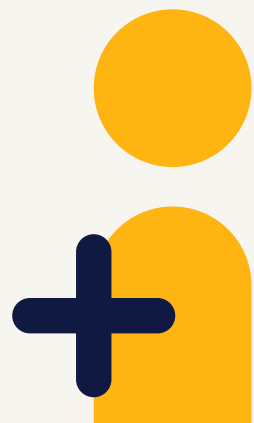


Randstad Deutschland (Hrsg.)  
Whitepaper

# NEW WORK

Trendreport

## #3 – Employer Branding: So geht Arbeitgeber heute



human forward.

 randstad

# Liebe Leserinnen und Leser,

qualifiziertes Personal ist Mangelware. Unternehmen gibt es wie Sand am Meer. Wie überzeugen Firmen Bewerber:innen, wenn diese immer schwieriger zu finden sind und ihre Erwartungen steigen? Es braucht einen Perspektivwechsel: Arbeitgeber auf Augenhöhe mit Arbeitnehmer:innen – und zwar nicht erst in fünf Jahren.

Den Blickwinkel zu ändern und neue Lösungen zu denken, darum geht es in diesem Trendreport. Unser New Work Thema: „So geht Arbeitgeber heute“. Heute ist nicht alles anders. Menschen arbeiten, um Geld zu verdienen. Sie wollen einen sicheren Job. Aber ihnen sind gesellschaftliche Themen wie Nachhaltigkeit auch wichtig. Sie wollen mehr Purpose. Sie wollen vor allem selbst Einfluss nehmen – Impact haben – und mit ihrem Tun und ihren Ideen gesehen werden. Kurz: Arbeiten, um zu leben, statt leben, um zu arbeiten. Das ist die neue Einstellung von Arbeitnehmer:innen, die uns Arbeitgeber beschäftigt. Und das ist gut so.

Wir brauchen einen Perspektivwechsel hin zu einem agileren Arbeitgeber-Arbeitnehmer:innen-Verhältnis. Und dabei unterstützen uns in diesem Trendreport viele kompetente Experten. Ihre Beiträge helfen uns, besser zu verstehen, was insbesondere junge Berufstätige im Job eigentlich wollen. Und wieso es uns älteren Kolleg:innen und Vorgesetzten so schwer fällt, ihnen richtig zuzuhören. Was wir Arbeitgeber beim Recruiting und Onboarding besser machen können. Wo es noch nicht so ganz rund läuft und was in Zukunft wichtig werden wird, das zeigen diverse Studien.

Machen wir uns nichts vor: Es tut weh, sich als Arbeitgeber kritischem Feedback zu stellen. Aber genau das ist extrem wichtig; nur so kommen wir weiter. Wenn unser Trendreport dabei hilft, Grenzen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmer:innen, zwischen Alt und Jung, aber auch zwischen HR und neuen Bereichen und Ideen einzureißen, freuen wir uns. Mehr Dialog für ein offeneres und flexibleres Miteinander im Job: das ist unser Ziel.

Viel Inspiration und Spaß beim Lesen wünscht



Richard Jager  
CEO Randstad Deutschland



## Tipp



Wenn Sie dieses Fingerabdruck-Symbol auf einer der folgenden Seiten sehen, klicken Sie doch einmal darauf! So gelangen Sie zu weiteren Informationen wie z.B. Videos, Websites oder Verweise innerhalb des Whitepapers.

# Inhalt

## Auf einen Blick



### 1. Was wollen Bewerbende von Leben, Beruf und Arbeitgeber?



- Mein Haus, mein Auto, mein Boot? Was sich Arbeitnehmende wünschen 04
- GenZ: Sie sind jung und brauchen das Geld nicht unbedingt 05
- Interview mit „GenZ-Flüsterer“ Charles Bahr: Welche Wünsche hat die GenZ? 06
- TikTok statt Stellenanzeige? Wo Arbeitnehmer:innen heute nach Jobs suchen 07

### 2. Arbeitgeber: „Ich bewerbe mich bei Ihnen auf die ausgeschriebene Qualifikation“



- So rekrutieren Unternehmen neue Mitarbeiter:innen 08
- Active Sourcing, na klar! Aber wo? 09
- Was hat HR mit Marketing zu tun? 10
- Womit wecken Job-Angebote das Interesse von Bewerbenden? 11

### 3. Bewerbende: „Warum wollen Sie mein Chef werden? Und wie wollen Sie es bleiben?“



- Arbeitnehmende auf dem Absprung? 12
- Interview mit „Karriereguru“ Tobias Jost: Arbeitgeber sprechen Bewerbende mit Geschichten und Persönlichkeiten an 13
- Wie finden Unternehmen und Bewerbende zusammen – und wie nicht? 14
- Ghosting im Bewerbungsprozess 15
- Onboarding: Gutes Zeugnis für Arbeitgeber 16

### 4. Wie sich Arbeitgeber zukunftsfähig aufstellen



- Wie wichtig ist die Digitalisierung bei der Mitarbeiterbindung? 18
- Führungskultur und die Vertrauensfrage Homeoffice 19
- Fachkräften durch Diversität mehr Karrierechancen bieten 20

### 5. Quellenangaben



21





# 1. Was wollen Bewerbende von Leben, Beruf und Arbeitgeber?

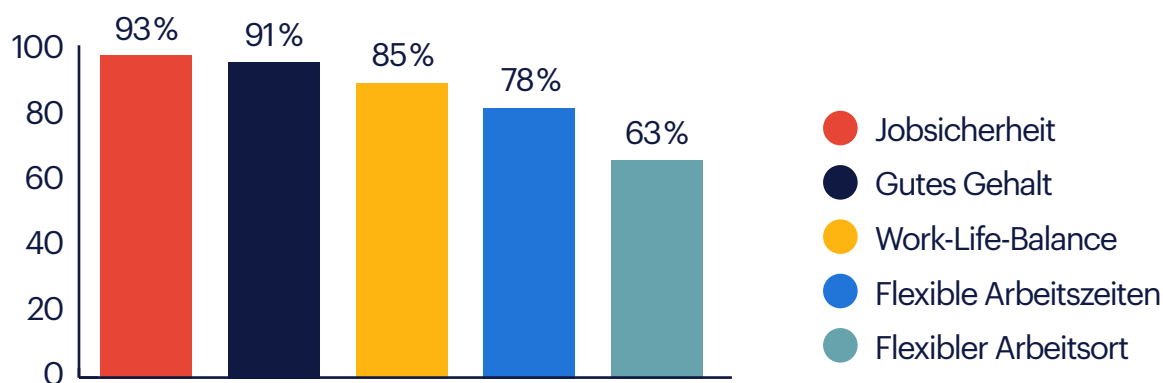
Der Mangel an Arbeitskräften dominiert die Situation in und außerhalb von Unternehmen. Während der Talent Pool immer kleiner wird, wachsen die Erwartungen bei Arbeitnehmer:innen – und zwar insbesondere bei der GenZ. Wir zeigen, was sich Arbeitnehmende heute von ihrem Job wünschen und was Arbeitgeber unternehmen, um sie zu überzeugen.

43%

der deutschen Unternehmen können offene Stellen nicht besetzen und leiden infolgedessen unter einer Behinderung der Geschäfte.

Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung Q4 2021

## Mein Haus, mein Auto, mein Boot? Was sich Arbeitnehmende heute wünschen:



Quelle: Randstad Arbeitsbarometer, 1. Hj. 2022

40% würden keinen Job annehmen, der ihnen keine Standort-Flexibilität bietet.

44% würden einen Job kündigen, der sie davon abhält, ihr Leben zu genießen.

Quelle: Randstad Arbeitsbarometer 1. Hj. 2022



4



Mehr zu den  
Job-Erwartungen:





## GenZ: Sie sind jung und brauchen das Geld nicht unbedingt

Die GenZ formuliert höhere und vor allem andere Erwartungen an Arbeitgeber als alle Generationen zuvor. Dabei ist sie sogar bereit, aus idealistischen Motiven persönliche Nachteile in Kauf zu nehmen:

**50%** der 18-24-Jährigen würden einen Job nicht annehmen, wenn sich das Unternehmen nicht proaktiv für mehr Nachhaltigkeit einsetzt.

*Quelle: Randstad Arbeitsbarometer 1. Hj. 2022*

**33%** wären lieber arbeitslos als unglücklich im Job.

*Quelle: Randstad Arbeitsbarometer 1. Hj. 2022*





Welche Wünsche hat die GenZ?  
Welchen Wertvorstellungen folgt sie?  
Richard Jager, CEO Randstad,  
hat mit jemandem gesprochen,  
der es wissen muss:

„GenZ-Flüsterer“ Charles Bahr:

Ist meine  
Generation dreist, weil  
sie sich herausnimmt,  
auch im Job  
glücklich zu sein?



Charles Bahr

ist Experte für die Wünsche und Wertvorstellungen der GenZ. Mit nur 16 Jahren gründete er die Marketingagentur Project Z, die Unternehmen bei Marketing und Personalfragen rund um die GenZ berät. Nach verschiedenen weiteren Stationen arbeitet Bahr derzeit am Aufbau eines neuen Start-ups: einer Plattform für junge Menschen im Bereich Nachrichten und Meinungen.

“ Viele Arbeitgeber waren der Auffassung, dass Maschinen schneller Menschen ersetzen werden, als die Generation Z den Arbeitsmarkt betreten wird. Falsch gedacht. Wir wollen ernst genommen werden. Wir arbeiten gerne und viel. Vor allem aber an dem, was uns Spaß macht – und erfüllt. Dafür erwarten wir in unserem Job auch, die Tools dafür mit an die Hand gegeben zu bekommen. Tools müssen nicht technisch sein: Flexible Arbeitszeiten, Remote Work und echte Kommunikation auf Augenhöhe gehören für uns genauso mit dazu.

Doch wir erleben dabei einen radikalen Umbruch. Unsere Tools verfolgen nicht mehr das unmittelbare Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens zu erhöhen. Stattdessen sind sie dafür wichtig, die mentale Gesundheit sicherzustellen. Und zwar von uns allen.

Unsere Anforderungen sind die Basis dafür, die beste Version von uns selbst zu sein. Mit diesem Update gehen wir unserer Arbeit nicht nur produktiver, sondern auch glücklicher nach.

Also, liebe Unternehmen, bereitet euch auf uns vor. Wir sind früher da, als ihr denkt. Empfängt uns mit offenen Armen und nehmt uns ernst, dann treiben wir gemeinsam eine Mission im Rekordtempo voran. ”

Als **GenZ** wird die Generation der heute 18- bis 25-Jährigen bezeichnet. Vorangegangene Generationen sind die Millennials (26-41 Jahre), die GenX (42-57 Jahre) und die Boomer (58-64 Jahre).

Das komplette Gespräch finden Sie hier:





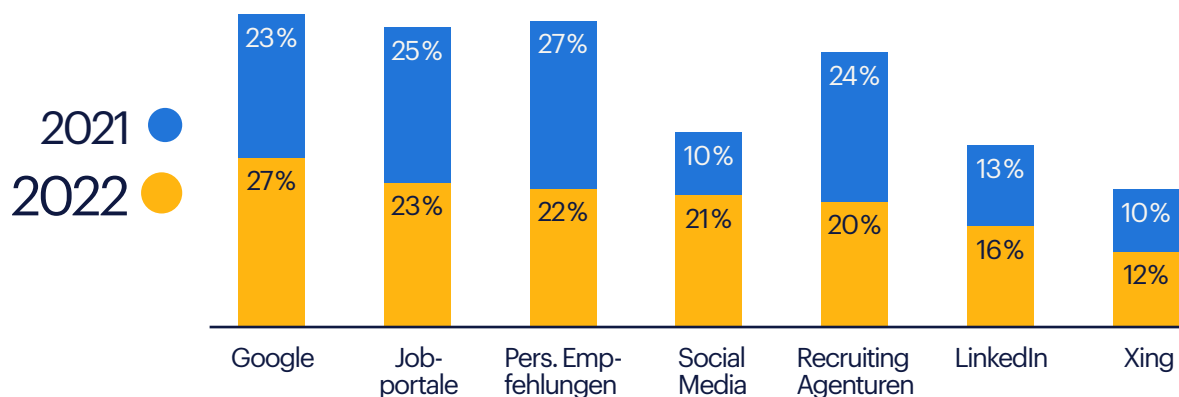
## TikTok statt Stellenanzeige?

### Wo Arbeitnehmer:innen heute nach Jobs suchen

Die gute Nachricht für alle Unternehmen und Betriebe: 19% aller Arbeitnehmer:innen waren laut Randstad Employer Brand Research 2022 in der ersten Jahreshälfte bereit zu einem Jobwechsel.

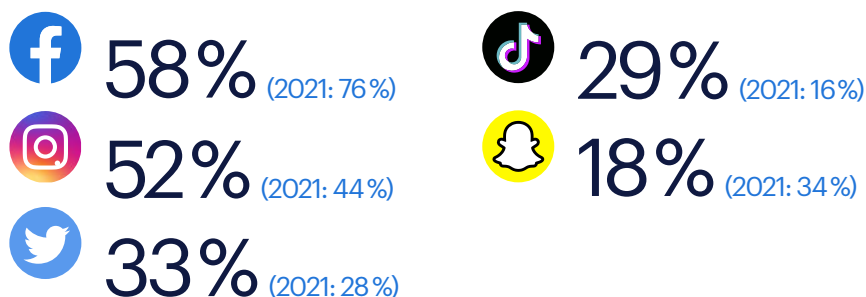
Die schlechte Nachricht Das gilt möglicherweise auch für 19% ihrer eigenen Mitarbeiter:innen.

Aber wo suchen Arbeitnehmende heutzutage eigentlich nach ihrem nächsten Job?



Quelle: Randstad Employer Brand Research 2022

### Auf Social Media? Das heißt im Detail:



Spontaneität bei der Jobsuche wird ein zunehmend wichtiger Faktor. Denn viele Arbeitnehmende, insbesondere jüngere, sind zwar prinzipiell wechselwillig, aber nicht gezielt auf Jobsuche. Also müssen sie dort abgeholt werden, wo sie sich ohnehin aufhalten: auf Social Media. Dies gilt umso mehr, als dass insbesondere die GenZ es gewohnt ist, auf den Plattformen alle Informationen zu einem Thema zu finden – da darf das Stellenangebot also keine Ausnahme machen.



Verena Menne

Director Group  
Human Resources bei  
Randstad Deutschland.



## 2. Arbeitgeber: „Ich bewerbe mich bei Ihnen auf die ausgeschriebene Qualifikation“

Arbeitgeber sind die neuen Bewerber:innen. Der Arbeitskräfte- und Fachkräftemangel hat die Karten auf dem Arbeitsmarkt neu gemischt. Heute müssen Unternehmen und Betriebe aktiv um die Gunst der Arbeitnehmenden werben und sie von einer Stelle überzeugen. Welche Wege sie dabei beschreiten und worauf es beim Recruiting ankommt, zeigen wir hier.

### So rekrutieren Unternehmen neue Mitarbeiter:innen

84%

der deutschen Unternehmen setzen weiterhin auf die externe Stellenausschreibung – also eine klassische Jobanzeige,

44%

rekrutieren über die Arbeitsagentur,

40%

über interne Stellenausschreibung,

38%

nutzen Active Sourcing und

29%

Personalvermittlung.

Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung Q1 2022



## 2. Arbeitgeber: „Ich bewerbe mich bei Ihnen auf die ausgeschriebene Qualifikation“



Als **Active Sourcing** wird die gezielte und persönliche Ansprache von möglichen Kandidat:innen für die Besetzung einer Stelle bezeichnet, die sich nicht selbst beim Unternehmen beworben haben. Ziel ist der Aufbau einer persönlichen Beziehung, um die Kandidatin oder den Kandidaten für die Stelle und den neuen Arbeitgeber zu begeistern.

Active Sourcing, na klar!

Aber wo?

Mögliche Mitarbeiter:innen direkt ansprechen und überzeugen – das klingt nach einem guten Plan. Aber wo finden Unternehmen diese Kandidat:innen überhaupt? Und wessen Empfehlungen vertrauen Arbeitgeber?

So setzen Unternehmen die Recruitingstrategie derzeit ein:



77%

der Unternehmen vertrauen auf die Empfehlungen ihrer Mitarbeitenden.



34%

messen Karrierenetzwerken wie LinkedIn und Xing eine hohe Bedeutung bei.



36%

setzen auf Social-Media-Kanäle wie Facebook und TikTok.



31%

nutzen Kooperationen mit (Hoch-)Schulen.



16%

sind auf Karrieremessen präsent.

Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung Q1 2022



Die perfekte Kandidatin oder der perfekte Kandidat ist gefunden? Super! Für Personaler:innen beginnt damit aber erst die eigentliche Arbeit – denn die oder der potenzielle Mitarbeitende muss noch vom eigenen Unternehmen überzeugt werden. Das geht mit Gehalt, Benefits und natürlich spannenden Inhalten. Wir bei Randstad glauben aber vor allem an die menschliche Komponente und sind der Meinung: Am wichtigsten ist Vertrauen.

Doch wie fasst man Vertrauen? Wir sind überzeugt, es geht nur mit regelmäßigem Austausch auch im Bewerbungsprozess. So entsteht eine persönliche Bindung zur Kandidatin oder zum Kandidaten. Und das erhöht die Chance, dass sich die oder der Wunschbewerber:in am Ende für sie entscheidet. //



Brigitte Heßler

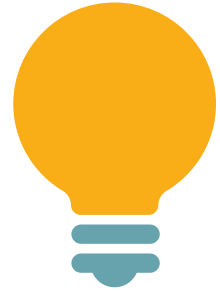
Head of HR Shared Services Randstad Deutschland.



## Was hat HR mit Marketing zu tun?

Alles!

Menschen überzeugen? Ein positives Image schaffen? Breitenwirkung erzielen? Das klingt nicht nur verdächtig nach Marketing, sondern ist es auch. Immer mehr Unternehmen vernetzen die HR- mit der Marketing-Abteilung, um bei der Bewerber:innen-Ansprache von ihrem speziellen Know-how zu profitieren.



Recruiting verändert sich derzeit rasant, und auf dem Arbeitnehmermarkt ist immer wieder eins gefragt: Kreativität! Denn kreative Kampagnen erhöhen nicht nur die Sichtbarkeit und Attraktivität des Stellengesuchs, sie transportieren zugleich ein modernes Image. Immer mehr Arbeitgeber setzen daher auf neue Wege und Formate, um potenzielle Bewerber:innen zu erreichen, und nutzen dazu das Know-how aus der Marketing-Abteilung.

## Wie HR von Methoden aus dem Marketing profitieren kann, weiß Nils Hansen:

“ TikTok, Twitter, Facebook? Na klar! Vielleicht sogar Reddit, Discord und Snapchat. Die Kanäle, auf denen Unternehmen nach den perfekten Kandidat:innen für eine Stelle suchen, sind vielfältiger als je zuvor. Für HR und Recruiting bringt das unzählige Herausforderungen mit sich: *Wie identifiziere ich in der User-Masse die richtige Zielgruppe? Wie erreiche ich sie? Und wie überzeuge ich sie?*“



Nils Hansen

Head of Performance Marketing & Campaigns bei Randstad Deutschland.

Bei der Beantwortung dieser Fragen ist der Wissensschatz aus dem Marketing eine unschätzbare Hilfe. Dazu gehört es, um die Eigenheiten der jeweiligen Kanäle zu wissen und spezifisch zugeschnittene Kampagnen zu entwickeln. TikTok etwa eignet sich aufgrund der eingeschränkten Granularität eher für generelle Kampagnen als für direkte, lokale Rekrutierungskampagnen.

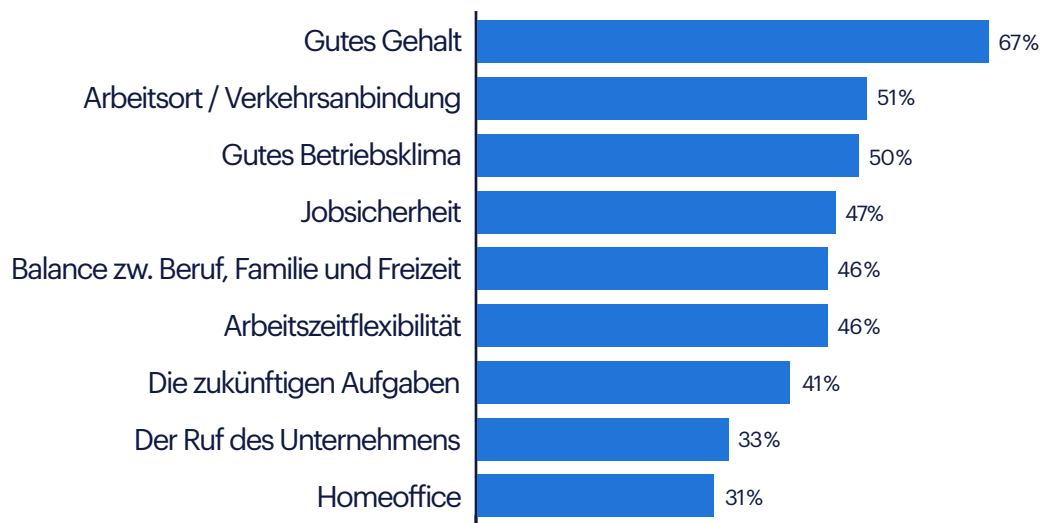
Um die Kanäle passgenau zu bespielen, ist es notwendig, in verschiedenen Formaten zu denken. Gerade Bewegtbild hat sich als wichtiger Faktor im Recruiting erwiesen, da Videos die User zum kurzen Verweilen einladen und damit Aufmerksamkeit erzeugen. Wird dann noch ein sympathisches Bild des Unternehmens gezeichnet, was am besten durch Formate mit echten Menschen gelingt, stehen die Chancen nicht schlecht, dass die User:innen zu Bewerber:innen werden. “



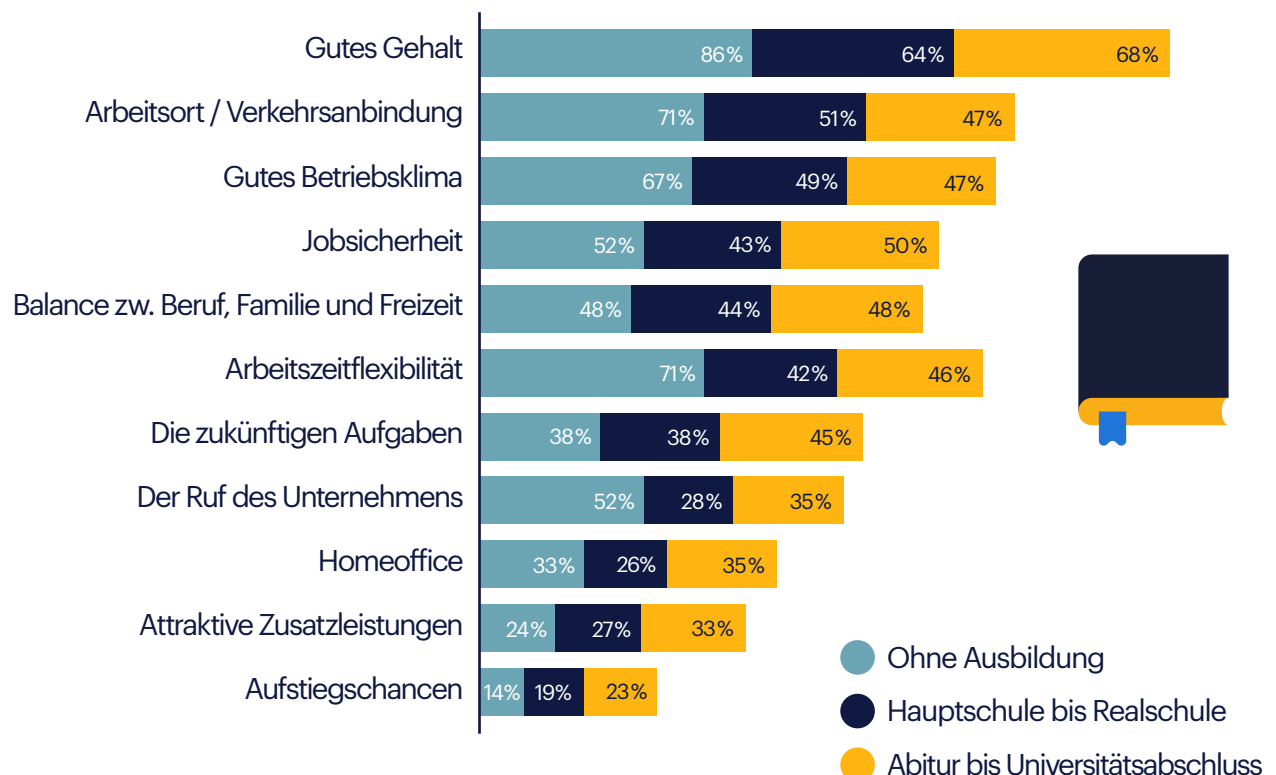
## Womit wecken Job-Angebote das Interesse von Bewerbenden?

Eine Stellenanzeige kann noch so kreativ sein – am Ende zählt ... ja, was eigentlich? Das haben wir Bewerbende in unserer großen Umfrage mit Mentefactum gefragt.

### Eine interessante Stelle zeichnet aus:



### Gewichtung nach Bildungsabschluss:



- Ohne Ausbildung
- Hauptschule bis Realschule
- Abitur bis Universitätsabschluss



### 3. **Bewerbende:** „Warum wollen Sie mein Chef werden? Und wie wollen Sie es bleiben?“

Wie finden und bleiben Arbeitgeber und Arbeitnehmer:innen heute zusammen? Kriselt es wirklich so schlimm zwischen beiden Seiten, wie der Arbeitskräftemangel vermuten lässt?

#### Arbeitnehmende auf dem Absprung?

**39%** der deutschen Beschäftigten denken übers Wechseln nach oder bewerben sich aktiv auf offene Stellen.

*Randstad Arbeitsbarometer 1. Hj. 2022*

**37%** der 16- bis 29-Jährigen haben schon einmal wegen eines besseren Job-Angebots eine laufende Bewerbung abgebrochen.

*Quelle: Randstad-Mente>Factum-Umfrage 2022*



Tobias Jost

alias „Karriereguru“ ist das „New Kid on the Block“ der HR-Szene.

Er gilt als reichweitenstärkster Social Media Creator im deutschsprachigen Raum rund um Themen zu Beruf und Karriere. Seine Videos werden von Schüler:innen, Student:innen und Berufseinsteiger:innen jeden Monat millionenfach geklickt.

#### Arbeitgeber sprechen Bewerbende mit Geschichten und Persönlichkeiten an

Was zeichnet den perfekten Arbeitgeber aus?

Gibt es ihn überhaupt?

Und wenn ja, gehören selbstironische **Videos auf TikTok** auch dazu, um insbesondere von jungen Arbeitnehmer:innen wahrgenommen zu werden?

Das haben wir Tobias Jost gefragt.

### 3. **Bewerbende:** „Warum wollen Sie mein Chef werden? Und wie wollen Sie es bleiben?“



## Das Fazit des TikTok Karrieregurus:

Unternehmen überzeugen Bewerbende mit Persönlichkeiten und Geschichten, die sie einzigartig machen.

“ Arbeitgeber, die Probleme haben, junge Talente zu finden, geben häufig an, dass es andere Player in ihrer Region gibt, die einfach mehr bieten, bessere Rahmenbedingungen haben. Das ist kein Wunder, wenn jede Firma ausschließlich über die Benefits kommuniziert und nicht darüber, was sie wirklich einzigartig macht, über ihre DNA.

Viele Unternehmen und deren Recruiter verstehen nicht, dass sie ins Marketing müssen und nicht in Sales. Indem man so lange Benefits bietet, bis der Bewerber endlich zusagt, bekommt man nur Mitarbeiter:innen, die beim nächstbesten Angebot wieder weg sind. Statt zu manipulieren kommt es darauf an, zu inspirieren; mit den Werten, der Mission des Unternehmens. Solche einzigartigen Geschichten hat jede Firma. Damit gewinnt man Follower:innen, die im Sinne der Firma arbeiten und auch durch Täler mitgehen. Die sind für die Firma viel wertvoller. ”

Das komplette Gespräch finden Sie hier:



Inspiriere und erzähle einzigartige Geschichten!



### 3. **Bewerbende:** „Warum wollen Sie mein Chef werden? Und wie wollen Sie es bleiben?“



## Wie finden Unternehmen und Bewerbende zusammen – und wie nicht?

Wir haben Bewerbende gefragt:

**Wie laufen die ersten Kontakte, der Bewerbungsprozess und das Onboarding so?**

Antworten darauf gibt eine Arbeitnehmerbefragung von Mente>Factum im Auftrag von Randstad Deutschland. (Stand: November 2022)

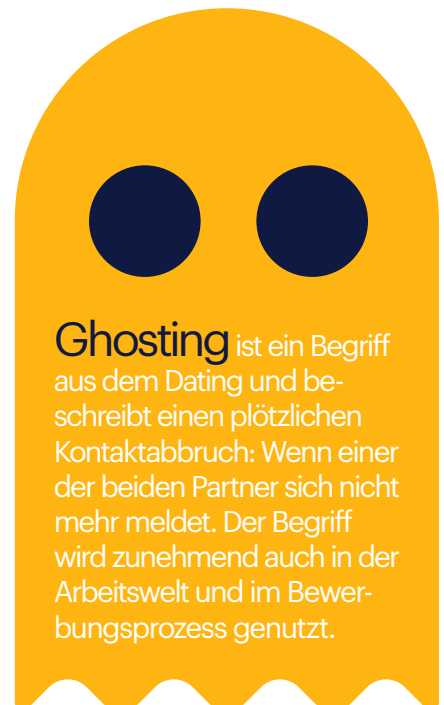
### Perfect Match oder Nope, Next?

**68%** der Bewerbenden erhielten Rückmeldung innerhalb von 2 Wochen auf die Bewerbung.

Genauso wie beim Dating kommt es häufiger mal vor, dass es beim Kennenlernen einfach nicht so richtig passt. Das ist aber nicht immer ein Grund fürs Ghosting: einen Abbruch des Bewerbungsprozesses, ohne etwas von sich hören zu lassen.

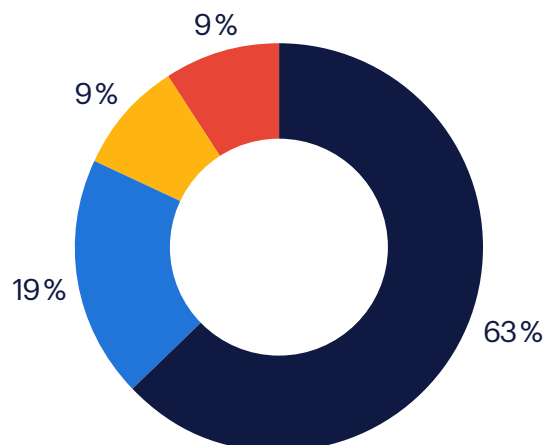


## Ghosten und geghostet werden



Bewerbende ghosten Unternehmen selten, wenn, dann sofort nach dem ersten Kontakt

- Noch nicht vorgekommen
- Nach dem ersten Erfahrungsaustausch
- Vor einem vereinbarten Vorstellungsgespräch
- Nach dem Vorstellungsgespräch



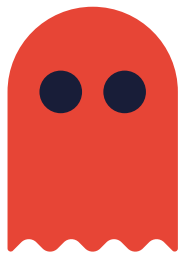
### 3. **Bewerbende:** „Warum wollen Sie mein Chef werden? Und wie wollen Sie es bleiben?“



## Die Top Gründe fürs Ghosting

**1** unzureichendes Gehaltsangebot

**3** besseres Jobangebot bekommen



**2** unpassende Rahmenbedingungen

**4**

schlechte Erfahrungen beim Vorstellungsgespräch

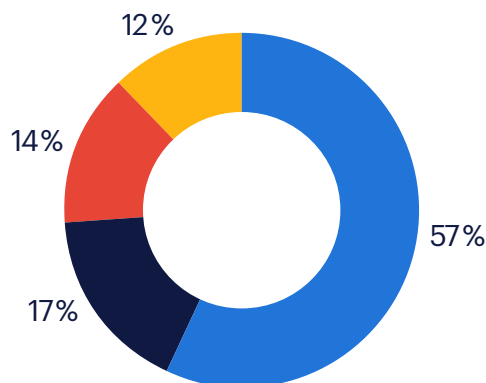


## Ghosting gehört sich nicht, oder?

**35%** der Bewerbende finden es okay, sich nicht mehr zu melden, denn: hätte sowieso nicht geklappt und spart Zeit für beide Seiten

## Sind Bewerbende von Unternehmen schonmal gehostet worden?

- ist noch nicht vorgekommen
- nach dem ersten Erfahrungsaustausch
- vor einem vereinbarten Vorstellungsgespräch
- nach dem Vorstellungsgespräch



### 3. **Bewerbende:** „Warum wollen Sie mein Chef werden? Und wie wollen Sie es bleiben?“

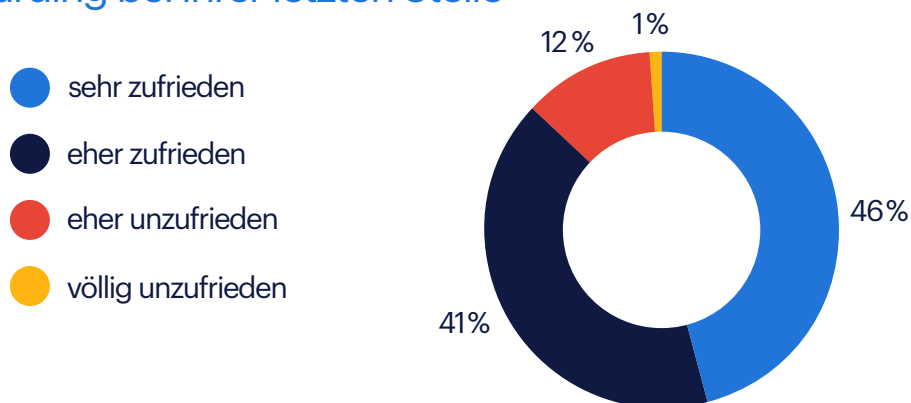


Ist der Bewerbungsprozess abgeschlossen und der Arbeitsvertrag unterschrieben, kommt der Realitätscheck in den ersten Arbeitswochen. So viele Bewerbende äußern sich positiv:

**49%** das Unternehmen hat fast alle Versprechen gehalten, die es während des Bewerbungsverfahrens gemacht hat, **45%** zu einem Großteil.

**57%** das Unternehmen hat die während des Bewerbungsverfahrens vermittelte Unternehmenskultur zu einem sehr großen Teil eingehalten, **31%** zumindest teilweise.

### So zufrieden waren Arbeitnehmende mit dem Onboarding bei ihrer letzten Stelle



### Gutes Zeugnis für Arbeitgeber

Seien wir mal ehrlich: Dass es heute auch auf dem Arbeitsmarkt nicht mehr stocksteif zugeht, ist doch eine gute Entwicklung. Sich ausprobieren und Erfahrungen sammeln, gehört zu den wichtigsten Entwicklungsschritten im Leben. Eine Chance ergreifen und dann im ersten Kontakt merken, dass es doch nicht richtig passt, ist ok. Obwohl ich finde, dass jeder eine offene Absage verdient hat. Unternehmen genauso wie Bewerber. Eine positive Feedbackkultur fängt im Bewerbungsprozess an.

Für Arbeitgeber gibt die Studie schon ein gutes Zeugnis. Versprechen einzuhalten ist enorm wichtig. Nur so bauen Arbeitgeber wirklich Vertrauen auf. Und wenn dann doch ein attraktives Jobangebot kommt, überlegen es sich die Mitarbeiter zweimal, ob sie wirklich kündigen. Weil der Job und das Unternehmen, in dem man arbeitet, eben mehr sind als ein Platz zum Geldverdienen. //



Richard Jager

CEO von  
Randstad Deutschland.





## 4. Wie sich Arbeitgeber zukunftsfähig aufstellen

Die Randstad-Mente>Factum-Studie hat gezeigt: Der Bewerbungsprozess funktioniert gut. Wie können Arbeitgeber darauf aufbauen und in den großen Themen der neuen Arbeitswelt attraktiv sein? Die folgenden Beiträge bieten Impulse für ein modernes Mitarbeitermanagement in Hinblick auf die Digitalisierung, die Führungskultur, die Vielfalt und die Personalarbeit.



DIGITAL



FÜHRUNGS-  
KULTUR



VIELFALT



## Wie wichtig ist die Digitalisierung bei der Mitarbeiterbindung?

Moderne Arbeitsausstattung, die richtigen Tools für den perfekten Workflow im hybriden Arbeiten und eine Führung, die Fingerspitzengefühl beim Remote-Mentoring beweist, das ist heute wichtig. Wie setzen Arbeitgeber hinter diesen Anforderungen einen Haken?

Gut **besser** digital



42%

der Unternehmen investieren in eine moderne Arbeitsausstattung, um für interne und externe Expert:innen attraktiv zu sein.

*Quelle: GULP Arbeitsleben Studie 2022*

## Digital Employee Experience

Welche Rolle sie bei der Mitarbeiterbindung spielt, erklärt Markus Singethan.

„Ein überzeugender Arbeitgebераuftritt profitiert von den digitalen Methoden des New Work Ansatzes. Denn New Work ist mehr als ein geflügeltes Wort. Allerdings sind viele Unternehmen der Meinung, dass die einfache Umstellung von einem festen Arbeitsplatz auf ein Desk-Sharing Modell genug wäre, um dieser neuen Arbeitsweise gerecht zu werden.“

DEX steht für „Digital Employee Experience“ und bezeichnet die ganzheitliche Erfahrung von Mitarbeitenden mit dem digitalen Arbeitsplatz. Wesentliche Bestandteile sind die freie Auswahl der genutzten Geräte, der einfache Zugang zu digitalen Tools, die IT-Sicherheit und die Option auf ortsunabhängiges Arbeiten. Diese spiegeln sich direkt in der Mitarbeiterzufriedenheit wider. Das ist im Umkehrschluss entscheidend dafür, ob neue Talente gewonnen, aber auch die aktuelle Belegschaft gehalten werden kann. Unternehmen sollten sich daher mit ihrer DEX-Strategie beschäftigen, damit sie ihre Wettbewerbsfähigkeit zukünftig nicht verspielen. „



Markus Singethan  
Head of HR GULP.

Den kompletten Beitrag  
finden Sie hier:





## Führungskultur und die Vertrauensfrage Homeoffice

Seit der Corona-Pandemie ist Remote Work zu einem besonderen Reizthema geworden. Viele Unternehmen haben ihr Homeoffice-Angebot ausgeweitet. Einige, vor allem größere Firmen, pochen auf die Präsenzpflcht. Viele Mitarbeiter:innen fühlen sich in ihrem Wunsch nach mehr Flexibilität zu wenig wahrgenommen.

## Homeoffice: Wirklichkeit trifft auf Wunsch

**62%** der deutschen Unternehmen bieten Homeoffice an –  
durchschnittlich 6,7 Tage im Monat.

Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung Q2 2022

**45%** der Arbeitnehmer:innen sind aktuell zufrieden mit der  
Standort-Flexibilität beim Arbeiten.

Quelle: Randstad Arbeitsbarometer 1. Hj. 2022

Wie fassen Arbeitgeber und Arbeitnehmer:innen wieder  
mehr Vertrauen zueinander?

Eine Intervention wagt Susanne Wißfeld,  
Geschäftsführerin bei Randstad Deutschland:



Susanne Wißfeld

Geschäftsführerin Business  
Innovations & Concepts  
bei Randstad.

“ Ob in der täglichen Zusammenarbeit oder im Recruiting und Onboarding: Die persönliche Qualität der Beziehung zwischen Führung und Mitarbeitenden entscheidet über den Erfolg des Unternehmens.

Ein vertrauensvolles und familiäres Miteinander ist jedoch keine Frage der Mitarbeiteranzahl. Vielmehr kommt es darauf an, welche Werte auf Führungsebene vorgelebt werden, insbesondere, was den Austausch angeht. Mitarbeitende mit Offenheit, Wertschätzung und sozialem Gespür abzuholen und zu begleiten, das ist entscheidend. “





### Fachkräften durch Diversität mehr Karrierechancen bieten

Durch den Fachkräftemangel rückt Diversity in den Fokus. Externes Personal ist schwer zu finden? Ein guter Grund mehr, sich auf die eigene Belegschaft zu konzentrieren. Für Arbeitgeber gilt es, alle ihre Mitarbeitenden zu Überfliegern zu machen. Mit einer Kultur der Offenheit fördern sie diverse Beschäftigte und binden sie langfristig an ihr Unternehmen.

„Führungskräfte, die offen mit ihrer sexuellen Orientierung und geschlechtlichen Identität umgehen, haben eine zentrale Vorbildfunktion für junge Menschen.“



#### Wie Unternehmen eine Kultur der Offenheit schaffen:

// Ganz bewusst gender-sensible, wertschätzende Sprache zu verwenden, ganz bewusst davon zu erzählen, wenn man auch privat Kontakte mit LGBT\*IQ Menschen hat; auch in die Firma reinzutragen, dass man mit dem Thema kein Problem hat – damit schafft man ein Klima, in dem sich Mitarbeitende trauen, sich an Führungskräfte zu wenden und sich zu öffnen.

Deshalb kommt es besonders darauf an, dass Führungskräfte einen offenen Umgang mit ihrer sexuellen Orientierung und geschlechtlichen Identität pflegen. Sie wirken als Vorbilder für junge Menschen, die sich öffnen wollen und oder Diskriminierung erfahren. ‚Auch wenn ich out bin, kann ich Karriere im Unternehmen machen‘ – das muss die Message sein.

Um diesen Wert glaubhaft zu kommunizieren, braucht es Kontinuität. Nur wer sich nicht nur punktuell, sondern ganzheitlich für Offenheit und Gleichberechtigung engagiert, wirkt als Arbeitgeber glaubwürdig – und attraktiv für Fachkräfte aus der LGBT\*IQ Community. //

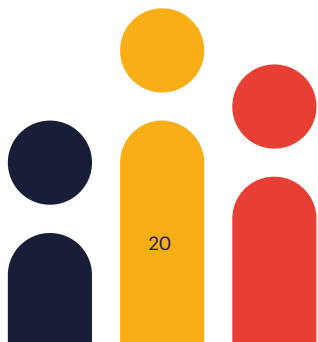
Albert Kehrer

Vorstand der PROUT@WORK Foundation. Dort ist er als erfahrener Coach für Führungskräfte und Manager tätig. Kehrer berät und begleitet zudem Unternehmen und Organisationen bei der Einführung und Umsetzung von nachhaltigen Lösungen für das Diversity Management.



Randstad ist seit 2021 Partner von PROUT@Work. Mit seinem Diversity-Council arbeitet Randstad kontinuierlich daran, in Sachen Vielfalt und Offenheit besser zu werden.

Den kompletten Beitrag finden Sie hier:





### Randstad-Mente>Factum-Befragung, November 2022

Befragt wurden 300 Arbeitnehmer:innen die sich in den vergangenen zwei Jahren auf eine Stelle beworben haben. Im Schwerpunkt ging es [in der Studie](#) um die Erfahrungen im Bewerbungsprozess und die Erwartungen an Unternehmen/Arbeitgeber.

### Randstad-ifo-Personalleiterbefragung

Vierteljährlich befragt das [ifo-Institut im Auftrag von Randstad](#) bis zu 1.000 Personalverantwortliche in deutschen Unternehmen unterschiedlicher Größen und Branchen zu Entwicklungen am Arbeitsmarkt.

### Randstad Employer Brand Research

Die [Erhebung zum Thema Employer Branding](#) wird jährlich in über 34 Ländern durchgeführt und erhebt jeweils Einschätzungen zu den

150 größten Unternehmen eines Landes. In Deutschland werden jedes Jahr fast 4.000 Arbeitnehmer:innen und Arbeitsuchende im Alter zwischen 18 und 64 Jahren befragt.

### Randstad Arbeitsbarometer

Der [Randstad Workmonitor](#) ist eine internationale Studie, die Arbeitnehmer:innen zu Erfahrungen und Erwartungen im Berufsleben befragt. Die Studie wurde 2003 eingeführt und deckt heute 34 Märkte auf der ganzen Welt ab. Die deutschen Ergebnisse werden als Randstad Arbeitsbarometer zusammengefasst.

### GULP Arbeitsleben

Die [GULP Arbeitsleben Studie](#) liefert seit 1999 Analysen zu beruflichen Kriterien und aktuellen Trends. Befragt werden sowohl Arbeitgeber und Projektanbieter als auch Freelancer:innen und Festangestellte aus den Bereichen IT, Engineering und Life Science.

#### Über Randstad

Randstad ist Deutschlands führender Personaldienstleister. Wir helfen Unternehmen und Arbeitnehmern dabei, ihr Potenzial zu verwirklichen, indem wir unsere technologische Kompetenz mit unserem Gespür für Menschen verbinden. Wir nennen dieses Prinzip human forward. In der Randstad Gruppe Deutschland sind wir mit 47.300 Mitarbeitern und 550 Niederlassungen in 300 Städten ansässig. Unser Umsatzvolumen umfasst rund 1,895 Milliarden Euro (2021). Neben der klassischen Zeitarbeit zählen die Geschäftsbereiche Professional Services, Personalvermittlung, HR Lösungen und Inhouse Services zu unserem Portfolio. Wir schaffen als erfahrener und vertrauensvoller Partner passgenaue Personallösungen für unsere Kundenunternehmen. Unsere individuellen Leistungs- und Entwicklungsangebote für Mitarbeiter und Bewerber machen uns auch für Fach- und Führungskräfte zu einem attraktiven Arbeitgeber und Dienstleister. Seit über 50 Jahren in Deutschland aktiv, gehören wir mit der Randstad Gruppe Deutschland zur niederländischen Randstad N.V. Ein Gesamtumsatz von rund 24,6 Milliarden Euro (Jahr 2021), rund 653.300 Mitarbeiter im täglichen Einsatz und rund 5.000 Niederlassungen in 38 Märkten machen unseren internationalen Unternehmenskonzern zum größten Personaldienstleister weltweit. Zu unseren nationalen Zweigstellen gehören neben der Randstad Deutschland GmbH & Co KG außerdem die Unternehmen Tempo Team, Gulp, Monster, twago, Randstad Sourceright, Randstad Outsourcing GmbH sowie Randstad Automotive und Randstad Financial Services. CEO ist Richard Jager.

#### Verantwortlich

Randstad Deutschland Pressestelle  
Frankfurter Straße 100  
65760 Eschborn  
Fon 0 61 96 / 4 08-17 0  
E-Mail: [presse@randstad.de](mailto:presse@randstad.de)  
[www.randstad.de](http://www.randstad.de)

Stand: Januar 2023

Weitere Presseunterlagen und Bildmaterial zum Herunterladen finden Sie auch im Internet unter [www.randstad.de/ueber-randstad/presse/pressedownloads](http://www.randstad.de/ueber-randstad/presse/pressedownloads)

