

» HR-Trendstudie 2014 Ergebnisbericht



» Executive Summary



Executive Summary

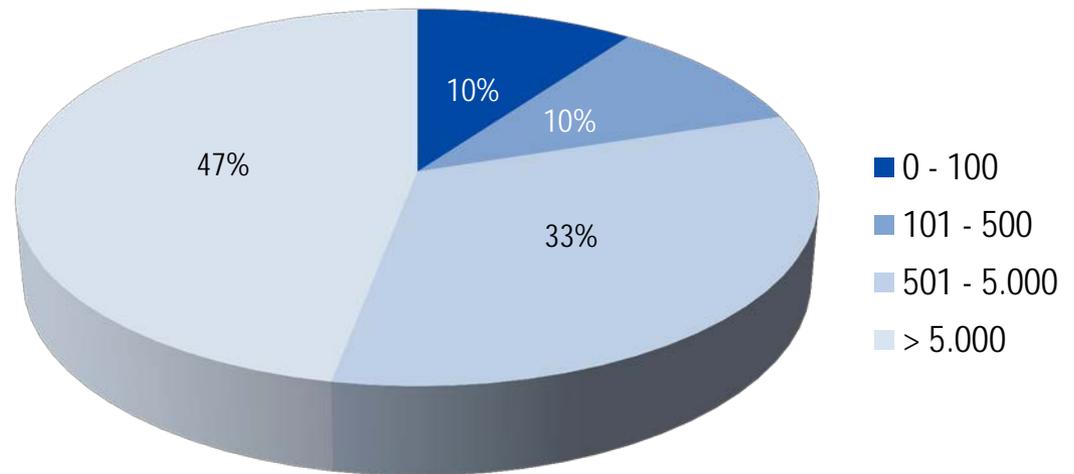
- » Neuer Fokus der Personalarbeit: 37 Prozent der Befragten sehen das Thema Arbeitgeberattraktivität als höchste Priorität. Mit 33 Prozent folgt der Spitzenreiter der vergangenen Jahre, die Steigerung der Führungs- und Managementqualitäten. Auch das Thema Change Management gewinnt an Aufmerksamkeit.
- » Die Entwicklung eines Employer Brands ist in den vergangenen Jahren oben auf der Agenda der Personaler fest verankert worden. Zu den am häufigsten verwendeten Instrumenten gehören noch immer die Online-Jobbörsen sowie die eigene Karriere-Webseite. Aber auch Business Netzwerke, Bewerberpools sowie Karrieremessen und Kooperationen mit Universitäten zählen weiterhin zu den regelmäßig genutzten Kanälen.
- » Der Fachkräftemangel hat bereits in vielen Unternehmen Einzug erhalten: Ein Großteil der Befragten gab an, den Fachkräftemangel bereits deutlich zu spüren. Auch bestätigten sie, dass die Marktvergütungen in den gesuchten Profilen steigen. Darüber hinaus geben die Studienteilnehmer an, dass die Qualität sowie die Anzahl der Bewerbungen abgenommen hat.
- » Frauenquote noch nicht spruchreif: Auch wenn das Thema Frauenquote nun schon seit Jahren in aller Munde ist, bestätigt sich auch in diesem Fall der Trend nur mäßig: Je höher die Hierarchiestufe, umso geringer der angestrebte Frauenanteil. Ein ganz ähnliches Bild zeigt sich bei der Frage nach dem Anteil internationaler Mitarbeiter. Gerade auf den höheren Ebenen sehen die Befragten einen eher niedrigen Anteil an internationalen Kollegen.

» Allgemeine Informationen zum Unternehmen und dem HR-Bereich

» Allgemeine Informationen

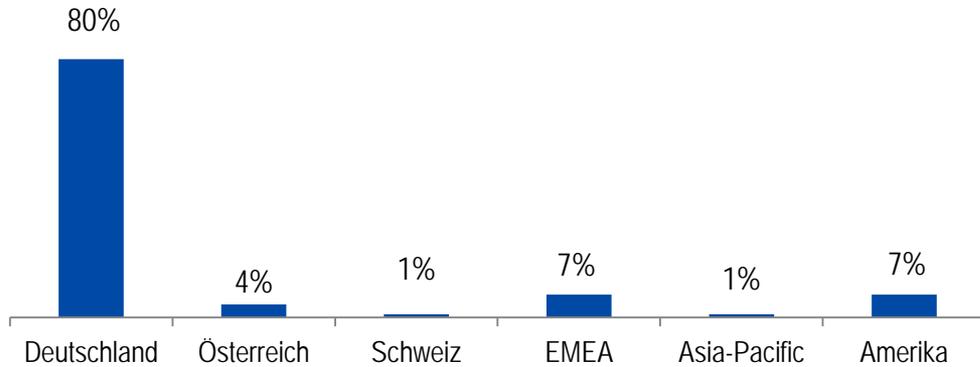
Die Kienbaum HR-Trendstudie 2014 basiert auf der Befragung von 190 Personalverantwortlichen führender Unternehmen im deutschsprachigen Raum.

Der Großteil (47 Prozent) der befragten Teilnehmer stammt aus Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern. 33 Prozent der Befragten sind in einem Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern tätig. Je 10 Prozent der teilnehmenden Personaler arbeiten in Unternehmen mit bis zu 500 beziehungsweise bis zu 100 Mitarbeitern.

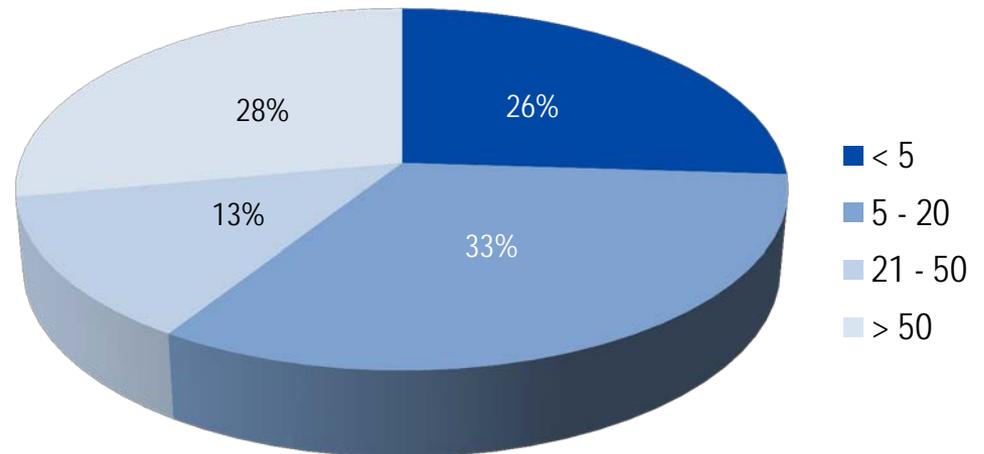


» Allgemeine Informationen

Aus welcher Region stammt Ihr Unternehmen (Hauptsitz)?



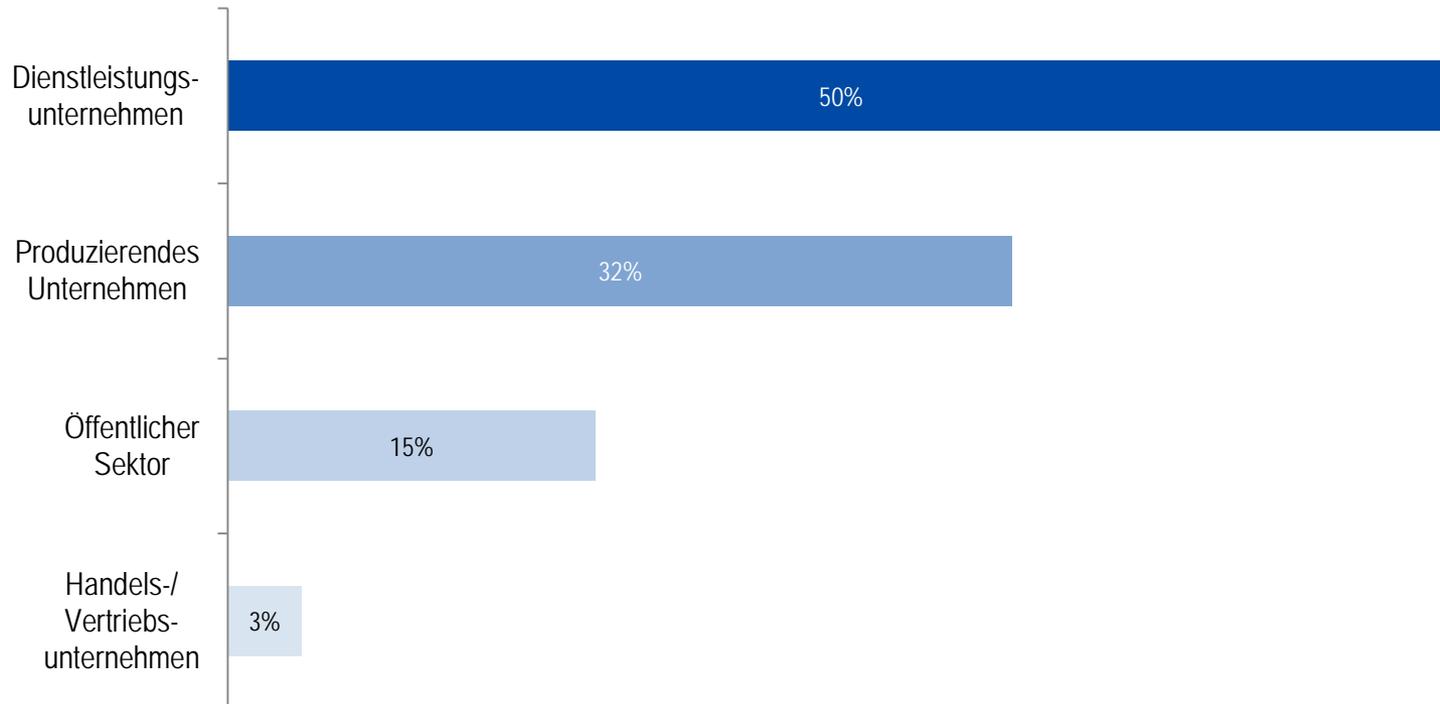
In wie vielen Ländern ist Ihr Unternehmen aktiv?





Allgemeine Informationen

In welchem Wirtschaftszweig ist Ihr Unternehmen angesiedelt?



» Allgemeine Informationen

Hauptsitz und Wirtschaftszweig

80 Prozent der teilnehmenden Unternehmen haben ihren Firmensitz in Deutschland. Je sieben Prozent haben ihre Zentrale im Wirtschaftsraum EMEA oder in Amerika. Österreich ist mit vier Prozent vertreten. Je ein Prozent der befragten Unternehmen haben ihren Hauptwirtschaftszweig in der Schweiz oder der Asia-Pacific-Region.

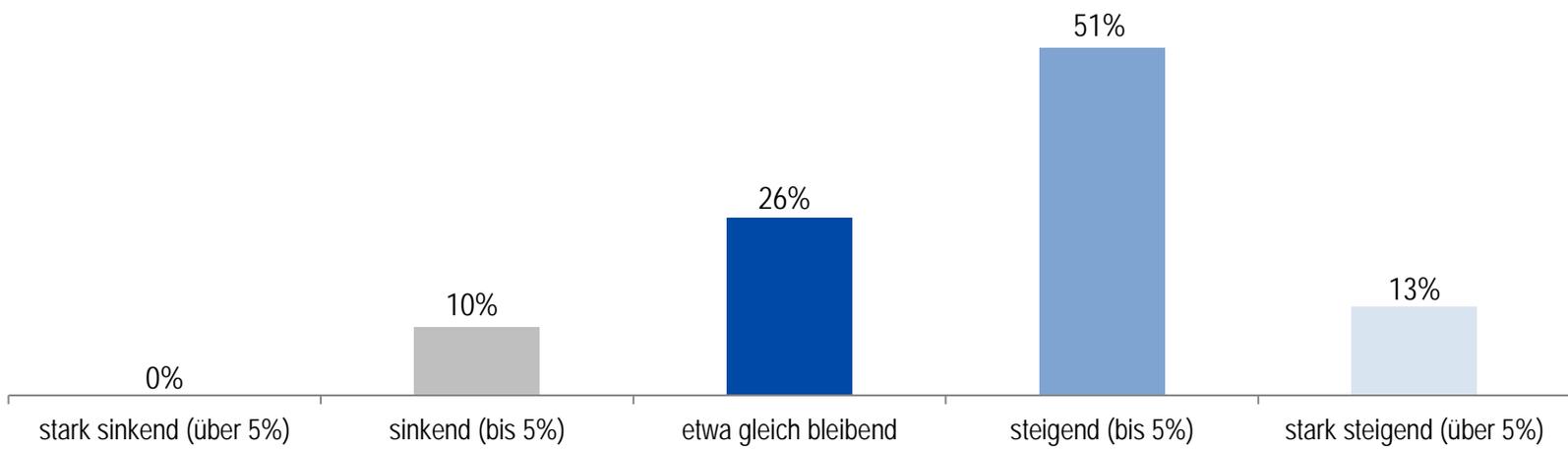
Darüber hinaus verfügt der Großteil der Firmen (26 Prozent) über einen Firmensitz in bis zu vier weiteren Ländern. 33 Prozent haben Niederlassungen in fünf bis 20 Ländern. 13 Prozent der befragten Unternehmen haben in 21 bis 50 Ländern einen Firmensitz, während weitere 28 Prozent sogar in bis zu 50 Ländern vertreten sind.

Die Unternehmen stammen aus den verschiedensten Wirtschaftszweigen, wobei der Großteil (50 Prozent) dem Dienstleistungssektor zuzuteilen ist. 32 Prozent zählen zu den produzierenden Unternehmen, der öffentliche Sektor ist in diesem Jahr mit 15 Prozent vertreten, 3 Prozent der befragten Unternehmen gehören zum Handel/Vertrieb.

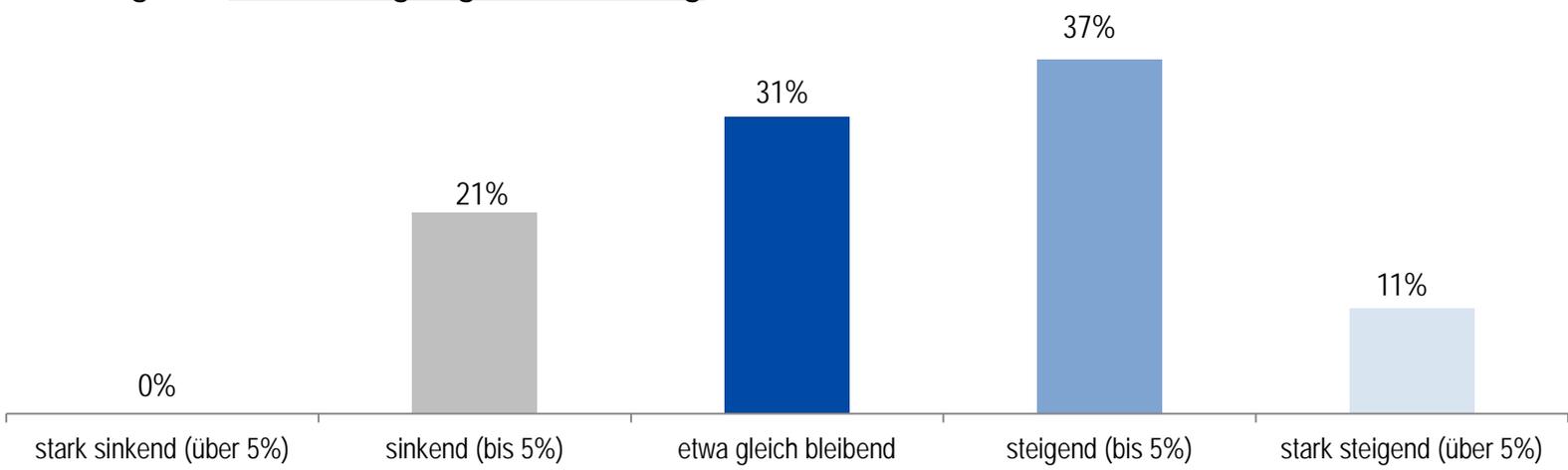


Ihre Erwartungen zur weiteren Wirtschaftsentwicklung im Jahr 2014

Erwartung zur Umsatzentwicklung Ihres Unternehmens



Erwartung zur Beschäftigungsentwicklung Ihres Unternehmens





Ihre Erwartungen zur weiteren Wirtschaftsentwicklung in 2014

Mehr als die Hälfte der befragten Personalverantwortlichen blickt positiv in die Zukunft: So erwarten 51 Prozent, dass die Umsatzentwicklung steigen wird (bis zu fünf Prozent). 26 Prozent schätzen die Umsatzentwicklung als etwa gleich bleibend ein. Weitere 13 Prozent sagen eine starke Steigung über fünf Prozent voraus. Lediglich zehn Prozent gehen davon aus, dass der Umsatz bis zu fünf Prozent sinken wird. Eine Senkung um mehr als fünf Prozent erwartet keiner der Befragten.

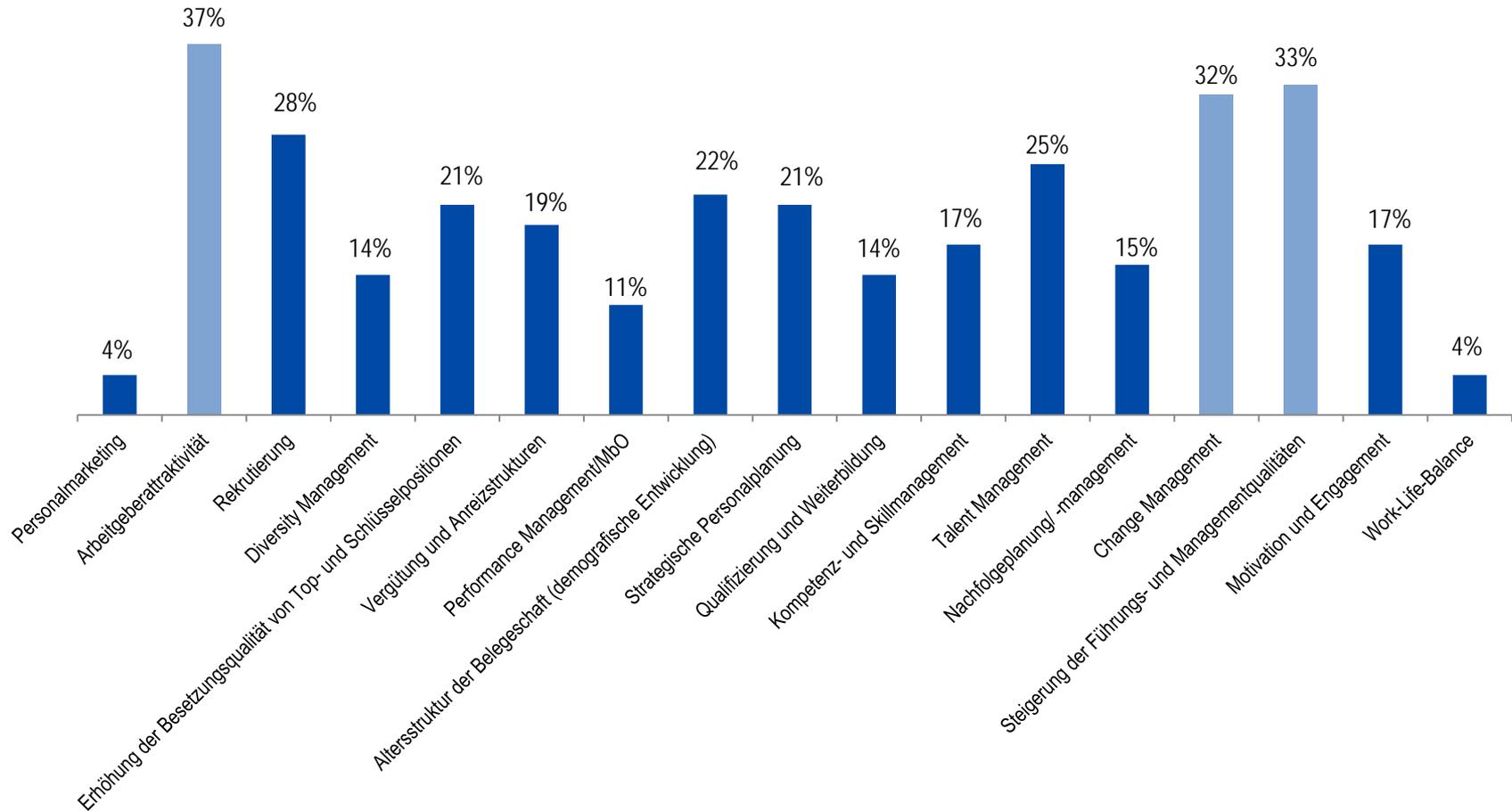
Ganz ähnlich sehen auch die Prognosen hinsichtlich der Beschäftigungsentwicklung aus: 37 Prozent erwarten eine Steigung von bis zu fünf Prozent und 31 Prozent gehen von einer konstanten Situation aus. Immerhin elf Prozent erwarten sogar eine Steigerung von über fünf Prozent. Hingegen nehmen 21 Prozent der Personalverantwortlichen an, dass es zu einer Senkung um bis zu fünf Prozent kommen wird. Auch hier erwartet niemand einen Rückgang von über fünf Prozent.



Derzeitige Prioritäten der Personalarbeit

Benennen Sie bitte drei der folgenden HR-Handlungsfelder, die im Jahr 2014 in Ihrer Personalarbeit besondere Priorität haben.

Mehrfachnennung möglich



» Derzeitige Prioritäten der Personalarbeit

2014 gibt es einen neuen Fokus der Personalarbeit: Mit 37 Prozent räumen die Befragten dem Thema Arbeitgeberattraktivität höchste Priorität ein. Mit 33 Prozent folgt der Spitzenreiter der vergangenen Jahre, die Steigerung der Führungs- und Managementqualitäten. Darüber hinaus haben 32 Prozent der Personalverantwortlichen das Thema Change Management weit oben auf ihre Agenda gesetzt, während weitere 28 Prozent dem Recruiting eine hohe Priorität zusprechen.

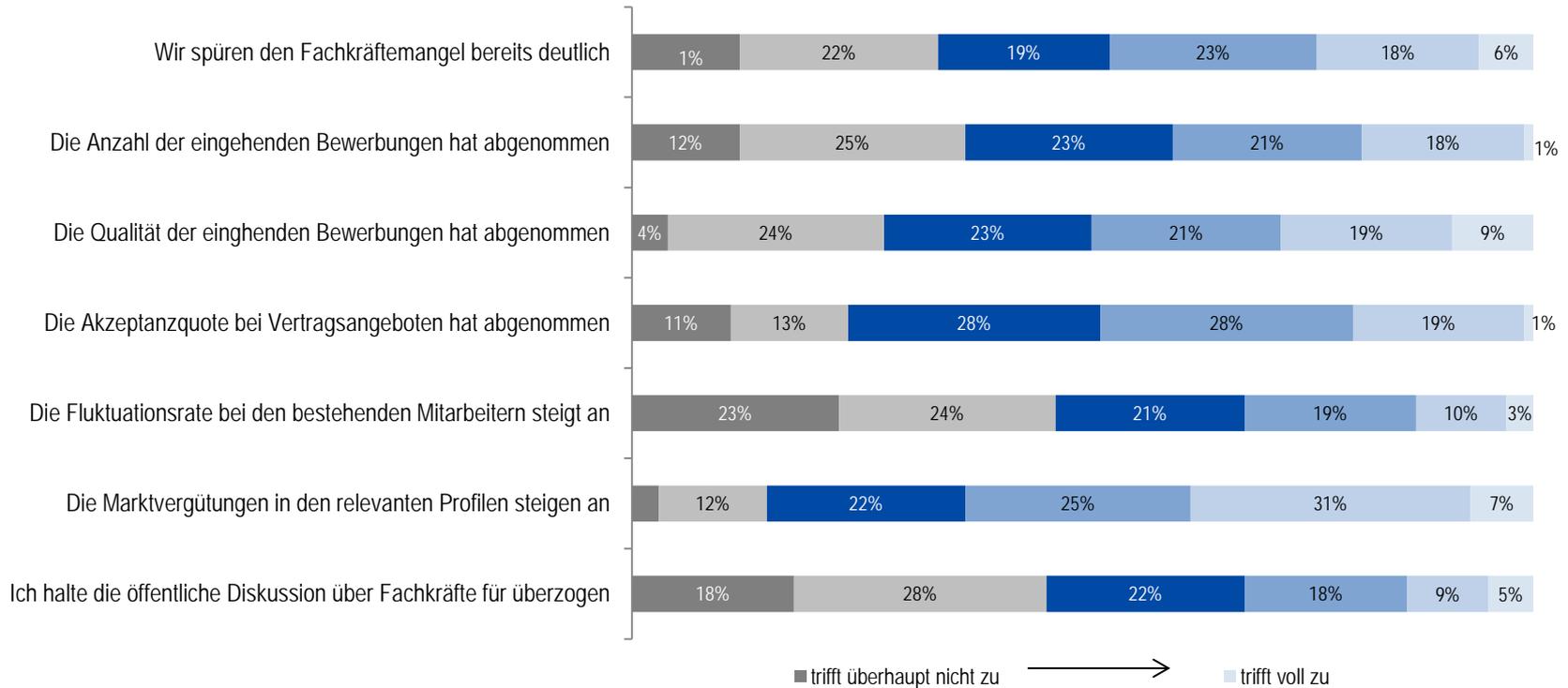
Im Mittelfeld finden sich weitere wichtige Herausforderungen wie das Talent Management (25 Prozent), die demografische Entwicklung (22 Prozent) sowie die strategische Personalplanung und die Erhöhung der Besetzungsqualität von Top- und Schlüsselpositionen (je 21 Prozent).

Das Schlusslicht bilden die Themen Work-Life-Balance und Personalmarketing mit je nur vier Prozent.

» Herausforderung Fachkräftemangel



Bitte beurteilen Sie die aktuelle Situation aus Sicht Ihres Unternehmens

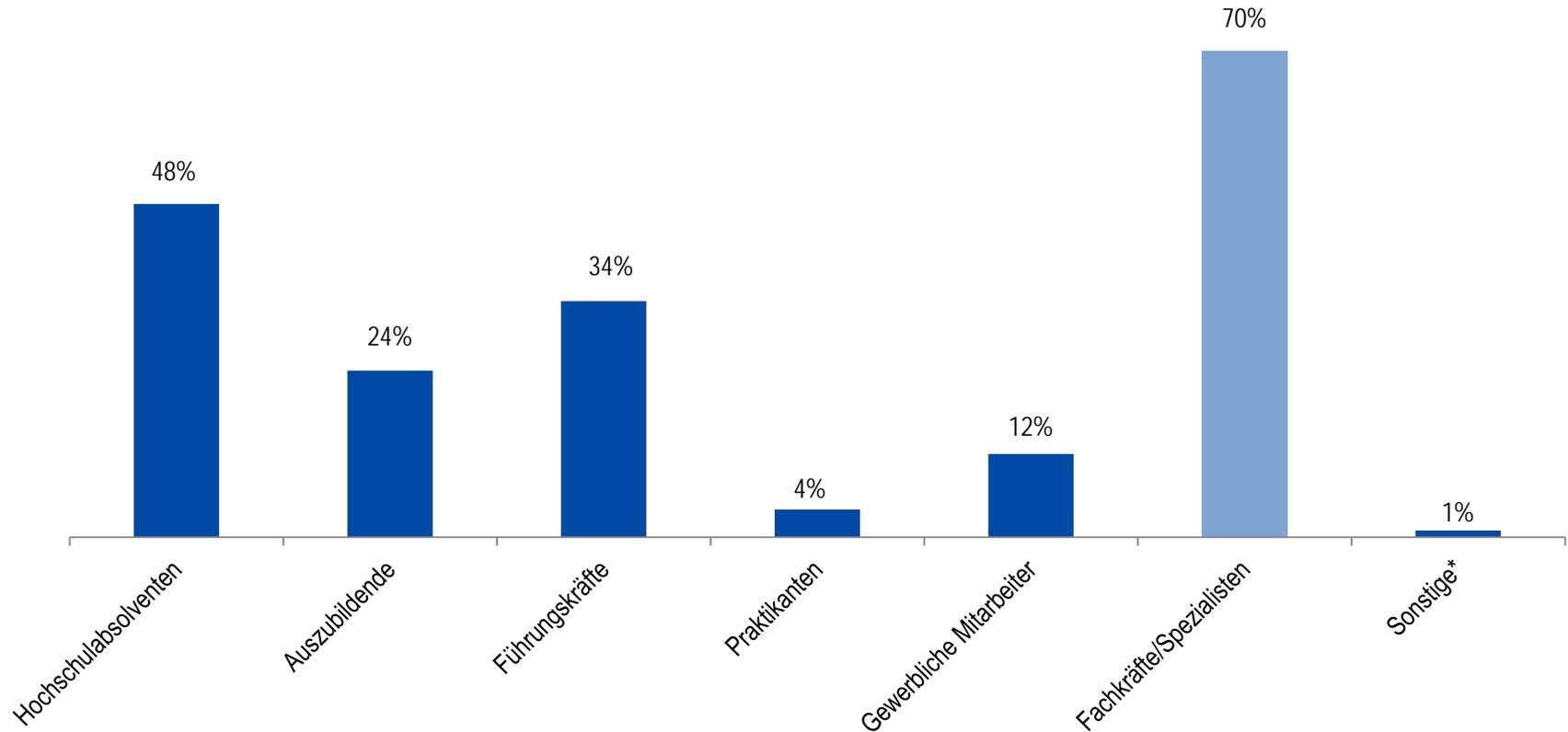


Der Fachkräftemangel zeigt sich in den Unternehmen deutlich: Ein Großteil der befragten Unternehmen gibt an, dass die Marktvergütungen in den relevanten Profilen weiter ansteigen – ein Umstand, der den Unternehmen den Kampf um die geeigneten Fachkräfte und Spezialisten nicht erleichtert. Darüberhinaus geben die Studienteilnehmer an, dass die Qualität sowie die Anzahl der Bewerbungen abgenommen hat. Den Anstieg der Fluktuationsrate bestätigen mehr Teilnehmer als noch im Vorjahr (4 Prozent).

» Rekrutierung

Für welche Art von Stellen haben Sie besonderen Rekrutierungsbedarf?

Mehrfachnennung möglich

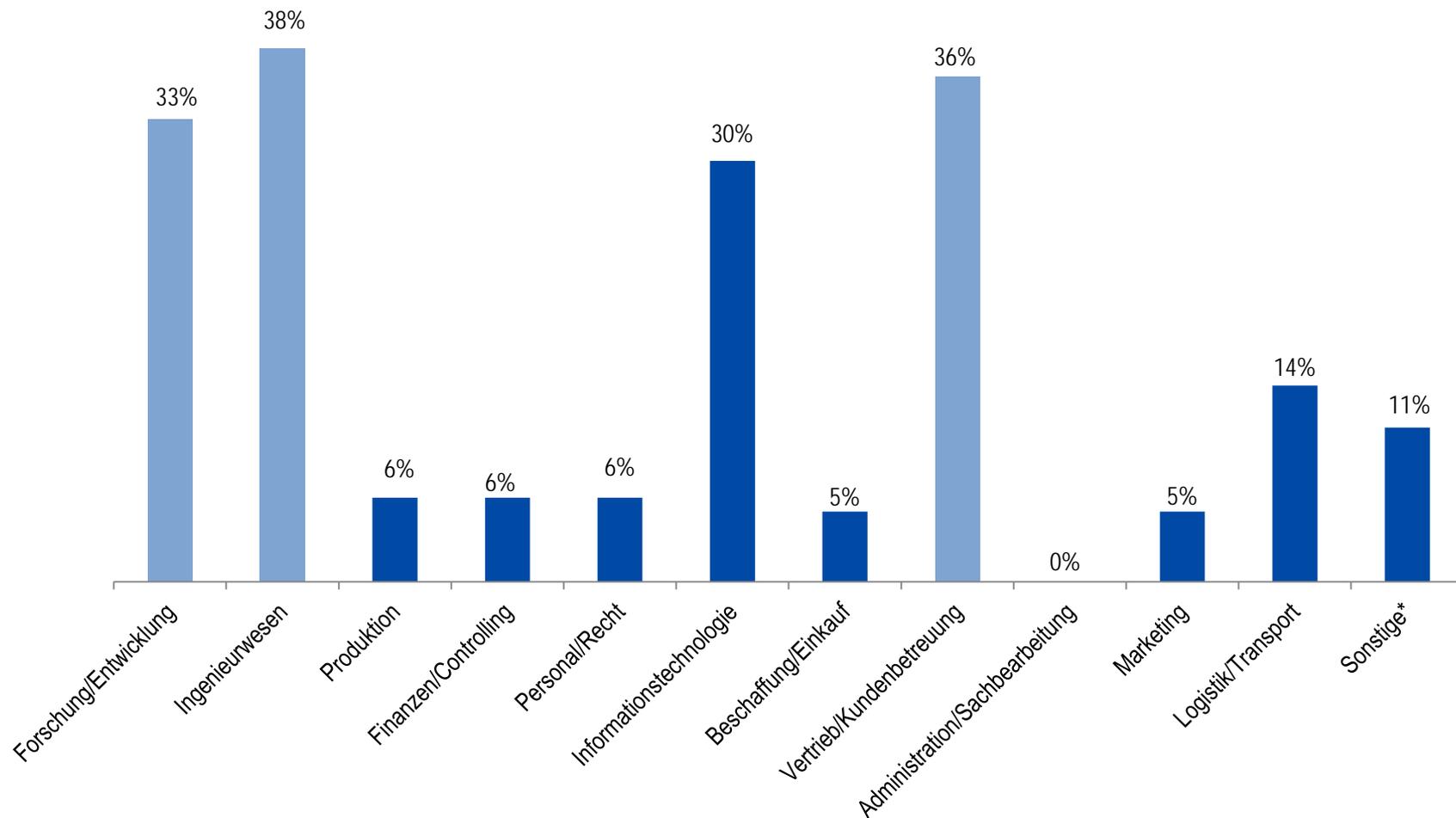


* *Duales Studium*

» Rekrutierung

In welchen Bereichen haben Sie Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von Talenten?

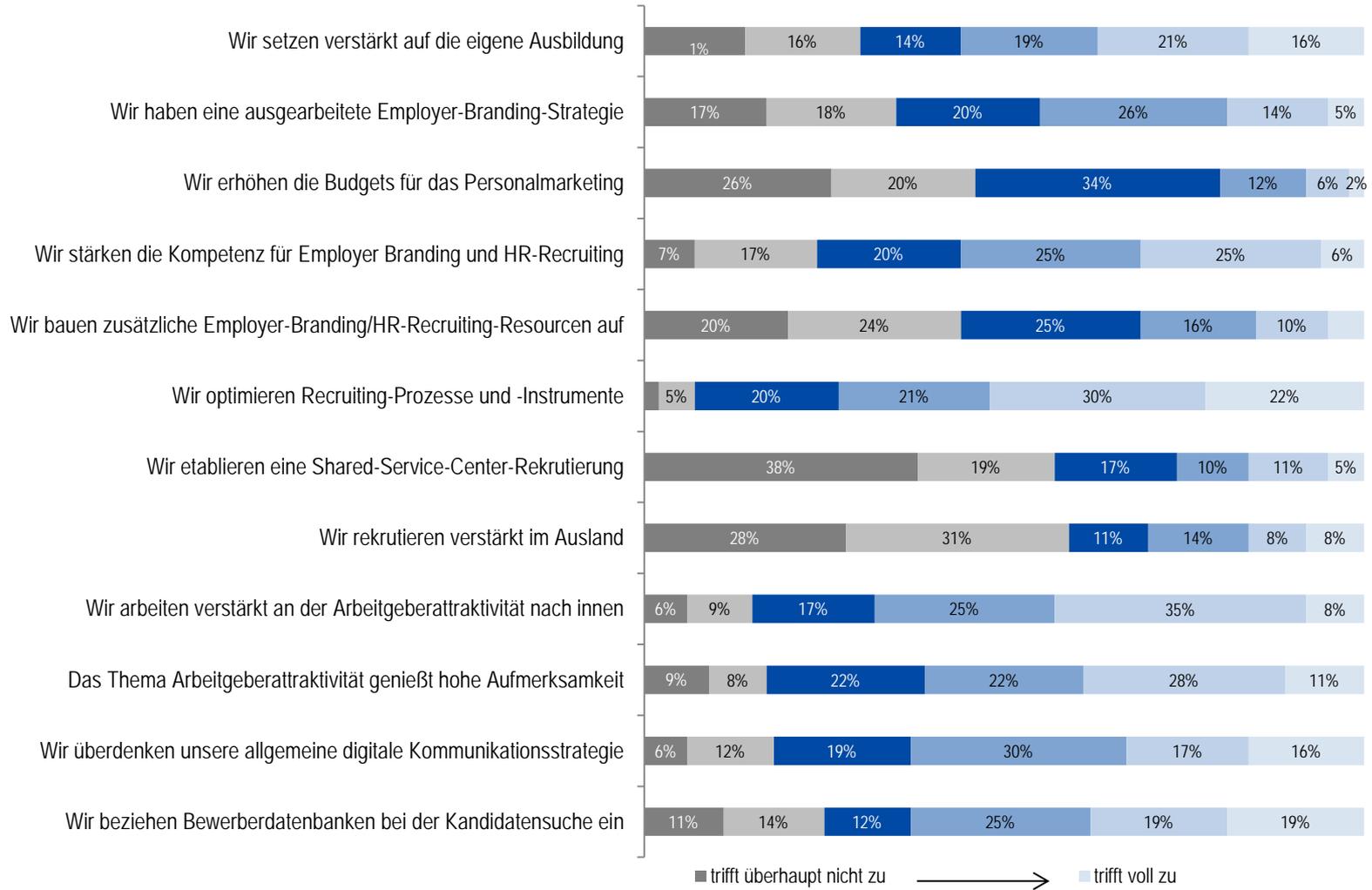
Mehrfachnennung möglich



* Hotelfachleute, Projektmanagement/Prozessmanagement, Gesundheitshandwerk



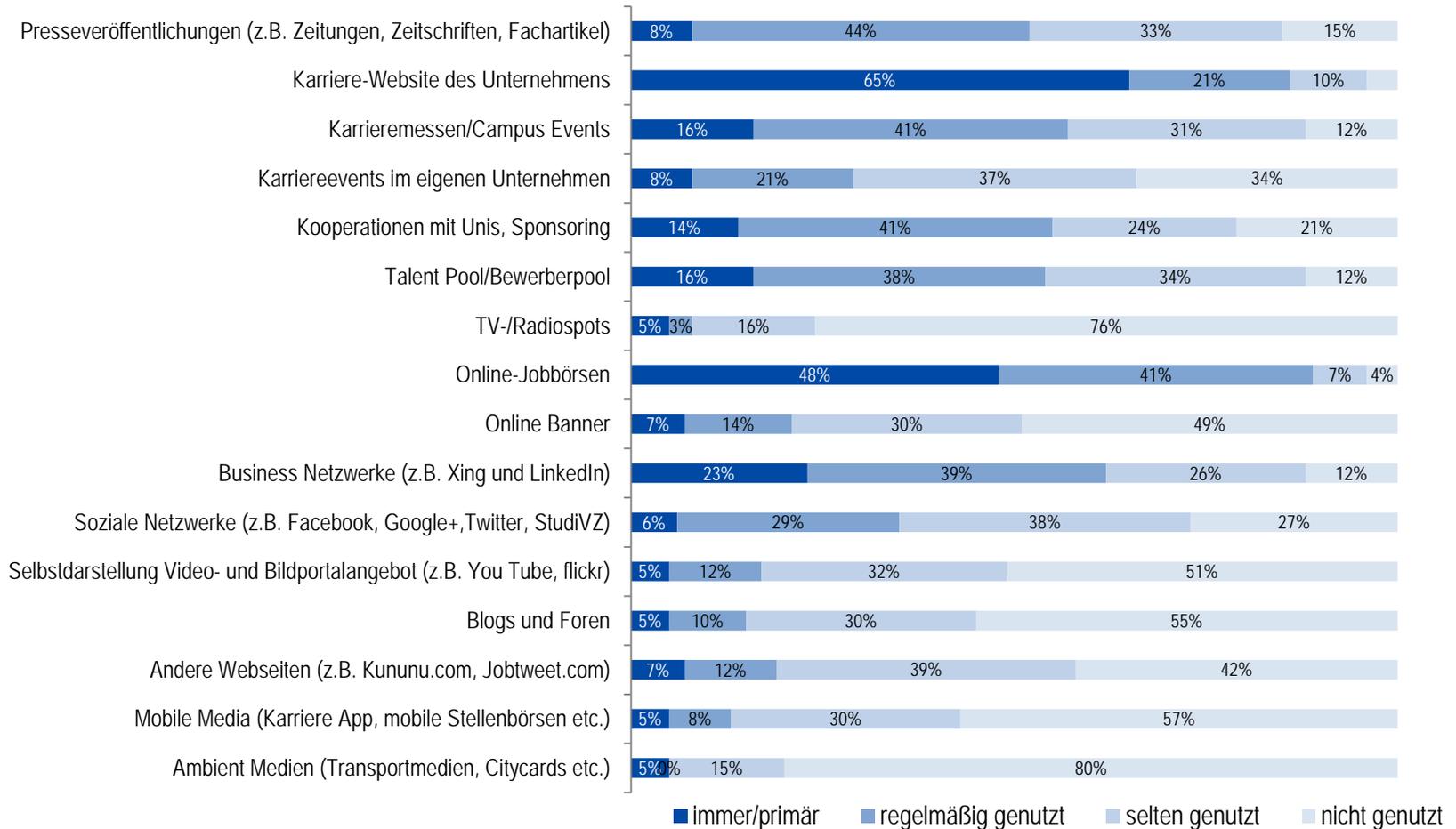
Wie reagiert Ihr Unternehmen auf den Fachkräftemangel?





Rekrutierung und Personalmarketing: Maßnahmen und Kanäle für die externe Kommunikation

Welche Maßnahmen nutzen Sie im Rahmen der Rekrutierung und des Employer Brandings?
Und mit welcher Regelmäßigkeit werden diese genutzt?





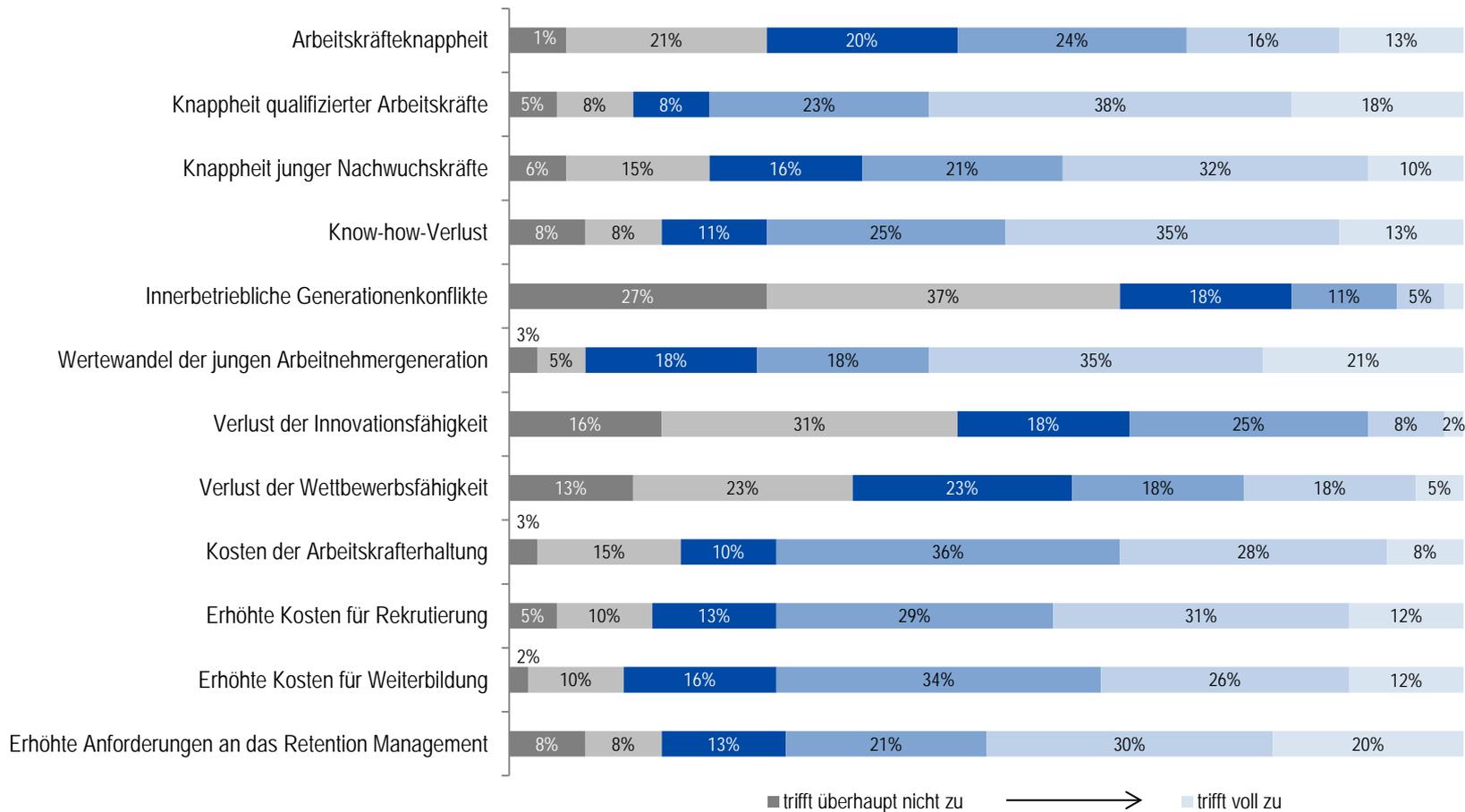
Rekrutierung und Personalmarketing: Maßnahmen und Kanäle für die externe Kommunikation

Die Entwicklung eines Employer Brands ist in den vergangenen Jahren oben auf der Agenda der Personaler fest verankert worden. Zu den am häufigsten verwendeten Instrumenten gehören noch immer die Online-Jobbörsen sowie die eigene Karriere-Webseite. Aber auch Business Netzwerke, Bewerberpools sowie Karrieremessen und Kooperationen mit Universitäten zählen weiterhin zu den regelmäßig genutzten Kanälen. Wenig bis gar nicht genutzt werden dagegen Ambient Medien sowie TV/Radiospots.

» Demografie

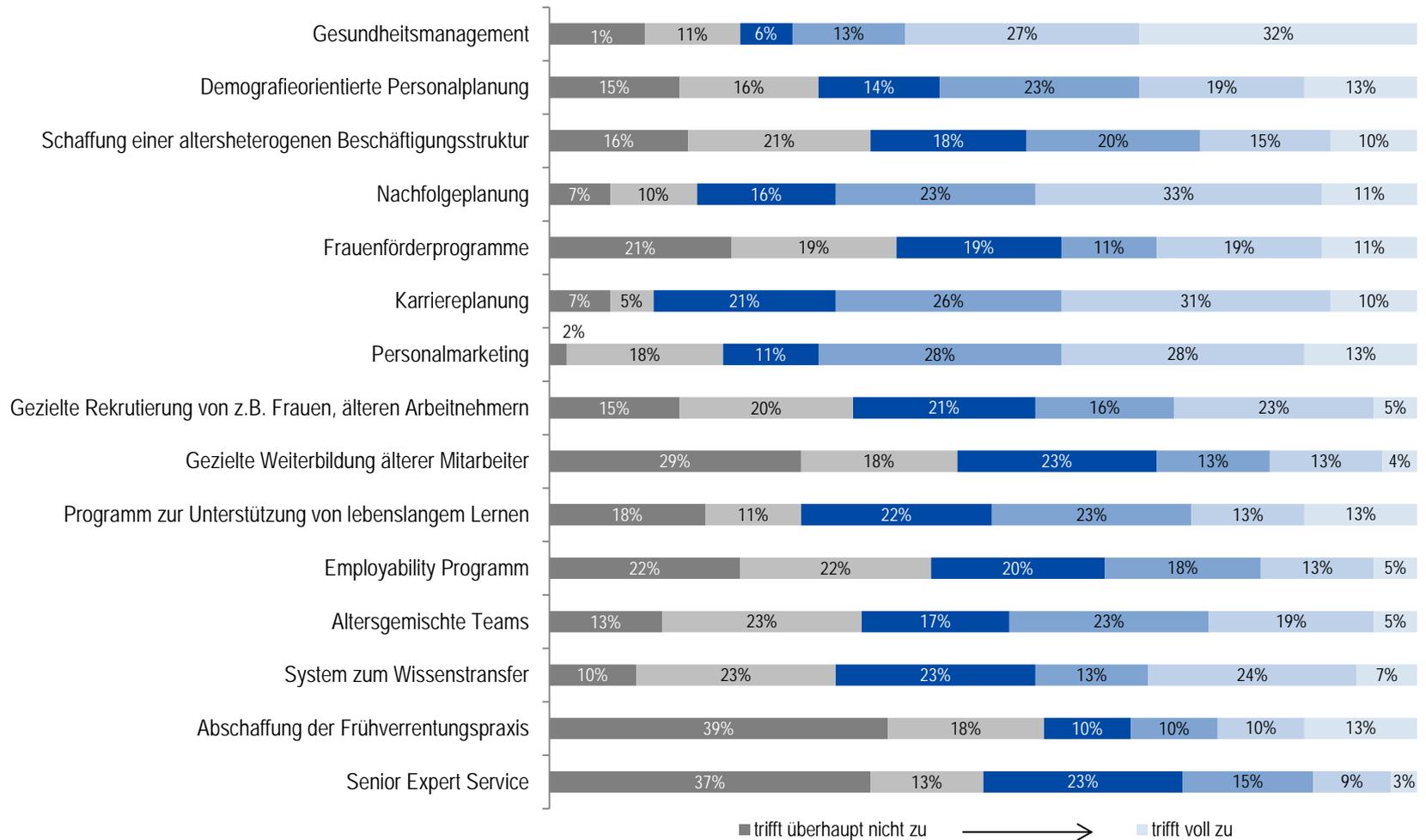
» Megatrend Demografie

Bitte beurteilen Sie folgende Auswirkungen des „demografischen Wandels“ aus Sicht Ihres Unternehmens:



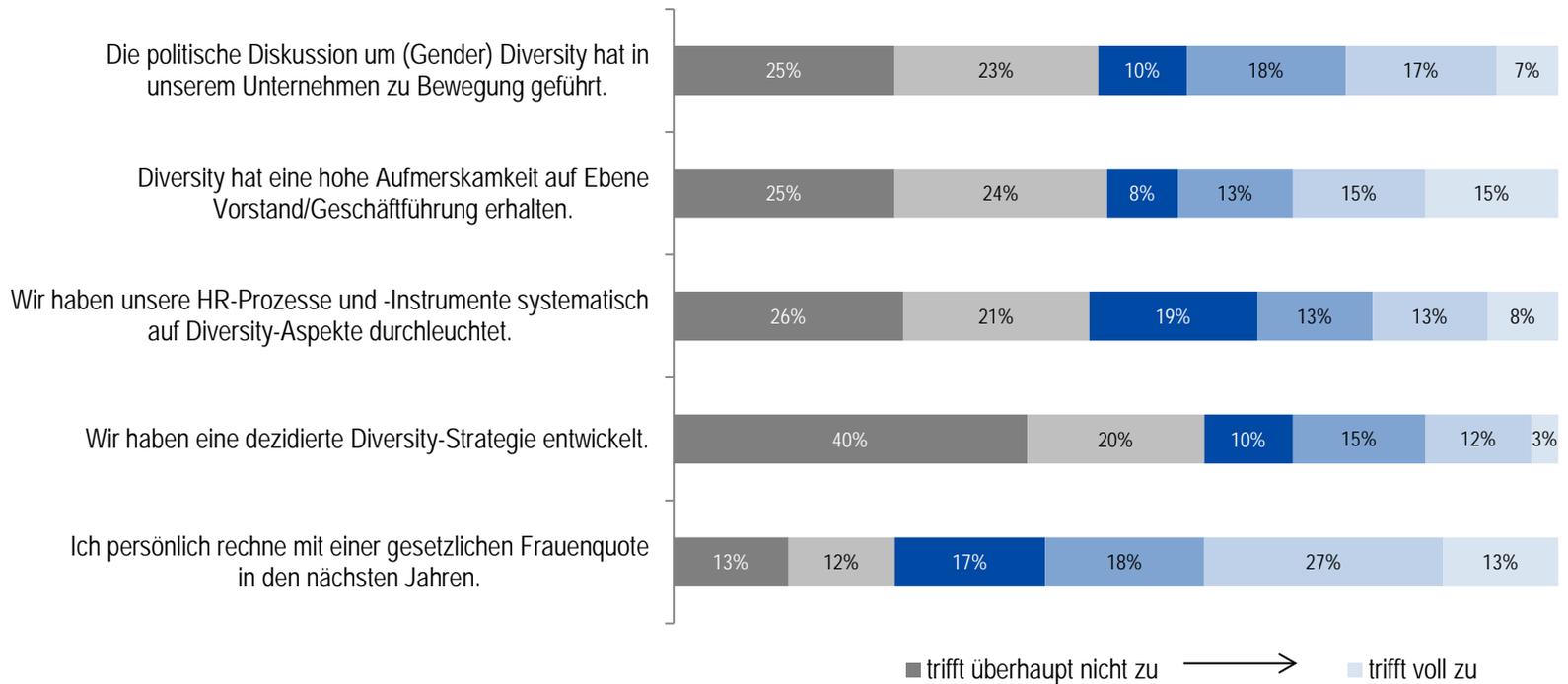
» Megatrend Demografie

Mit welchen Maßnahmen reagiert das Personalmanagement in Ihrem Unternehmen?

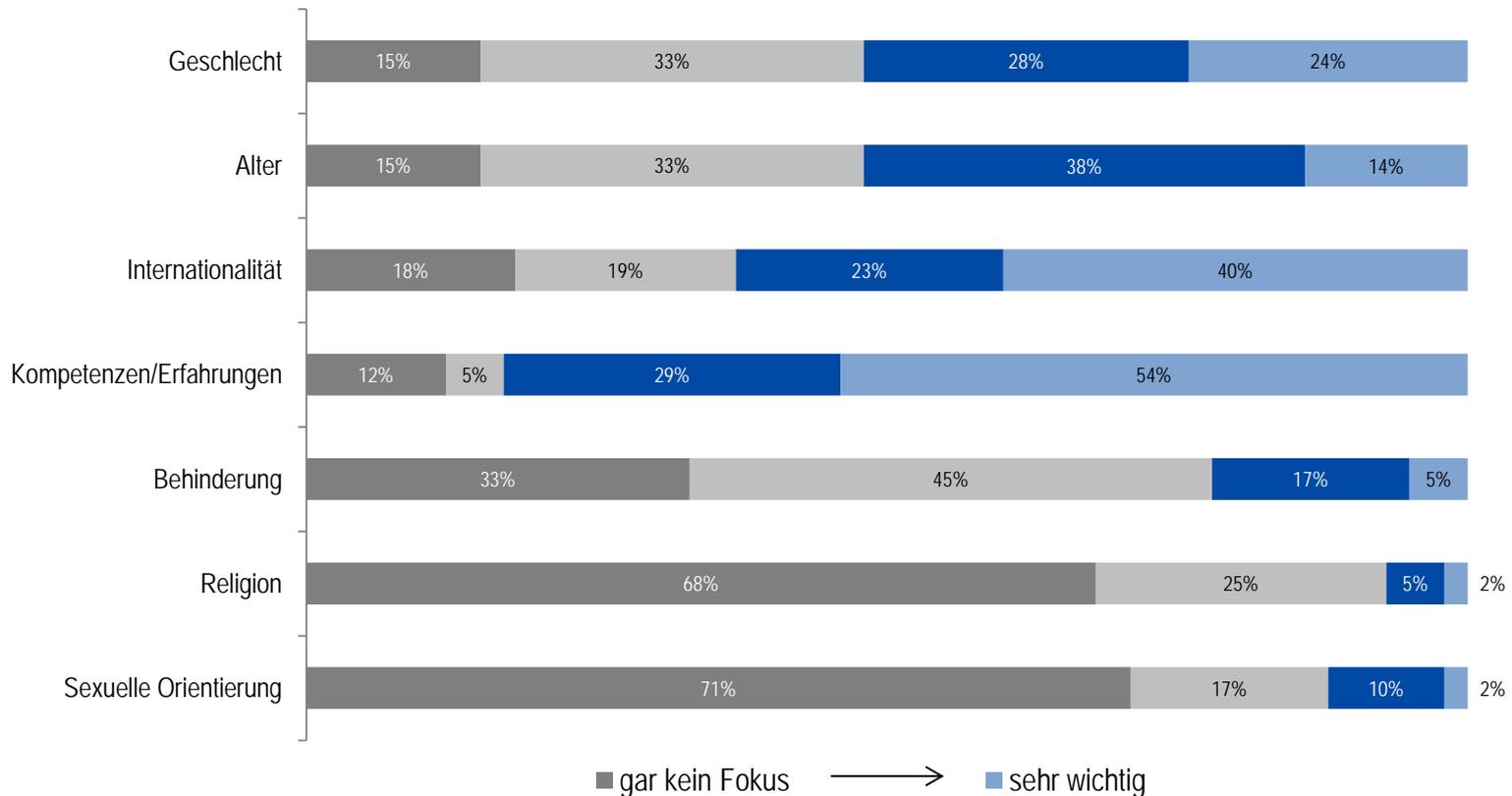


» Diversity

» Wie beurteilen Sie folgende Aussagen zu Diversity?



» Welche Bedeutung haben die folgenden Dimensionen im Rahmen Ihrer Diversity-Ausrichtung?



» Diversity

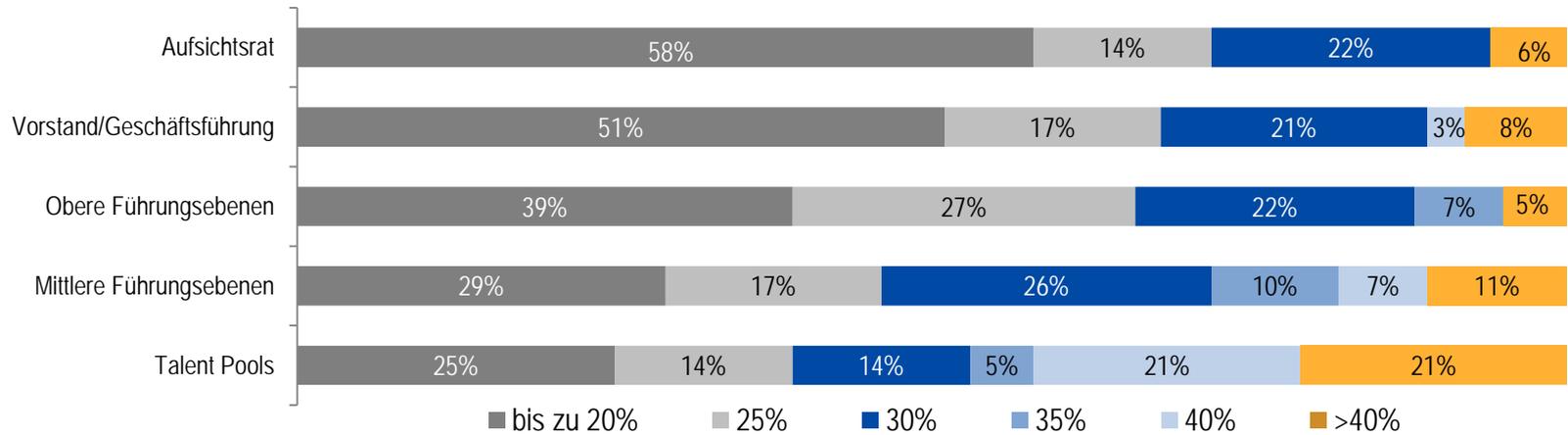
Das Thema Diversity ist nach wie vor in aller Munde: Doch wie gehen die Unternehmen und Personalentscheider mit diesem Thema um, während diese die Priorität im Rahmen der Personalarbeit eher weiter hinten einordnen?

So gibt rund mehr als die Hälfte der Befragten an, das in ihrem Unternehmen bisher noch keine dezidiert Diversity-Strategie entwickelt worden ist. 40 Prozent gehen davon aus, dass in den kommenden Jahren eine gesetzliche Frauenquote festgelegt wird.

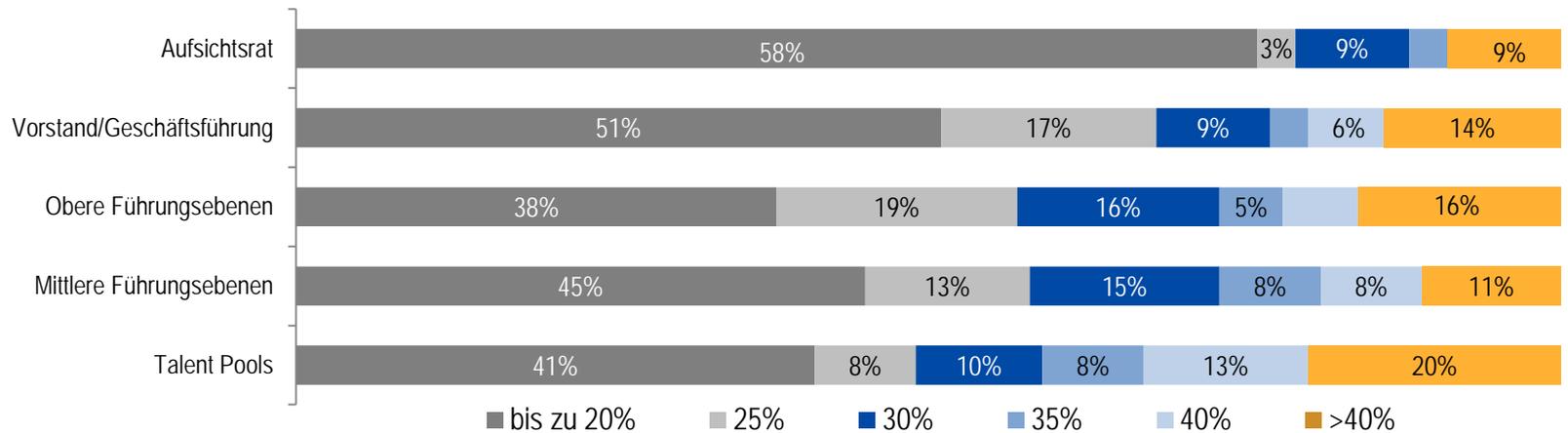
Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen gibt an, dass das Thema Diversity bereits Aufmerksamkeit in den Ebenen Vorstand und Geschäftsführung erhalten hat. Jedoch reflektieren gleichviele der Befragten, dass die HR-Prozesse und -Instrumente bisher noch nicht im Hinblick auf das Thema durchleuchtet worden sind. Für die Teilnehmer der Umfrage sind die Dimensionen Kompetenzen/Erfahrungen sowie Internationalität im Rahmen der Diversity-Ausrichtung am wichtigsten. Wenig Einfluss haben hingegen die sexuelle Orientierung sowie die Religion der Mitarbeiter bzw. Kandidaten.

» Frauenanteil und internationale Profile: Zielgrößen des Unternehmens

Was sind die Zielgrößen Ihres Unternehmens für einen Frauenanteil?



Was sind die Zielgrößen Ihres Unternehmens für einen Anteil internationaler Profile?



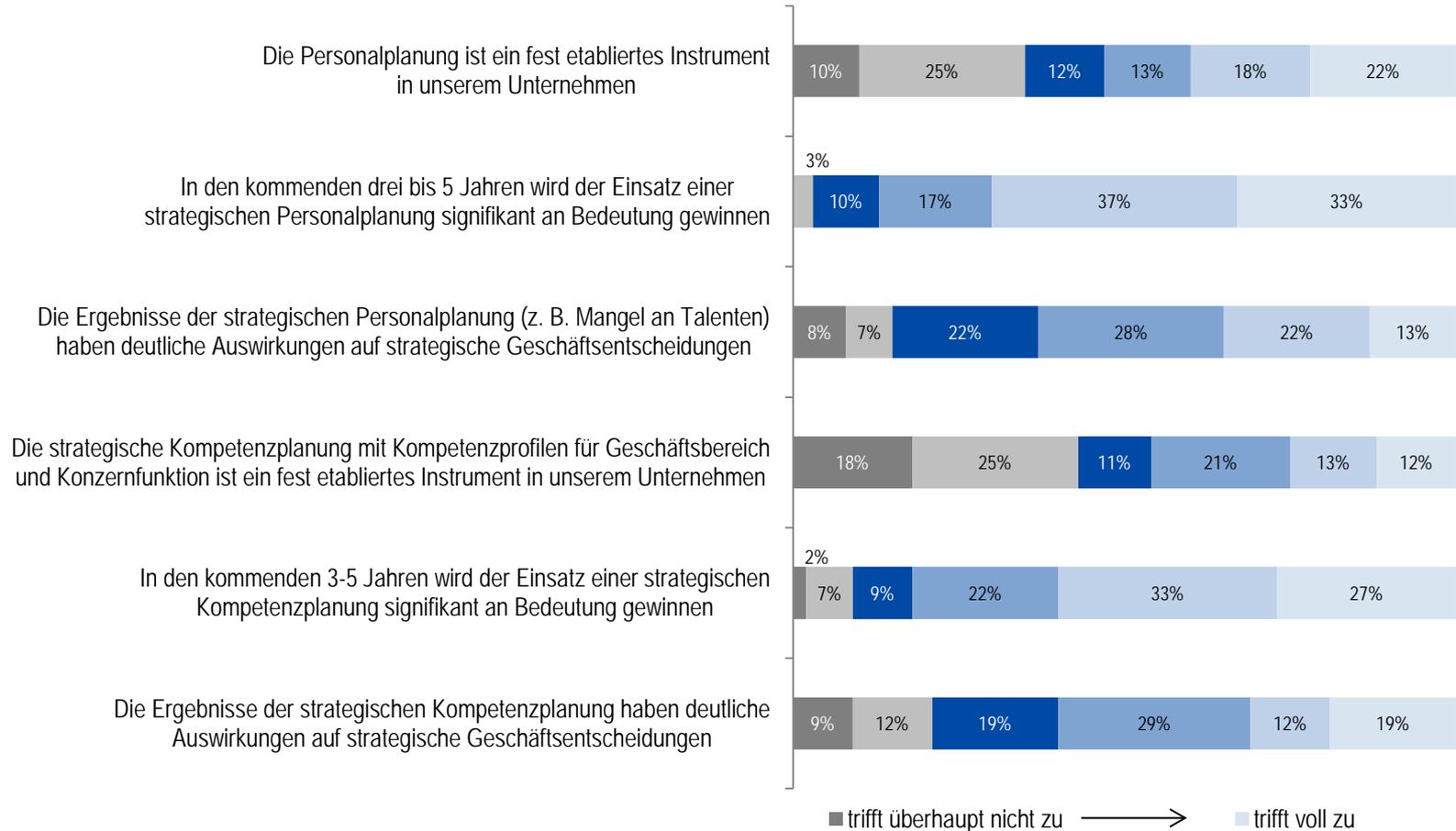
» Frauenanteil und internationale Profile

Auch wenn das Thema Frauenquote nun schon seit Jahren in aller Munde ist, bestätigt sich auch in diesem Fall der Trend nur mäßig: Je höher die Hierarchiestufe, umso geringer der angestrebte Frauenanteil. Geht es beispielsweise um Positionen im Aufsichtsrat, so streben nur sechs Prozent der befragten Unternehmen eine Quote von über 40 Prozent an. Beim Blick auf Bewerberpools sehen im Gegenzug bereits 21 Prozent der Teilnehmer eine solche Quote als realistisch.

Neben der Frauenquote wird auch der Anteil internationaler Mitarbeiter immer wieder diskutiert, und die Ergebnisse zeigen ein ähnliches Bild auf wie bei der Frage nach dem Frauenanteil: Gerade auf den höheren Ebenen sehen die Befragten einen eher niedrigen Anteil an internationalen Kollegen.

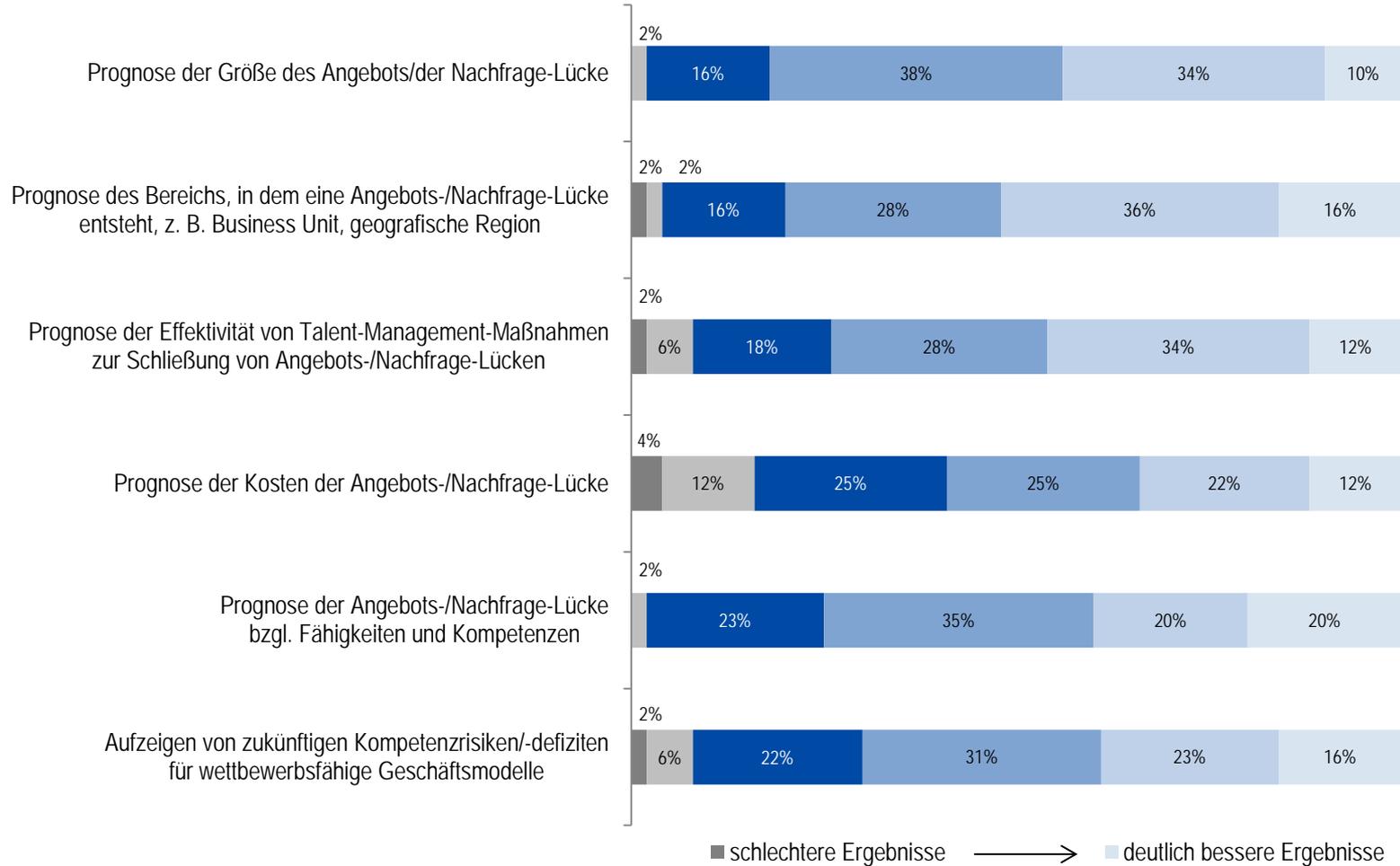
» Strategische Personal- und Kompetenzplanung

» Wie beurteilen Sie folgende Aussagen aus Sicht Ihres Unternehmens?



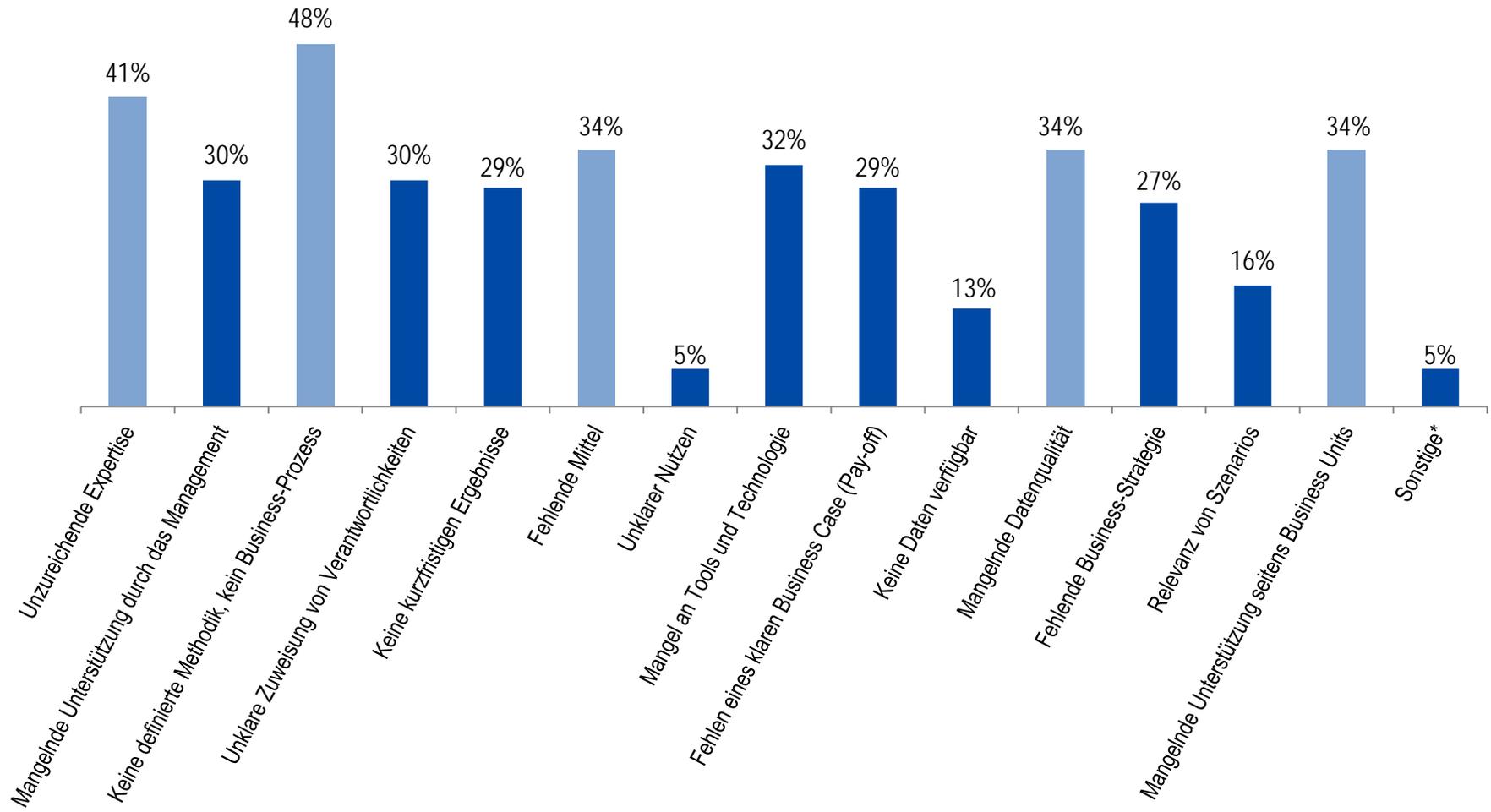


In welchem Umfang unterstützt die strategische Personal- und Kompetenzplanung Ihr Unternehmen darin, folgende Aufgaben zu präzisieren – im Gegensatz zu keinerlei Planung?





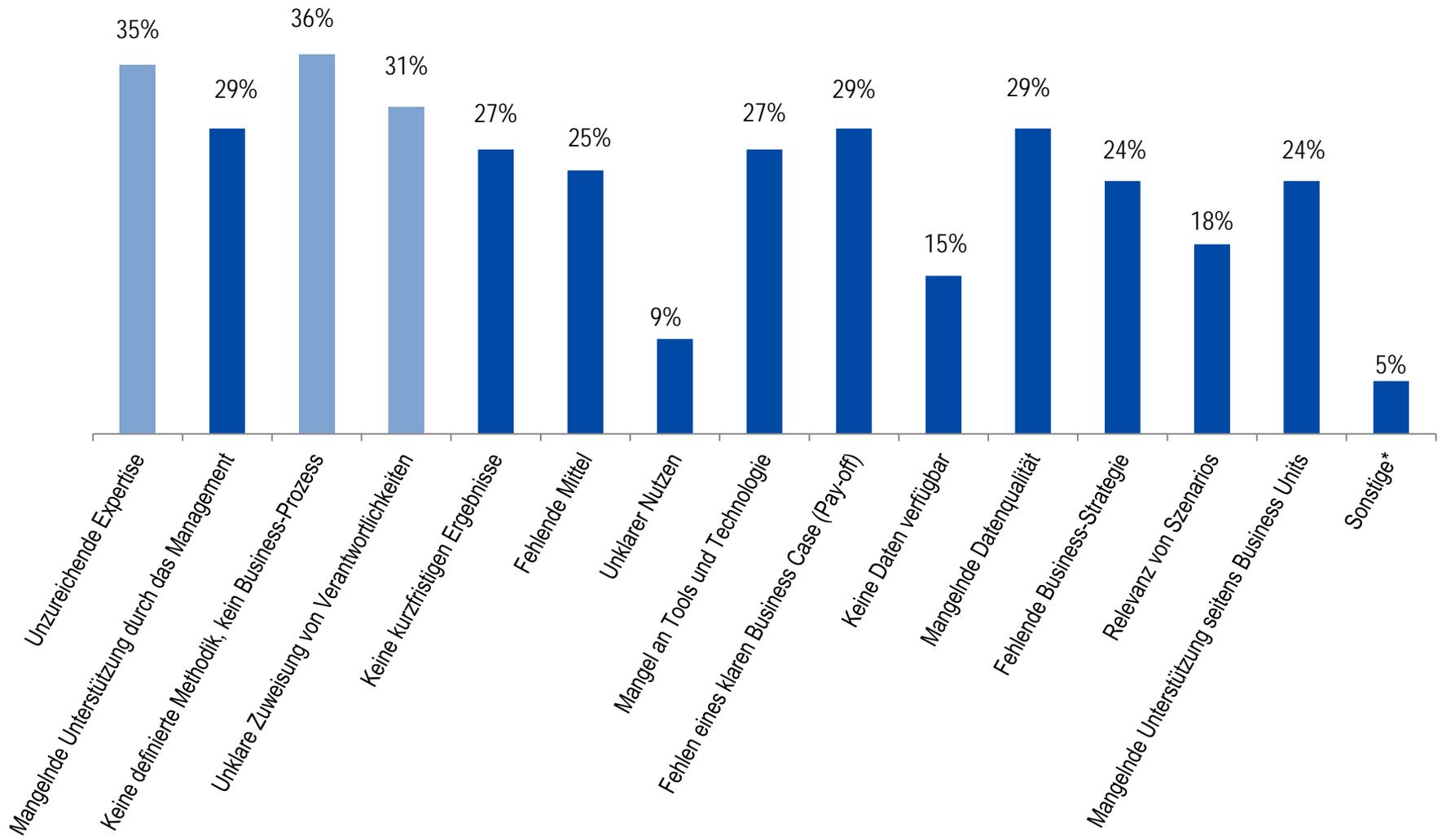
Welche Schwierigkeiten sind Ihnen in Verbindung mit strategischer Personalplanung geläufig?



* Nicht alle Business Leader denken long term, Transparenz im Großkonzern



Welche Schwierigkeiten sind Ihnen in Verbindung mit strategischer Kompetenzplanung geläufig?



* Veraltete Kompetenzmodelle, Betriebsratswiderstand & Datenschutzaspekte, kein long term thinking

» Strategische Personal- und Kompetenzplanung

Für mehr als die Hälfte der befragten Teilnehmer steht fest, dass die strategische Personal- und Kompetenzplanung in den nächsten drei bis fünf Jahren signifikant an Bedeutung gewinnen wird. Ebenfalls klar ist die Tatsache, dass die Ergebnisse der strategischen Personal- und Kompetenzplanung deutliche Auswirkungen auf strategische Geschäftsentscheidungen haben werden. Jedoch zeigt die Auswertung ebenfalls, dass beide Planungsinstrumente noch nicht fest in den Unternehmen verankert sind, hier kündigt sich also auch Nachholbedarf an.

Alle Befragte sind sich über den Wert einer funktionierenden Personal- und Kompetenzplanung im Klaren: Die Ergebnisse der Auswertung zeigen, dass sämtliche Prognosen zu Angebots- und Nachfragerücklagen effizienter erstellt werden können.

Als häufigste Schwierigkeit in der strategischen Personalplanung gaben die Befragten fehlende Business Prozesse bzw. Methoden an. Auch unzureichende Expertise macht den Teilnehmern der Studie Sorgen. Bei der strategischen Kompetenzplanung sehen die Einschätzungen ähnlich aus, hier folgt unmittelbar auf den zweiten Platz jedoch noch die unklare Zuweisung von Verantwortlichkeiten als große Hürde.

Ansprechpartner

Kienbaum Communications GmbH & Co. KG
Ahlefelder Straße 47
51645 Gummersbach

Erik Bethkenhagen

Fon +49 2261 703-579
Fax +49 2261 703-639
erik.bethkenhagen@kienbaum.de

kienbaum-communications.de