

willhaben-Umfrage: Heimische ArbeitgeberInnen sehen sich für die Bedürfnisse neuer Talente gut aufgestellt

- **Flexible Arbeitszeiten, ein angenehmes Arbeitsklima sowie Vereinbarkeit von Job und Familie: willhaben Jobs hat ArbeitgeberInnen gefragt, was BewerberInnen aus ihrer Sicht wichtig ist ...**
- **... und welche Maßnahmen die Unternehmen bereits tatsächlich ergreifen, um sich bei den BewerberInnen als besonders attraktiver Arbeitgeber zu positionieren**
- **UnternehmerInnen setzen laut Umfrage bereits mehrheitlich auf Employer Branding**

Österreich – am 09. April 2024 – willhaben Jobs unterstützt Monat für Monat etwa 415.000 Menschen dabei, ihren Traumjob zu finden (Quelle: ÖWA 2023-III, mittlerer Monat). In Summe warten dabei auf willhaben aktuell mehr als 17.000 Jobs in ganz Österreich auf die besten BewerberInnen. Umgekehrt stellt willhaben als eine der relevantesten Jobplattformen Österreichs ArbeitgeberInnen eine enorme Reichweite sowie optimale Präsenz zur Verfügung. Immer mit dem Ziel, das für ihre offene Stelle beste Match zu finden.

Im Rahmen einer gezielten Befragung, an der im Winter 2023 rund 100 HR-Verantwortliche teilgenommen haben, hat sich willhaben angesehen, was heimische UnternehmerInnen beschäftigt und womit sie punkten wollen, um sich bei potenziellen BewerberInnen als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren.

Was BewerberInnen aus Sicht der ArbeitgeberInnen wichtig ist ...

Zunächst hat willhaben dabei die Einschätzung der ArbeitgeberInnen unter die Lupe genommen und dazu die Frage „Welche Aspekte sind Ihren BewerberInnen Ihrem Empfinden nach aktuell besonders wichtig?“ gestellt. An erster Stelle stehen dabei „flexible Arbeitszeiten“ (75,3 Prozent), gefolgt von einem „angenehmen Arbeitsklima“ (72,2 Prozent), „Vereinbarkeit von Job und Familie“ (70,1 Prozent), einer „überdurchschnittlich guten Bezahlung“ (67 Prozent), einer „ausgewogenen Work-Life-Balance“ (60,8 Prozent) sowie der „Möglichkeit zum Homeoffice bzw. Remote Work“ (60,8 Prozent).

„Zu betonen ist, dass es sich hier nicht um von BewerberInnen selbst geäußerte Ansprüche handelt, sondern um jene Aspekte, die die UnternehmerInnen als für die BewerberInnen besonders relevant beobachten“, erklärt Markus Zink, Head of Jobs bei willhaben, und fügt hinzu: „Nichtsdestotrotz lassen sich daraus spannende Tendenzen ableiten, die unter anderem auch in etwaige Employer Branding-Maßnahmen der Unternehmen einfließen können.“ Employer Branding, sprich eine attraktive Arbeitgebermarke aufzubauen, damit hat sich – auch das hat die Umfrage erhoben – ein Großteil der Befragten mindestens einmal aktiv beschäftigt. Auf die Frage, ob sie in den vergangenen 12 Monaten Employer Branding-Kampagnen umgesetzt haben, haben heruntergebrochen nämlich 28,6 Prozent mit „Ja, einmal“ und 36,7 Prozent mit „Ja, mehrfach“ geantwortet. „Tendenziell beobachten wir dabei nach wie vor, dass Employer Branding in Unternehmen mit mehr MitarbeiterInnen mehr Raum findet als bei Betrieben mit kleineren Teams“, so Zink.

... und was Unternehmen den BewerberInnen eigenen Angaben nach bereits bieten

Abgefragt wurden im Gegenzug auch jene Aspekte, mit denen ArbeitgeberInnen bei ihren (potenziellen) MitarbeiterInnen eigenen Angaben nach bereits tatsächlich punkten. Auf die Frage, „welche Maßnahmen Ihr Unternehmen bereits setzt, um sich bei den BewerberInnen als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren“, antworten 87,6 Prozent mit einem „angenehmen Arbeitsklima“. Am zweithäufigsten wird in weiterer Folge die „Jobsicherheit“ (77,3 Prozent) genannt, gefolgt von „flexiblen Arbeitszeiten“ (68 Prozent), der „Möglichkeit zum Homeoffice bzw. Remote Work“ (68 Prozent) und der „Vereinbarkeit von Job und Familie“ (67 Prozent).

„Arbeitgeber sind selbstbewusst von ihren Qualitäten überzeugt“

„Daraus kann man ableiten, dass sich die befragten Unternehmen durchaus gut aufgestellt sehen. Bei vielen relevanten Themen wie beispielsweise flexiblen Arbeitszeiten, der Möglichkeit zum Homeoffice bzw. Remote Work sowie Jobsicherheit geben die befragten HR-Verantwortlichen zumeist an, die Bedürfnisse der ArbeitnehmerInnen erkannt und dahingehend bereits erfolgreich Aktivitäten gesetzt zu haben. In mancherlei Hinsicht, wie beispielsweise



bei der Jobsicherheit, empfinden die Betriebe sogar, dass sie mehr bieten (77,3 Prozent) als dies von den potenziellen BewerberInnen ihrer Auffassung nach erwartet wird (53,6 Prozent)“, analysiert Markus Zink von willhaben. Dem fügt er hinzu: „Es ist sehr erfreulich, dass viele der befragten Unternehmen in unterschiedlichsten Bereichen bereits umfassend Akzente setzen, daher mit Selbstbewusstsein auftreten und überzeugt sind, den ArbeitnehmerInnen das zu bieten, was sie sich wünschen. Am Ende des Tages ist es dabei jedoch essenziell, dass die empfundenen Needs dabei mit den tatsächlichen Needs der potenziellen MitarbeiterInnen abgestimmt werden. Wenn das gelungen ist, dann können und sollen Unternehmen ebendiese Qualitäten auch – beispielsweise im Rahmen von Employer Branding-Aktivitäten - nach Außen kommunizieren.“

Bild

Markus Zink, Head of Jobs bei willhaben

Bildcredit

willhaben

Pressekontakte

Gerlinde Giesinger
PR Managerin / willhaben
Tel.: 0699/1003 1570
E-Mail: presse@willhaben.at

Andreas Pucher
PR Manager / willhaben
Tel.: 0699/1303 1518
E-Mail: presse@willhaben.at