeitende maßgeschneidert werden

---

**Wien, 4. Oktober 2022** Die Arbeitslosenquote im September 2022 lag nach nationaler Berechnung bei 5,2% (Quelle: AMS). Das ist der niedrigste Stand seit 10 Jahren. Gleichzeitig stehen Arbeitgeber vor der Situation sich auf neue demographische Gegebenheiten einstellen zu müssen. Es kommen weniger junge Personen als vor der Pandemie auf den Arbeitsmarkt und immer mehr Personen aus der Generation „Babyboomer“ verabschieden sich in die Pension. Unternehmen müssen daher künftig genau überlegen, wie sie potenzielle Mitarbeitende von sich überzeugen.

#### **Mehr Flexibilität und Wahlmöglichkeiten aus Benefit-Portfolio**

„Die Studienergebnisse zeigen, dass Arbeitnehmer\*innen weit weniger über ihr Benefits-Angebot entscheiden können als sie es gerne würden. Es ist der Wunsch der Arbeitnehmer\*innen, entweder aus fest definierten Benefits-Paketen auswählen zu können oder aber ein individuelles Budget für Leistungen aus einem Benefits-Katalog bzw. für Leistungen externer Anbieter\*innen nutzen zu können.“, so Alfred Berger, Geschäftsführer von Kienbaum Österreich. In Hinblick auf die Arbeitgeber zeigt sich allerdings, dass in einem Großteil der Unternehmen (80%) keine Auswahl von Benefits möglich ist. Nur ein geringer Teil der Arbeitgeber (18%) gab an, die Mitarbeiter\*innen aus einem fest definierten Benefits-Paket wählen zu lassen.

Home-Office-Regelungen, Essensgutscheine bzw. subventionierte Kantinen sowie eine betriebliche Altersvorsorge sind die am meisten nachgefragten Benefits auf Seiten der Arbeitnehmer\*innen. 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.

Flexible, zielgruppengerechte Benefits werden als besonders relevant für die Bindung von Mitarbeiter\*innen und der Steigerung von deren Zufriedenheit erachtet. Unter der Voraussetzung, dass Benefits zielgruppenorientiert eingesetzt werden, können sie sich positiv auf die Fluktuation und durchschnittliche Betriebszugehörigkeit auswirken. Neben den klassischen Benefits, wie z.B. Firmenhandys, geht die Tendenz in Richtung innovativer Benefits, wie dem Angebot

von Rund-um-sorglos-Paketen oder diversen Vergünstigungen. „Eine Individualisierung der Benefits wird der entscheidende Vorteil für die Attraktivität eines Arbeitgebers sein“, Isabella Peschke, Studienleiterin und Managerin bei Kienbaum.

### **Feine Unterschiede zwischen Generationen und Bildungsniveaus**

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 Arbeitnehmerinnen größeren Wert auf die Faktoren Chancengleichheit und Familienfreundlichkeit.

### **Eine gute Karriereseite alleine reicht nicht aus**

Zu den Top Kanälen, bzw. Plattformen gehören für Unternehmen die unternehmenseigene Karriereseite sowie professionelle Plattformen. Social Media wird durchaus an Bedeutung gewinnen. Zudem sehen sie großes Potential beim Einsatz der eigenen Mitarbeiter\*innen als Markenbotschafter. Diese Möglichkeiten sollen in Zukunft verstärkt genutzt werden. 46% der befragten Unternehmen verfügen bereits über ein Mitarbeiter\*innenempfehlungsprogramm.

Während Unternehmen ihre Karrierehomepage als besonders relevant einstufen, informieren sich die befragten Arbeitnehmer\*innen vielmehr über professionelle Anbieter, private Empfehlungen und soziale Medien über offene Stellen. Hinsichtlich der Generationen lässt sich feststellen, dass professionelle Suchmaschinen, 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 X und Y.

### **Strukturierte Bewerbungsgespräche und schnelle Recruitingprozesse als Wettbewerbsvorteil**

Unter den Arbeitnehmer\*innen liegt das klassische, strukturierte Bewerbungsgespräch unangefochten auf dem ersten Platz der gewünschten Entscheidungselemente. Persönlichkeitstests und Telefoninterviews landen auf dem zweiten und dritten Platz. Die Teilnahme am Assessment Center ist am unbeliebtesten, auch unter Führungskräften.

Bei Gegenüberstellung der Sichtweisen der Arbeitgeber und Arbeitnehmer\*innen in Bezug darauf, wie lange die einzelnen Schritte im Bewerbungsprozess dauern sollten, ist zu erkennen, dass Arbeitgeber die Erwartungen der Arbeitnehmer\*innen im Schnitt nicht nur erfüllen, sondern sogar unterhalb der Anzahl an erwarteten Werktagen liegen. Besonders gut ist dies für die Anzahl an Werktagen zu erkennen, die zwischen einer Zusage des Unternehmens und der Vertragsunterzeichnung maximal verstreichen sollten. Arbeitnehmer\*innen gaben hier eine Anzahl von höchstens 11,5 Werktagen an, Arbeitgeber führten 7,8 Werktagen an.

„Ein optimierter Maßnahmen-Mix wird sicherstellen, auch in Zukunft die richtigen Mitarbeitenden zu gewinnen“, so Alfred Berger.

---

Für weitere Informationen zur Kienbaum Studie „Employer Attractiveness & Employee Expectations“ wenden Sie sich bitte an Mag. Alfred Berger (+43 1 533 51 88-21, [alfred.berger@kienbaum.com](mailto:alfred.berger@kienbaum.com)).

---

Kienbaum #WePowerment

Kienbaum Consultants International ist eine Personal- und Managementberatung, die den Menschen in den Mittelpunkt ihres Beratungsportfolios stellt. Das Unternehmen ist darauf spezialisiert, Menschen in Organisationen zu bewegen und so Veränderungen zum Erfolg zu führen. Kienbaum ist in den Geschäftsfeldern Executive Search, Human Capital Services, Change- und Organisations-Beratung und Kommunikation tätig. Dabei greifen die interdisziplinären Teams auf jahrzehntelange Beratungserfahrung, fundiertes Branchen-Know-how und die anwendungsorientierten wissenschaftlichen Erkenntnisse des Kienbaum-Forschungsinstituts zurück. Kienbaum wurde vor 75 Jahren in Deutschland gegründet und wird heute als Familien- und Partnerunternehmen geführt. Das Beratungsunternehmen unterhält neben seinem Hauptsitz in Köln Standorte in 14 Ländern auf vier Kontinenten und ist seit über 50 Jahren in Österreich vertreten.

Weitere Informationen:

Mag. Alfred Berger

Tuchlauben 8, 1010 Wien

+43 1 533 51 88-21

[alfred.berger@kienbaum.com](mailto:alfred.berger@kienbaum.com)

[www.kienbaum.at](http://www.kienbaum.at)

---

Redaktion/Verantwortlich für den Inhalt: Mag. Alfred Berger