

März 2024

Deutschland.

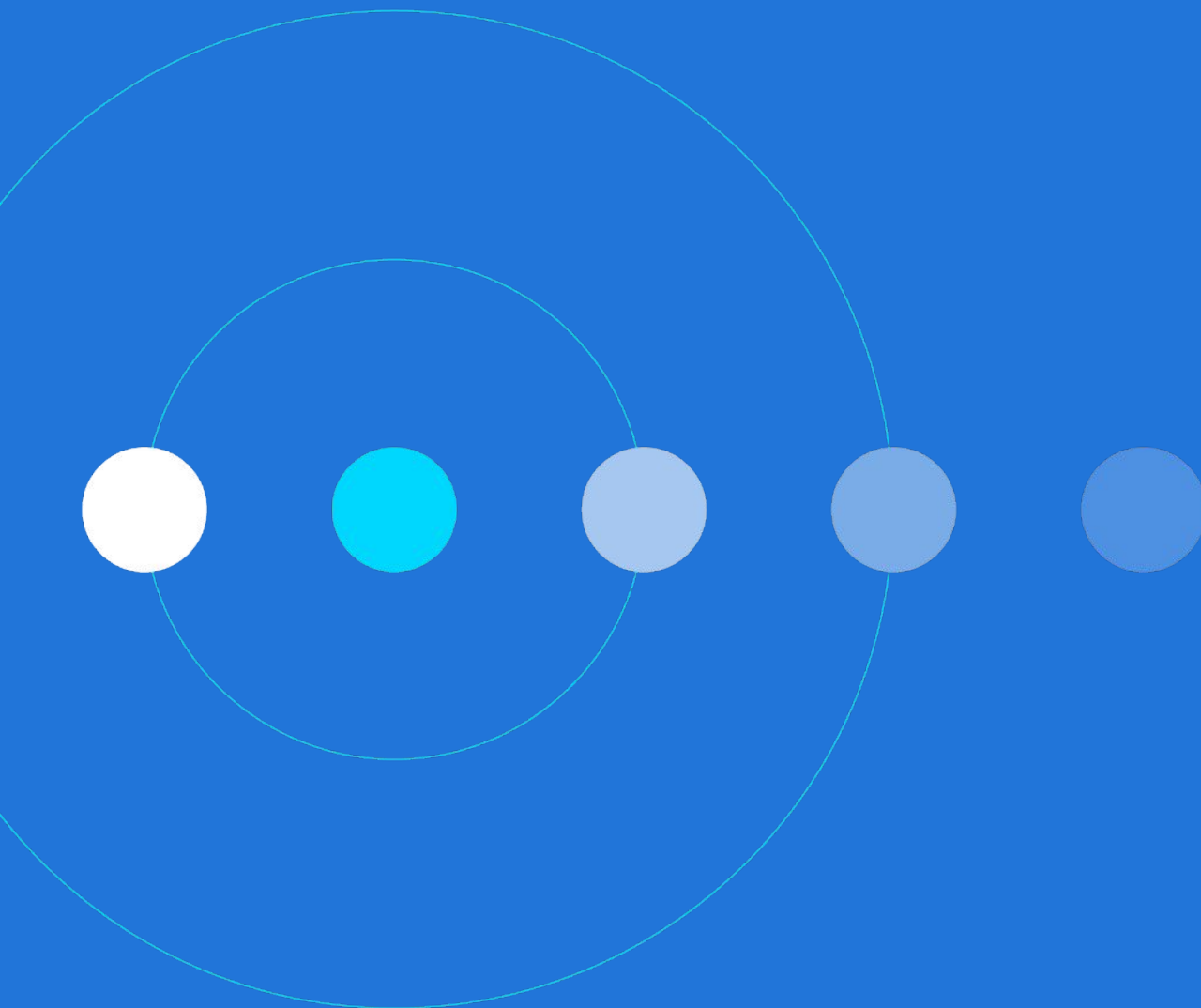
Länderreport
Employer Brand Research
2024



randstad



partner for talent.



- 3 Einführung
- 10 Wichtige Kriterien
- 13 Top-Arbeitgeber
- Wechselverhalten
- 19 Themen des Jahres:
- 28 Chancengerechtigkeit und KI

Einführung.



Was ist die Randstad Employer Brand Research?

- Eine repräsentative Umfrage, die die Sicht der Bevölkerung zwischen 18 und 65 Jahren widerspiegelt und dabei auf 24 Jahre Employer Branding Insights zurückgreift
- Eine unabhängige Studie mit über 170,000 Teilnehmern und 6,084 befragten Unternehmen weltweit
- Spiegelbild der Arbeitgeberattraktivität für die größten Arbeitgeber des Marktes, die mindestens 10 Prozent der Bevölkerung kennen
- Sammlung wertvoller Insights, die Unternehmen bei der Gestaltung ihrer Arbeitgebermarke helfen

173.000
Befragte



32 untersuchte Märkte, die mehr als 75 % der Weltwirtschaft abdecken.

Stichprobe

- ab 18 Jahre bis zum Ruhestandsalter
- geschlechtlich repräsentativ
- Überrepräsentation der 25- bis 44-Jährigen
- bestehend aus Studierenden, beschäftigten und nicht beschäftigten Arbeitskräften

Feldforschung

- Online-Interviews
- Januar 2024

Interviewlänge

- 14 Minuten

Länderstichprobengröße

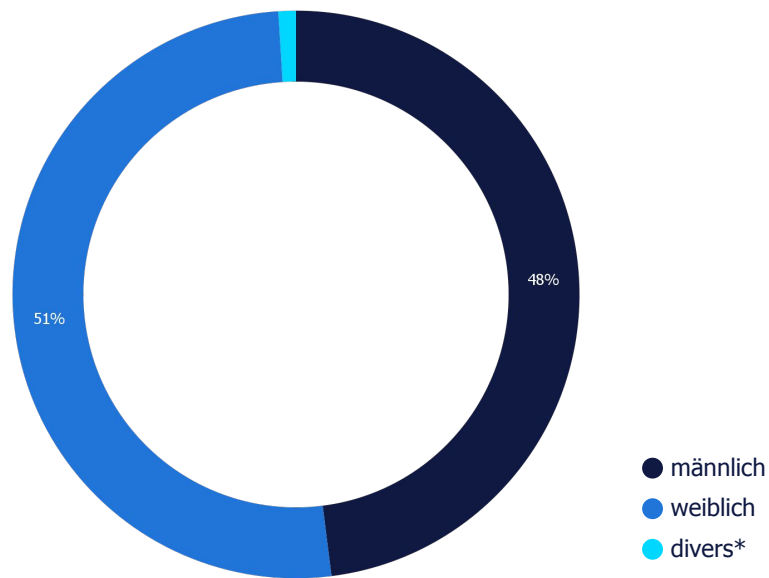
- Deutschland, 4330



Argentinien	Tschechische Republik	Italien	Norwegen	Schweiz
Australien	Frankreich	Japan	Polen	Vereinigtes Königreich
Österreich	Deutschland	Luxemburg	Portugal	USA
Belgien	Griechenland	Malaysia	Rumänien	Uruguay
Brasilien	SVR Hongkong Ungarn	Mexiko	Singapur	
Kanada	Indien	Niederlande	Spanien	
China		Neuseeland	Schweden	

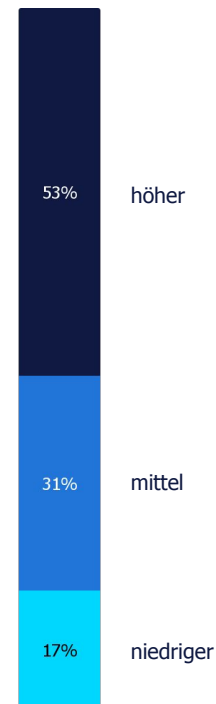
Zusammensetzung der Erhebung in Deutschland: soziodemografische Daten, Bildung und Region.

Geschlecht

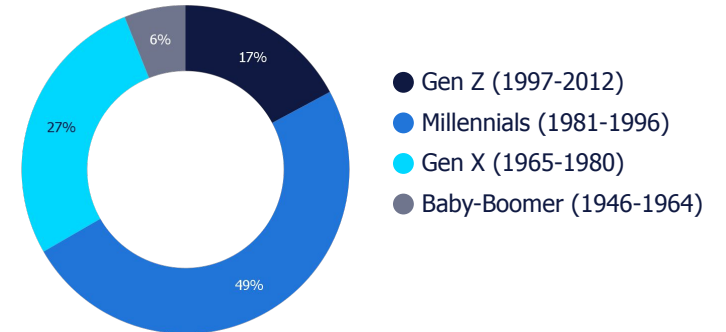


* Divers umfasst nicht-binäre, intersexuelle, transgender Männer, transgender Frauen, nicht-konforme Geschlechter, fluide Geschlechter, andere, oben nicht aufgeführte Geschlechtsidentitäten und Personen, die es vorziehen, die Frage nicht zu beantworten

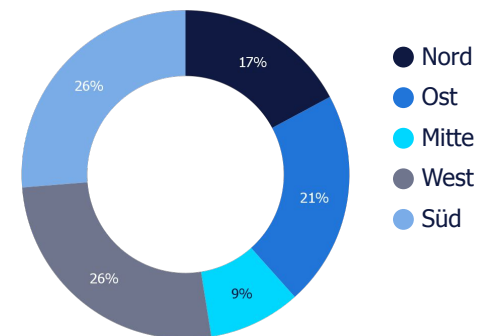
Bildung



Alter



Region



Kurzfassung: wichtigste Erkenntnisse.



EVP-Kriterium

Die Präferenzen der deutschen Beschäftigten haben sich seit dem Vorjahr leicht verändert. Attraktives Gehalt gewinnt an Bedeutung, während die Arbeitsplatzsicherheit leicht an Bedeutung verliert. Beide bleiben jedoch zwei wichtige Einflussfaktoren auf die Auswahl eines Arbeitgebers.

Die Arbeitsplatzsicherheit wird aktuell von Arbeitnehmern gut bewertet, was die Arbeitgeber quasi bestätigt. Weiterhin besteht jedoch eine Diskrepanz in Bezug auf die Attraktivität von Gehältern, zumal insbesondere Frauen ihre derzeitigen Arbeitgeber kritischer bewerten als ihre männlichen Kollegen.

Zudem berichtet eine höhere Anzahl an Frauen als Männern, dass sie keinerlei Inflationsausgleich durch ihren Arbeitgeber erhalten. Das deutet auf einen weiterhin bestehenden Gender-Pay-Gap hin, also einen unverändert signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern bei der Bezahlung. Ein Inflationsausgleich veranlasst zwar nicht direkt einen Arbeitgeberwechsel, eine nicht angemessene Vergütung jedoch gilt als wichtigster Beweggrund dafür, insbesondere bei Frauen.



Arbeitsplatzwechsel

Das Wechselverhalten hat sich seit 2021 teilweise drastisch verstärkt: 17 % haben in den letzten 6 Monaten ihren Arbeitgeber gewechselt und 22 % planen dies in den folgenden 6 Monaten zu tun. Die Gen Z und Millennials zeigen im Vergleich zu den anderen Generationen eine höhere Bereitschaft zum Arbeitsplatzwechsel.

Insgesamt ist ein Arbeitsplatzwechsel weitgehend dadurch motiviert, dass eine höhere Vergütung aufgrund gestiegener Lebenshaltungskosten benötigt wird, der Wunsch nach mehr Work-Life-Balance besteht und es an Karriereentwicklung fehlt.

Die Gen Z führt im Vergleich zu anderen Generationen weniger die Vergütung als Grund für einen Wechsel an. Dies sollte bei der Bindung von jungen Talenten u. U. berücksichtigt werden, da immaterielle Leistungen evtl. genauso wirksam sein könnten wie finanzielle.

Kurzfassung: wichtigste Erkenntnisse.



Chancengerechtigkeit

Ca. 1 von 4 Erwerbstätigen in Deutschland zählt sich selbst zu einer Minderheit bezogen auf das Geschlecht, die sexuelle Orientierung, Ethnie/Nationalität, Religion, Behinderung oder sonstige Kriterien. Im Vergleich zu den anderen Generationen kommt dies in leicht verstärktem Maße in der Gen Z vor.

Angehörige von Minderheitengruppen bewerten ihre Arbeitgeber abgesehen von der Wertschätzung ihrer besonderen Merkmale geringfügig besser in Bezug auf Gleichstellungsthemen. Zudem sind sie nach eigenem Empfinden beim beruflichen Fortkommen auf mehr Hindernisse aufgrund ihrer Identität gestoßen. Dieses Empfinden herrscht bei mehr Männern als Frauen vor.



Künstliche Intelligenz

KI fasst immer mehr Fuß an deutschen Arbeitsplätzen, da einer von 5 Erwerbstätigen angibt, KI täglich/regelmäßig anzuwenden. Der Anteil der Nutzer ist dabei höher bei den Generationen Gen Z und Millennials sowie bei Menschen mit niedriger und höherer Spezialbildung.

Zwar sind 4 % der Erwerbstätigen bereits unmittelbar von KI am Arbeitsplatz betroffen, in naher Zukunft rechnen aber zunehmend mehr Beschäftigte damit. Weit mehr als die Hälfte der Beschäftigten erwarten, dass KI in den nächsten fünf Jahren Einfluss auf ihre Arbeitsplätze haben wird.

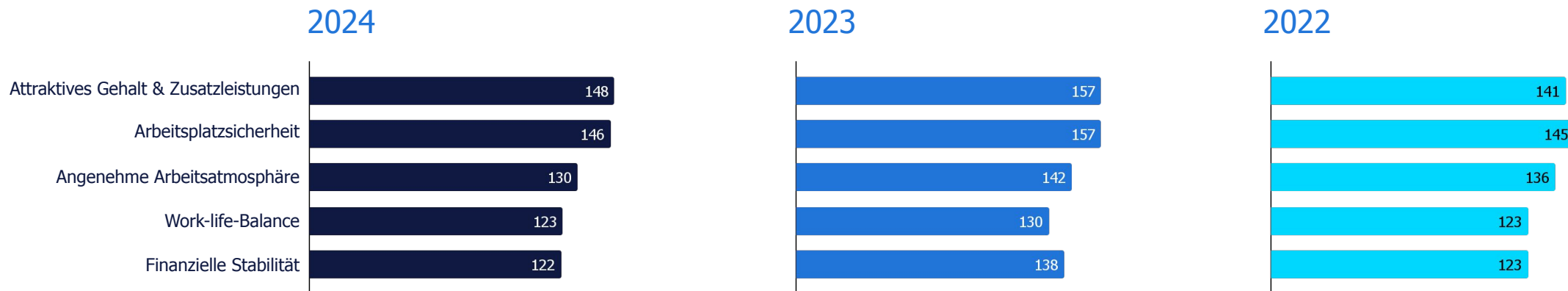
Dabei werden die Auswirkungen von KI auf das eigene Arbeitsleben von 40 % eher positiv bewertet; nur 11 % stehen diesem Einfluss eher negativ gegenüber. Daraus ergibt sich, dass die Mehrheit (45 %) den Auswirkungen derzeit gleichgültig gegenüber steht. Diese Gruppe von Arbeitnehmern im Auge zu behalten, könnte für Arbeitgeber hilfreich sein, damit die Einführung von KI gut aufgenommen wird. Dieser positive Eindruck kann durch einen proaktiven Ansatz sichergestellt werden.

Wichtige Kriterien.



Was potenzielle Mitarbeiter erwarten: die 5 wichtigsten Kriterien bei der Arbeitgeberwahl.

In diesem Jahr hat sich die Reihenfolge bei den Top-5-Kriterien verändert. Attraktives Gehalt & Leistungen haben Arbeitsplatzsicherheit als Hauptkriterium überholt. Dabei zählt Arbeitsplatzsicherheit bei den Baby-Boomern (72 %) als wichtigstes Kriterium, gefolgt von attraktivem Gehalt und Leistungen (69 %). Diese beiden Kriterien zählen darüber hinaus besonders stark bei Frauen.



Erklärung zu den indizierten Werten:

150: Das Kriterium wird 50 % öfter als das Kriterium gewählt, das durchschnittlich für wichtig erachtet wird.

75: Das Kriterium wird 25 % seltener als das Kriterium gewählt, das durchschnittlich für wichtig erachtet wird.

Wahrnehmung des Arbeitgeberangebots in Deutschland.

Das Verstehen der Diskrepanz zwischen dem, was Arbeitnehmende wollen, und dem, was ihrer Meinung nach von Arbeitgebenden angeboten wird, schafft wertvolle Einblicke in den Aufbau einer Arbeitgebermarke. Darüber hinaus gibt ein Benchmarking im Vergleich zu dem, was Arbeitnehmer als Angebot ihres derzeitigen Arbeitgebers wahrnehmen, mehr Aufschluss über die Diskrepanzen, die es auszugleichen gilt.

Bewertung des aktuellen Arbeitgebers

1. langfristige Arbeitsplatzsicherheit
2. ist günstig gelegen
3. finanziell stabil
4. interessante Arbeitsinhalte
5. angenehme Arbeitsatmosphäre
6. sehr guter Ruf
7. attraktives Gehalt & Leistungen
8. Work-Life-Balance
9. Aufstiegsmöglichkeiten
10. gibt der Gesellschaft etwas zurück

Profil des idealen Arbeitgebers

1. attraktives Gehalt & Leistungen
2. langfristige Arbeitsplatzsicherheit
3. angenehme Arbeitsatmosphäre
4. Work-Life-Balance
5. finanziell stabil
6. Gleichstellung
7. gute Weiterbildung
8. ist günstig gelegen
9. interessante Arbeitsinhalte
10. Aufstiegsmöglichkeiten

Gehalt und Leistungen sind weiterhin die Kriterien mit der größten Kluft

Mehr Männer als Frauen bewerten ihre Vergütung als angemessen. Dies kann erklären, warum mehr Frauen als Männer die Vergütung als wichtigen Grund dafür nennen, wie sie ihren idealen Arbeitgeber wählen.

Im Vergleich zu anderen Generationen priorisiert ein höherer %-Anteil bei den Baby-Boomern und der Gen Z das Kriterium Vergütung.

Top-Arbeitgeber und Einblicke in Branchen.



Top-Arbeitgeber für Beschäftigte in Deutschland.

2024

- | | |
|-----|-------------------------|
| 1. | Fraunhofer-Gesellschaft |
| 2. | Audi |
| 3. | Siemens |
| 4. | Porsche |
| 5. | Daimler (Mercedes-Benz) |
| 6. | BMW |
| 7. | Airbus Group |
| 8. | Boehringer Ingelheim |
| 9. | Schott |
| 10. | Bosch |

2023

- | | |
|-----|-------------------------|
| 1. | Siemens |
| 2. | Airbus Group |
| 3. | ZF Friedrichshafen |
| 4. | B. Braun Melsungen |
| 5. | Audi |
| 6. | BMW |
| 7. | Daimler (Mercedes-Benz) |
| 8. | SAP |
| 9. | Fraunhofer-Gesellschaft |
| 10. | MAHLE |

2022

- | | |
|-----|-------------------------|
| 1. | BMW |
| 2. | ZF Friedrichshafen |
| 3. | Siemens |
| 4. | Bosch |
| 5. | SAP |
| 6. | Daimler (Mercedes-Benz) |
| 7. | Audi |
| 8. | B. Braun Melsungen |
| 9. | Porsche |
| 10. | Adidas |

Top 3 der EVP-Kriterien der Top-5-Unternehmen.

Die Performance der Top-5-Unternehmen wird durch ein uneinheitliches Faktorenspektrum bestimmt. Einige richten sich am Profil des idealen Arbeitgebers aus, andere Unternehmen hingegen fahren gut damit, auf Kriterien wie berufliches Fortkommen und Standort zu setzen. Diese Faktoren können für Arbeitnehmende relevanter sein als anfänglich wahrgenommen. Dies unterstreicht, wie wichtig es für Arbeitgeber ist, sich bei der Steigerung der eigenen Attraktivität auf unterschiedlichste Faktoren und keinesfalls nur auf ein begrenztes Spektrum an Faktoren zu konzentrieren.

Top-Unternehmen

	1.	2.	3.
1. Fraunhofer-Gesellschaft	attraktives Gehalt & Leistungen	Aufstiegsmöglichkeiten	sehr guter Ruf
2. Audi	finanziell stabil	ist günstig gelegen	sehr guter Ruf
3. Siemens	finanziell stabil	sehr guter Ruf	Aufstiegsmöglichkeiten
4. Porsche	finanziell stabil	ist günstig gelegen	langfristige Arbeitsplatzsicherheit
5. Daimler (Mercedes-Benz)	finanziell stabil	sehr guter Ruf	attraktives Gehalt & Leistungen

Attraktivität der Branchen.

Top 10 der leistungstärksten Wirtschaftszweige



Mit 1 % Vorsprung bleibt die Automobilbranche attraktivster Wirtschaftszweig

Das hängt damit zusammen, dass drei der Top-5-Unternehmen aus diesem Wirtschaftszweig stammen: Audi, Porsche und Daimler.

Die Pharmaindustrie hat den Spitzenplatz nur knapp verfehlt und dieses Jahr im Vergleich zum Vorjahr wesentlich besser abgeschnitten.

Der Abstand bei der Attraktivität zwischen den anderen Branchen ist gering, was bedeutet, dass Arbeitgeber nicht nur innerhalb ihres Sektors, sondern bei der Anwerbung von Arbeitskräften mit verschiedenen anderen Wirtschaftszweigen konkurrieren.

Top 3 der leistungsstärksten Unternehmen unterteilt nach 10 Branchen.

Wirtschaftszweig

1.

2.

3.

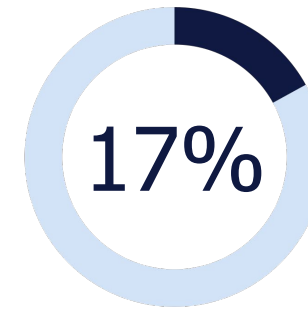
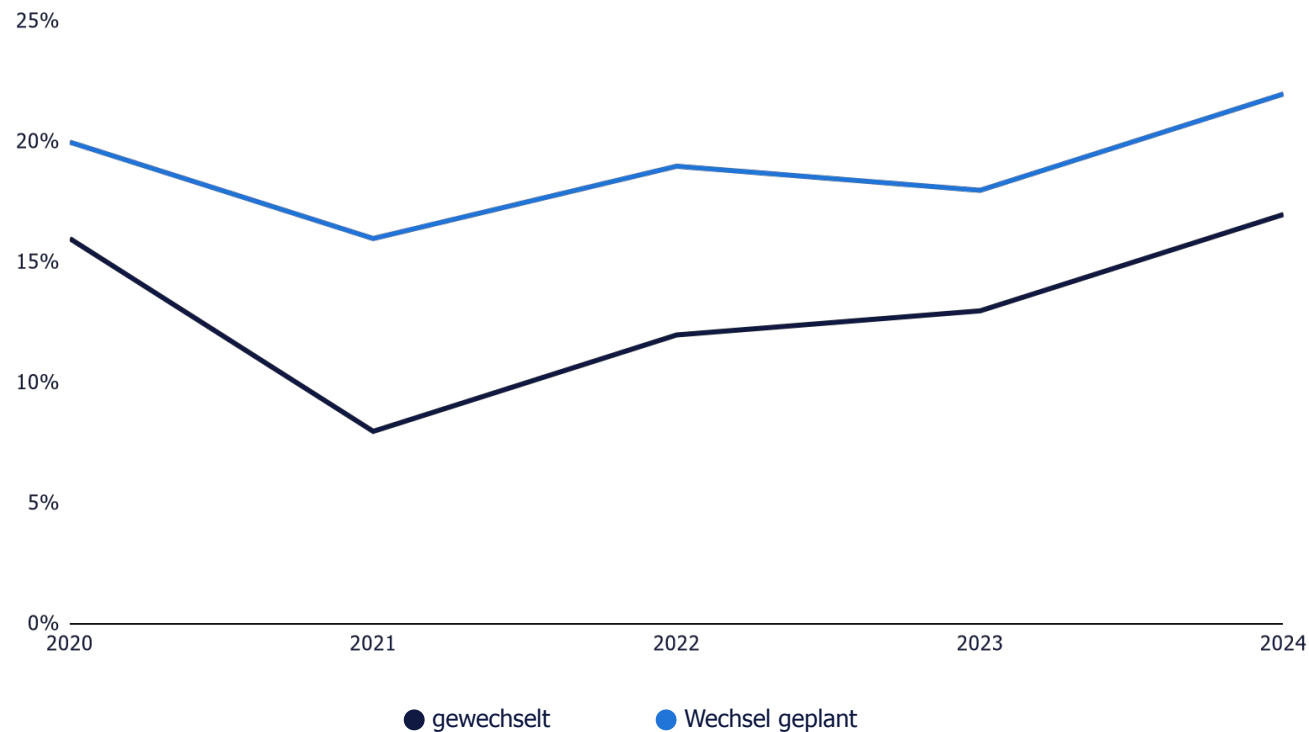
1. Automobil	Audi	Porsche	Daimler (Mercedes-Benz)
2. Pharma	Boehringer Ingelheim	Fresenius	Roche
3. Maschinenbau	Airbus Group	Jungheinrich	MAN
4. Elektronik	Siemens	Bosch	Infineon
5. Schwerindustrie	Schott	thyssenkrupp	Würth
6. Automobilzulieferer	ZF Friedrichshafen	Schaeffler	Knorr-Bremse
7. IT-Consulting & Telekommunikation	Fraunhofer-Gesellschaft	T-Systems	SAP
8. Chemie	Bayer	Wacker Chemie	BASF
9. Baustoffe	ABB	Knauf	Hochtief
10. FMCG	P&G - Procter & Gamble	Coca-Cola	Adidas

Wechselverhalten im Fokus.

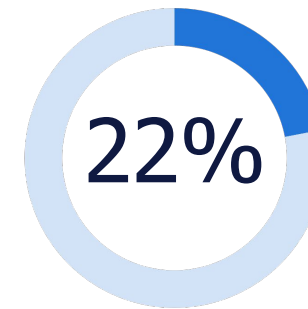


Wechselverhalten im Laufe der Zeit.

Der Trend, den Arbeitgeber zu wechseln, ist im Vergleich zum Vorjahr um 4 % angestiegen, in etwa parallel zum Anteil der geplanten Arbeitsplatzwechsel. Das sind seit Beginn der COVID-19-Pandemie die höchsten Werte. Diese Veränderung wird besonders bei Männern und den jüngeren Generationen deutlich.



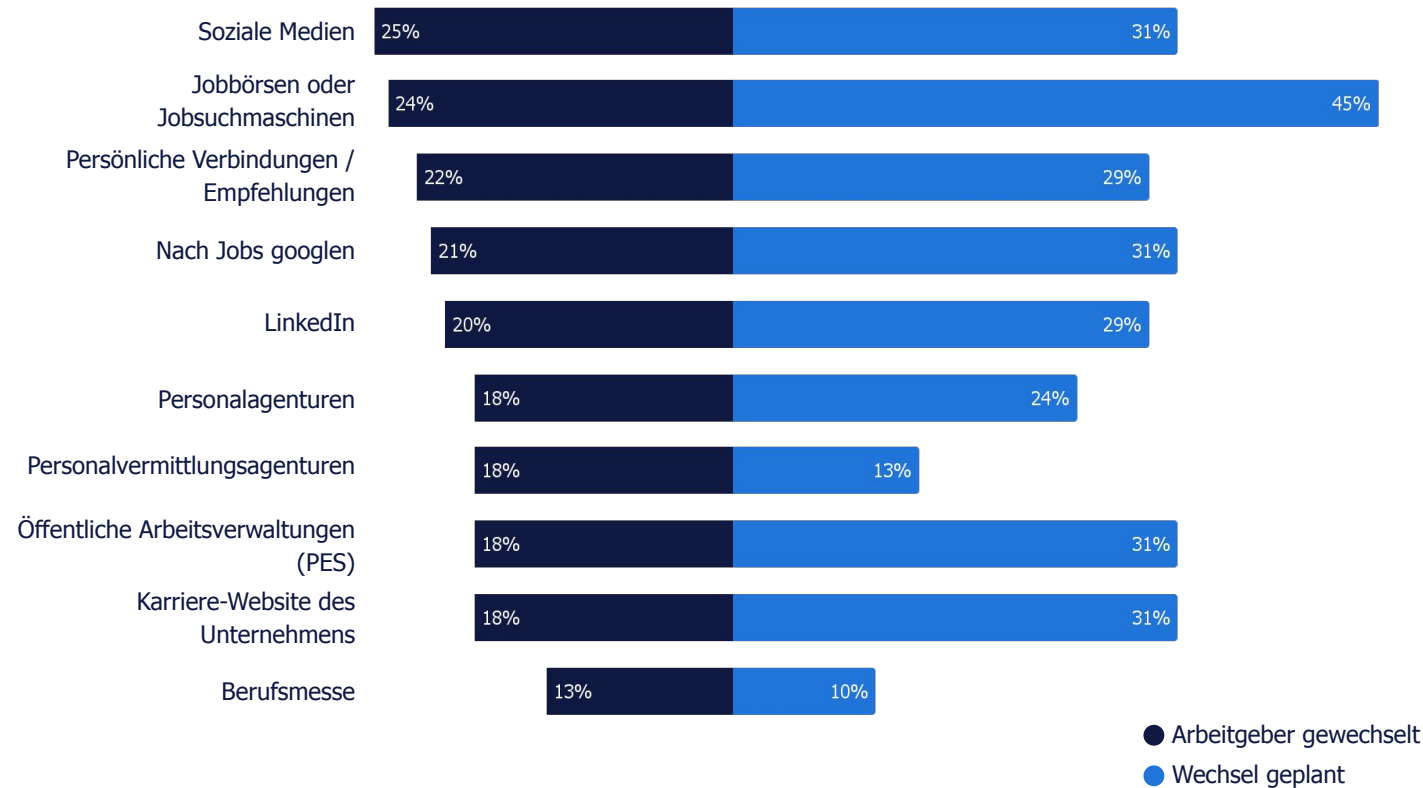
haben in den vergangenen 6 Monaten den Arbeitgeber gewechselt



planen in den nächsten 6 Monaten einen Arbeitsplatzwechsel

Wie Beschäftigte in Deutschland neue Stellenangebote finden.

Quellen für Stellenangebote



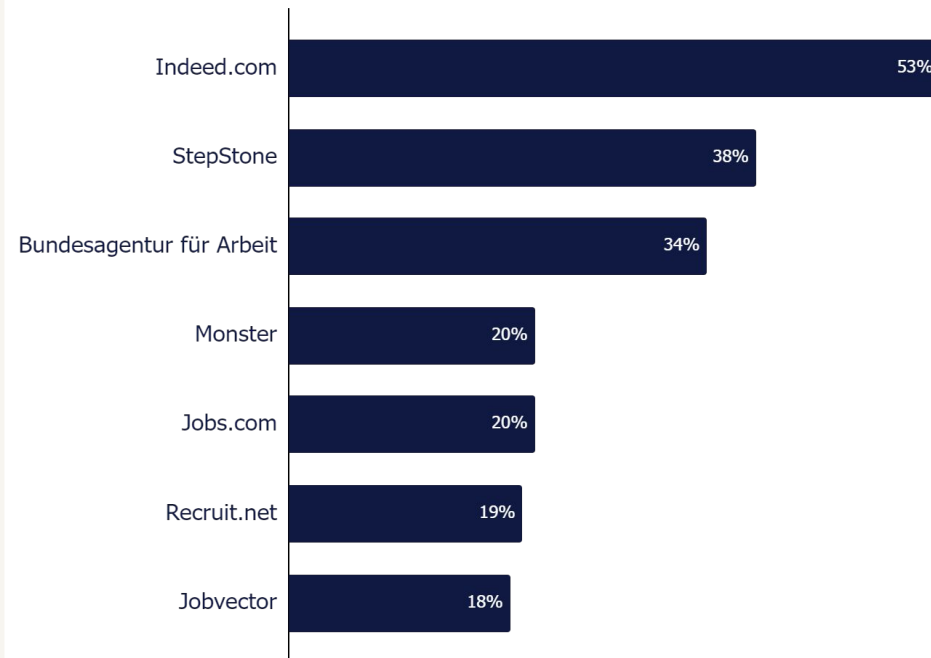
Bei der Suche nach einer Stelle haben Jobsuchmaschinen die größte Reichweite; lediglich 24 % haben darüber den Arbeitsplatz auch tatsächlich erhalten

Bei den Top-3-Kanälen für die Jobsuche gab es nur minimale Veränderungen. Die sozialen Medien stechen als primäres Mittel hervor, über das die Gen Z und die Millennials ihre Beschäftigung gefunden haben; bei der Jobsuche werden diese jedoch von allen Generationen genutzt. Die Gen X bevorzugt Stellenbörsen; Menschen mit mittlerer bis höherer Bildung eher persönliche Kontakte.

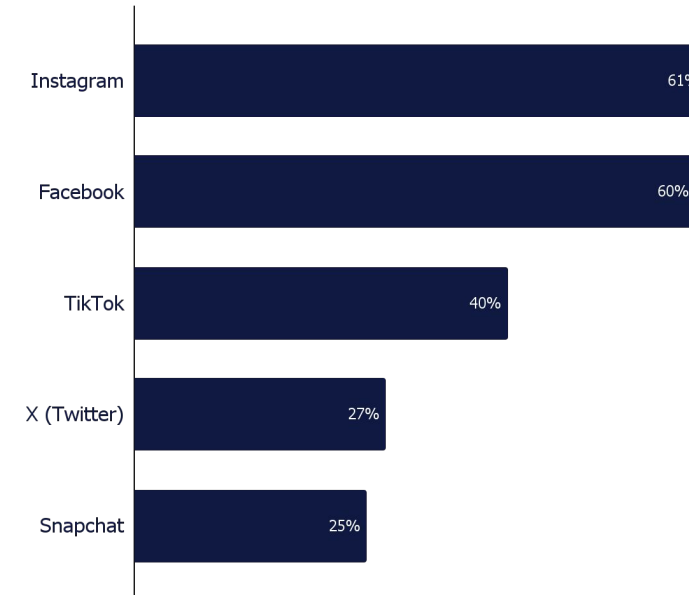
Jobportale und Social-Media-Kanäle.

Indeed.com bleibt an der Spitze mit mehr als der Hälfte der Erwerbstätigen, die ihre Stelle über diese Plattform gefunden hat. Instagram hat Facebook in diesem Jahr als wichtigster Social-Media-Kanal überholt; und auch TikTok und X können leichte Anstiege verzeichnen.

Jobportale*



Social-Media-Kanäle*



Hinweis: Jobportale und soziale Medien sind Folgefragen bei der Frage nach Kanälen, die für die Suche nach neuen Stellen genutzt werden.

Gründe, den Arbeitgeber zu verlassen.



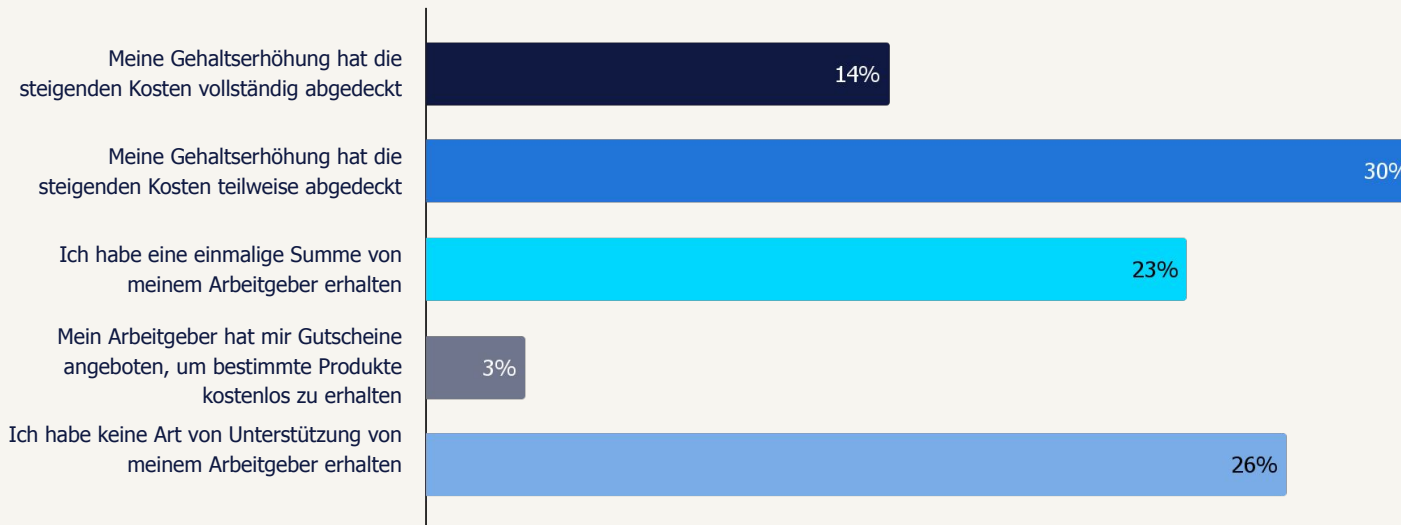
Geringe Vergütung bleibt der Hauptgrund dafür, den aktuellen Arbeitgeber zu verlassen

Mehr Frauen (44 %) als Männer (37 %) geben an, eine unangemessene Vergütung würde sie veranlassen, ihren Job zu kündigen. Obwohl die Gen Z Vergütung weiterhin gegenüber anderen Faktoren priorisiert, führt diese Generation im Vergleich zu den anderen dies weniger als Grund an, das Unternehmen zu wechseln.

Gute Work-Life-Balance wird von den Baby-Boomern (20 %) im Vergleich zu den anderen Generationen (durchs. 32 %) als weniger wichtig bewertet.

Inflationsausgleich.

Wie hat Ihr Arbeitgeber Sie finanziell unterstützt, um die steigenden Lebenshaltungskosten auszugleichen?



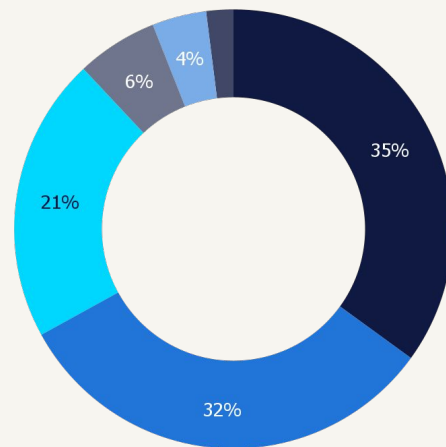
1 von 4 hat keine Form von Inflationsausgleich erhalten

1/3 der Frauen berichtet, keinerlei Inflationsausgleich erhalten zu haben, während dies nur bei einem von 5 Männern der Fall ist. Die Gen Z und die Baby-Boomer sind im Vergleich zu den anderen Generationen eher bereit, auf einen Ausgleich zu verzichten. Männer, die Gen Z, Millennials und höher Gebildete erhielten öfter einen vollständigen Ausgleich.

Erstaunlicherweise korreliert die Art des Ausgleichs nicht unmittelbar mit der Wahrscheinlichkeit, dass ein Arbeitnehmer das Unternehmen wechselt, jedoch ist die Vergütung ein Hauptgrund, sodass Arbeitgeber die Erwartungen der Arbeitnehmer hier nicht außer Acht lassen sollten.

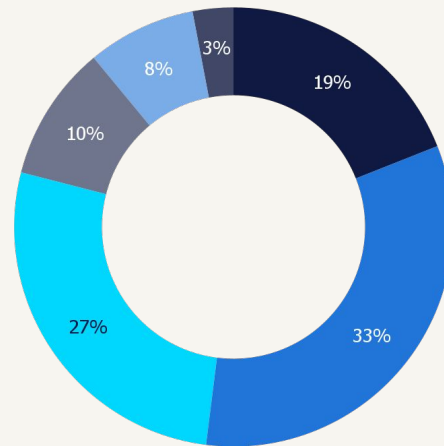
Entwicklungsmöglichkeiten.

Stellenwert von
Umschulung



- 5 – sehr wichtig für mich
- 4
- 3
- 2
- 1 – überhaupt nicht wichtig
- weiß nicht

Genügend Möglichkeiten, sich
weiterzuentwickeln



- 5 – trifft voll und ganz zu
- 4
- 3
- 2
- 1 – trifft überhaupt nicht zu
- weiß nicht

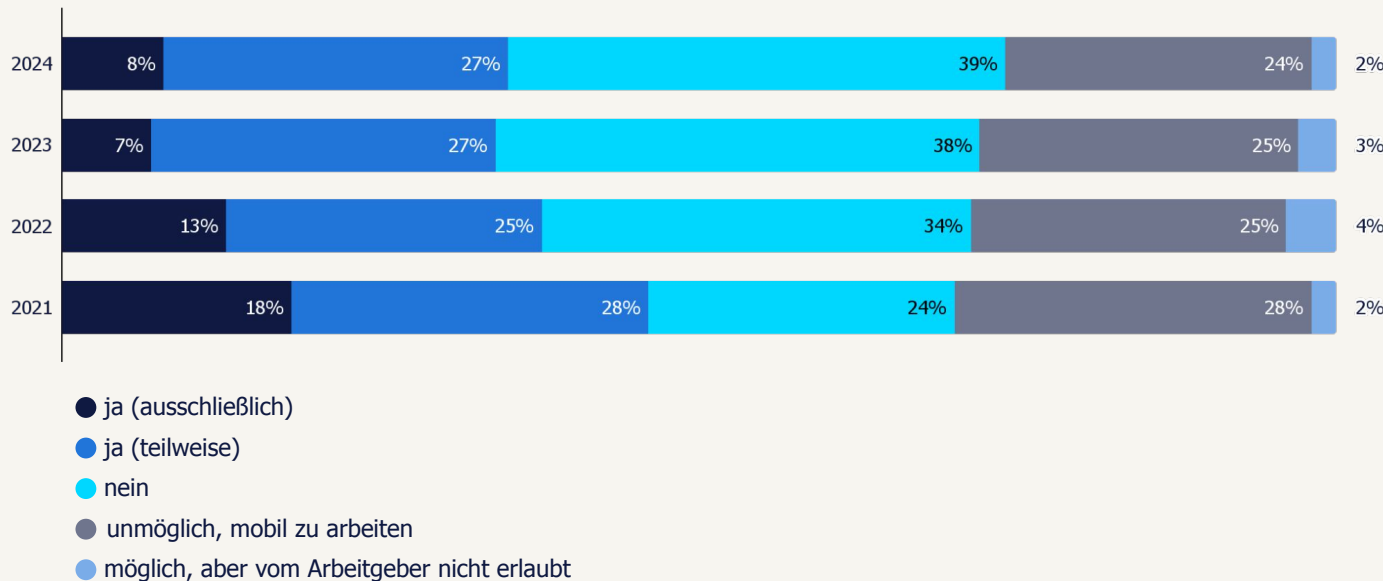
18 % der Erwerbstätigen erhalten nicht genügend Möglichkeiten, sich in der eigenen Funktion zu entwickeln

Selbst in einem angespannten Arbeitsmarkt sind diese Arbeitskräfte nicht eher bereit, das Unternehmen zu verlassen als solche, denen diese Möglichkeiten geboten werden. Die Gen Z und Millennials sind unzufrieden über eingeschränkte Aufstiegschancen in ihren aktuellen Stellen.

Der hohe Stellenwert, der Umschulungsmöglichkeiten von Erwerbstätigen zugeschrieben wird (67 %), unterstreicht, wie wichtig es ist, solche Maßnahmen für die Gen Z und Millennials anzubieten, die hierauf besonders viel Wert legen.

Trend bei Mobilem Arbeiten/Homeoffice.

Arbeiten Sie derzeit mobil/von zu Hause aus?



Mobiles Arbeiten hat in Deutschland ein Gleichgewicht erreicht

Einer von 3 arbeiten für einige Tätigkeiten weiterhin mobil. Eine Steigerung auf 1 von 2 gibt es lediglich bei höherem Bildungsgrad, wobei weniger Erwerbstätige mit niedrigem/mittlerem Bildungsgrad im Homeoffice sind. Diese geben zudem öfter an, dass ihre Arbeit kein mobiles Arbeiten ermögliche.

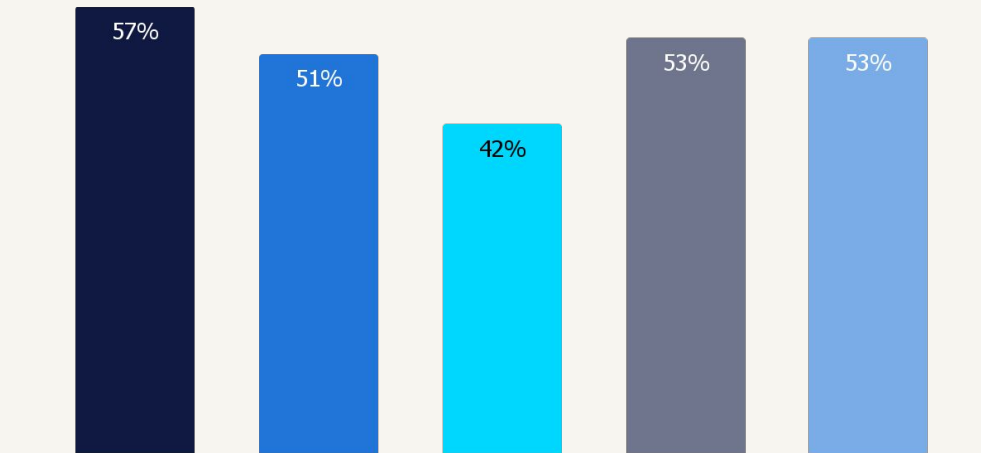
Millennials sind die vielseitigste Generation, von der die Mehrheit entweder ausschließlich vor Ort oder remote tätig. Die Gen Z arbeitet öfter im Büro, das Gegenteil gilt für die Baby-Boomer.

Themen des Jahres: Gleichstellung und KI.



Chancengerechtigkeit

Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihren aktuellen Arbeitgeber zu?



- Meine einzigartigen Eigenschaften, Fähigkeiten, Erfahrungen und Hintergründe werden in meinem Unternehmen geschätzt
- Führungskräfte sind gerecht bei der Anstellung oder Karriereförderung von Personen, die an sie berichten
- In meinem Unternehmen erhalten diejenigen Mitarbeiter die besten Chancen, die es am meisten verdienen
- Mein Unternehmen zahlt gleichen Lohn für gleiche Arbeit
- Führungskräfte sind gerecht bei Weiterbildungs- und Umschulungsmöglichkeiten für Personen, die an sie berichten

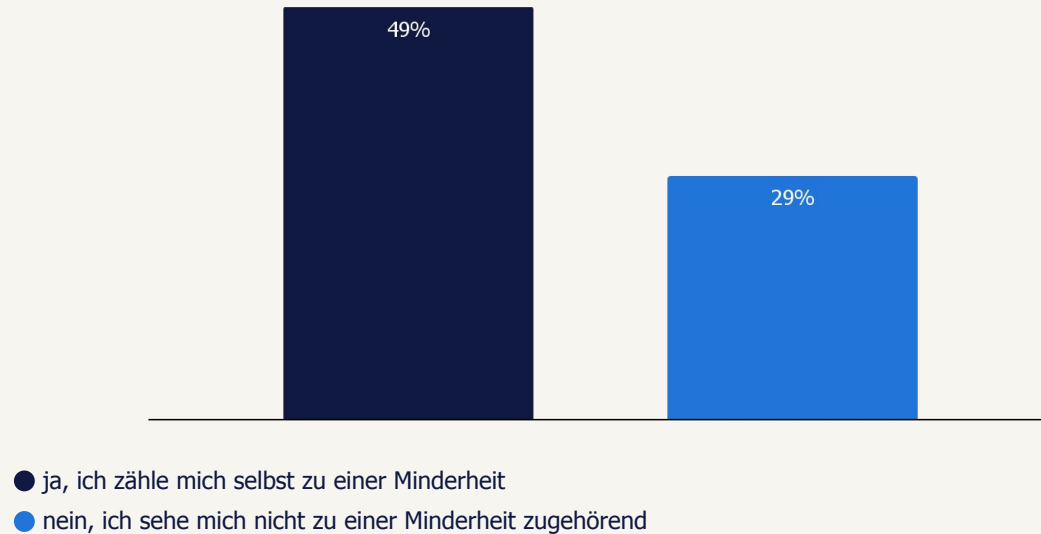
Die Erwerbstätigen in Deutschland sind sich relativ einig über ihre Arbeitgeber in Bezug auf Chancengerechtigkeit.

Etwa einer von 4 Erwerbstätigen zählt sich selbst aufgrund der eigenen Geschlechtsidentität, Religion, Behinderung oder Ethnie zu einer Minderheit.

Erstaunlicherweise bewerten Minderheiten in Deutschland in Bezug auf Gleichstellungsthemen ihre Arbeitgeber losgelöst von der Wertschätzung ihrer einzigartigen Eigenschaften geringfügig besser, als dies Nichtminderheiten tun.

Gleichstellung

Ich bin in meinem beruflichen Fortkommen in diesem Unternehmen auf Hindernisse gestoßen, weil ich bin, wer ich bin.



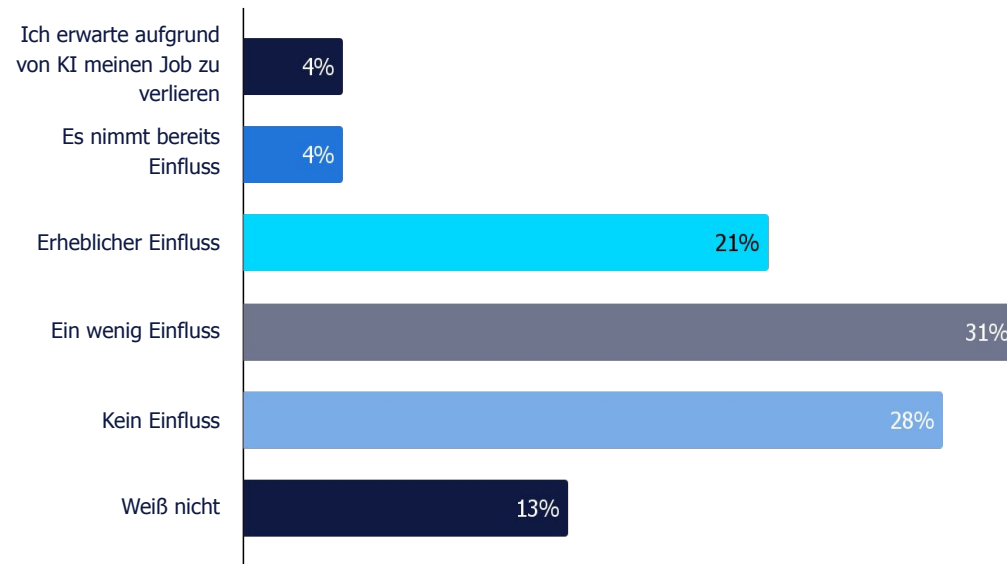
Circa die Hälfte der Erwerbstätigen in Deutschland, die sich selbst zu einer Minderheit zählt, berichtet, auf Hindernisse in ihrem beruflichen Fortkommen aufgrund ihrer Identität gestoßen zu sein.

Demgegenüber steht nur einer von 3 bei denen, die sich keiner Minderheit zugehörend sehend. Erwerbstätige aus der Gen Z und Millennials berichten zudem öfter, auf solche Hindernisse gestoßen zu sein (teilweise bedingt dadurch, dass sie sich häufiger einer Minderheit zuordnen).

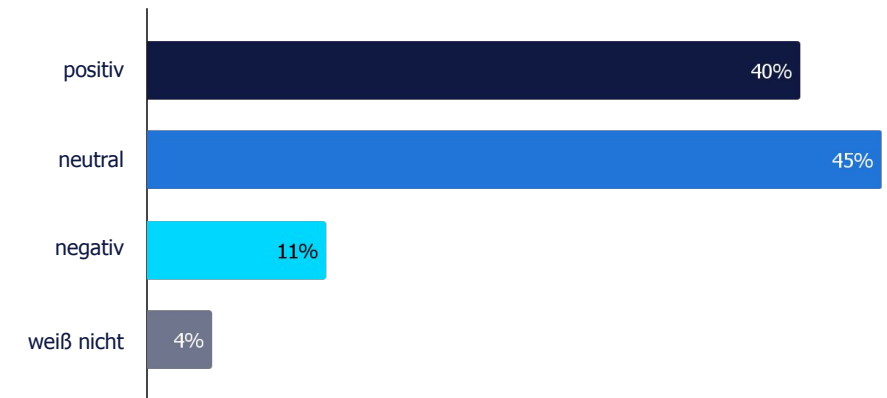
Auswirkungen der künstlichen Intelligenz auf die Beschäftigung

Ungefähr einer von 5 der Beschäftigten nutzt KI bereits täglich/regelmäßig; der Anteil ist dabei höher bei Gen Z und Millennials sowie bei Menschen mit niedriger/höherer Bildung. Mehr als die Hälfte gehen davon aus, dass KI sich irgendwie auf ihren Arbeitsplatz auswirkt; vor allem diejenigen, die derzeit KI am Arbeitsplatz nutzen. 40 % werten die Auswirkungen von KI als positiv, wobei Menschen mit höherer Bildung und Millennials hier stark abweichen.

Erwartete Auswirkungen der KI auf Ihren Arbeitsplatz



Auswirkungen der KI auf Jobzufriedenheit*



* nur diejenigen befragt, die kleinen bis erheblichen Einfluss von KI in ihrem Job erwarten



Was denken Sie?

Lassen Sie uns ins Gespräch kommen.

Unsere Forschung bietet viele aufschlussreiche und dabei auch komplexe Erkenntnisse. Deshalb würden wir uns freuen, Sie durch die Vielzahl an Daten der Studie führen zu dürfen, Erwägungen auszutauschen und alle Fragen zu beantworten, die Sie haben.

randstad deutschland
Ulf Fröhlich
marketing@randstad.de

Vielen Dank



partner for talent.