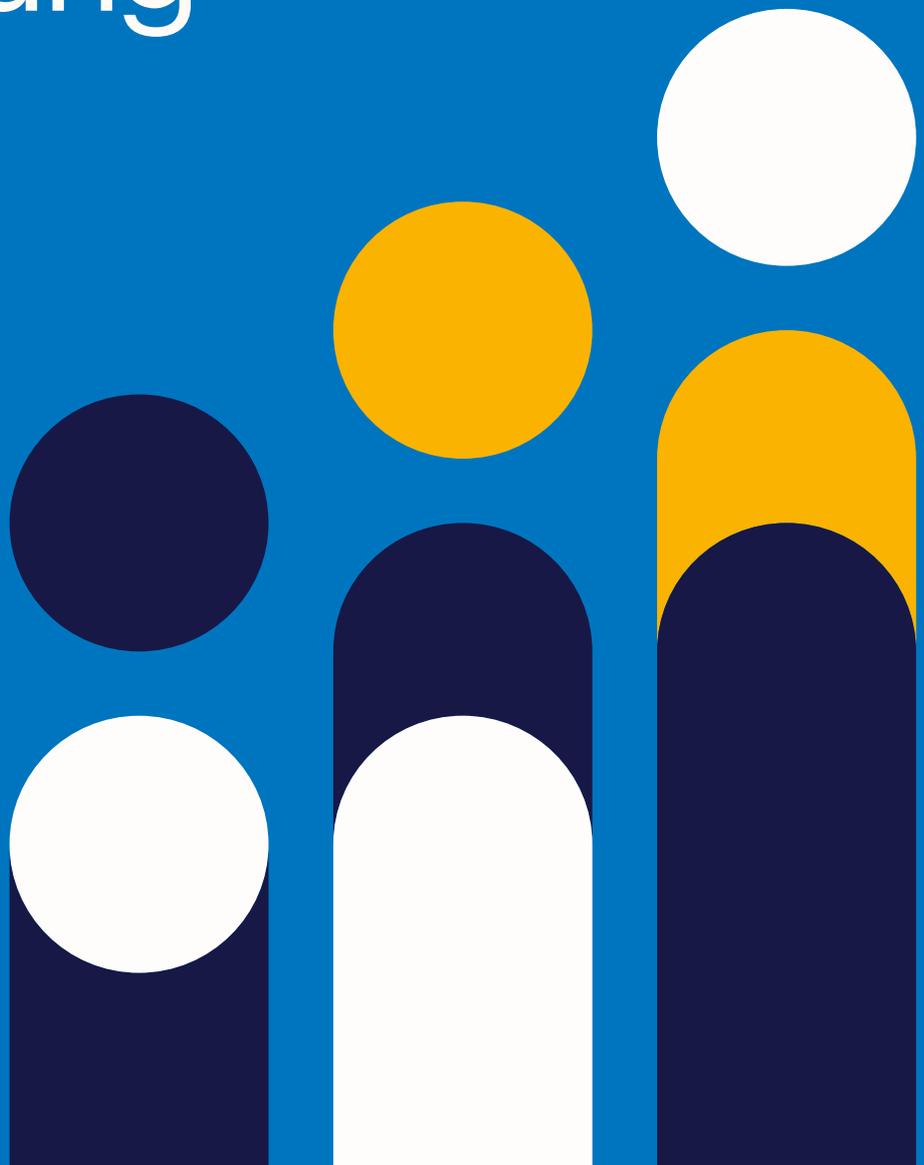


Ergebnisse: 2. Quartal 2018

# Randstad-ifo- Personalleiter- befragung



**ifo** INSTITUT

Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung  
an der Universität München e.V.

**randstad**

# Randstad

## ifo-Personalleiterbefragung

### Die Ergebnisse im 2. Quartal 2018

Quartalsweise befragt das ifo Institut im Auftrag von Randstad Deutschland ca. 1 000 deutsche Personalleiter nach Anwendung und Bedeutung verschiedener Flexibilisierungsinstrumente in ihrem Unternehmen. Anhand der Befragungsergebnisse wird analysiert, wie sich die qualitative und quantitative Nutzung der Instrumente im Zeitverlauf entwickelt und ob strukturelle Änderungen erkennbar werden. Zudem werden in wechselnden Sonderfragen aktuelle arbeitsmarktrelevante Fragestellungen untersucht. Die Sonderfrage im zweiten Quartal beschäftigt sich mit dem Weiterbildungsangebot und -bedarf in deutschen Unternehmen.

Nach Wirtschaftsbereichen sortiert, stammten im aktuellen Quartal 40 % der antwortenden Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe, 19 % aus dem Handel und 41 % aus dem Dienstleistungssektor. Mit einem Anteil von 45 % waren die größte Gruppe der teilnehmenden Firmen Unternehmen mit weniger als 49 Beschäftigten. 37 % der Antworten stammten von Betrieben mit 50 - 249 Angestellten. Jeweils 9 % entfielen auf Antworten von Unternehmen mit 250 - 499 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie auf Unternehmen mit mehr als 500 Angestellten. Umfragegewichte stellen sicher, dass die Ergebnisse repräsentativ für die deutsche Wirtschaft sind.

### Anwendung der Flexibilisierungsinstrumente

Die Personalleiter werden zu Art und Umfang der Anwendung von Flexibilisierungsinstrumenten in ihrem Unternehmen befragt. Mit Hilfe der Antworten lässt sich untersuchen, wie sich der Einsatz verschiedener Flexibilisierungsinstrumente über die Zeit hinweg verändert. Wie die Ergebnisse in Abbildung 1 zeigen, flexibilisiert nahezu jedes Unternehmen seinen Personalbestand über einen Auf- bzw. Abbau von Überstunden (97 %). Arbeitszeitkonten (89 %) sowie innerbetriebliche Um- bzw. Versetzungen (87 %) finden ebenfalls in den meisten Unternehmen Anwendung. In mehr als zwei Drittel der Unternehmen werden außerdem befristete Verträge und Minijobs zur Flexibilisierung des Personalbestands eingesetzt (74 bzw. 73 %). Auch das Anstellen von Zeitarbeitern (57 %), das Outsourcen von Angestellten (45 %) sowie die Beschäftigung von freien Mitarbeitern (41 %) sind weit verbreitete Flexibilisierungsmaßnahmen.

Während der Einsatz von Überstunden, Arbeitszeitkonten und innerbetrieblicher Versetzung über die letzten Jahre (nahezu) konstant geblieben ist, zeigt sich bei den anderen Flexibilisierungsinstrumenten eine Tendenz zum Sinken der Anwendungshäufigkeit. Am aktuellen Rand scheint sich die Situation jedoch stabilisiert zu haben: Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum ist nur die Anwendungshäufigkeit von freien Mitarbeiter/innen gesunken (- 4 %). Der Einsatz von befristeten Verträgen, Minijobs und Zeitarbeit ist im gleichen Zeitraum sogar leicht gestiegen (um jeweils + 3 %). Der Anteil der Unternehmen mit Outsourcing blieb hingegen stabil.

## Anwendungen von Flexibilisierungsinstrumenten im Personalmanagement

Mehrfachnennung möglich

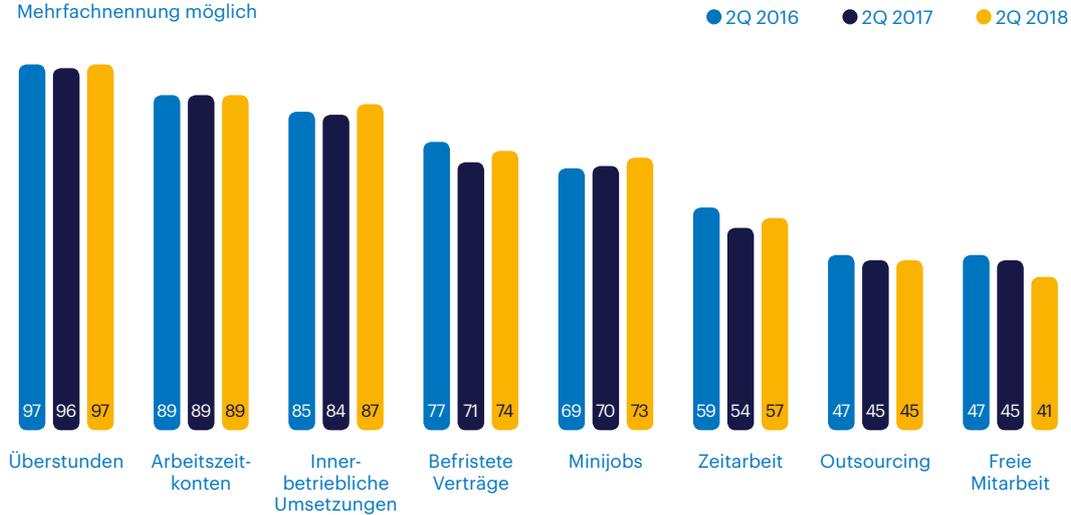


Abbildung 1

# Bedeutung der Flexibilisierungsmaßnahmen

Diejenigen Unternehmen, die ein Instrument anwenden, werden neben der Frage nach der generellen Anwendung auch um eine Einschätzung zur gegenwärtigen Bedeutung der jeweiligen Flexibilisierungsmaßnahme für ihr Unternehmen gebeten. Die Bedeutung der verschiedenen Instrumente kann jeweils mit „hoch“, „mittel“ oder „niedrig“ bewertet werden. Aus dem Saldo der Anteile der Antworten „hohe Bedeutung“ und „niedrige Bedeutung“ wird dann ein Indikator berechnet, der herangezogen werden kann, um die Bedeutung einzelner Flexibilisierungsinstrumente präziser zu bewerten.

Im Gegensatz zur sinkenden Anwendungshäufigkeit hat die Bedeutung von Flexibilisierungsinstrumenten, wie in Abbildung 2 dargestellt, seit 2013 stetig zugenommen. Dies gilt für die Bedeutung von Flexibilisierungsinstrumenten insgesamt sowie auch für die einzelnen Maßnahmen. Wenn man den Betrachtungszeitraum auf drei Jahre

verkürzt, ergibt sich jedoch ein etwas differenzierteres Bild. Während in diesem Zeitraum die Bedeutung von befristeten Verträgen und Arbeitszeitkonten noch einmal deutlich zulegen konnte, stagniert die Bedeutung von freier Mitarbeit und innerbetrieblicher Umsetzung. Die Zuwächse bei befristeten Verträgen und Arbeitszeitkonten sind vor allem auf Bedeutungszugewinne im Industrie- und im Dienstleistungssektor zurückzuführen. Für die unterdurchschnittliche Entwicklung bei freier Mitarbeit und innerbetrieblicher Umsetzung kann der Handelssektor als Verantwortlicher ausgemacht werden.

Den höchsten Saldo erreichen regelmäßig die Instrumente Arbeitszeitkonten und Überstunden, deren Salden als einzige über alle Sektoren hinweg im positiven Bereich liegen. Im Verarbeitenden Gewerbe liegt zudem seit Ende 2017 auch die Zeitarbeit im positiven Bereich.

## Die Bedeutung verschiedener Flexibilisierungsinstrumente

Indikator als Saldo aus hoher und niedriger Bedeutung

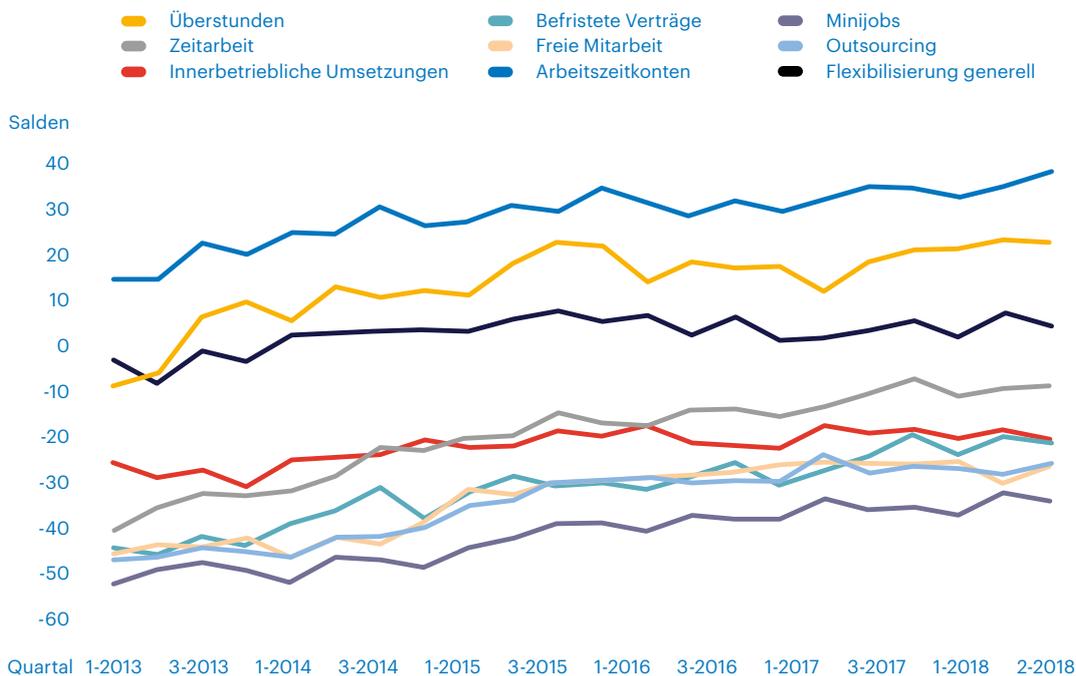


Abbildung 2

Abbildung 3 zeigt die gewichtete Anwendungshäufigkeit der Zeitarbeit innerhalb des Industriesektors. Demnach wird die Zeitarbeit am häufigsten in Betrieben, die mit der Herstellung von Metall- und Kunststoffserzeugnissen beschäftigt sind, eingesetzt. 27 % der aus diesem Bereich stammenden Unternehmen geben an, Zeitarbeit anzuwenden. Hinsichtlich der Bedeutung halten sich hier allerdings hohe und niedrige Bewertungen die Waage. Am zweithäufigsten werden Zeitarbeiter im Maschinenbau beschäftigt (21 %), einer Branche, in der ihr mehrheitlich auch eine hohe Bedeutung beigemessen wird (Saldo: + 4,6).

An dritter Stelle folgt der Fahrzeugbau (+ 19 %). Dieser bewertet die Zeitarbeit relativ gesehen am häufigsten als wichtig (Saldo: + 11,3).

Generell fällt auf, dass Flexibilisierungsinstrumenten im Verarbeitenden Gewerbe sowie dem Dienstleistungsbe-  
reich eine deutlich höhere Bedeutung beigemessen wird als im Handel. Es scheint, als ob die einzelnen Flexibilisierungsinstrumente im Verarbeitenden Gewerbe als besonders wichtig empfunden werden, denn die Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe messen den (meisten) Flexibilisierungsinstrumenten die höchste Bedeutung bei.

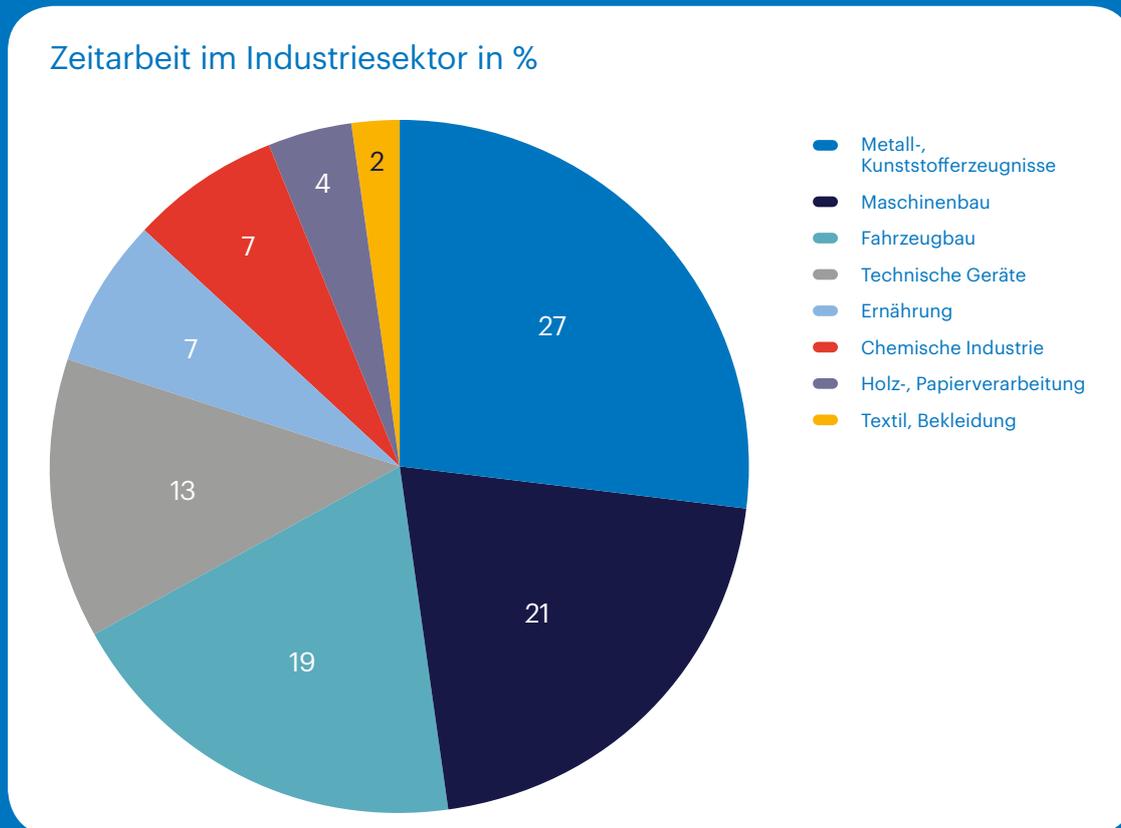


Abbildung 3

# Sonderfrage im 2. Quartal 2018

## Weiterbildung im Unternehmen

Unternehmen lassen sich die (betriebliche) Weiterbildung ihrer Mitarbeiter einiges kosten – 33,5 Mrd. Euro gaben sie allein 2016 dafür aus. Die betriebliche Weiterbildung gilt als wichtiger Erfolgsfaktor – sowohl hinsichtlich der Attraktivität als (potentieller) Arbeitgeber als auch im Hinblick auf Herausforderungen, wie die Digitalisierung der Arbeitswelt oder dem drohenden Fachkräftemangel. Die Randstad ifo Personalleiterbefragung greift in ihrer aktuellen Befragungswelle das Thema betriebliche Weiterbildung auf und befragte etwa 1 000 deutsche Personalleiter zu Art und Umfang des Weiterbildungsangebots in ihren Unternehmen.

Der hohe Stellenwert, der der Fortbildung oft beigemessen wird, spiegelt sich auch in den Befragungsergebnissen wieder: 87 % der Personalleiter geben an, betriebliche Weiterbildung in ihrem Unternehmen anzubieten. Über die Sektoren Industrie, Handel und Dienstleistungen hinweg liegt der Anteil etwa gleichauf bei 86 – 89 %. Unterschiede sieht man hingegen bei den Größenklassen: Mit steigender Mitarbeiterzahl wächst das Angebot von Weiterbildung. Bieten in der kleinsten Größenklasse bis 49 Mitarbeiter 83 % der Unternehmen betriebliche Weiterbildung an, sind es bei den größeren Unternehmen ab 250 Angestellten (knapp) 100 %.

### Ziele von Weiterbildung

Mehrfachnennung möglich

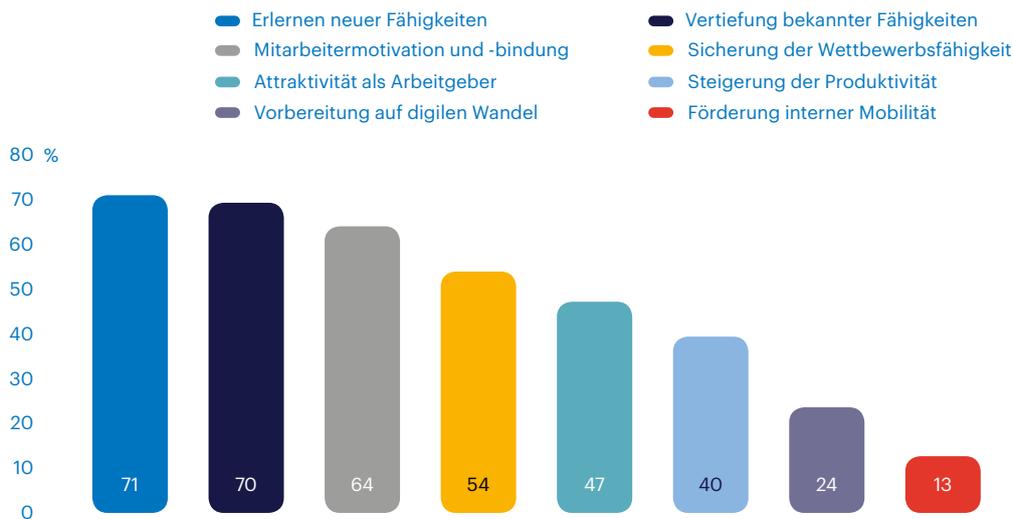


Abbildung 4

Hinsichtlich der Zielsetzung, die die Unternehmen mit der Weiterbildung ihrer Angestellten verfolgen, stehen den Befragungsergebnissen zufolge das Vermitteln neuer Fähigkeiten sowie das Vertiefen bereits bekannte Fähigkeiten an vorderster Stelle (70 bzw. 71 %; Mehrfachnennungen möglich). Zwei Drittel sehen im Angebot von Weiterbildung zudem eine Möglichkeit, die Mitarbeiter zu motivieren bzw. die Mitarbeiterbindung zu erhöhen. Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen will auf diese Weise die eigene Wettbewerbsfähigkeit steigern. Darüber hinaus spielen auch die Erhöhung der Attraktivität (47 %), die Steigerung der Produktivität (40 %) sowie die Vorbereitung auf den digitalen Wandel (24 %) eine wichtige Rolle (Abbildung 4).

Innerhalb der Wirtschaftssektoren sind die Antworten relativ homogen verteilt mit Ausnahme der Antwortkategorie Steigerung der Produktivität. Diese scheint insbesondere in der Industrie von Bedeutung zu sein, wo sie von 50 % der Personalleiter als Zweck benannt wird. Zum Vergleich, im Handel und bei den Dienstleistern liegt der Anteil um jeweils ca. 15 Prozentpunkte niedriger. Über die Größenklassen hinweg zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Frage nach dem Weiterbildungsangebot insgesamt: die größeren und großen Unternehmen bewerten nicht nur den Stellenwert von Weiterbildung insgesamt, sondern auch die einzelnen Motive merklich höher – im Durchschnitt um 20 %-Punkte.

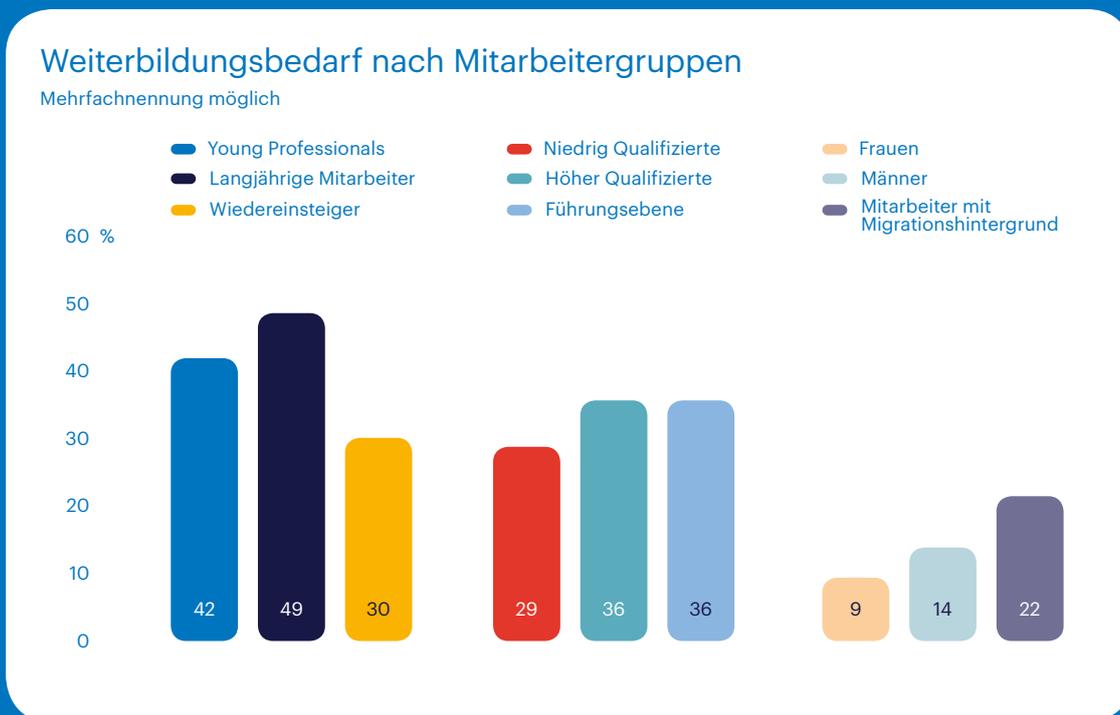


Abbildung 5

Am deutlichsten wird dies bei den Antwortmöglichkeiten Steigerung der Produktivität und Vorbereitung auf den digitalen Wandel, welche von Großunternehmen annähernd doppelt so häufig genannt werden wie von kleinen Unternehmen.

Den größten Fortbildungsbedarf sehen die Personalleiter den Ergebnissen zufolge bei ihren langjährigen Mitarbeitern (49 %; Mehrfachnennungen möglich), doch auch bei Berufseinsteigern wird ein substantieller Bedarf gesehen (42 %). Wiedereinsteiger in den Beruf werden hingegen nur von 30 % als speziell weiterbildungsbedürftig betrachtet. Bezogen auf die Qualifikationsniveaus wird die Notwendigkeit für Weiterbildung tendenziell öfter für höherqualifizierte Mitarbeiter und Führungspersonal (jeweils 36 %) gesehen (niedrig Qualifizierte 29 %; Abbildung 5). Der Schwankungsbereich der Antworten ist über die Sektoren und Größenklassen relativ gering. Nennenswerte Abweichungen zeigen sich lediglich bei Young Professionals, niedrig Qualifizierten und Mitgliedern der Führungsebene, deren Schulungsbedarf mit zunehmender Unternehmensgröße höher eingeschätzt

wird. Zusätzlich wird der Schulungsbedarf bei niedrig Qualifizierten in der Industrie deutlich höher bewertet als in den anderen Sektoren (Industrie: 35 %, Handel: 29 %, Dienstleistungen: 24 %).

Mit Abstand am häufigsten findet Weiterbildung gelegentlich während der Arbeitszeit statt (53 %, Mehrfachnennungen möglich). Knapp ein Drittel der Personalleiter gibt außerdem an, dass es feste Zeiten in ihrem Unternehmen gibt, in denen sich die Mitarbeiter gezielt weiterbilden (können). In jedem vierten Unternehmen können Mitarbeiter auch Bildungsurlaub (bzw. Bildungsfreistellung oder Bildungszeit) nehmen, was mit Ausnahme der Bundesländer Bayern und Sachsen gesetzlich verankert ist. Lernen außerhalb der bezahlten Arbeitszeit, was gelegentlich als Eigenanteil vom Arbeitnehmer gefordert wird, scheint hingegen weit weniger verbreitet zu sein. Freizeit und Sabbatical werden deutlich seltener genannt und sind tendenziell eher nur in großen Unternehmen relevant (genauso wie Bildungsurlaub). Schlusslicht bildet die Mittagspause, die nur von 3 % der befragten Unternehmen als Zeitfenster zum Weiterbilden genannt wird.

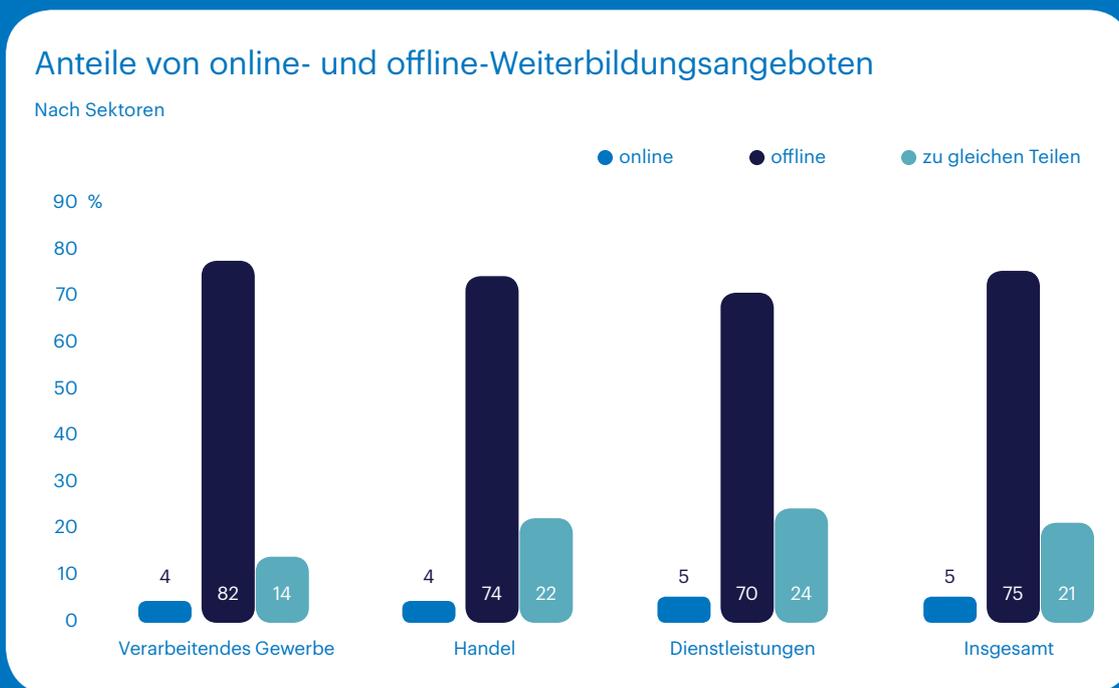


Abbildung 6a

Angesichts der zunehmenden Digitalisierung von Arbeitsplätzen und der massiven Verbreitung von online-Anwendungen verschiedenster Art, stellt sich auch im Zusammenhang mit Weiterbildung die Frage, welche Bedeutung klassischen analogen Fortbildungsangeboten versus online-Alternativen zukommt bzw. ob hier Tendenzen sichtbar werden. In der Gesamtschau der Ergebnisse zeigt sich, dass noch immer analoge Weiterbildungsmodelle überwiegen: während die Mitarbeiter in 8 von 10 befragten Unternehmen Zugang zu offline-Lernressourcen haben, stehen nur in jedem zweiten Unternehmen online-Lernressourcen zur Verfügung. Wiederrum steigt der Anteil der Unternehmen, dessen Mitarbeiter online-Weiterbildungsangebote nutzen können, mit der Unternehmensgröße. Der Sektor, in dem das Unternehmen angesiedelt ist, hat hingegen abermals kaum einen Einfluss.

Ähnlich fallen auch die Antworten auf die Frage aus, ob online- oder offline- Weiterbildungsangebote in den Unternehmen überwiegen. In 75 % der befragten Unternehmen dominieren offline-Weiterbildungsangebote und nur in 5 % online-Angebote. In 21 % der Unternehmen halten sich beide die Waage. Wie Abbildung 6a darstellt, ist

der Anteil der Unternehmen, in denen online-Angebote überwiegen, über die Sektoren hinweg recht konstant. Variation zeigt sich hingegen beim Anteil der Unternehmen, in denen Weiterbildung zu gleichen Teilen online und offline angeboten wird. Dieser ist mit 24 % unter den Dienstleistern am höchsten, gefolgt vom Handel (22 %). Die Industrie folgt mit deutlichem Abstand (14 %).

Interessant ist auch der Blick auf die Antwortverteilung nach Größenklassen, wie in Abbildung 6b dargestellt. Sowohl der Anteil von Unternehmen, in denen online-Angebote dominieren als auch der Anteil, in dem sich online und offline die Waage halten, ist bei kleinen Unternehmen bis 49 Mitarbeiter am höchsten und sinkt tendenziell mit steigender Größenklasse. Eine Erklärung hierfür könnte sein, dass sich speziell für kleine Firmen die Bündelung von Weiterbildungsbedarf mehrerer Mitarbeiter zu Inhouse-Schulungen oft nicht rentiert. Diese Lücke können online-Kurse füllen, da sie gerade kleinen Firmen und Firmen mit Standorten in ländlichen Gebieten die Chance bieten, verschiedenste Qualifikationen flexibel und relativ günstig zu schulen.

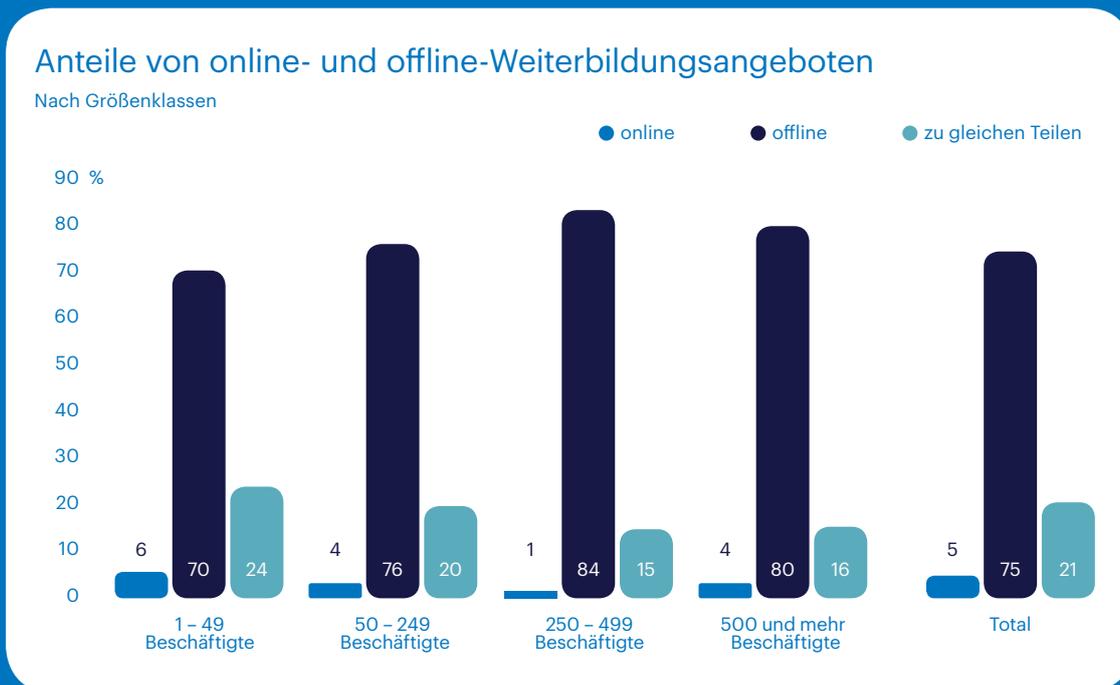


Abbildung 6b

Was das Verhältnis von offline- zu online-Weiterbildungsangeboten angeht, scheint allerdings Bewegung im Spiel zu sein: 56 % der befragten Personalleiter sehen eine Verschiebung weg von offline hin zu online, 8 % davon sogar eine sehr starke. Im Dienstleistungsbereich hat diese Entwicklung offenbar schon deutlich früher eingesetzt, da hier der Anteil von online-Weiterbildungsangeboten merklich über dem in anderen Sektoren liegt, gleichzeitig aber am wenigsten Bewegung konstatiert wird. Wie in Abbildung 7 dargestellt, hat auch die Unternehmensgröße einen Einfluss: mit steigender Mitarbeiterzahl erhöht sich demnach die Anzahl der Personalleiter merklich, die eine Verschiebung hin zu mehr online wahrnimmt.

Ob online oder offline, aus Sicht der Mitarbeiter gibt es eine Reihe von Gründen, an einer betrieblichen Weiterbildungsmaßnahme teilzunehmen. Den Befragungsergeb-

nissen zufolge belohnen Unternehmen die Lernerfolge ihrer Mitarbeiter zu 66 % mit der Übertragung von mehr (Eigen-)Verantwortung, zu 58 % mit verbesserten Aufstiegschancen im Unternehmen, zu 40 % mit einer Gehaltserhöhung, zu 16 % mit zusätzlichen Urlaubstagen während der Prüfungszeit und zu 11 % mit Gutscheinen bzw. Geschenken (Mehrfachnennungen möglich). Es fällt auf, dass Gehaltserhöhungen dabei vor allem in kleinen und kleineren Unternehmen eine beliebte Art der Anerkennung sind, während große Unternehmen Lernerfolge vor allem durch verbesserte Aufstiegschancen honorieren. Auch online erworbene Zusatzqualifikationen, wie sie bspw. im Rahmen von digitalen Lernplattformen erworben werden, gewinnen im Zusammenhang mit Einstellungen oder Lohnverhandlungen immer mehr an Bedeutung – am deutlichsten in Betrieben mit weniger als 250 Angestellten.

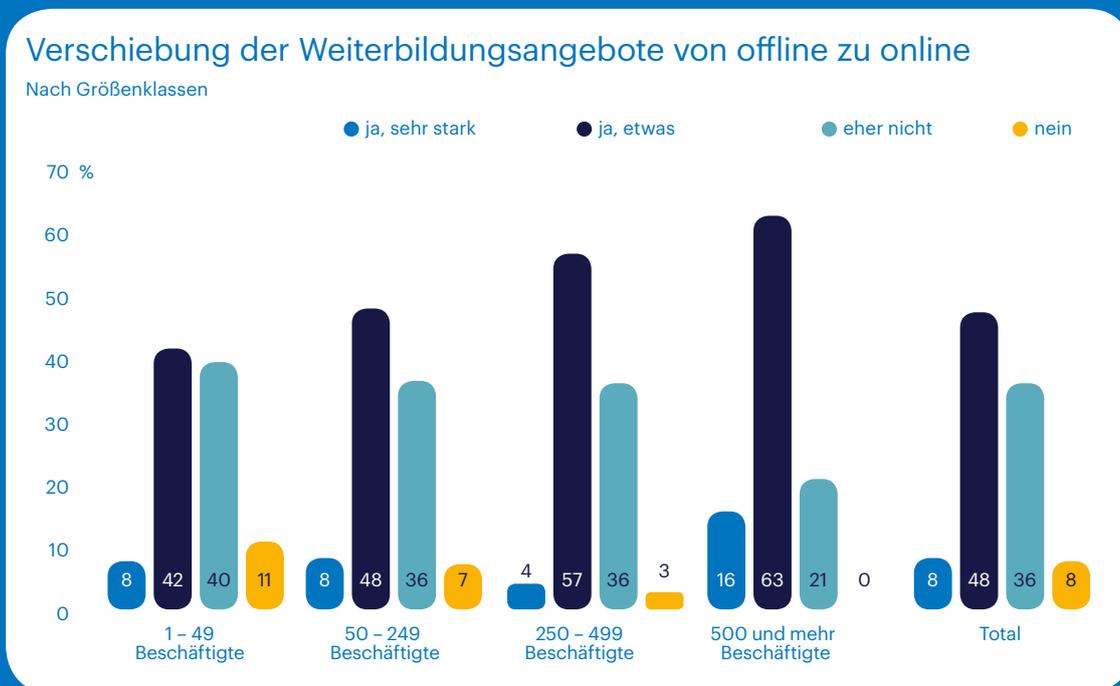


Abbildung 7

Wenngleich Unternehmen verschiedener Sektoren und Größenklassen einzelne Aspekte von Weiterbildung bzw. deren Stellenwert etwas unterschiedlich bewerten, so zeigt sich im Gesamtbild doch, dass Weiterbildung für alle Unternehmen ein wichtiges Instrument ist. Gründe, die Unternehmen daran hindern, sich noch stärker im Bereich der betrieblichen Weiterbildung zu engagieren, sind vor allem die Kosten von Weiterbildung. Wie in Abbildung 8 dargestellt, werden zu hohe Kosten von der Hälfte der Personalleiter als Hemmnis angeführt, was insbesondere mit steigender Unternehmensgröße stärker ins Gewicht fällt. Darüber hinaus stellen die Bereitschaft der Mitarbeiter, an Weiterbildungen teilzunehmen (40 %) sowie die schwierige Überprüfbarkeit des Nutzens einer Weiterbildungsmaßnahme (35 %; ebenfalls am stärksten unter den großen Unternehmen ausgeprägt) erhebliche Hinderungsgründe dar. Zu wenig staatliche Unterstützung, ein per se zu geringer Nutzen von Weiterbildung, mangelnde Bereitschaft auf Managementebene, Weiterbildung anzubieten oder gar ein mangelndes Angebot von Weiterbildungsprogrammen scheinen seltener einer Ausweitung der betrieblichen Weiterbildung entgegen zu stehen. Wobei in kleinen Betrieben die Führungsebene seltener Weiterbildung ablehnt, speziell kleine und kleinere Unternehmen sich aber mehr staatliche Unterstützung wünschen.

Betriebliche Weiterbildung ist den Befragungsergebnissen zufolge ein wichtiges und intensiv genutztes Instrument, um verschiedene unternehmensinterne Ziele umzusetzen. Wie eine frühere Personalleiterbefragung aus dem zweiten Quartal 2017 ergab, ist sie über alle Sektoren hinweg das Mittel der Wahl, um die eigenen Mitarbeiter auf die Herausforderungen, die durch die Digitalisierung entstehen, vorzubereiten. Allerdings, das zeigt die aktuelle Befragung, ist die Digitalisierung nur einer von vielen Gründen, weshalb Unternehmen betriebliche Weiterbildung anbieten. Nur 24 % der Befragten (und damit am zweitwenigsten) benannten die Vorbereitung der eigenen Mitarbeiter auf den digitalen Wandel als Ziel, das durch Weiterbildung angestrebt wird. Angebotsseitig spielt die Digitalisierung im Zusammenhang mit Weiterbildung jedoch eine zunehmend größere Rolle, wie die Frage nach einer Verschiebung von off- zu online-Angeboten zeigt. Gerade für die kleinen und mittelständischen Unternehmen, die keine eigenen Schulungszentren haben wie viele Großunternehmen, eröffnet die Digitalisierung Chancen: In online-Kursen können sich Mitarbeiter zeitlich und örtlich flexibel sowie zu relativ geringen Kosten weiterbilden und die Firmen können dabei aus einem breiten Angebot von Qualifikationsmaßnahmen verschiedenster Anbieter mit relativ geringem Aufwand wählen. Insgesamt ist daher davon auszugehen, dass sich das Angebot von online-Weiterbildungen in den nächsten Jahren noch vergrößern und bei den Unternehmen stärker etablieren wird.

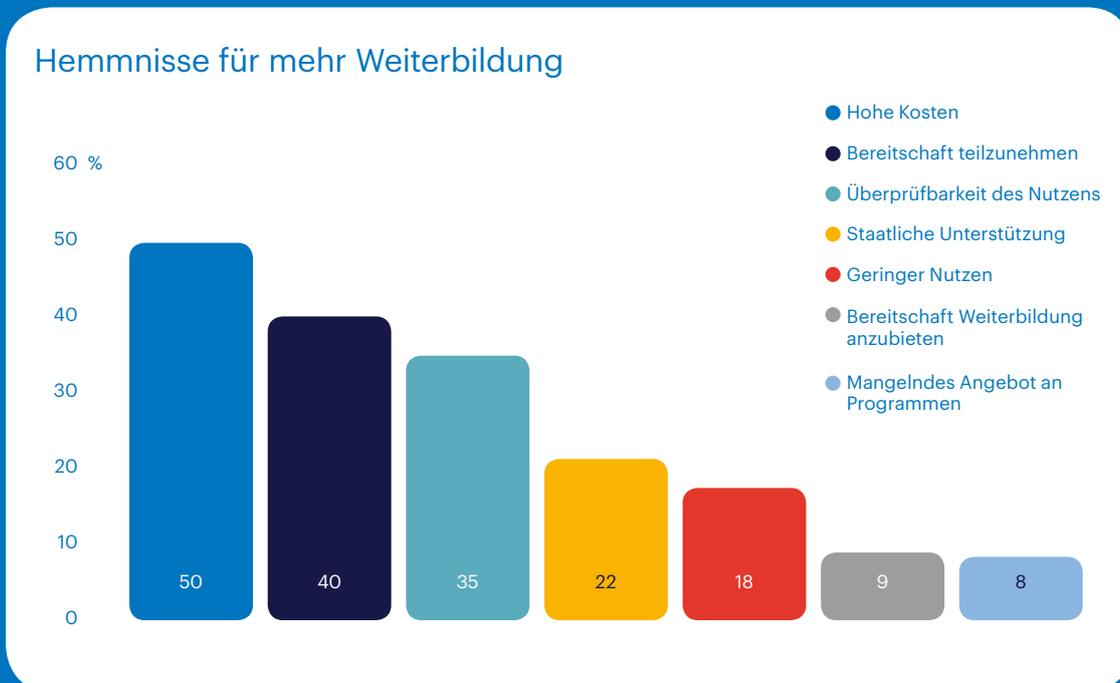


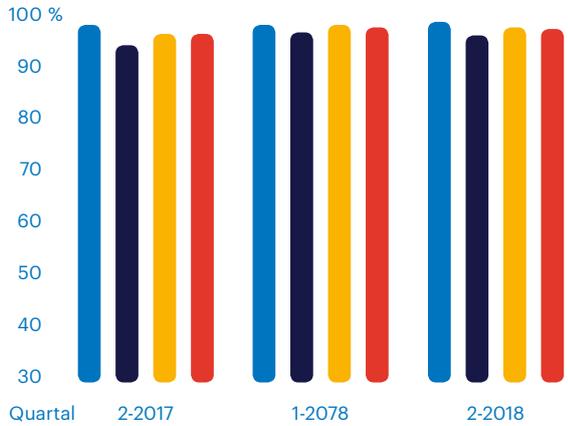
Abbildung 8

# Anwendung der Flexibilisierungsmaßnahmen nach Wirtschaftsbereichen

## Überstunden

Anteil der Unternehmen, die Überstunden nutzen (in %)

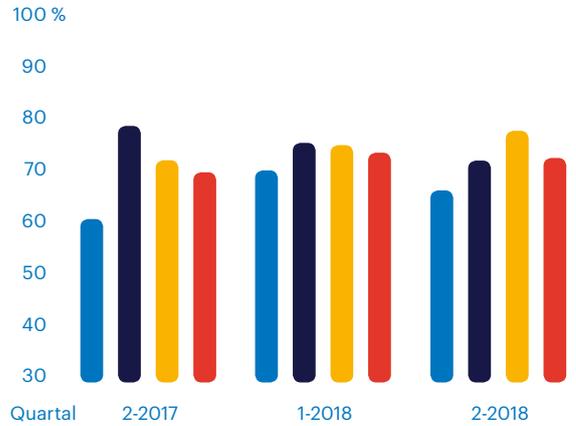
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Minijobs

Anteil der Unternehmen, die Minijobs nutzen (in %)

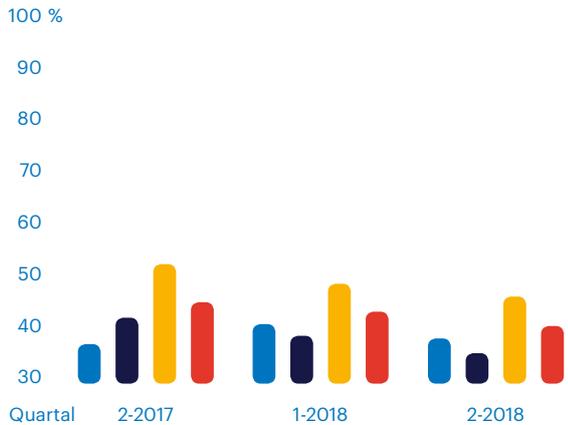
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Freie Mitarbeit

Anteil der Unternehmen, die freie Mitarbeit nutzen (in %)

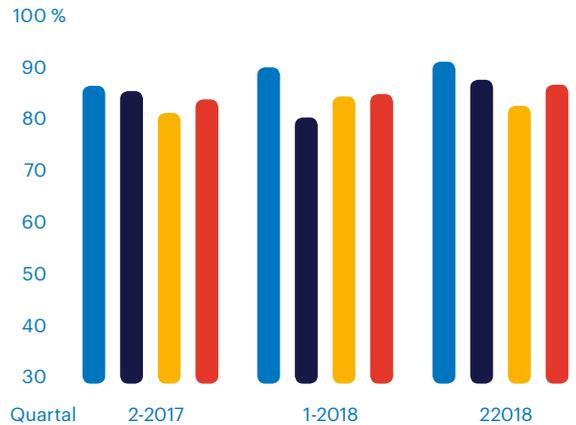
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Innerbetriebliche Umsetzungen

Anteil der Unternehmen, die innerbetriebliche Umsetzungen nutzen (in %)

● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt

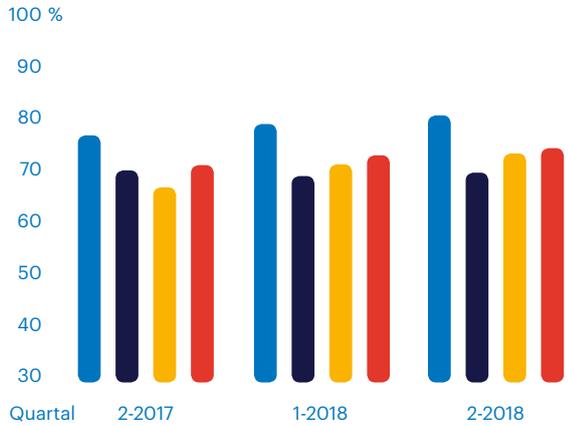


# Anwendung der Flexibilisierungsmaßnahmen nach Wirtschaftsbereichen

## Befristete Verträge

Anteil der Unternehmen, die befristete Verträge nutzen (in %)

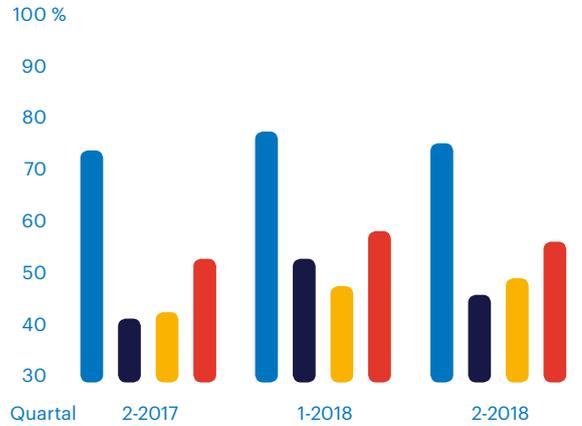
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Zeitarbeit

Anteil der Unternehmen, die Zeitarbeit nutzen (in %)

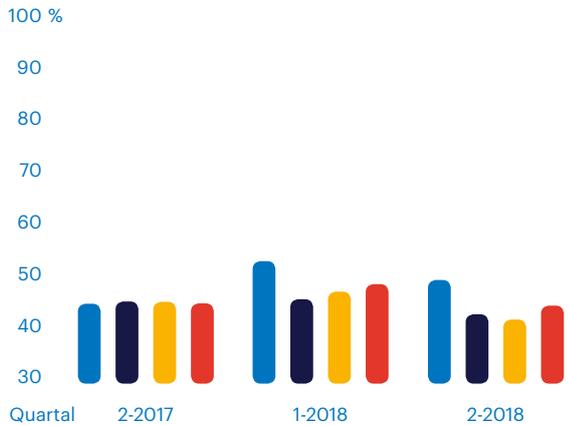
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Outsourcing

Anteil der Unternehmen, die freie Outsourcing nutzen (in %)

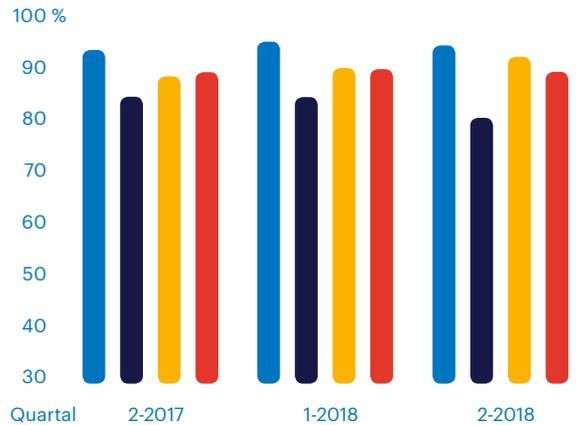
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Arbeitszeitkonten

Anteil der Unternehmen, die Arbeitszeitkonten nutzen (in %)

● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt

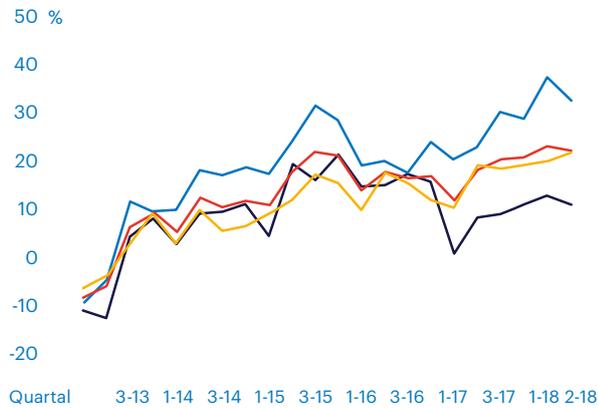


# Bedeutung der Flexibilisierungsmaßnahmen nach Wirtschaftsbereichen

## Überstunden

Anteil der Unternehmen, die Überstunden nutzen (in %)

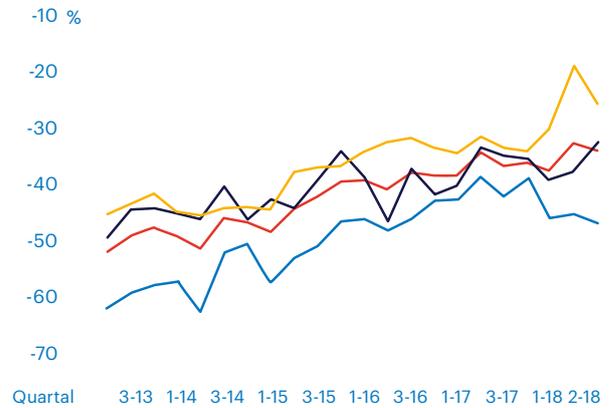
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Minijobs

Anteil der Unternehmen, die Minijobs nutzen (in %)

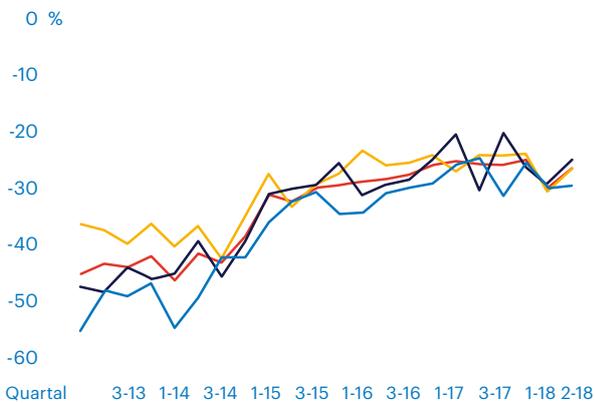
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Freie Mitarbeit

Anteil der Unternehmen, die freie Mitarbeit nutzen (in %)

● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Innerbetriebliche Umsetzungen

Anteil der Unternehmen, die innerbetriebliche Umsetzungen nutzen (in %)

● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt

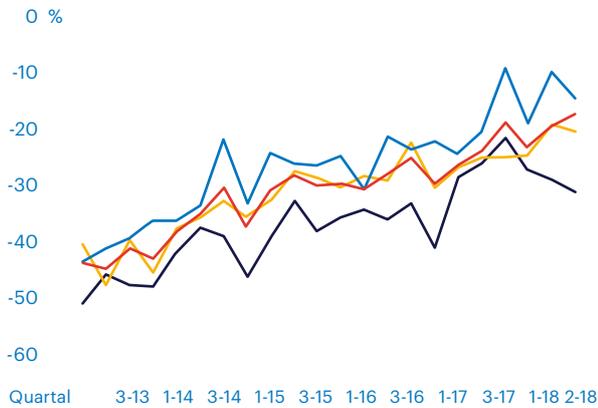


# Bedeutung der Flexibilisierungsmaßnahmen nach Wirtschaftsbereichen

## Befristete Verträge

Anteil der Unternehmen, die befristete Verträge nutzen (in %)

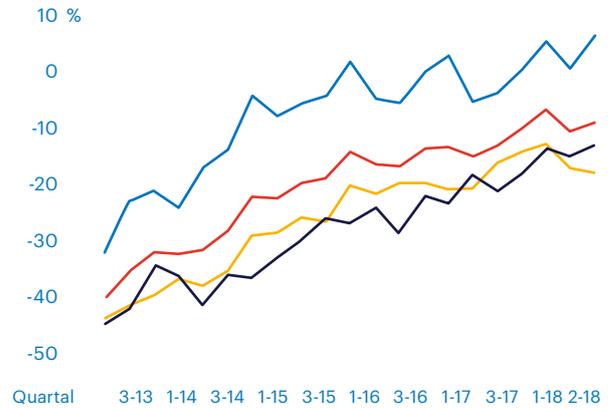
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Zeitarbeit

Anteil der Unternehmen, die Zeitarbeit nutzen (in %)

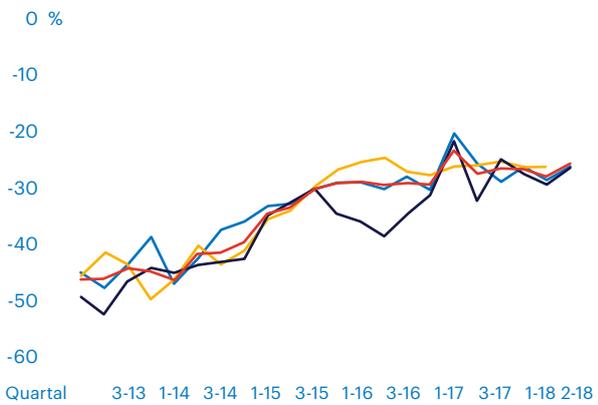
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Outsourcing

Anteil der Unternehmen, die freie Outsourcing nutzen (in %)

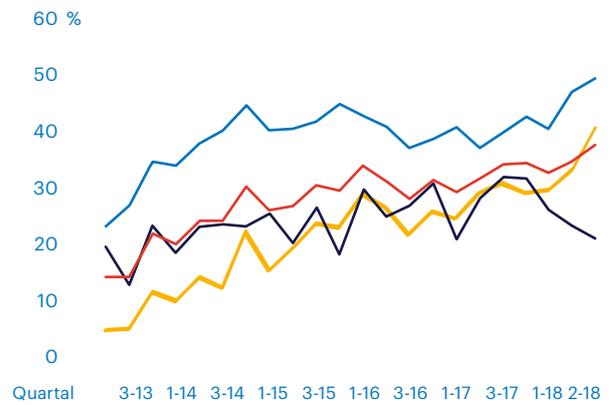
● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



## Arbeitszeitkonten

Anteil der Unternehmen, die Arbeitszeitkonten nutzen (in %)

● Verarbeitendes Gewerbe ● Handel ● Dienstleistungen ● Gesamt



# Über Randstad Gruppe Deutschland

Mit durchschnittlich rund 58.000 Mitarbeitern und rund 500 Niederlassungen in 300 Städten sowie einem Umsatz von rund 2,1 Milliarden Euro (2016) ist die Randstad Gruppe der führende Personaldienstleister in Deutschland. Randstad bietet Unternehmen unterschiedlicher Branchen umfassende Personalservice-Konzepte. Neben der klassischen Zeitarbeit gehören zum Portfolio der Randstad Gruppe unter anderem die Geschäftsbereiche Professional Services, Personalvermittlung, HR Lösungen und Inhouse Services. Mit seinen passgenauen Personallösungen ist Randstad ein wichtiger strategischer Partner für seine Kundenunternehmen. Durch die langjährige Erfahrung unter anderem in der Personalvermittlung und Personalüberlassung sowie individuelle Leistungs- und Entwicklungsangebote für Mitarbeiter und Bewerber, ist Randstad auch für Fach- und Führungskräfte ein attraktiver Arbeitgeber und Dienstleister.

Als Impulsgeber für den Arbeitsmarkt hat Randstad bereits im Jahr 2000 einen flächendeckenden Tarifvertrag mit ver.di abgeschlossen, der als Grundlage für die geltenden tariflichen Regelungen in der gesamten Branche diente.

Randstad ist seit knapp 50 Jahren in Deutschland aktiv und gehört zur niederländischen Randstad Holding nv: mit einem Gesamtumsatz von rund 20,7 Milliarden Euro (Jahr 2016), über 620.000 Mitarbeitern täglich im Einsatz und ca. 5.800 Niederlassungen in 40 Ländern, ist Randstad einer der größten Personaldienstleister weltweit. Zur Randstad Gruppe Deutschland gehören neben Randstad auch die Unternehmen GULP, Randstad Sourceright und Randstad Outsourcing.

## Verantwortlich

Randstad Deutschland Pressestelle  
Petra Timm  
Helfmann-Park 8  
65760 Eschborn  
Fon 0 61 96 / 4 08-17 70  
Fax 0 61 96 / 4 08-17 75  
E-Mail: [petra.timm@randstad.de](mailto:petra.timm@randstad.de)  
[www.randstad.de](http://www.randstad.de)

Weitere Presseunterlagen und Bildmaterial zum Herunterladen finden Sie auch im Internet unter [www.randstad.de](http://www.randstad.de).