

Medieninformation

willhaben präsentiert die Job-Trends für 2021

Employer Branding als DNA von Unternehmen

Die Arbeitswelt muss sich 2021 gefasst machen: Gen Z ist am Kommen

Nicht mit grünen Lorbeeren schmücken: Nachhaltigkeit steht im Vordergrund

Wien, am 13. Jänner 2021 – Die aktuellen Entwicklungen haben auch die Job- und Arbeitswelt auf den Kopf gestellt. Die Art und Weise wie Menschen arbeiten, wird wohl auch in der Post-Corona Ära nicht mehr dieselbe sein. Was sich deutlich abzeichnet ist, dass die Digitalisierung bereits über viele Branchen hinaus tief verankert ist. Die Gesundheitskrise hat diesen Trend nun noch einmal bestärkt: binnen weniger Monate sind viele Betriebe digital um viele Jahre fortgeschritten. Auf welche Trends heuer besonders zu achten sein wird, stellt Markus Zink, Head of Jobs & Karriere bei willhaben, vor.

Die „Remote Work Warriors“ sind gekommen, um zu bleiben

„Remote Work“ oder „flexibles Arbeiten“ stand im vergangenen Jahr auf der täglichen Agenda zahlreicher HR-Experten. Binnen kürzester Zeit haben Unternehmen teilweise noch nicht vorhandene Infrastruktur geschaffen, um Arbeit auch von Zuhause aus verrichten zu können. Wie wird es jedoch in der Post-Corona-Ära aussehen? Werden die „Remote Work Warriors“ wieder 1:1 in ihre gewohnten Bahnen zurückkehren? Die Antwortet darauf lautet zumeist wohl nein: „Durch gezieltes Remote Work Management müssen Angestellte nicht mehr zu vorbestimmten Zeiten verfügbar sein. Dabei wird die Integration des Büros in die eigenen vier Wände den HR-Bereich die nächsten Jahre vor Herausforderungen stellen. Schließlich kann mit der Verbindung von Home ins Office, das neu geschaffene ‚Hoffice‘ für Arbeitnehmer zu einer technischen, aber auch mentalen Aufgabe werden“, so Zink. Sozialen Faktoren, wie zum Beispiel der emotionalen Beziehung zwischen Arbeit und Beruf, wird somit eine völlig neue Bedeutung zugeschrieben. Schließlich verschwindet „Remote Work“ nicht mehr so schnell von der Bildfläche: künftig wird es vielerorts ein Zusammenspiel zwischen flexiblem Arbeiten und dem klassischen Büroalltag geben. „Unternehmen sind in diesem Jahr gut damit beraten, neben technologischer Infrastruktur eben auch psychologische und emotionale Unterstützung zu bieten“, betont Zink. Nach „Remote Work“ wird die „Employee Wellness“ zu einem der wesentlichen Trends im Jahr 2021.

Unternehmen brauchen echte Werte

Lange hatten die meisten Betriebe abgesehen von Nachhaltigkeitszielen wenig zu bieten. Das hat sich in den vergangenen Jahren vollends geändert und dieser Trend wird sich 2021 noch weiter intensivieren. Schließlich vollzieht sich in unserer Gesellschaft gerade ein Wertewandel: „Arbeitnehmer wollen Arbeit, die bedeutungsvoll ist, Kunden bevorzugen Marken, die inspirieren und die Gesellschaft möchte Unternehmen, die Verantwortung übernehmen. Und genau das schlägt sich auch im Job- und Karriere-Bereich nieder“, weiß der willhaben-Experte. „Viele Millenials würden demnach heute keinen Job mehr in einem Unternehmen annehmen, das keine klar definierten CSR-Werte lebt.“ Darum nehmen sich auch immer mehr große Konzerne dem Thema Nachhaltigkeit an. Auch dieser Trend wurde durch Corona beschleunigt. Mit „grünen Lorbeeren“ schmücken ist es allerdings nicht mehr einfach getan. Eine Vielzahl an Kunden, Investoren und auch Mitarbeitern fordern überprüfbare Nachhaltigkeit.

Employer Branding als DNA von Unternehmen

Die neue Werthaltung von Unternehmen zieht sich durch die gesamte Positionierung der Marke – das Employer Branding miteingeschlossen. So wird die Arbeitgebermarke immer stärker zu einem Kern-Faktor für Unternehmen. Das positiv geschaffene Markenbild tragen die Mitarbeiter wiederum nach außen. „Denn erst, wenn die eigenen Mitarbeiter das Unternehmen wirklich lieben und verstehen, können dies auch Kunden tun.“ Employer Branding ist im Jahr 2021 in der Unternehmensvision zu verankern und greifbar zu machen – dies beginnt bei den eigenen Mitarbeitern und endet im Bewerbungsprozess. Mehr als die Hälfte aller möglichen Kandidaten recherchiert vor einer Bewerbung gezielt zum Unternehmen. „So wird zum Beispiel die ‚Candidate Experience‘ im Recruiting immer



wichtiger“. Während die Bewerbung häufiger mittels automatisierter Recruiting-Prozesse vollzogen wird, suchen unzählige Unternehmen nach sogenannten Soft Skills, wie u. a. das Problemlösen, Kommunikation und Teamfähigkeit. „Employer Branding im Jahr 2021 hat den Arbeitnehmer im Fokus. Die Positionierung sollte nicht mehr nur auf Geschäftsführer-Ebene geschehen“, ist Markus Zink überzeugt.

Gen Z is Coming

Die Arbeitswelt wird nicht nur aufgrund der Digitalisierung und Corona auf den Kopf gestellt. Traditionalisten, Baby Boomer, Generation X und Millenials machen einen Großteil der Arbeitnehmer in Österreich aus. Bald schon wird die Generation Z dem bunten Mix beiwohnen. Die wachsende Zahl der Millenials und Generation Z wird zum Aufstieg der neuen Belegschaft führen. „Dadurch entstehen neue Karriereprioritäten: eine ausgewogene Work-Life-Balance, flexible Arbeitszeiten und Remote Work“, so Markus Zink. Die Gen Z bindet sich heutzutage nicht mehr so einfach an den Arbeitgeber. Dies macht für Unternehmen nur noch einmal deutlich, wie wichtig Employer Branding und eine konsistente Arbeitgebermarke sind. Zusätzlich bringen immer mehr Arbeitnehmer Kundenmentalität an ihren Arbeitsplatz mit. „Vereinfacht ausgedrückt: Immer mehr Menschen suchen nach einer Beschäftigung, die sie dazu befähigt eigene Entscheidungen zu treffen. Durch das Zusammenkommen dieser vielen verschiedenen Generationen, müssen HR-Teams flexibler und individueller auf die Wünsche und Präferenzen der Mitarbeiter eingehen. ‚One-Size-Fits-All‘ funktioniert nicht mehr, hier spricht man bereits von ‚Consumerization am Arbeitsplatz‘“, bestätigt Markus Zink.

Job-Alerts werden wichtiger

Umgekehrt ist für jobsuchende Menschen die Konkurrenz am Markt größer geworden. Die Arbeitslosenrate war im Jahr 2020 so hoch wie schon lange nicht mehr. Das schlägt sich auch im Bewerbungsprozess nieder. Für immer mehr Menschen werden Job-Alerts und Suchagenten zu einem hilfreichen Tool, um sich schnellstmöglich für eine passende Stelle zu bewerben. Damit haben viele Betriebe auf Jobportalen die Möglichkeit, effektiv und rasch zu geeigneten Experten und Personal zu gelangen.

Diese fünf Trends haben eines gemeinsam: Sie sind digitaler Natur. Schließlich wird „der Megatrend Digitalisierung nicht vorübergehen“, prognostiziert Markus Zink. „Die Krise ist auch eine Chance, die österreichische Arbeitswelt über alle Branchen hinaus rundum zu digitalisieren. Nun geht es darum, diese Entwicklungen fortzuführen. Wir sollten nicht auf das zurückblicken was einmal war, sondern vielmehr die Antriebskraft nutzen und die Zukunft unserer Berufswelt mitgestalten. Während digitale Arbeitsweisen überhandnehmen, rückt dafür der Arbeitnehmer und dessen psychische Gesundheit stärker in den Fokus. Genau dieser Ansatz sollte im Mittelpunkt von Aktivitäten 2021 stehen“, fasst Markus Zink, Head of Jobs & Karriere bei willhaben, zusammen.

Pressekontakt:

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

Thomas Reiter
Reiter PR
Tel.: 0676/66 88 611
E-Mail: thomas.reiter@reiterpr.com