

Marketing Insights (April 2015)

Employer Branding

Studiendesign

n=79 Online-Interviews unter OÖ Unternehmen (Mitglieder des MCL, Top 250 Unternehmen OÖ)

Durchführung durch Spectra Marktforschung im April 2015

Executive Summary

Die aktuelle Studie – durchgeführt bei den Mitgliedern des Marketing Club Linz und den Top 250 öö. Unternehmen (n=79) – zeigt, dass sich erst 12% der oberösterreichischen Firmen eingehend mit Employer Branding beschäftigt bzw. ein derartiges Projekt hinter sich haben. 30% der Unternehmen geben an, sich derzeit mit dem Thema zu befassen. 4% befinden sich dazu in der Planung. Mit anderen Worten: Fast die Hälfte der ÖÖ Unternehmen (46%) setzt auf Employer Branding. Der verbleibende Rest befindet sich in der Nachdenkphase bzw. sieht in dem Thema keinen Nutzen.

An der Spitze der Attraktivitätsfaktoren, welche die Befragten in ihrem Unternehmen derzeit als gegeben sehen, stehen die Entwicklungsmöglichkeiten durch Fort- und Weiterbildung (74%) gefolgt von einer attraktiven Unternehmenskultur (68%), flexibler und angepasster Arbeitszeitgestaltung (66%) sowie der Möglichkeit interner Netzbildung (66%). Die entsprechende Führungskultur im Unternehmen ist bei 62% gegeben. Auch Benefits und Vergünstigungen werden von mehr als der Hälfte der Befragten genannt, ebenso wie Sport- und Gesundheitsförderung. Bemerkenswert erscheint, dass nur 26% der befragten Unternehmen einen attraktiven Unternehmensstandort für ihre Firma als gegebenen Attraktivitätsfaktor sehen.

Die Wunschliste der Unternehmen hinsichtlich Attraktivitätsfaktoren ist dominiert von den Möglichkeiten, finanzielle Anreize zu schaffen (18% der Unternehmen würden sich diese im eigenen Unternehmen wünschen - nur 37% haben diese bisher) bzw. den (potenziellen) Mitarbeitern Familienfreundlichkeit zu bieten (16% Wunsch - 34% im Einsatz).

Die Schwierigkeit, Personal zu suchen bzw. zu gewinnen, wird immer größer. Für 41% stellte sich die Personalsuche und -gewinnung 2014 schwieriger dar als im Jahr davor. Wichtigster Grund dafür ist das Fehlen von Fachkräften am Markt (60%). Jedes dritte Unternehmen sieht seine Branche per se als hinderlich an.

Die Personalsuche findet in hohem Maße (81%) über Online-Plattformen statt. Offline stehen firmeninterne Ausschreibungen (66%) und Print-Inserate (61%) ganz vorne, gefolgt von der Empfehlung durch Kollegen (51%). Selten greifen die befragten Unternehmen auf die Services von Headhuntern (16%) zurück.

Assoziatives Umfeld "Employer Branding"

Frage 1: In den letzten Jahren hört man verstärkt und immer öfter vom „Employer Branding“. Wenn Sie Employer Branding mit Ihren eigenen Worten beschreiben sollten, wie würden Sie das tun? Schreiben Sie bitte in 2-3 Sätzen auf, was Sie unter Employer Branding verstehen, wie Sie Employer Branding beschreiben würden.

Basis: Unternehmen in OÖ

Arbeitgeberattraktivität

MA als Unternehmensbotschafter

Arbeitgebermarke

Mitarbeitergewinnung

Bester Arbeitsplatz

Mitarbeiterbindung

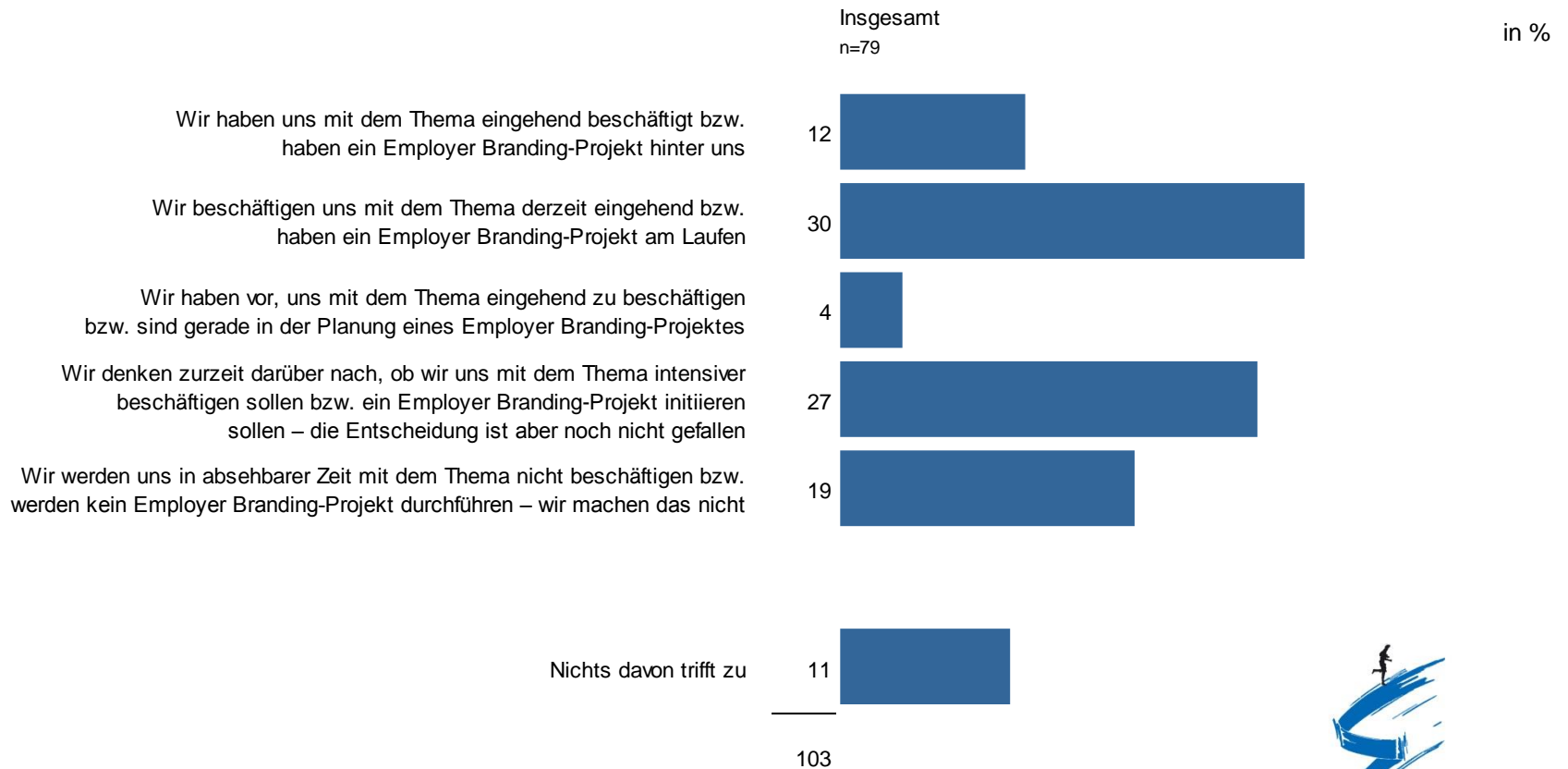
Positionierung nach Innen

MA als wichtigstes Kapital

Employer Branding in den OÖ Unternehmen

Frage 2: Was trifft hinsichtlich Employer Branding auf Ihr Unternehmen am ehesten zu?

Basis: Unternehmen in OÖ



Genutzte und gewünschte Attraktivitätsfaktoren und -maßnahmen

Frage 3: Employer Branding hat sehr viel mit Attraktivitätsfaktoren und Maßnahmen zu tun, die bestehende Mitarbeiter an das Unternehmen binden und potenziellen Mitarbeitern das Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv erscheinen lassen sollen. Welche der folgenden Attraktivitätsfaktoren und -maßnahmen sind in Ihrem Unternehmen im Einsatz bzw. gegeben – unabhängig davon, ob das im Rahmen eines deklarierten Employer Branding/Mitarbeiterbindungs-Projektes passiert oder nicht?

Frage 6: Welche dieser Attraktivitätsfaktoren und –maßnahmen würden Sie sich für Ihr Unternehmen am ehesten wünschen, um die Personalsuche und –gewinnung zu erleichtern?

Basis: Unternehmen in OÖ / n=79

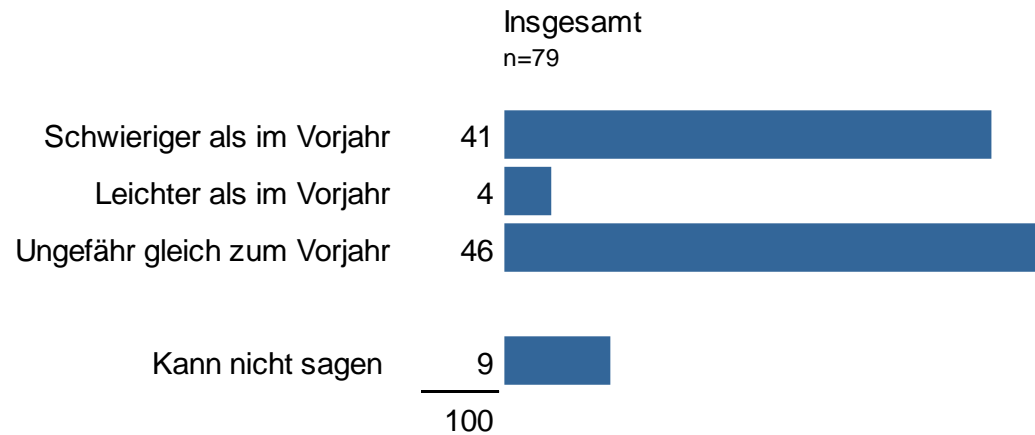
	Im Einsatz	Wünschenswert		Gesamtrelevanz	in %
Personalentwicklung/Fort- und Weiterbildung (zB Bildungskostenübernahme, Coaching, Schulungen, Seminare, Wissenstransfer,...)	74	6	=	80	
Führung (zB Aufgaben klar abgrenzen, Belastbarkeitsgrenzen beachten, Erfolge feiern, Leistung anerkennen, Team-Zusammenarbeit fördern, Visionen vermitteln,...)	62	14	=	76	
Arbeitszeitgestaltung (zB Gleitzeit, flexible Arbeitszeit, Sabbatical, Vertrauensarbeitszeit,...)	66	9	=	75	
Unternehmenskultur (zB Ethik, Werte, Ziele, Vision,...)	68	6	=	74	
Interne Netzwerkbildung (zB Betriebsausflug, Theatergruppe, Kulturelle Angebote, Tag der offenen Abteilungen, Betriebssportgruppe/Laufgruppe/.....)	66	3	=	69	
Sport- und Gesundheitsförderung (zB Belegschaftssport, (Zuschüsse zu) Sportkurse(n), Ernährungsberatung, Gesundheitscheck, Massagen,...)	56	9	=	65	
Benefits und Vergünstigungen (zB Arbeitgeberdarlehen, Fahrkostenzuschuss, Garagenplatz, Essensmarken, Mittagessen, Busdienst/Bring-Abholdienst, Tankgutscheine,...)	57	6	=	63	
Aufstieg und Karriere (zB Dual Ladder, Fachkarriere, Führungslaufbahn, Handlungsvollmachten, Jobenlargement/-enrichment/-rotation)	49	12	=	61	
Arbeitsorganisation (zB Home Office, Telearbeit, ...)	42	14	=	56	
Finanzielle Anreize (Bonuszahlungen, Erfolgsbeteiligung, leistungsbezogene Vergütung,...)	37	18	=	55	
Familienfreundlichkeit (zB Kinderbetreuung, Ferienbetreuung, Betriebskindergarten,...)	34	16	=	50	
Vorsorge (zB Altersvorsorge, Versicherungsprogramme,...)	38	7	=	45	
Place Branding/Attraktiver Unternehmensstandort	26	11	=	37	

Personalsuche 2014

Frage 4: Soweit Sie das beurteilen können. War die Personalsuche und –gewinnung in Ihrem Unternehmen im Jahr 2014 ...

Basis: Unternehmen in OÖ

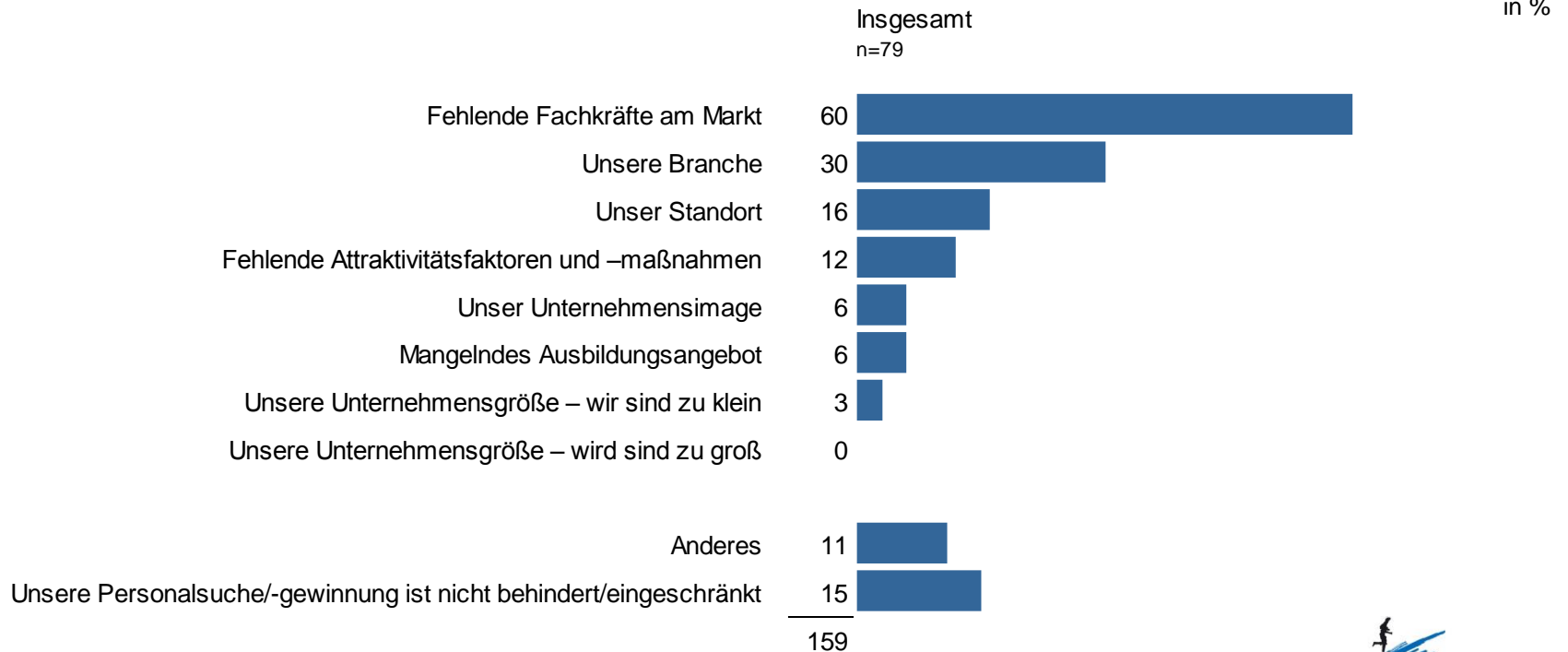
in %



Barrieren bei der Personalsuche

Frage 5: Unabhängig davon, wie sich die Personalsuche/-gewinnung im letzten Jahr dargestellt hat. Welche Aspekte behindern am ehesten die Personalsuche und -gewinnung in Ihrem Unternehmen?

Basis: Unternehmen in OÖ



Vorteile des Unternehmens(-Standortes)

Frage 7: Was spricht aus der Sicht Ihrer bestehenden und potenziellen Mitarbeiter für Ihren Unternehmensstandort? Was sind die Vorteile?

Basis: Unternehmen in OÖ



Nachteile des Unternehmens(-Standortes)

Frage 8: Und was spricht aus der Sicht Ihrer bestehenden und potenziellen Mitarbeiter gegen Ihren Unternehmensstandort? Was sind die Nachteile?

Basis: Unternehmen in OÖ



Kanäle der Personalsuche

Frage 9: Wenn Sie im letzten Jahr Personal aufgenommen haben, über welche Kanäle haben Sie die Personalsuche durchgeführt?

Basis: Unternehmen in OÖ

in %

