

GELD IST WICHTIG - ABER MACHT NICHT GLÜCKLICH

Wie sich das Bewerberverhalten von High-Skilled Talents durch die Pandemie verändert hat und welche Methoden Arbeitgeber jetzt nutzen können, um Bewerber zu überzeugen – hrConnectum ist dem im Rahmen eines Whitepapers auf den Grund gegangen.

Die Pandemie hat und hatte Auswirkungen auf jeden Aspekt unseres Lebens. Vor allem in der Arbeitswelt hat die Corona-Krise gravierende Spuren hinterlassen. Unternehmen befinden sich in einem Dilemma: Sie sind – ausgelöst durch Wirtschaftskrise, Digitalisierung, gesellschaftliche Ströme und Fachkräftemangel – in einem radikalen Umbruch und sind mehr denn je auf der Suche nach High-Skilled Talents. Und genau die sind auf dem Arbeitsmarkt stark nachgefragt und schwer zu finden.

High-skilled Talents, das sind top-ausgebildete Fach- und Führungskräfte aus dem Bereich der Wissensarbeit (MINT- und Managementberufe). Doch was sind die Ansprüche, die in der heutigen Zeit Angestellte an ihren Arbeitgeber stellen? Wie können sich Unternehmen den Zugang zu diesen gefragten Zielgruppen sichern und sie für sich gewinnen? Diesen Fragestellungen sind wir, das Team von hrConnectum, zusammen mit dem Marktforschungsinstitut dynata im Rahmen einer Studie nachgegangen. Die Ergebnisse haben wir in einem Whitepaper mit dem Titel „High-Skilled Talents“ zusammengestellt (Siehe Kasten).

FACHKRÄFTE SIND VERMEHRT AUF DER SUCHE

68 Prozent der Befragten waren vor Corona noch nicht auf der Suche nach einem neuen Job. Nach dem ersten Lockdown aber hat die Mehrheit der Studienteilnehmer:innen ihre Bemühungen um eine neue Stelle verstärkt. In der Befragung gaben 93 Prozent an, bei einem passenden Angebot nun offen zu reagieren.

Kandidat:innen sind nicht nur offener für Alternativen, sie bewerben sich auch häufig auf höhere Positionen mit den entsprechenden Gehaltssteigerungen. Es scheint als hätten sich Arbeitnehmer:innen während der Lockdown-Phasen mehr Zeit für die Selbstreflexion genommen und eigene Talente erkannt und ausgebaut. Die Umfrage zeigt auch: Die Hälfte der High-Skilled Talents hat die Pandemie tatsächlich genutzt, um ihre fachliche Kompetenz, wie etwa den Umgang mit der digitalen Arbeitsweise, zu erweitern. Zudem gaben viele Befragten an, Empathie, Eigeninitiative und weitere persönliche Fähigkeiten sensibilisiert zu haben.

Whitepaper

High-Skilled Talents – Wie sie ticken, was ihnen wichtig ist und wie Arbeitgeber sie gewinnen

Die Studie, die dem Whitepaper zugrunde liegt, wurde im Oktober 2020 vom Marktforschungsinstitut dynata im Auftrag von hrConnectum durchgeführt. Teilgenommen haben 405 Frauen und Männer zwischen 20 und 79 Jahren. 92,6 Prozent der Studienteilnehmer:innen sind in Vollzeit im mittleren oder oberen Management von Unternehmen verschiedener Branchen beschäftigt. Sie wurden zu ihrem Bewerbungsverhalten allgemein und nach der Corona-Krise befragt sowie zu Wünschen und Ansprüchen an Arbeitgeber und zum Stellenwert, den Arbeit in ihrem Leben einnimmt. Das Whitepaper mit den Studienergebnissen steht unter www.hrconnectum.com kostenlos zum Download bereit.

NICHT NUR DAS GEHALT SPIELT BEIM WECHSEL EINE GROSSE ROLLE

Was sich Bewerber wünschen, scheint auf der Hand zu liegen. Wenig überraschend ist ein höheres Gehalt nach wie vor die größte Motivation für einen Jobwechsel. Jedoch stehen zunehmend auch andere Punkte oben auf der Prioritätenliste. Ganze 38 Prozent der Befragten erhoffen sich herausfordernde Aufgaben im neuen Job und sehnen sich nach mehr Abwechslung statt Monotonie im Berufsalltag. Ein fest geplanter Tagesablauf oder strikte Zeiterfassung werden für Bewerber:innen immer mehr zum No-Go. Sie wünschen sich die Möglichkeit jederzeit aus dem Home-Office zu arbeiten und sogar 23 Prozent würden für flexible Arbeitszeiten den Job wechseln. Gerade diese beiden Punkte fördern eine gute Work-Life-Balance und ermöglichen Arbeitnehmern einen ausgewogenen Alltag, der auch zu Effizienzsteigerungen im Unternehmen führen kann.

Ganze 38 Prozent der Befragten erhoffen sich herausfordernde Aufgaben im neuen Job und sehnen sich nach mehr Abwechslung statt Monotonie im Berufsalltag.

Auch das Thema Transparenz steht auf der Wunschliste von High-Skilled Talents. Sowohl in der Gehaltsstruktur als auch bei der internen Kommunikation – ein offenes Umfeld fördert das Teambuilding, begünstigt einen vereinfachten Informationsfluss und damit ein lockeres, effektives Arbeiten. Klar ist, dass Mitarbeiterzufriedenheit wichtiger denn je ist. Denn ein zu-

friedener Mitarbeiter trägt dies auch über Unternehmensgrenzen hinweg weiter in sein persönliches Netzwerk. Über die Hälfte der Befragten geben an, genau deshalb nach einer neuen beruflichen Herausforderung zu suchen. Wird hier ein positives Unternehmensbild nach außen getragen, steigen die Chancen deutlich an, qualifiziertes Personal zu gewinnen.

NICHT JEDER AKTIVE BEWERBER IST ABER GLEICH AUCH EIN PASSENDER BEWERBER

Wie zu erwarten, finden die meisten Talente ihre neuen Jobs online – über Jobbörsen oder soziale Netzwerke wie LinkedIn und Xing. Diese bieten den Vorteil einer schnellen, persönlichen und unkomplizierten Kommunikation. Gleichzeitig spiegelt ein Arbeitgeber, der sich auf LinkedIn gut präsentiert, auch ein modernes Unternehmensbild wider und macht sich für Bewerbende somit attraktiver.

In der Umfrage gaben 43 Prozent der jungen Erwachsenen zwischen 20 und 39 Jahren an, ihren aktuellen Job über Social Media gefunden zu haben. Konkret heißt das: Wer verstärkt auf direkte Kontaktwege setzt, bietet Fachkräften eine niedrige Hemmschwelle für den Beginn des Bewerbungsprozesses. Je unkomplizierter das Verfahren, desto mehr Bewerber gelangen in den Prozess.

Nicht jeder aktive Bewerber ist aber gleich auch ein passender. Deshalb gewinnt die Zielgruppe der passiven Bewerber immer mehr an Bedeutung. Will man deren Aufmerksamkeit gewinnen, sollte man auf andere Wege wie zum Beispiel soziale Netzwerke und andere Direktansprache-Kanäle setzen. Wer hier Präsenz zeigt und der Bewerberzielgruppe einen Mehrwert bietet, kann die eigene Reichweite steigern und auch passive Kandidaten anlocken.

Wer verstärkt auf direkte Kontaktwege setzt, bietet Fachkräften eine niedrige Hemmschwelle für den Beginn des Bewerbungsprozesses. Je unkomplizierter das Verfahren, desto mehr Bewerber gelangen in den Prozess.

Der große Vorteil von alternativen Direktansprache-Kanälen ist die zielgerichtete Reichweite. Diese kann heutzutage auch abseits klassischer Personalvermittlungsmodelle kosteneffizient über digitale Direktansprache-Plattformen genutzt werden.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich der Bewerbungsprozess und das Arbeiten selbst nicht nur in die digitale Welt verschiebt, Fachkräfte fordern auch ein modernes Unternehmensbild als Grundlage für den neuen Job. High-Skilled Talents suchen fast ausschließlich online und oftmals in sozialen oder persönlichen Netzwerken nach einer neuen beruflichen Herausforderung. Hier gilt es Präsenz zu zeigen, um sowohl aktiv Suchende als auch passive Kandidaten zu erreichen. Und: Wie die Ergebnisse der Studie zeigen, müssen Unternehmen ihr Unternehmensbild mit den Wünschen und Vorstellungen der High-Skilled Talents in Einklang bringen, um diese wirklich zu gewinnen.

Autorin: Sophia Röpke

© hrConnectum, Sophia Röpke



Sophia Röpke ist Geschäftsführerin bei hrConnectum und verantwortet die operative Führung des Unternehmens sowie die strategische Weiterentwicklung. Mit hrConnectum unterstützt sie Unternehmen, in besonders engen Bewerbermärkten High-Skilled Talents zu finden und zu überzeugen. Vor hrConnectum arbeitete Röpke bei einer schwedischen Personalberatung in der Schweiz und betreute Kunden in den Bereichen Recruiting sowie bei Leadership & Development Programmen. Studiert hat sie zunächst in Erfurt und St. Petersburg, Russland, Staatswissenschaft und Slawistik und später in Zürich Religion-Wirtschaft-Politik.