



Wie attraktiv sind Österreichs Arbeitgeber?

Employer-Branding-Studie von StepStone Österreich

ÜBER STEPSTONE

Als eine der wichtigsten Online-Jobbörsen Österreichs steht StepStone seit vielen Jahren führenden Unternehmen bei der Mitarbeitergewinnung erfolgreich zur Seite. Höchste Professionalität, umfassendes Know-how und das richtige Karrierenetzwerk machen StepStone zum sicheren Partner für nationale und internationale Projekte.

Als Teil der Axel Springer SE und als Gründungsmitglied von THE NETWORK erstellt StepStone nicht nur maßgeschneiderte Recruitinglösungen für individuelle Anforderungen, sondern bietet auch Zugang zum internationalen Recruitingmarkt, verschiedensten Berufsfeldern und Zielgruppen. Das internationale Netzwerk, bestehend aus über 130 Ländern, verspricht vielfältigste Möglichkeiten und eine unkomplizierte Abwicklung aus einer Hand. Mit unijobs.at, dem Marktführer für die junge Zielgruppe, bietet StepStone die ideale Plattform für Teilzeit-, Praktika- und Traineepositionen.

Unijobs.at
a step stone brand

JobWohnen.at

THE NETWORK 
The world's local recruitment experts

StepStone 

INHALT

1

ÜBER DIE STUDIE

Seite 4

2

SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN

Seite 5–6

3

AKTUELLER JOBSTATUS & EINSTELLUNGEN DAZU

Seite 7–9

4

CANDIDATE JOURNEY

Seite 8–13

5

DAS GEHEIMNIS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

Seite 14–21

6

KLEIN- UND MITTELBETRIEBE IM VERGLEICH MIT GROSSKONZERNEN

Seite 22–25

7

SO ATTRAKTIV SIND ÖSTERREICHS ARBEITGEBER

Seite 26–30

8

FAZIT: WAS BRINGT EINE STARKE EMPLOYER BRAND?

Seite 31

9

MANAGEMENT SUMMARY

Seite 32

1

ÜBER DIE STUDIE

Fachkräftemangel, der digitale Wandel und Millennials, die sich die Jobs mittlerweile aussuchen können: Wer heute als Unternehmen auf dem Jobmarkt bestehen möchte, muss mehr tun als bloß Stellenanzeigen schalten. Um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden, braucht es konsequente Investition in und Arbeit an der eigenen Arbeitgebermarke. Nur so punkten Unternehmen mit einer Employer Brand, die nach innen und außen strahlt – und neue Talente an Land zieht.

In der vorliegenden Studie wurden jene Elemente untersucht, die eine attraktive Arbeitgebermarke ausmachen und zum Aufbau einer schlagkräftigen Employer Brand führen. Die Ergebnisse zeigen auf, an welchen Stell-schrauben Unternehmen noch drehen müssen, um sich als attraktive Arbeitgeber mit Mehrwert zu präsentieren – und ihre Arbeitgebermarke nachhaltig zu stärken.

WER WURDE BEFRAGT?

Für die Studie wurden mehr als 1.000 Angestellte und Arbeitssuchende zwischen 19 und 55 Jahren in ganz Österreich befragt. Das repräsentative Sample gibt aufschlussreiche Einblicke in Themen wie Candidate Journey, Bewerbungsprozess und zeigt auf, was Unternehmen zu attraktiven Arbeitgebern macht.

2

SOZIODEMOGRAFISCHE DATEN

1.010 Teilnehmer

ORT



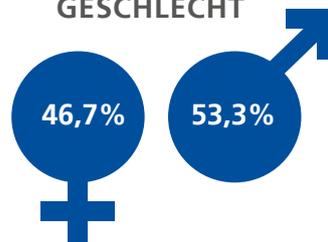
Angestellte & Arbeitssuchende

ALTER

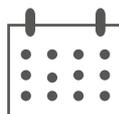
19–55 Jahre



GESCHLECHT

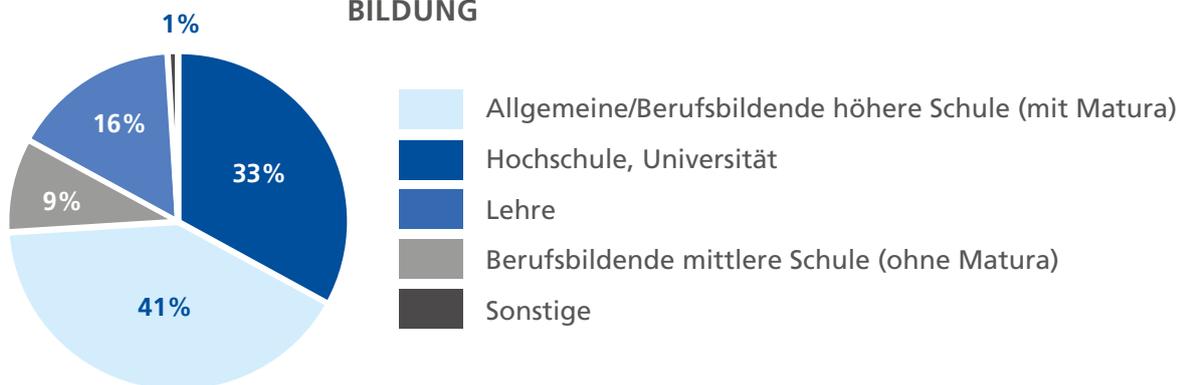


ZEITRAUM

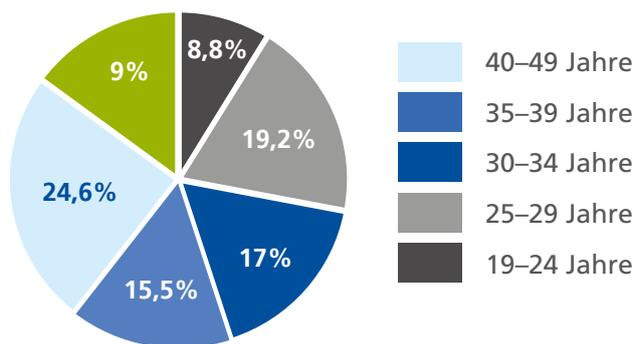


27.06.–10.07.2017

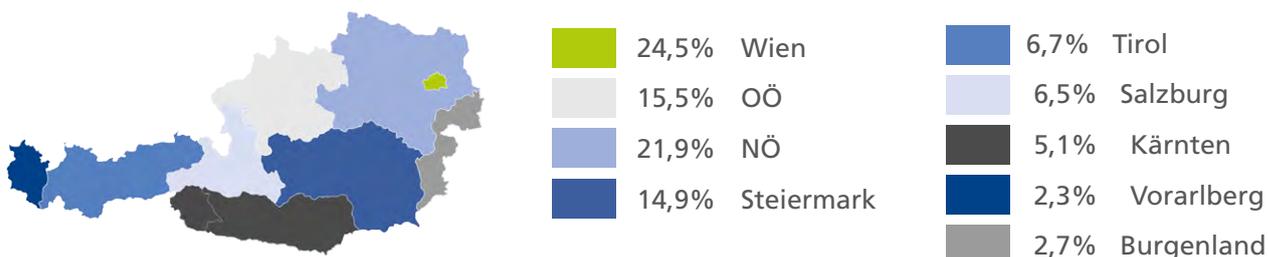
BILDUNG



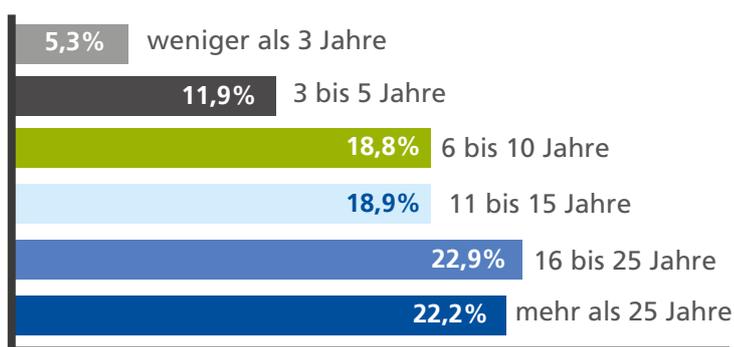
ALTERSVERTEILUNG



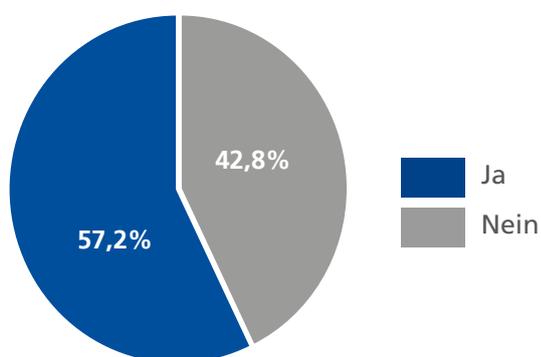
BUNDESLÄNDER



BERUFSERFAHRUNG

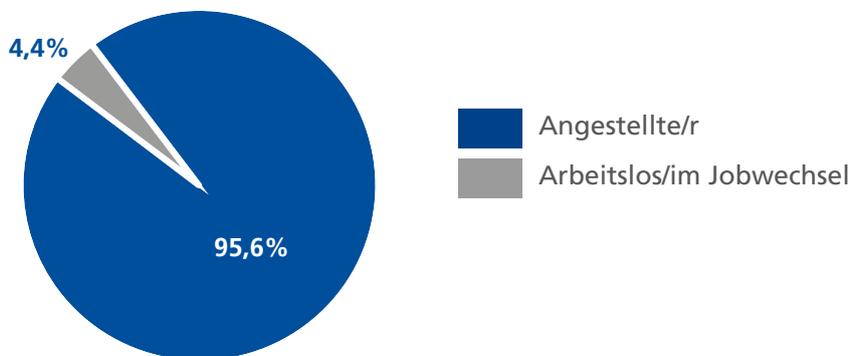


PERSONALVERANTWORTUNG

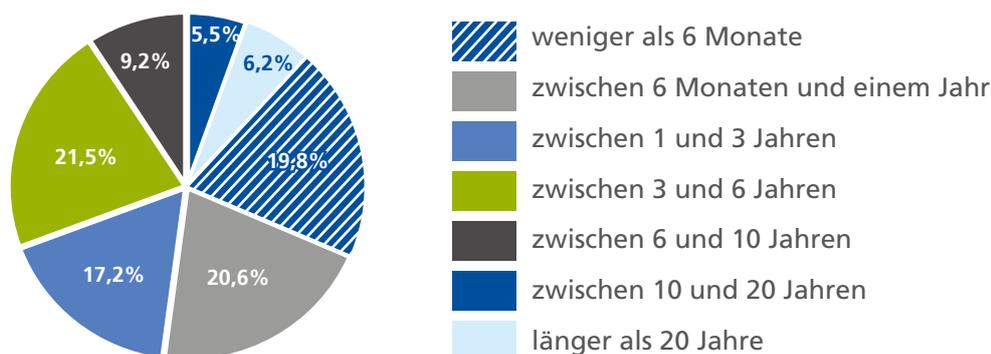


3

AKTUELLER JOBSTATUS & EINSTELLUNGEN DAZU

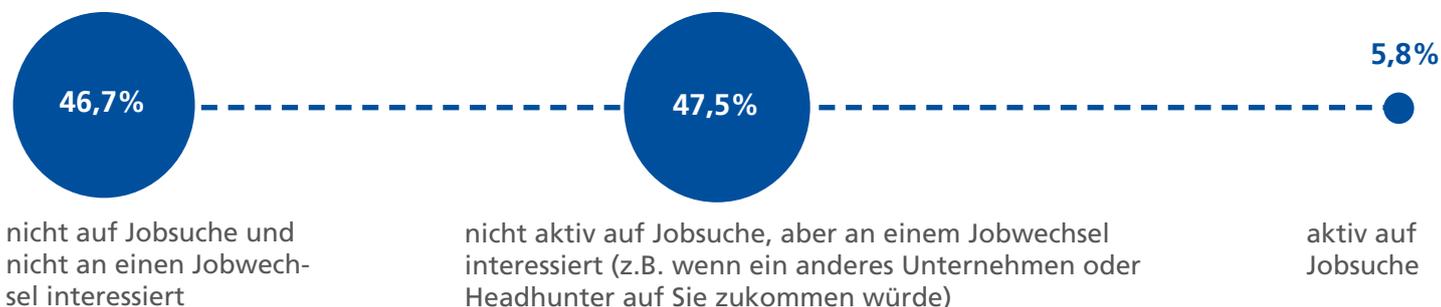


UNTERNEHMENSZUGEHÖRIGKEIT



WECHSELBEREITSCHAFT ÖSTERREICHISCHER ANGESTELLTER:

„Sie sind zurzeit...“



4

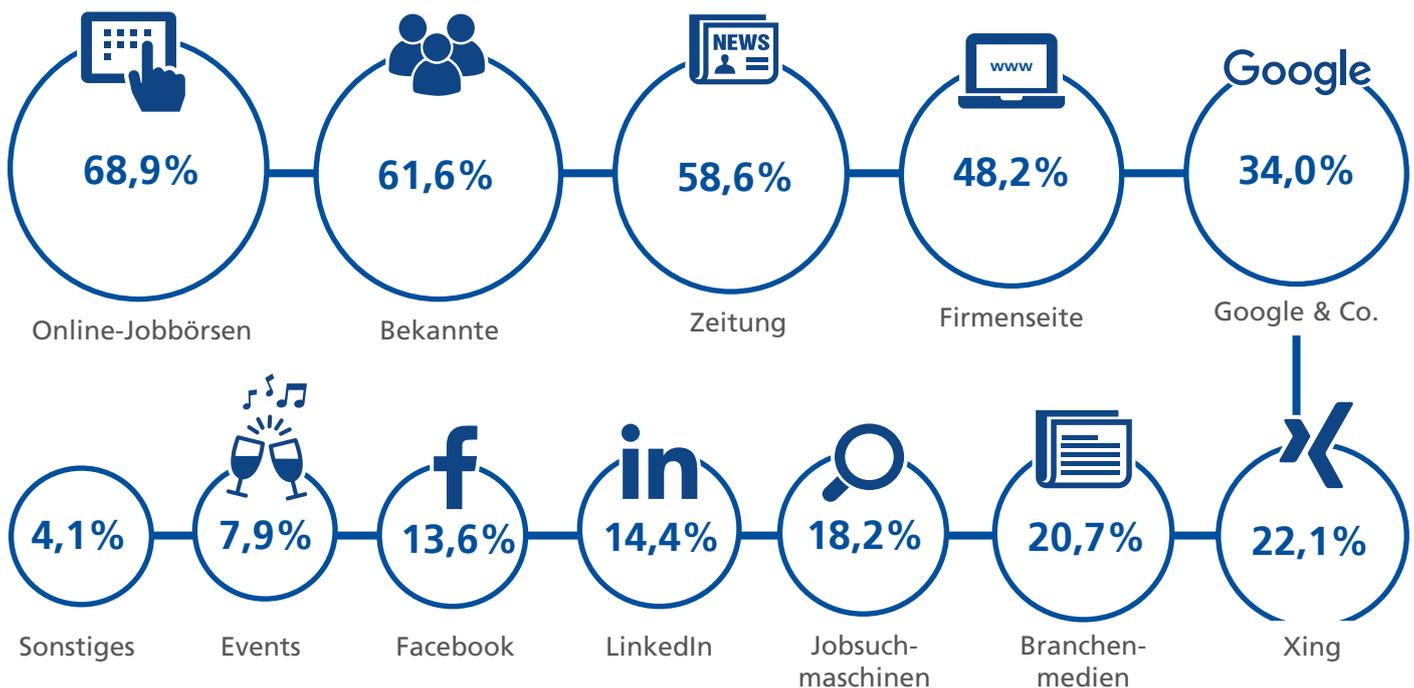
CANDIDATE JOURNEY

Für viele Unternehmen beginnt Employer Branding erst beim Auftritt nach außen, sei es auf Karriere-messen, Firmenevents oder mittels klassischer Unternehmens-PR. Während diese oft professionell ge-staltet und ansprechend in Szene gesetzt werden, werden jedoch viele andere Touchpoints der Unter-nehmens- und Arbeitgebermarke mit Kandidaten, Talenten und künftigen Mitarbeitern vernachlässigt.

Um eine starke Employer Brand aufzubauen, ist es für Unternehmen wichtig, alle Kontaktpunkte mit Bewerbern abzudecken: Von der Jobanzeige über den Bewerbungsprozess hin zu Unternehmensbewertungen und Berichten von aktuellen und ehemaligen Mitarbeitern. Nur so wird die Candidate Journey zu einem Erlebnis, das die Arbeitgebermarke positiv und nachhaltig in den Köpfen der Kandidaten verankert – und damit die besten Bewerber anzieht.

?

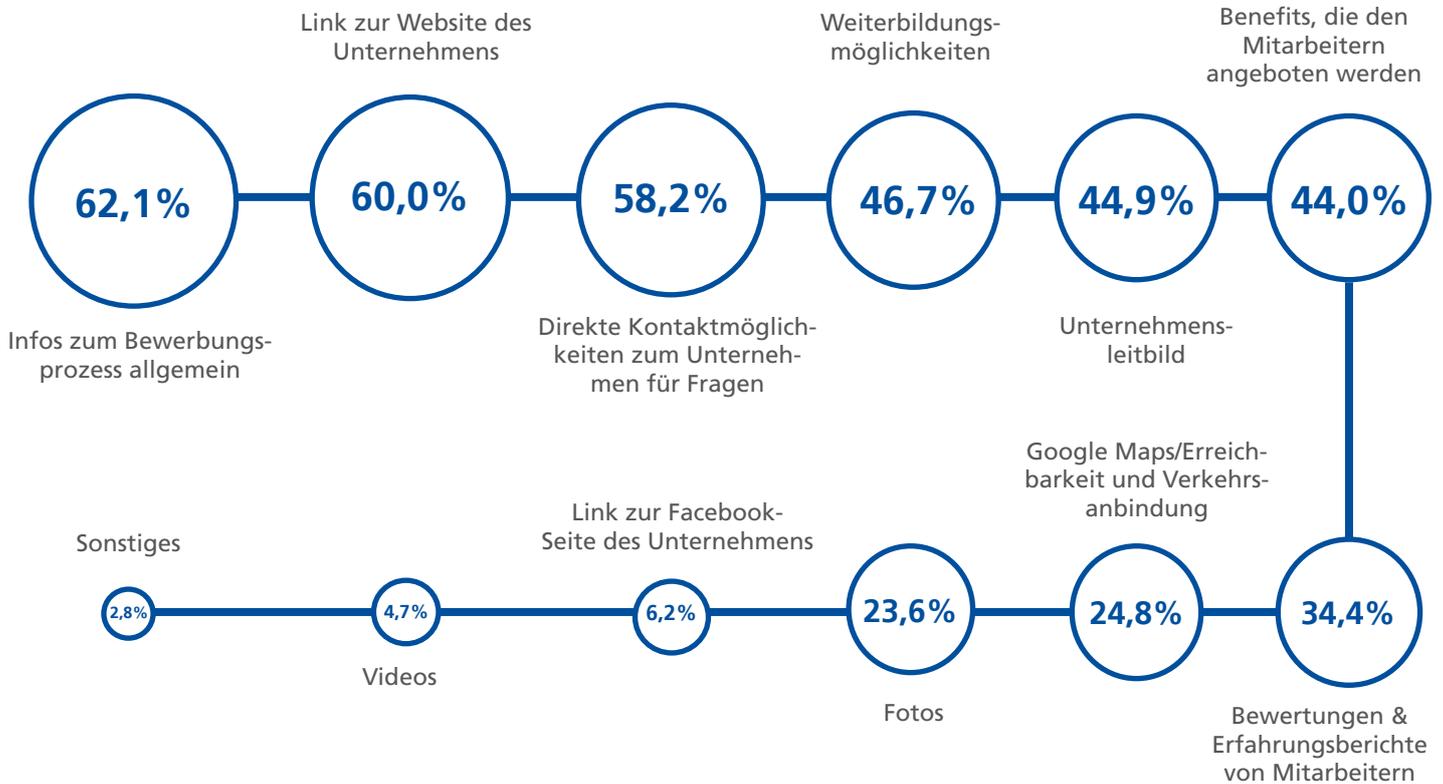
Welche Quellen nutzen Sie wenn Sie auf der Suche nach einem neuen Job sind?



Noch immer sind Online-Jobbörsen wie StepStone.at das Mittel der Wahl, wenn es um die Suche nach einem neuen Job geht. Genauso nutzen Kandidaten aber auch ihr persönliches Netzwerk und setzen auf die Jobvermittlung über Freunde und Familie. Abgeschlagen hingegen sind Suchmaschinen wie Google oder Indeed und auch berufliche Online-Netzwerke wie Xing oder LinkedIn werden hierzulande noch selten für die gezielte Jobsuche bemüht.



Welche Informationen sollte Ihnen ein Stelleninserat bei einer Online-Stellenbörse (abseits der Jobbeschreibung) bereitstellen, damit Sie sich ein gutes Bild von einem Unternehmen machen können?



Bewerber wollen mit einem Unternehmen, das ihre Aufmerksamkeit geweckt hat, in Kontakt treten – einfach und unkompliziert. Gerade Berufseinsteiger und passiv Jobsuchende interessieren sich zudem für Unternehmensbewertungen und Infos zu angebotenen Weiterbildungsmöglichkeiten, ebenso wie für zusätzliche Benefits.

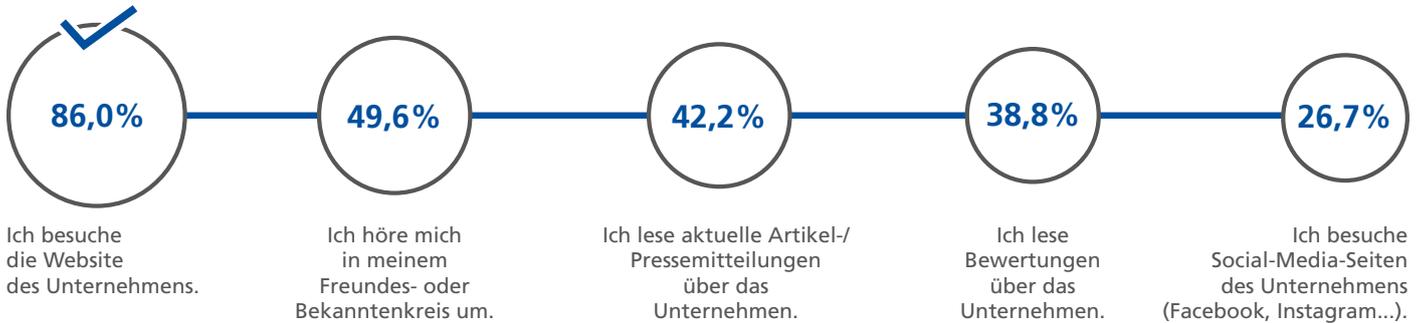


Wer schon länger im Beruf tätig ist, möchte vor allem das Unternehmensleitbild vorab kennenlernen – schließlich soll dieses auch zu den eigenen Einstellungen und Werten passen.

Während Frauen Kontaktmöglichkeiten zum Unternehmen und Informationen zu Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung wichtiger sind, legen Männer in Jobinseraten eher Wert auf Infos zu Benefits sowie Bewertungen und Erfahrungsberichten von Mitarbeitern.



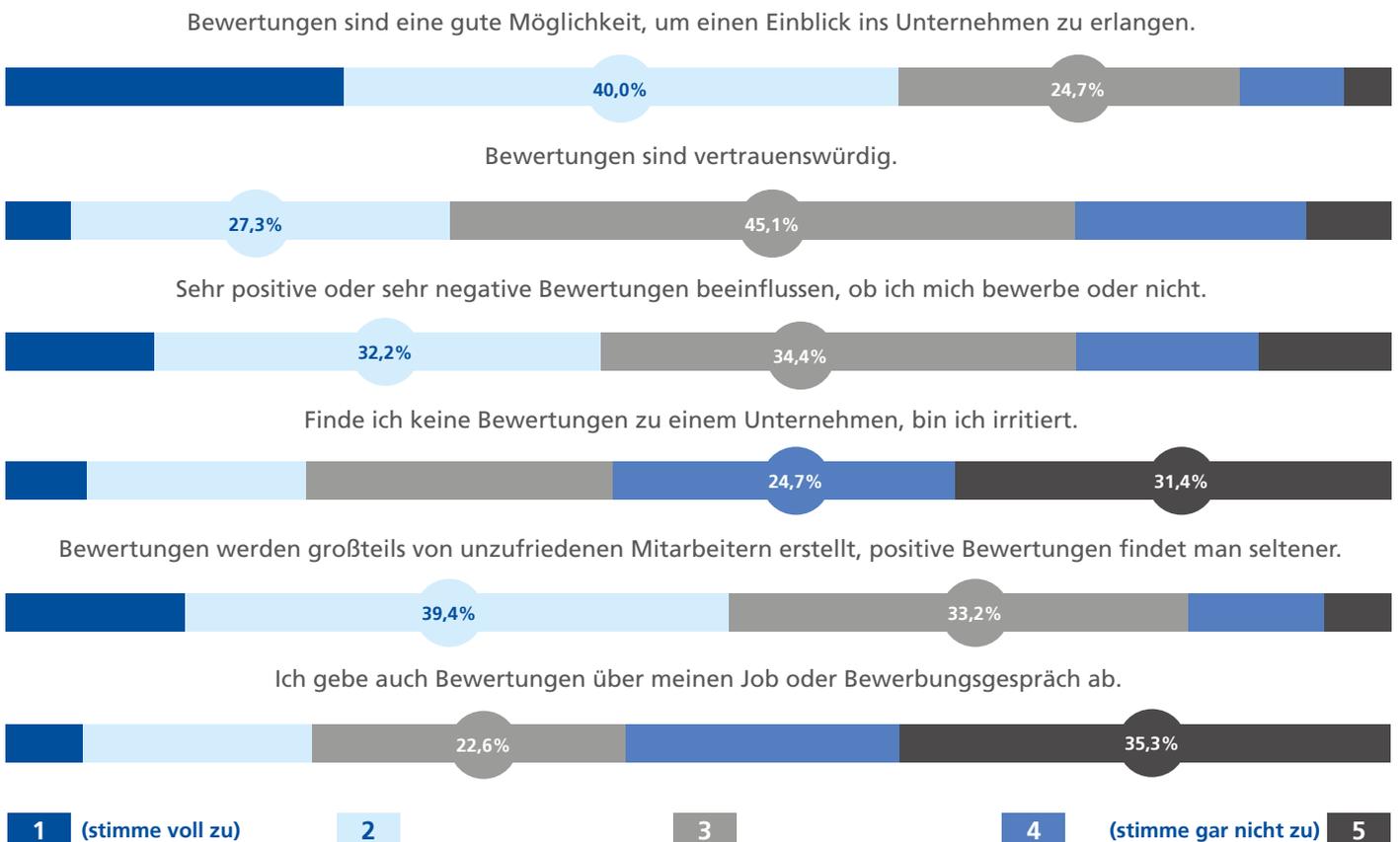
Wenn eine Stellenanzeige gut klingt, aber zu wenig Informationen zum Unternehmen bietet, wie gehen Sie vor?



Ob ein Unternehmen gut bei Kandidaten ankommt, hängt auch davon ab, was darüber erzählt und geschrieben wird. Denn: Bewerber schenken Berichten von Freunden und Bekannten sowie aktuellen Nachrichten großen Glauben, wenn es um die Jobsuche geht. Um eine professionelle Unternehmenswebsite und einen gut gemachten Social Media-Auftritt kommen Firmen sowieso nicht herum: Wer im Netz nicht präsent ist, verliert Kandidaten – und schwächt seine Employer Brand.



Stichwort Bewertungen – Was denken sie darüber?



Kandidaten wünschen sich ehrliche Einblicke ins Unternehmen und Erzählungen von ehemaligen oder aktuellen Mitarbeitern, denen sie vertrauen können. Arbeitgeber, die auf authentische Unternehmensbewertungen setzen, können die Entscheidung für oder gegen eine Bewerbung von Kandidaten mitunter stark beeinflussen – und gewinnen durch die Transparenz einen guten Ruf über den aktuellen Bewerbungsprozess hinaus.

Vor allem für Berufseinsteiger stellen Unternehmensbewertungen eine wertvolle Möglichkeit dar, authentische Einblicke ins Unternehmen zu gewinnen.



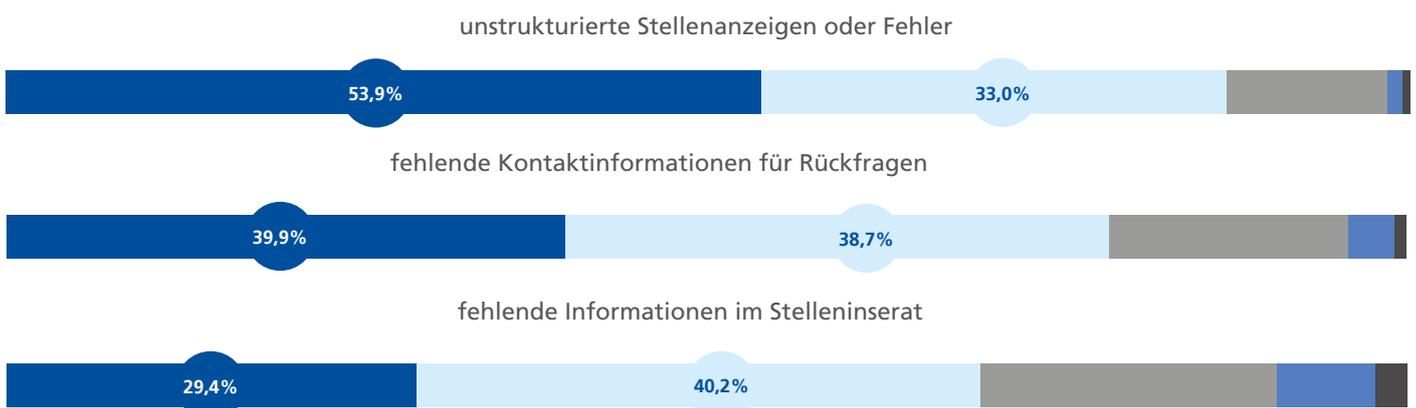
Wenn Sie ganz konkret nochmals an Ihr Vorstellungsgespräch denken: Passen Realität und damals vermittelte Informationen zusammen?

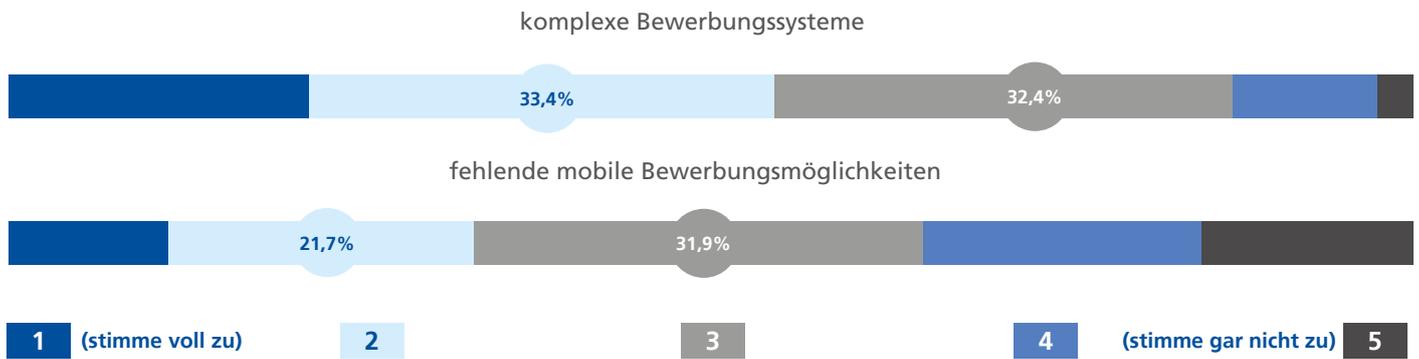


Kandidaten wollen ehrliche Aussagen – auch und gerade im Vorstellungsgespräch. Denn: Stimmen vermitteltes Unternehmensbild und Realität nicht überein, sehen sich viele Bewerber gleich nach ihrem Einstieg ins Unternehmen wieder nach einem neuen Job um.



Während der Jobsuche: Was wirkt sich Ihrer Meinung nach schlecht auf das Ansehen eines Arbeitgebers aus?



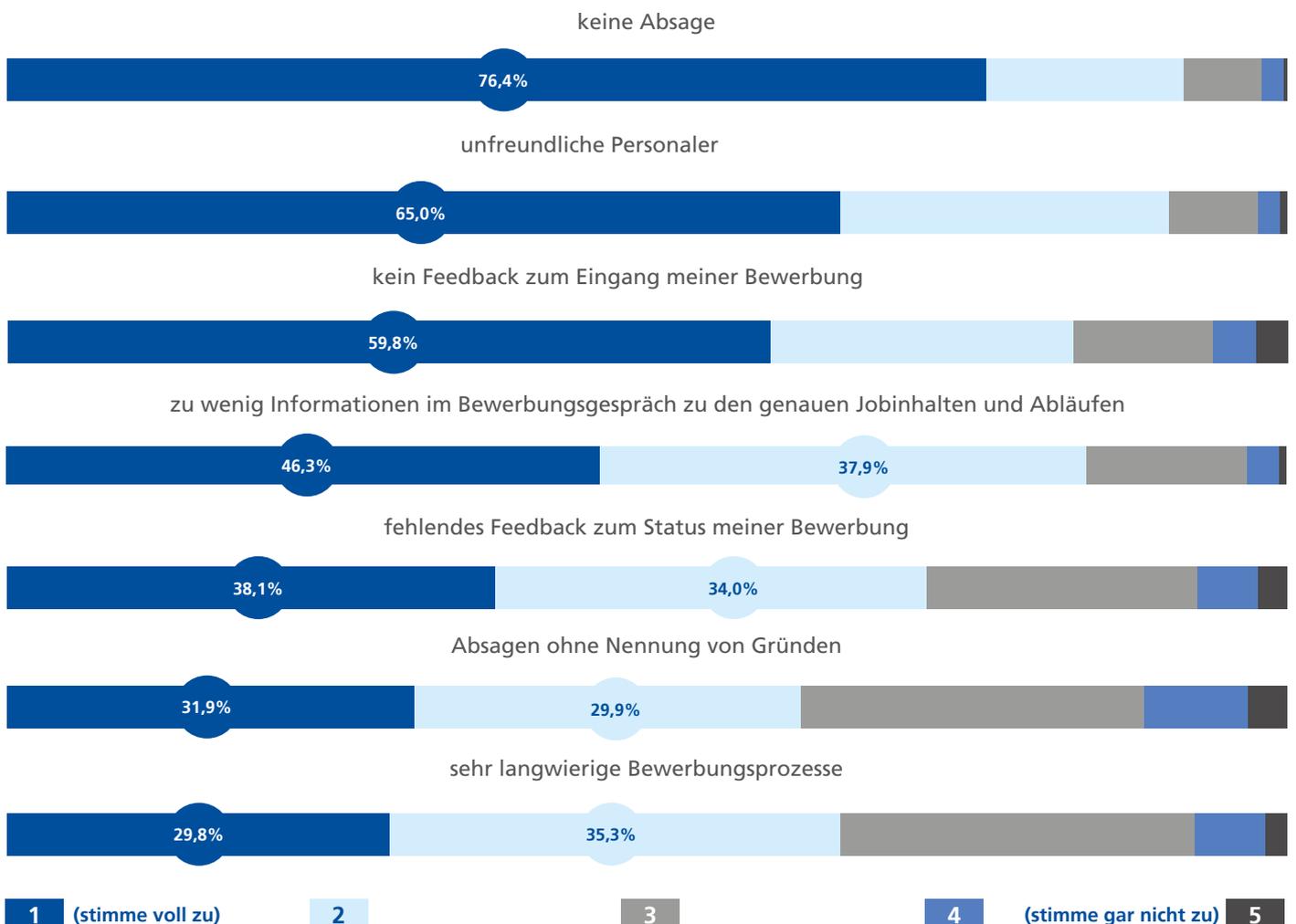


Kandidaten wünschen sich gut strukturierte Jobinserate, die alle nötigen Informationen auf den Punkt bringen und konkrete Kontaktmöglichkeiten bereitstellen. Unternehmen, die ihren Bewerbungsprozess überfrachten und unnötig kompliziert gestalten, schrecken Kandidaten eher ab – ebenso wie die fehlende Möglichkeit, sich mobil per Smartphone zu bewerben.

Gerade, wer aktiv auf Jobsuche ist, stört sich ganz besonders an fehlenden Infos in der Stellenanzeige.



Im Bewerbungsprozess: Was wirkt sich Ihrer Meinung nach schlecht auf das Ansehen eines Arbeitgebers aus?



Viele Unternehmen könnten ihren Bewerbungsprozess optimieren: Wer kein Feedback zu Bewerbungseingang oder Status der Bewerbung gibt, verliert im schlimmsten Fall die besten Bewerber. Auch unfreundliche Personaler schädigen die Arbeitgebermarke nachhaltig – ebenso wie schlechtes Absagemanagement.

Fazit

Online-Jobbörsen wie StepStone.at sind für Kandidaten weiterhin die zuverlässigste Quelle für ihren neuen Job. Ein einfaches Jobinserat spricht aber die wenigsten an: Bewerber wollen auch Informationen zu Benefits, Weiterbildungsmöglichkeiten und dem Unternehmensleitbild. Und noch immer gilt: Das gesprochene Wort wiegt oft schwerer als Firmenpräsentationen aus dem Hochglanzprospekt. Nicht nur werden Jobs oft über Freundes- und Bekanntenkreise gesucht. Auch, was derzeitige oder ehemalige Mitarbeiter eines Unternehmens über dieses erzählen, interessiert – und bestimmt, ob aus einem Kandidaten ein Bewerber wird oder nicht.

SO OPTIMIEREN SIE IHRE CANDIDATE JOURNEY

- 1 Auf alle relevanten Touchpoints achten**
 Die Candidate Journey beginnt beim Gespräch mit ehemaligen Mitarbeitern, Bekannten und Kollegen – und endet erst, wenn aus interessierten Kandidaten ein fester Bestandteil des Unternehmens geworden ist.
- 2 Verständliche und lesbare Jobannoncen schalten**
 Zu lang, zu unübersichtlich und gespickt mit Allerweltsfloskeln – genau das lehnen Bewerber ab. Sie wollen Jobanzeigen, die das Jobprofil klar beschreiben und deutlich machen, wie es sich anfühlt, für das Unternehmen zu arbeiten.
- 3 Umfassende Jobbeschreibungen**
 Zusätzlich wollen Kandidaten über Weiterbildungsmöglichkeiten, Firmenleitbild und Benefits informiert werden. Und: Mit der Firma in Kontakt zu treten, muss so einfach wie möglich sein – ob über einen Link zur Unternehmenswebsite oder einen persönlichen Ansprechpartner.
- 4 Feedback zur Bewerbung geben**
 Kandidaten wollen wissen, woran sie sind. Wer sie auf dem Laufenden hält und ihnen zeigt, worin die nächsten Steps der Reise bestehen, hält sie bei der Stange – auch wenn der Bewerbungsprozess mal länger dauern sollte.
- 5 Auf Unternehmensbewertungen setzen**
 Ob positiv oder negativ, Feedback von aktuellen oder ehemaligen Mitarbeitern zeigt auf, was im Unternehmen gut läuft und wo noch Baustellen offen sind. Firmen sollten hier in einen ehrlichen Dialog einsteigen – das vermittelt Bewerbern ein positives Bild und spricht Kandidaten mehr an als „schöngefärbte“ Unternehmenspräsentationen.

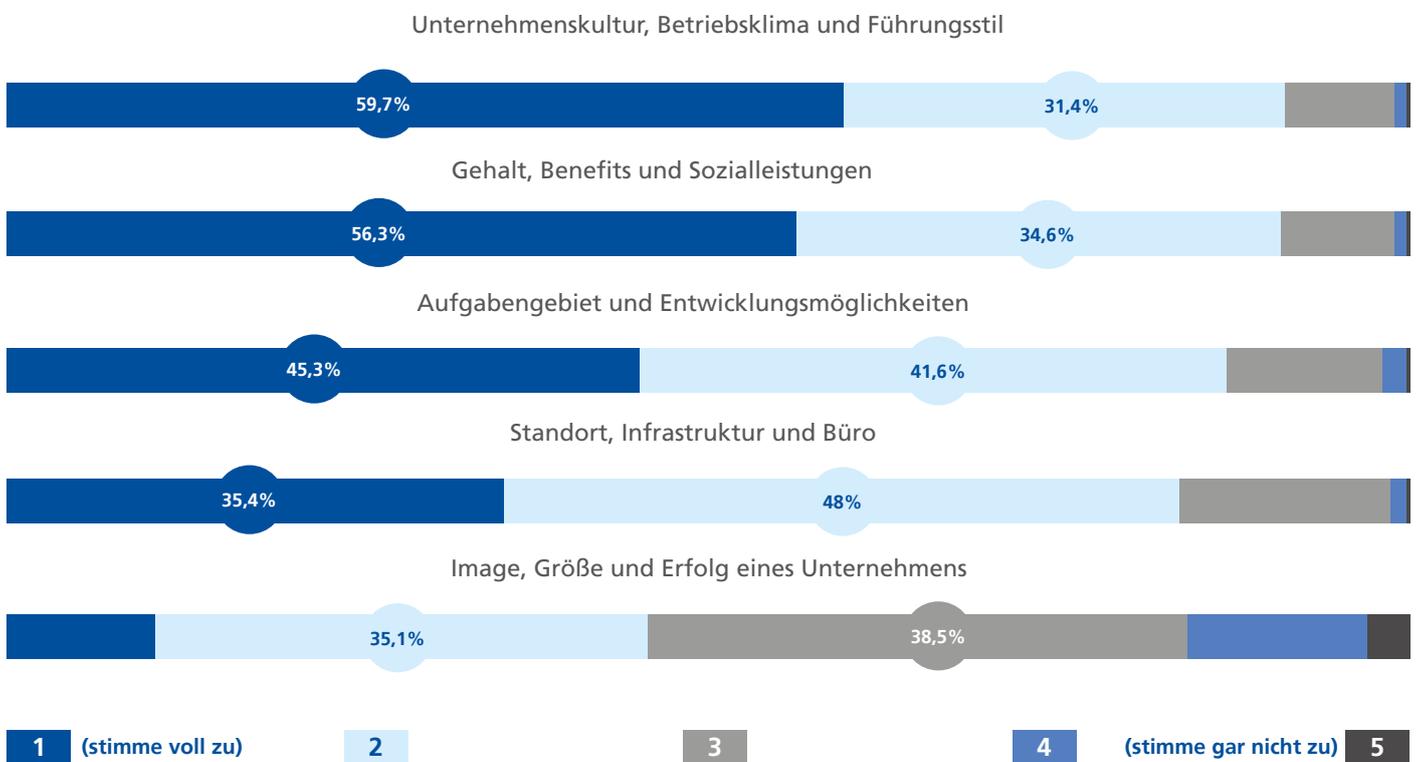
5

DAS GEHEIMNIS ATTRAKTIVER ARBEITGEBER

Respektvoller Umgang mit den Mitarbeitern, eine angenehme Arbeitsatmosphäre, nette Kollegen und kompetente Führungskräfte: Das sind die Elemente, die ein Unternehmen zu einem attraktiven Arbeitgeber machen. Im Geschlechtervergleich punkten Unternehmen mit verschiedenen Faktoren. Das bedeutet für Arbeitgeber, sich individueller auf die unterschiedlichen Bedürfnisse weiblicher und männlicher ArbeitnehmerInnen einzustellen – nur so können die besten Nachwuchstalente angesprochen und von der eigenen Employer Brand überzeugt werden.



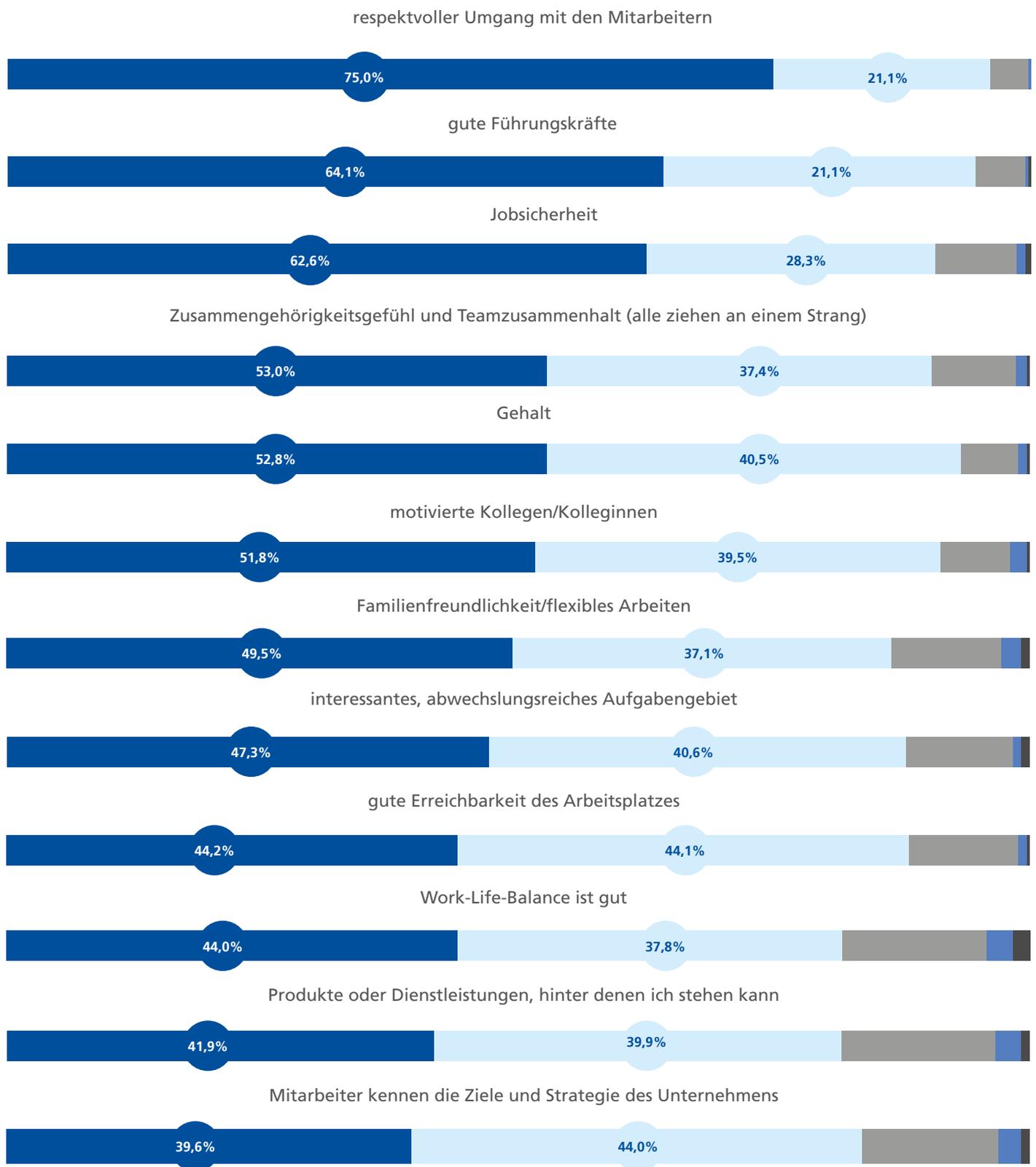
Welche Bereiche beeinflussen die Arbeitgeberattraktivität aus Ihrer Sicht am meisten?

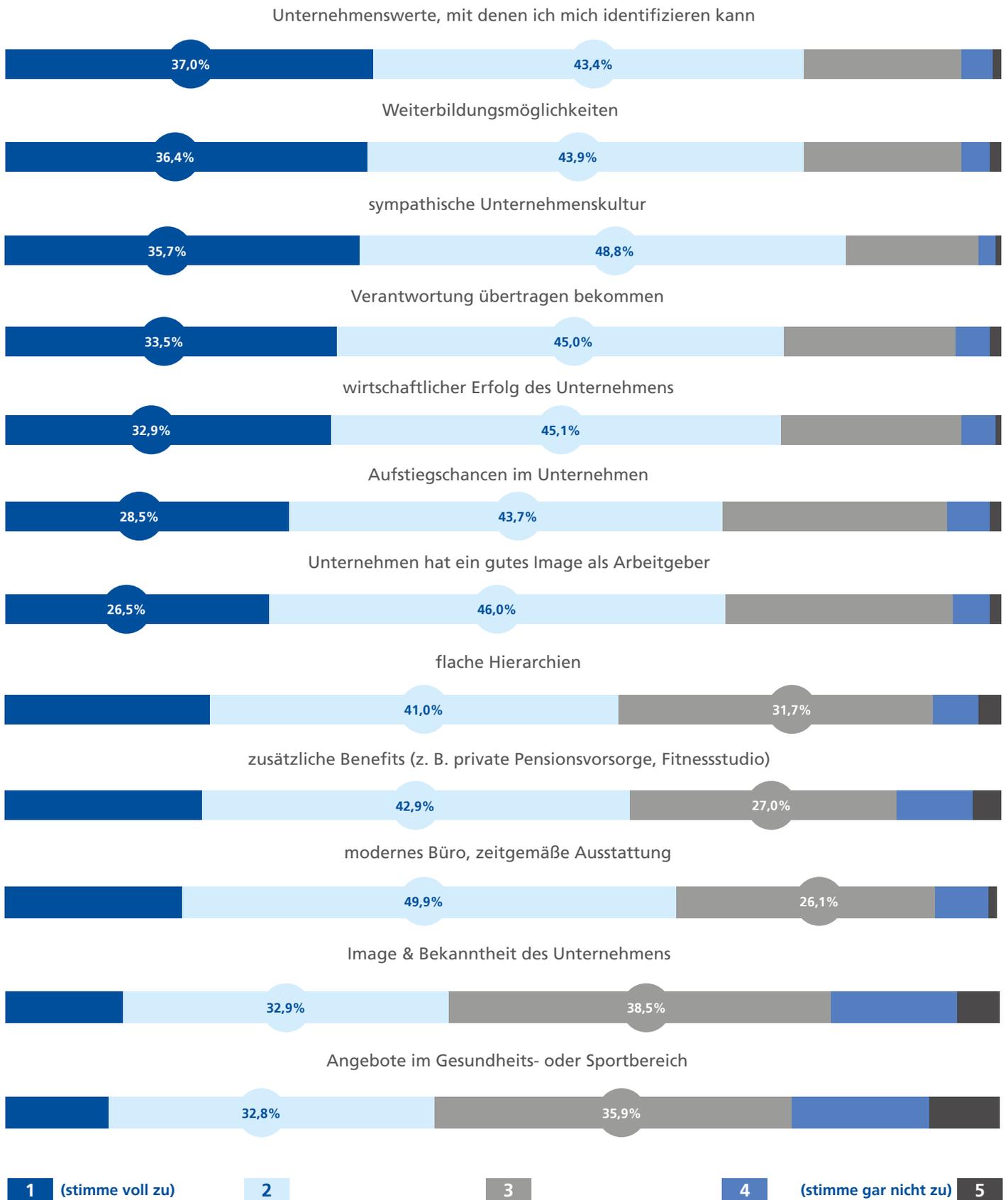


Unternehmenskultur und Betriebsklima schlagen Image, Größe und Erfolg. Die menschlichen Faktoren wiegen für die meisten Befragten schwerer als der Erfolg nach außen.



Im Detail: Wie wichtig erscheinen Ihnen folgende Faktoren für die Arbeitgeberattraktivität?

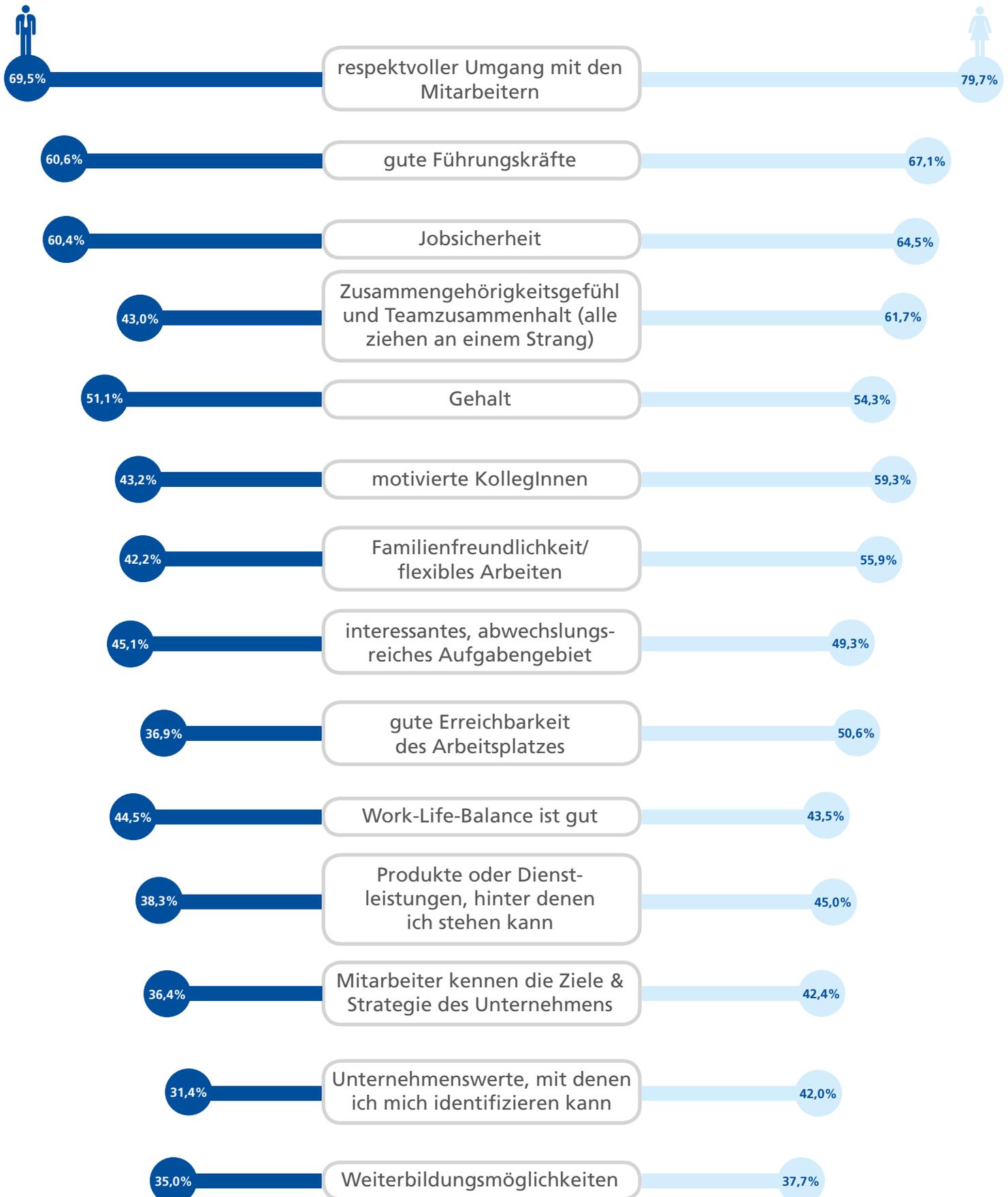


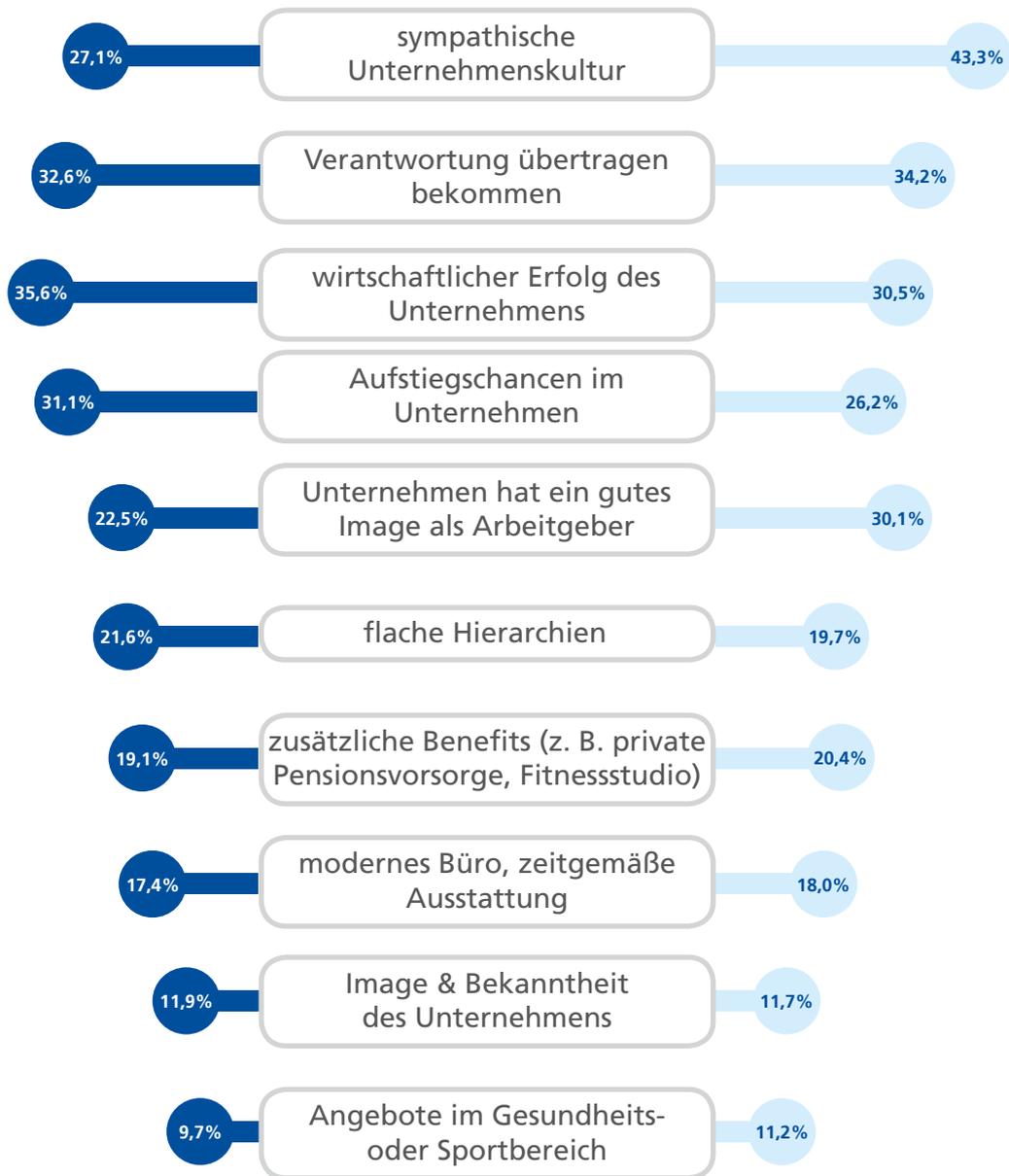


Die attraktivsten Arbeitgeber setzen voll auf Respekt, gute Führungskräfte und sichere Jobs. Weniger wichtig sind hingegen ein modernes Büro oder Angebote im Gesundheits- und Sportbereich.



Frauen und Männer setzen unterschiedliche Schwerpunkte bei der Arbeitgeberattraktivität

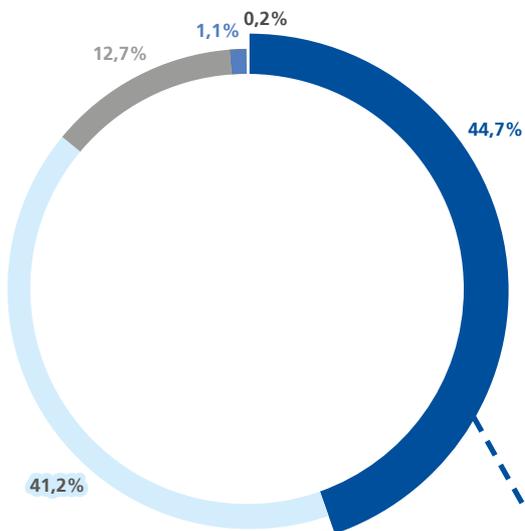




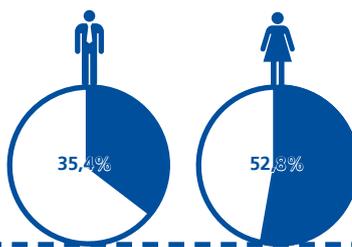
Während sie sich beim Gehalt noch (fast) einig sind, ist Frauen der Respekt am Arbeitsplatz und die gute Erreichbarkeit noch wichtiger als Männern. Knapp zwei Drittel aller Frauen ist der Zusammenhalt im Team sehr wichtig. Außerdem wollen sie sich gerne mit dem Inhalt ihrer Arbeit identifizieren – während Männer mehr auf den wirtschaftlichen Erfolg ihres Arbeitgebers achten



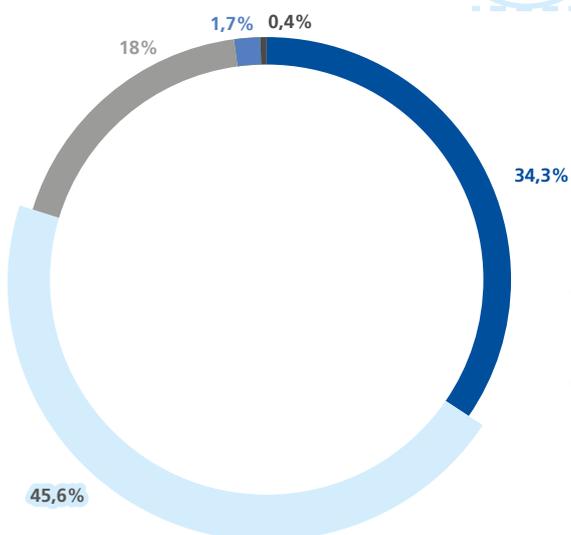
Einstellung der Kandidaten betreffend attraktiver Arbeitgeber



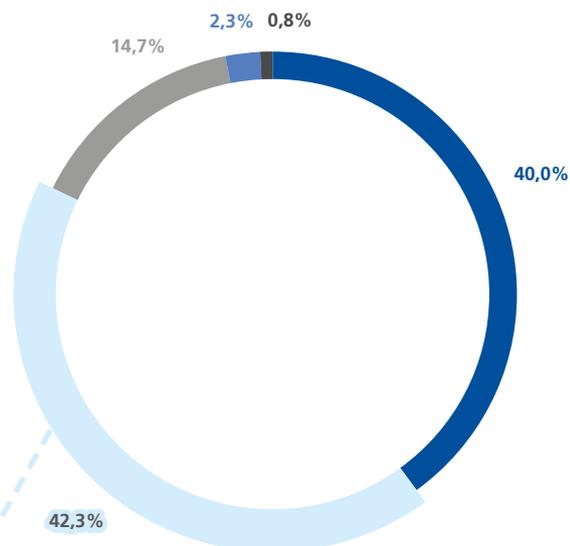
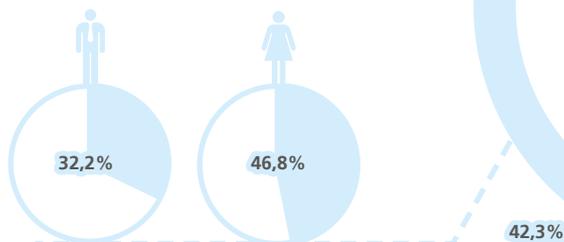
Lob und Wertschätzung sind besonders relevant für die Arbeitgeberattraktivität.



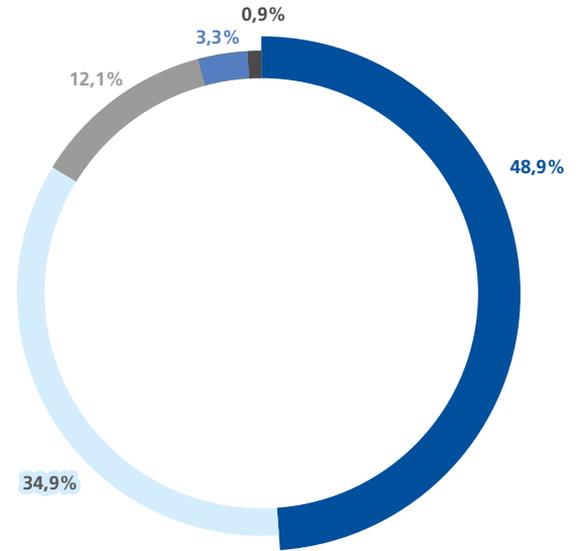
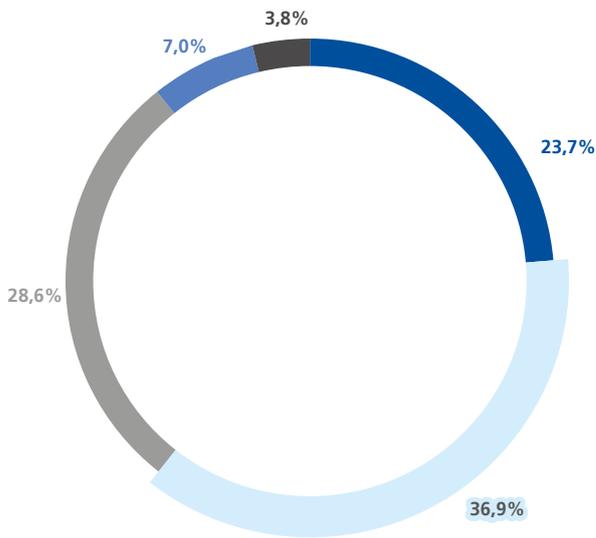
Attraktive Arbeitgeber bieten familienfreundliche Arbeitszeitmodelle an



Was einen attraktiven Arbeitgeber ausmacht, ist von Mitarbeiter zu Mitarbeiter verschieden. Arbeitgeber sollten auf die Mitarbeiter individuell eingehen.



Demotivierte Mitarbeiter vergiften die Stimmung im Unternehmen und darunter leidet dann auch das Image in der Öffentlichkeit.



Unternehmen, die hohe Gehälter bezahlen, sind attraktivere Arbeitgeber.

Motivierte Mitarbeiter, Lob für erbrachte Leistungen und familienfreundliche Arbeitszeiten: Das macht einen guten Arbeitgeber aus. Wer seine Mitarbeiter schlecht behandelt, vergiftet nicht nur die Stimmung im Team – sondern verliert schlimmstenfalls auch wichtige Kandidaten und Bewerber.

Fazit

Eine ansprechende Unternehmenskultur, leistungsbezogenes Gehalt und ein anregendes Aufgabengebiet: Das sind die Dinge, die attraktive Arbeitgeber bereitstellen. Vor allem der respektvolle Umgang und kompetente Führungskräfte sind es, die ein Unternehmen zum Arbeitgeber mit Potential machen – ebenso wie sichere Jobs und der Zusammenhalt im Team. Weniger wichtig sind hingegen Gehalt, flache Hierarchien oder die Aufstiegschancen im Unternehmen.

Für Unternehmen heißt das, neben den klassischen Angaben in Stellenanzeigen gezielt auf die Vermittlung der eigenen Unternehmenskultur zu setzen, um den „Cultural Fit“ der Bewerber schon vor dem Eintritt in die Firma sicherzustellen. Denn: Passt es vom Menschlichen her nicht, schmeißen Mitarbeiter selbst bei bester Bezahlung früher oder später das Handtuch.

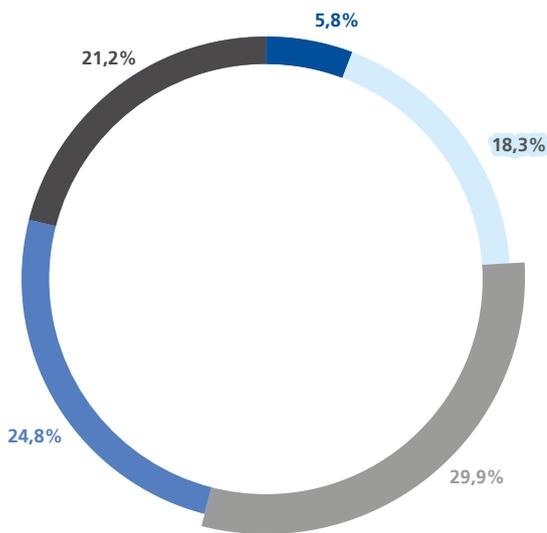
SO STEIGERN SIE DIE ATTRAKTIVITÄT IHRER EMPLOYER BRAND

- 1 Respekt und Wertschätzung ausdrücken**
 In Zeiten von Fachkräftemangel und fehlendem Nachwuchs ist jeder einzelne Mitarbeiter wertvoll. Rein finanzielle Vergütung reicht aber nicht: Wer einem Unternehmen seine Arbeitskraft schenkt, will spüren, dass er geschätzt und ernst genommen wird. Neben Lob und regelmäßigem Feedback tun Unternehmen daher gut daran, den gesamten Menschen wahrzunehmen – und von einer reinen Politik der austauschbaren Mitarbeiter wegzukommen.
- 2 Der Mensch im Mittelpunkt**
 Wer arbeitet, tut das nicht nur, um seinem Vorgesetzten zu gefallen. Viel öfter arbeitet man für diejenigen, die einem am nächsten stehen: die eigenen Kollegen. Die kollegiale Stimmung im Team, der Zusammenhalt und das Einstehen füreinander sollte daher von ganz oben gefördert – und der Belegschaft ausreichend Gelegenheit gegeben werden, sich auch im inoffiziellen Rahmen auszutauschen und zueinander zu finden.
- 3 Auf Sicherheit setzen**
 Wer sich ständig den Kopf darüber zerbrechen muss, ob er seinen Job auch morgen noch haben wird, ist nicht zu Höchstleistungen fähig – und wird sich vermutlich in naher Zukunft nach einer anderen Arbeitsstelle umschauchen. Unabhängig vom wirtschaftlichen Standpunkt brauchen Mitarbeiter das Gefühl, dass ihre Jobs sicher sind und sie mit dem Rückhalt ihres Arbeitgebers rechnen können – auch wenn das Leben mal dazwischenfunkt.
- 4 Das Privatleben achten**
 Die Zeiten, in denen Mitarbeiter bloße Arbeitsmaschinen ohne Privatleben waren, sind längst vorbei. Egal ob kleine Kinder, pflegebedürftige Angehörige oder einfach der Wunsch nach mehr Freizeit: Der Job muss Platz lassen für Verpflichtungen und Wünsche außerhalb der Firma. Unternehmen, die ihren Angestellten dabei unter die Arme greifen und etwa Kinderbetreuung organisieren oder bezahlte Pflegezeit bereitstellen, punkten bei ihren Mitarbeitern – und bei Kandidaten, die immer stärker auf das Engagement von Arbeitgebern auch über die Grenzen des Unternehmens hinweg achten.
- 5 Unterschiedliche Bedürfnisse anerkennen**
 Alle Menschen sind unterschiedlich – und setzen unterschiedliche Prioritäten, was den Arbeitgeber angeht. So ist etwa Frauen der respektvolle Umgang mit Mitarbeitern und die gute Erreichbarkeit des Arbeitsplatzes wichtig – während Männer eher auf den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens achten oder sich für Aufstiegschancen in der Firma interessieren. Wer diese unterschiedlichen Bedürfnisse an allen Punkten in der Candidate Journey beachtet und sie auch in die Erstellung seiner Jobinserate miteinbezieht, zeigt Diversität – und punktet bei Talenten, die individuell angesprochen werden wollen.

6

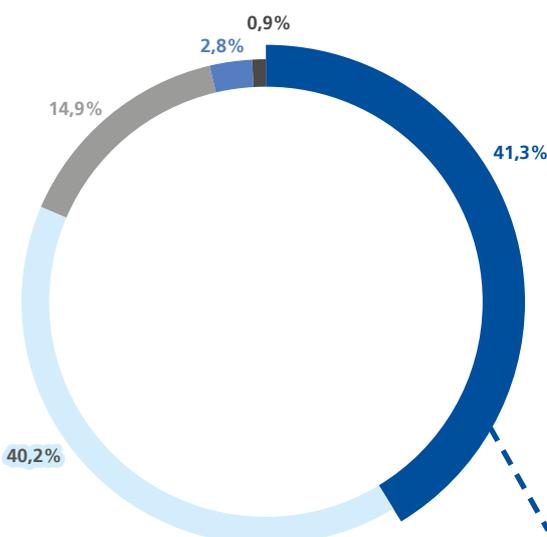
KLEIN- UND MITTELBETRIEBE IM VERGLEICH MIT GROSSKONZERNEN

In Zeiten von Fachkräfte- und Nachwuchsmangel stehen Klein- und Mittelunternehmen oft mit großen Konzernen in Konkurrenz. Die gute Nachricht: Beide Seiten haben gute Karten, die besten Talente an Land zu ziehen.

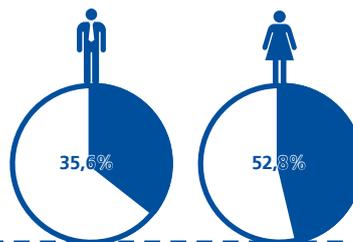


Große, bekannte Unternehmen und Konzerne sind attraktivere Arbeitgeber als Klein- und Mittelbetriebe.

Entgegen aller Vorurteile stellen sich Klein- und Mittelunternehmen als überaus attraktive Arbeitgeber dar. Auch bei Absolventen und jungen Fachkräften schneiden kleine Unternehmen etwa gleich gut ab wie Großkonzerne: Während gut ein Drittel (32,8%) lieber bei einem großen Konzern tätig werden will, ist ein weiteres Drittel (34,4%) davon überzeugt, auch bei einer kleineren Firma einen attraktiven Arbeitsplatz zu finden.

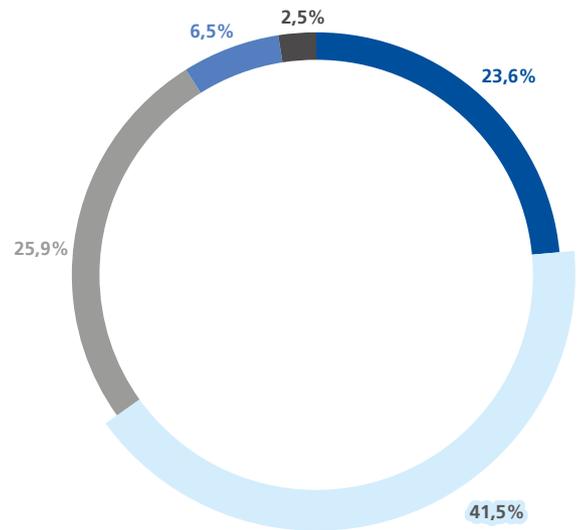


Kleine Unternehmen sind familiärer, man kennt sich untereinander, das ist sympathisch.

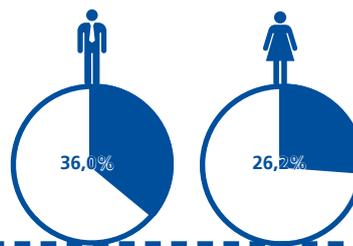
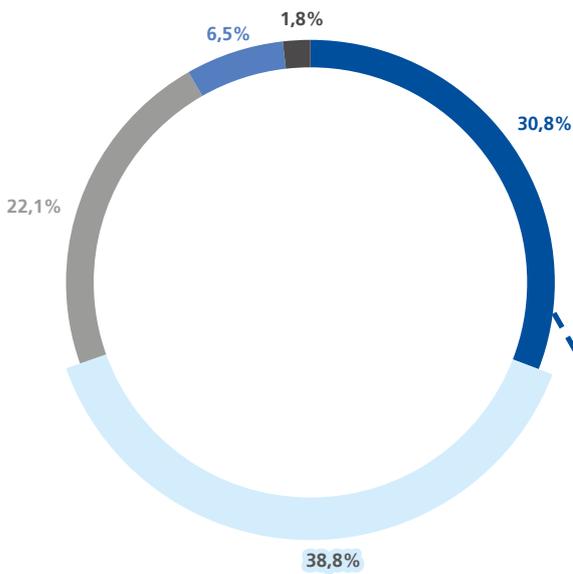


Die familiäre Atmosphäre ist es, was die Menschen in KMU hält – vor allem Frauen ziehen das der oft anonymen Stimmung in Großkonzernen vor.

Große Unternehmen oder Konzerne können Mitarbeitern häufig mehr bieten.

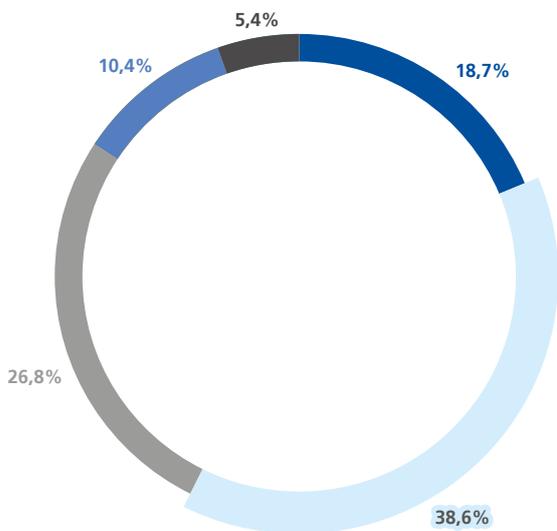


Kleine Unternehmen sind flexibler als große Konzerne, da es nicht so viele Strukturen gibt.

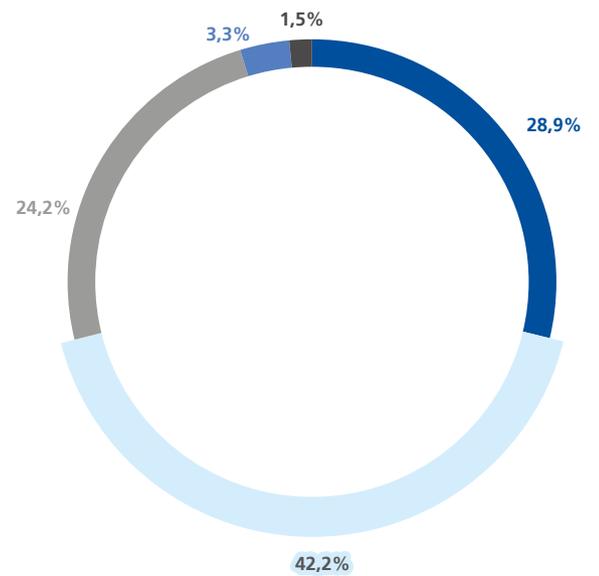


Viele schätzen die Flexibilität in kleinen Unternehmen: Kurze Wege und flache Hierarchien.

Kleine Unternehmen haben oft nicht die Ressourcen, sich um die Arbeitgeberattraktivität zu kümmern.



Von großen Unternehmen erwartet man sich, gezielt in die Arbeitgeberattraktivität zu investieren.



Von großen Unternehmen erwartet man sich mehr Investitionen in die Arbeitgebermarke, während KMU oft unter mangelnden Ressourcen dafür leiden – in die Employer Brand zu investieren, lohnt sich aber für alle Unternehmen.

Fazit

Gerade in ländlichen Regionen bilden Klein- und Mittelunternehmen das wirtschaftliche Rückgrat und bieten Jobs mit hoher Arbeitsplatzsicherheit. Das wissen die Kandidaten zu schätzen – und sehen in KMU entsprechend attraktive Arbeitgeber. Der Vorteil von kleinen Unternehmen liegt in der positiven Arbeitsatmosphäre: Dass man sich untereinander kennt, wirkt sympathisch – und sorgt für eine familiäre Stimmung, in der man sich gegenseitig unterstützt und füreinander da ist. Zudem gelten kleinere Unternehmen flexibler als große Konzerne: Schlanke Strukturen und kurze Wege sorgen für übersichtliche Arbeitsabläufe und erleichtern die Durchlässigkeit.

Für Großkonzerne wiederum spricht, dass sie über bessere Ressourcen verfügen als kleinere Betriebe und ihren Mitarbeitern häufig mehr bieten können als KMU. Dafür müssen sie aber auch stärker in ihre Arbeitgebermarke investieren, während KMU oft nicht die Ressourcen zuge-
traut werden, um sich gezielt um ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu kümmern.

Dabei zählt sich die Arbeit am eigenen Arbeitgeberimage aus: Image, Größe und Erfolg eines Unternehmens zählen mit zu jenen Faktoren, die die Arbeitgeberattraktivität am stärksten beeinflussen.

SO KÖNNEN KMU IHRE EMPLOYER BRAND STÄRKEN

1

Familiäre Atmosphäre herausstreichen

Bewerber fühlen sich von einer sympathischen Unternehmenskultur angezogen. In Klein- und Mittelbetrieben kennt man sich und hilft sich untereinander aus. Es gibt kein Silo-Denken – die Wege sind kurz, was Ergebnisse oft effizienter macht. Unternehmen, die diese positive Unternehmenskultur schon im Bewerbungsprozess herausstreichen, sprechen automatisch Kandidaten an – und holen sich passende Bewerber ins Haus.

2

Auf Flexibilität setzen

In Großkonzernen sind Mitarbeiter oft nur eine Nummer in der Verwaltung. Kleinere Betriebe können individuell auf die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter eingehen. Das ist gerade in Zeiten, wo bei Mitarbeitern privat große Hausforderungen anstehen, sei es durch Kinderbetreuung oder andere Verpflichtungen, ein großer Vorteil. Statt starrer Strukturen können sich KMU mit jedem einzeln einigen – und das ohne offizielles Protokoll, das in Großkonzernen beachtet werden muss.

3

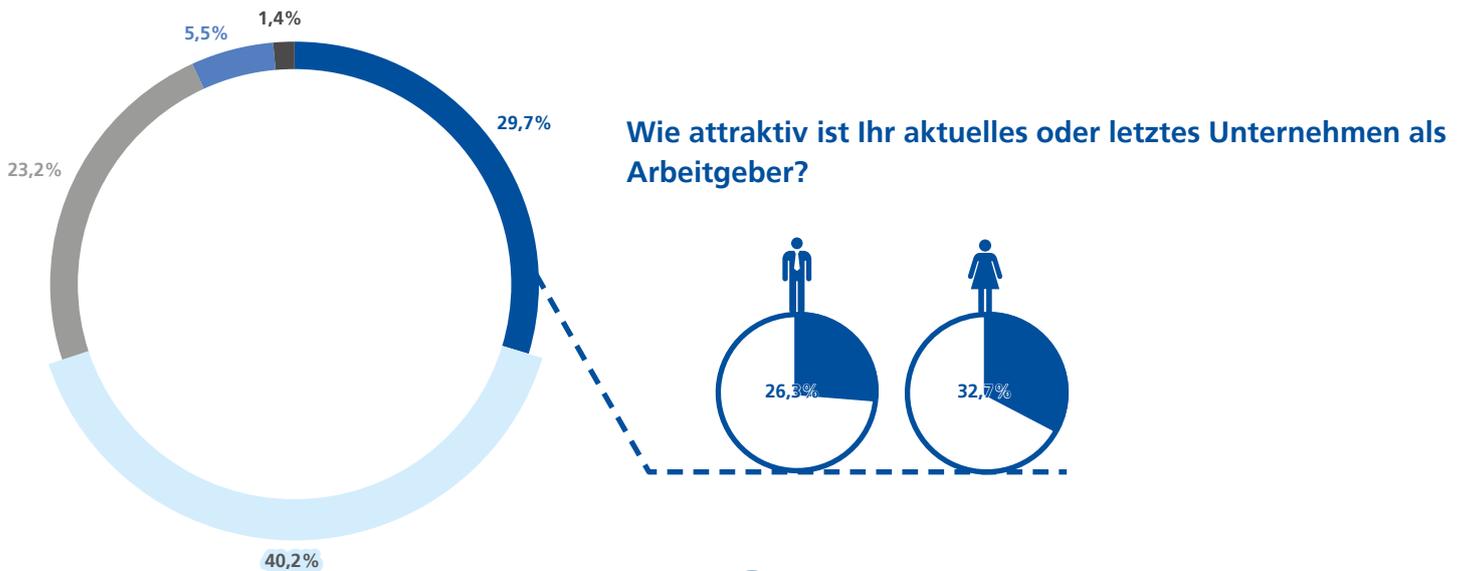
Auf die Arbeitgebermarke achten

Auch wenn großen Konzernen höhere Investitionen zugetraut werden, tun auch Klein- und Mittelbetriebe gut daran, in ihre Employer Brand zu investieren. Wer sich nicht vermarktet, bleibt bei Bewerbern unbekannt – und diese wollen heute mehr denn je schon vor ihrem Einstieg in die Firma wissen, mit welcher Art von Unternehmen sie es zu tun kriegen. Ob über Mitarbeiter als Markenbotschafter oder ein Unternehmensprofil auf StepStone.at, die Außendarstellung ist wichtig – und sollte nicht vernachlässigt werden.

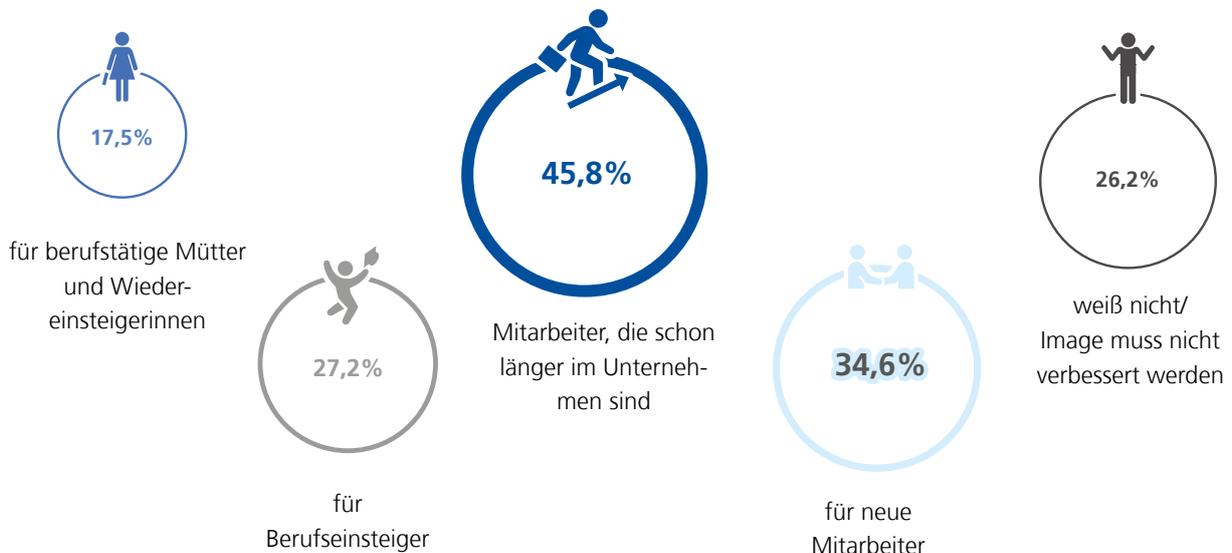
7

SO ATTRAKTIV SIND ÖSTERREICHS ARBEITGEBER

Österreichs Arbeitnehmer sind zufrieden – zumindest, was ihren eigenen Arbeitgeber betrifft. Gut zwei Drittel geben an, bei einem sehr oder eher attraktiven Arbeitgeber zu arbeiten. Im Geschlechtervergleich sind vor allem Frauen überzeugt von ihrem Arbeitgeber – ebenso wie jene, die noch neu im Unternehmen oder überhaupt nicht auf Jobsuche sind.



Kann Ihr aktueller oder letzter Arbeitgeber sein Image noch verbessern? Für welche Zielgruppen könnte die Attraktivität noch gesteigert werden?



Beim Arbeitgeberimage ist für die meisten Befragten trotzdem noch Luft nach oben: Vor allem für die bestehende Belegschaft können Arbeitgeber noch attraktiver werden.



Würden Sie Ihren derzeitigen Arbeitgeber auch an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?



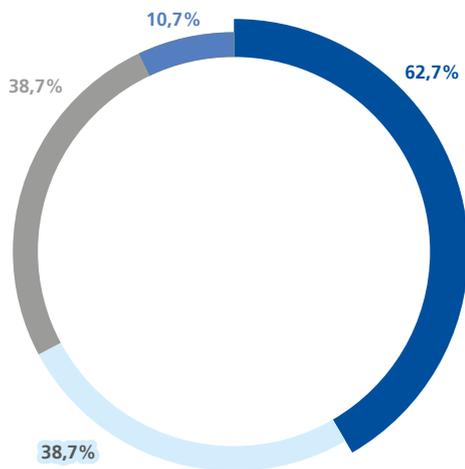
n=689

(Angestellte, die Arbeitgeber als attraktiv bewerten)

Attraktive Arbeitgeber profitieren von Mitarbeitern als Markenbotschafter: Fast alle würden ihren derzeitigen Arbeitgeber weiterempfehlen.



Warum würden Sie Ihren derzeitigen Arbeitgeber nicht an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen?



Ich möchte Privates und Berufliches einfach trennen.



Es wirft vielleicht auf mich ein schlechtes Bild, wenn meine Empfehlung nicht so gut im Unternehmen ankommt.



Ich möchte kein Risiko eingehen, falls der Job für meinen Freund oder Bekannten doch nicht das Richtige ist.



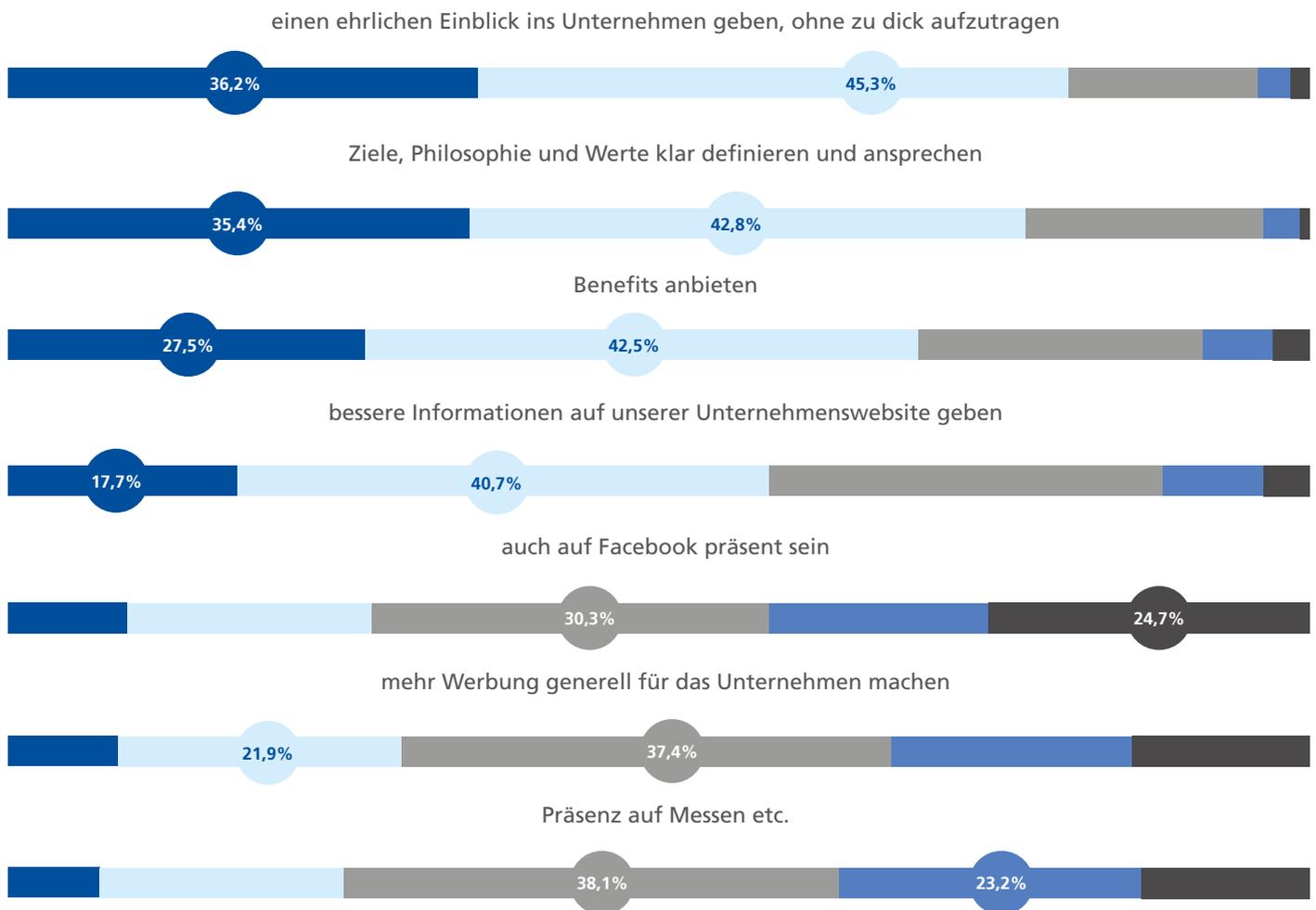
Sonstiges

n=75

(all jene, die ihren Arbeitgeber nicht empfehlen würden)



Was kann Ihr Arbeitgeber tun, um für neue Mitarbeiter attraktiver zu sein?



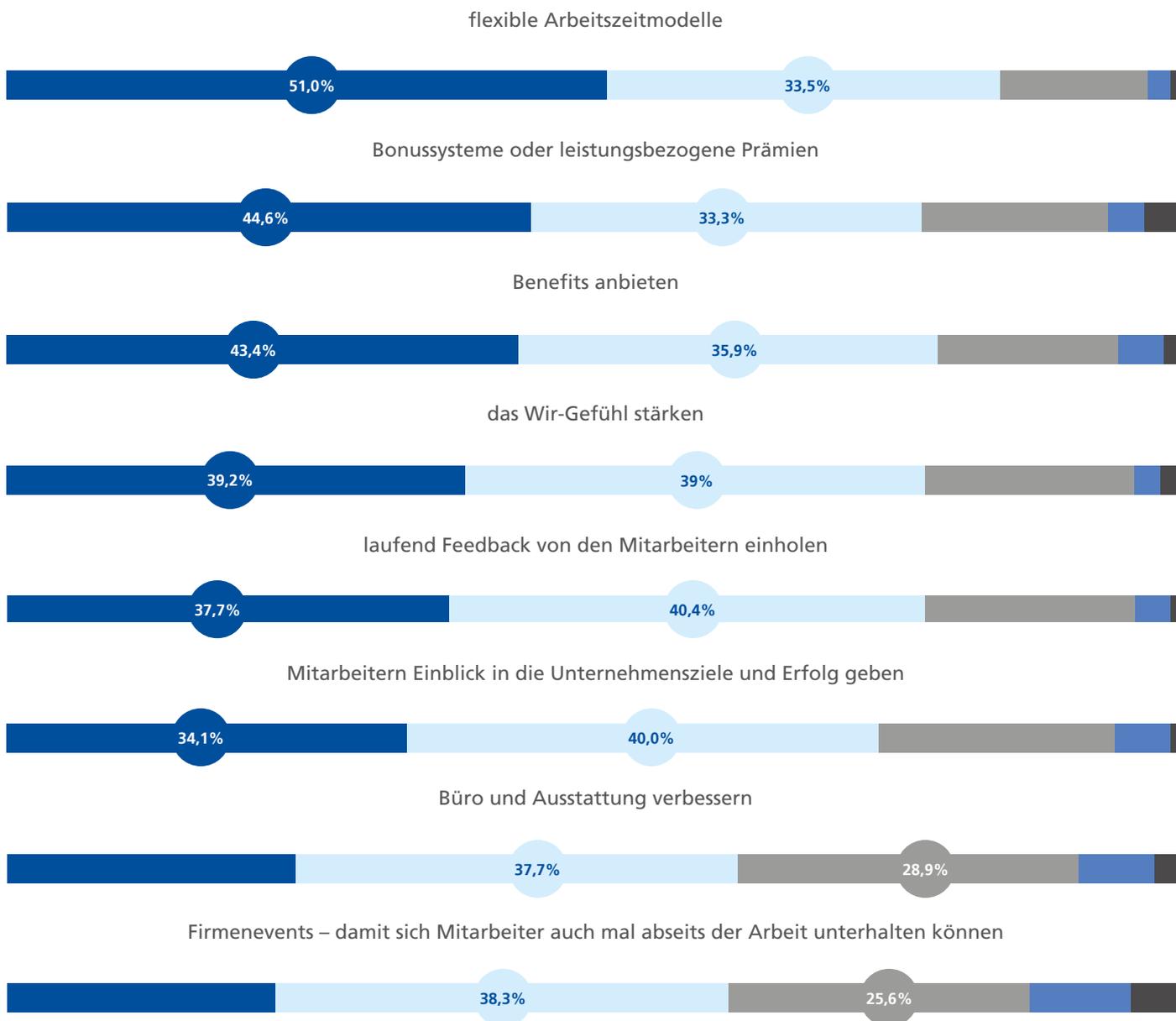
Vor allem ein authentischer Firmenauftritt und ehrliche Einblicke ins Unternehmen tragen zu einem positiven Arbeitgeberimage bei. Aber auch die gezielte Vermittlung von Werten und Zielen eines Unternehmens sowie der Firmenphilosophie wirkt sich positiv auf die Employer Brand aus: Kandidaten und Bewerber wollen sich ein ehrliches Bild von ihrem zukünftigen Arbeitgeber machen und wissen, ob die Unternehmenswerte mit ihren eigenen übereinstimmen.



Nur jeder Zehnte schätzt die Präsenz auf Facebook als wichtig für die Arbeitgeberattraktivität ein.



Was kann Ihr Arbeitgeber tun, um für seine bestehenden Mitarbeiter noch attraktiver zu werden oder um attraktiv zu bleiben?



Selbst das modernste Büro spricht Mitarbeiter nicht an, wenn das Menschliche nicht passt: Nur gut ein Viertel der Befragten glaubt, dass ein top-ausgestattetes Büro die Strahlkraft eines Unternehmens steigert.

Um die bestehende Belegschaft zu motivieren und im Unternehmen zu halten, sollten Unternehmen unter anderem an flexible Arbeitszeiten denken. Vor allem Frauen ist das Thema wichtig – ebenso wie zusätzliche Benefits zum Gehalt. Mehr denn je wollen Arbeitnehmer auch in Abläufe und Prozesse eingebunden werden. Und vor allem Frauen wünschen sich von ihrem Arbeitgeber, das Wir-Gefühl in der Firma zu beleben.

Fazit

Ein authentischer Firmenauftritt, ehrliche Einblicke ins Unternehmen und ein Team-Spirit, der Rücksicht auf die Bedürfnisse der einzelnen Mitarbeiter nimmt: Unternehmen punkten heute nicht mehr mit schicken Büros und glänzenden Social-Media-Auftritten, sondern mit Menschlichkeit.

DAS SCHÄTZEN KANDIDATEN UND MITARBEITER

- 1 In die Attraktivität als Arbeitgeber investieren**

Unternehmen, die in ihre Attraktivität investieren, profitieren: Nicht nur steigt die Motivation der Mitarbeiter, sie bleiben auch länger im Unternehmen und sind insgesamt produktiver. Zudem empfehlen zufriedene Mitarbeiter ihre Firma gerne weiter. Auch wenn das ein Umdenken erfordert, tun sich Unternehmen damit langfristig nicht nur selbst etwas Gutes, sondern auch ihren Mitarbeitern, Bewerbern und Kandidaten.
- 2 Auf Teamspirit setzen**

Arbeitgeber, die das soziale Miteinander stärken, tun nicht nur ihren Mitarbeitern etwas Gutes: Wer sich in seinem Unternehmen wohl und gut aufgehoben fühlt, bleibt erfahrungsgemäß länger an Bord und wirkt auch nach außen hin positiv auf Kandidaten und Bewerber, die sich stark an authentischen Erfahrungsberichten aktueller oder ehemaliger Mitarbeiter orientieren. Regelmäßiges Feedback sowie Möglichkeiten zum sozialen Austausch stärken den Team-Spirit – und machen aus Einzelkämpfern ein Team, das auch in schwierigen Zeiten miteinander besteht.
- 3 Ehrlich sein**

Um ihre Arbeitgebermarke zu stärken, müssen Unternehmen umdenken: Weg vom geschönten Firmenauftritt und hin zu ehrlichen und authentischen Einblicken ins Unternehmen, die Kandidaten ein Gefühl für die Kultur des Arbeitens und Miteinanders im Unternehmen vermitteln und von individuellen Erlebnissen und Erfahrungen aktiver und ehemaliger Mitarbeiter gespeist werden. Ob über Bilder, Videos oder Erfahrungsberichte: Wer sich als authentischer Arbeitgeber mit Ecken und Kanten präsentiert, gewinnt – und hat bei der Suche nach den besten Kandidaten die Nase vorn.
- 4 Auf die eigenen Mitarbeiter hören**

Indem sie die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter ernst nehmen, können Unternehmen Zufriedenheit und Produktivität massiv steigern. Das wiederum strahlt auch nach außen hin auf den Jobmarkt aus – und zieht die besten Bewerber und Kandidaten an.
- 5 Flexibilität zeigen**

Vor allem Frauen sehnen sich nach flexiblen Arbeitszeitmodellen, aber auch die nachkommenden Generationen wollen Arbeits- und Freizeit freier einteilen, als das früher der Fall war. Unternehmen, die das möglich machen, sichern sich die Loyalität ihrer Mitarbeiter – und haben im Kampf um die besten Talente am Arbeitsmarkt ein Ass im Ärmel.

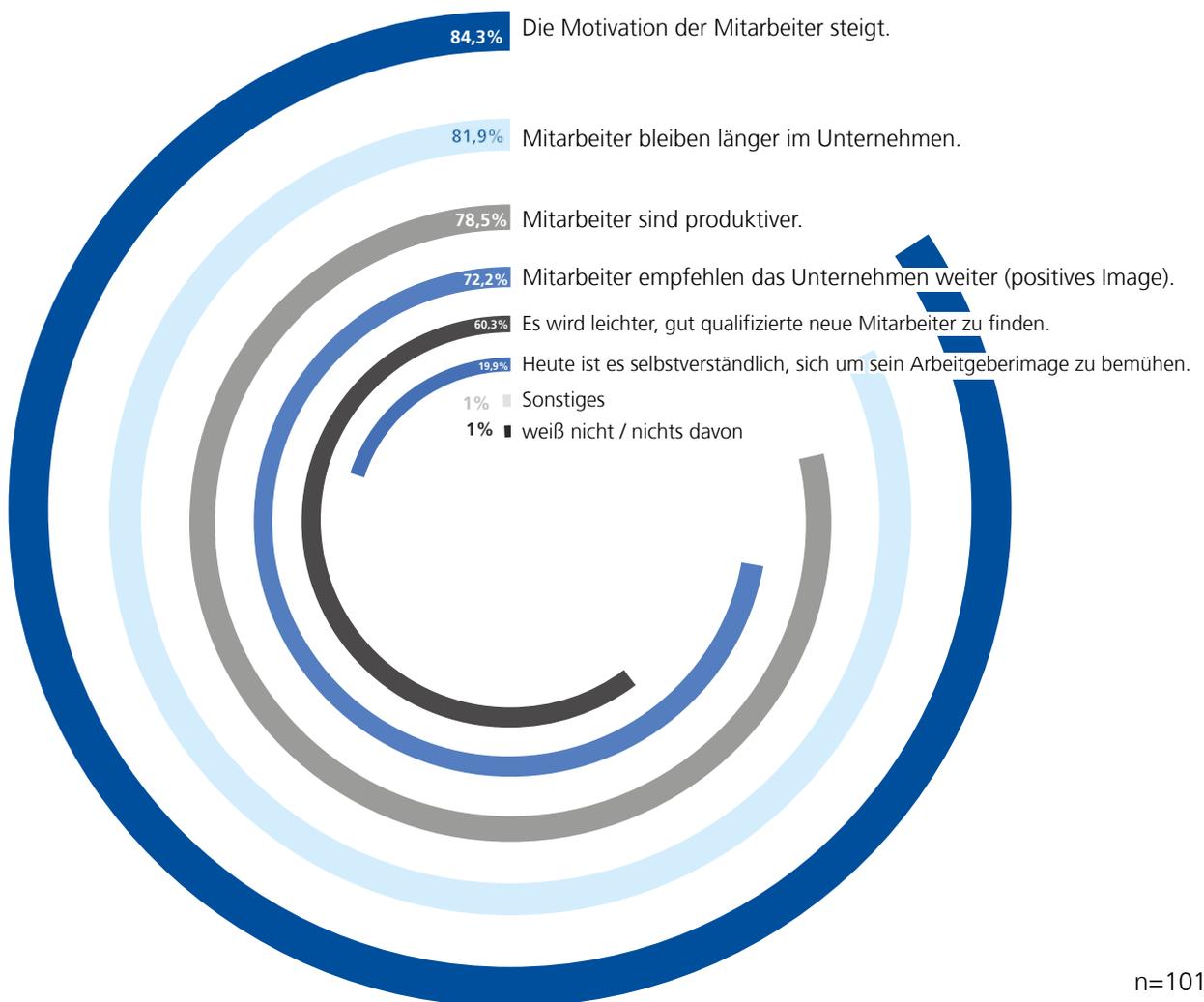
8

FAZIT: WAS BRINGT EINE STARKE EMPLOYER BRAND?

Gesteigerte Motivation, Mitarbeiter, die länger im Unternehmen bleiben, produktiver sind und ihre Firma gerne weiterempfehlen: Unternehmen, die aktiv an der eigenen Attraktivität als Arbeitgeber arbeiten, profitieren gleich mehrfach.

?

Zum Schluss nochmals auf den Punkt gebracht: Was kann ein Arbeitgeber erreichen, wenn aktiv an der Attraktivität als Arbeitgeber gearbeitet wird?



MANAGEMENT SUMMARY

Bei der Arbeit an der eigenen Employer Brand geht es darum, alle Touchpoints der Candidate Experience zu beachten: Von der Jobsuche über den Bewerbungsprozess hin zu Unternehmensbewertungen und Erfahrungen aktueller und ehemaliger Mitarbeiter macht vor allem die gelebte Erfahrung den Kern der Employer Brand aus.

AUTHENTISCHE FIRMENEINBLICKE

Bewerber sehnen sich nach ehrlichen, authentischen Einblicken in die tatsächliche Unternehmensrealität – vorbei sind die Zeiten von aufpolierten Firmenauftritten in Hochglanzprospekten. Arbeitgeber, die sich mit allen Ecken und Kanten genau so zeigen, wie sie wirklich sind, punkten vor allem bei Neueinsteigern – und müssen sich auch vor ihren aktuellen Mitarbeitern nicht verstecken, wenn es darum geht, Probleme anzusprechen und Baustellen im Unternehmen gemeinsam anzugehen.

GELEBTE TRANSPARENZ

Gelebte Transparenz lautet das Stichwort, denn in Zeiten von Social Media, Digital Natives und Arbeitgeberbewertungen spricht sich ohnehin schnell herum, was von einem Arbeitgeber zu halten ist. Und noch immer gilt: Das gesprochene Wort wiegt oft schwerer als Firmenpräsentationen und klassische Unternehmenswerbung. Nicht nur werden Jobs oft über Freundes- und Bekanntenkreise gesucht, auch was derzeitige oder ehemalige Mitarbeiter eines Unternehmen über dieses erzählen, interessiert – und bestimmt, ob aus einem Kandidaten ein Bewerber wird oder nicht.

MITARBEITER ALS UNTERNEHMENSKAPITAL

Einmal im Unternehmen, sind Mitarbeiter das Kapital jedes Unternehmens. Für sie kann in Punkto Arbeitgeberattraktivität noch einiges getan werden: Kompetente Führungskräfte und ein faires Gehalt sind erst der Anfang. Auch der respektvolle Umgang mit Mitarbeitern und ein sicherer Job tragen dazu bei, dass ein Unternehmen als ansprechender Arbeitgeber wahrgenommen wird – ebenso wie das Zusammengehörigkeitsgefühl im Inneren, das wiederum nach außen hin positiv auf Bewerber und Kandidaten abstrahlt.

UNTERNEHMENSKULTUR OFFEN PRÄSENTIEREN

Für Arbeitgeber bedeutet das, ihre Unternehmenskultur so früh wie möglich nach außen hin zu kommunizieren und offenzulegen, wie es sich anfühlt, bei ihnen zu arbeiten. Das stellt den „Cultural Fit“ mit Bewerbern und Kandidaten sicher – denn wenn die eigenen nicht zu den Unternehmenswerten passen, wird aus dem motiviertesten Neueinsteiger schnell ein Mitarbeiter mit Dienst nach Vorschrift.

AN DER EIGENEN ATTRAKTIVITÄT ARBEITEN – AUCH ALS KMU

Dabei spielt es für die meisten keine Rolle, ob sie bei einem kleinen Unternehmen oder einem Großkonzern tätig sind – die familiäre Atmosphäre und das Eingehen auf die individuellen Bedürfnisse sind es, die Mitarbeiter zufriedenstellen und ihre Loyalität stärken. Dennoch reicht es nicht, sich auf einer sympathischen Unternehmenskultur auszuruhen – sie muss auch im Rahmen einer starken Employer Brand bekannt gemacht und nach außen hin kommuniziert werden, gerade von Klein- und Mittelunternehmen.

DER MENSCH ZÄHLT

Aber nicht nur für neue Kandidaten, auch für die bestehende Belegschaft kann die Arbeitgebermarke noch attraktiver werden: Neben flexiblen Arbeitszeiten sind vor allem Benefits und ein menschlicher Umgang miteinander und im Team Faktoren, die die Attraktivität von Arbeitgebern maßgeblich steigern können.

EMPLOYER BRAND STÄRKEN – UND PROFITIEREN

Gelingt die nachhaltige Stärkung der eigenen Employer Brand, profitieren Unternehmen gleich mehrfach: Von motivierten Mitarbeitern, erhöhter Produktivität und einer langfristig zufriedenen Belegschaft, die die Strahlkraft ihres Arbeitgebers nach außen hin auf den Arbeits- und Jobmarkt unterstützt.

KONTAKT

Sie haben Fragen zur Studie oder Interesse an den Rohdaten?

Kontaktieren Sie uns!

StepStone Österreich GmbH

Prinz-Eugen-Straße 8–10
A-1040 Wien

Tel.: +43 1 405 00 68 – 0

E-Mail: presse@stepstone.at

www.stepstone.at