

Randstad Deutschland (Hrsg.)
Whitepaper

NEW WORK

Trendreport

#1 – Wofür arbeiten wir und was ist uns wichtig?



human forward.

 randstad

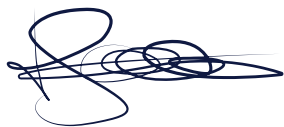
Liebe Leserinnen und Leser,

willkommen zur Zukunft der Arbeit. Ok, noch fliegen wir nicht mit Hoverboards ins Büro. Aber auch so sind schon diverse Überflieger unter uns, die den Wandel der Arbeitswelt täglich vorantreiben – mit tollen Ideen und Lösungen, wie Arbeiten richtig geht und vor allem richtig Spaß macht. Genau das ist es doch, was uns antreibt, oder? Miteinander unsere Leistung und Leidenschaft für ein gemeinsames Ziel einsetzen.

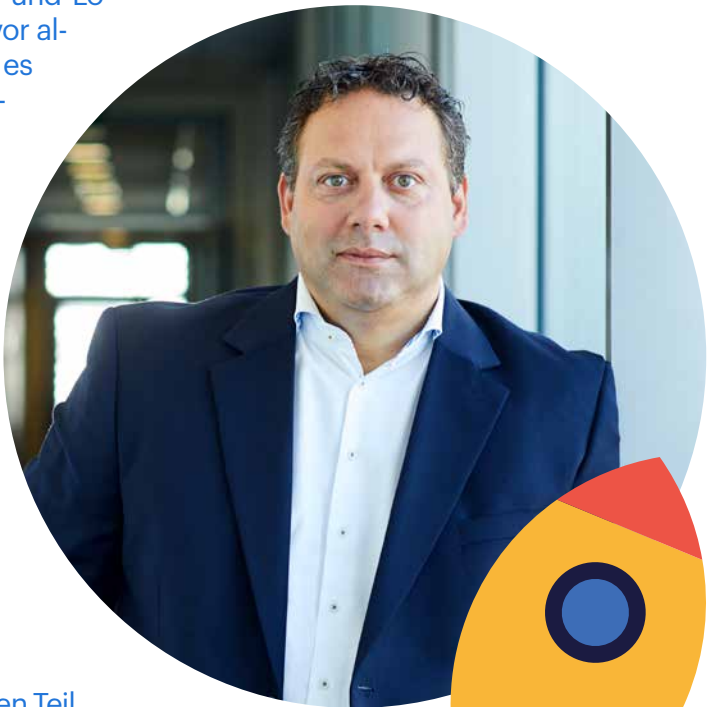
Zu diesen Themen haben wir gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut MenteFactum Beschäftigte in Deutschland befragt. Zusammen mit Ergebnissen aus weiteren Studien wie der Randstad Employer Brand Research und dem Randstad Arbeitsbarometer wollen wir ein Bild skizzieren, das dabei hilft, die Frage „Wofür arbeiten wir und was ist uns wichtig?“ zu beantworten.

Die Ergebnisse haben wir in diesem ersten Teil unserer New Work Trendreport-Serie zusammengestellt und mit Experteneinordnungen angereichert. So gehen wir der Frage auf den Grund, was den Wert unserer Arbeit ausmacht, und welche Faktoren dabei eine Rolle spielen.

Viel Spaß beim Lesen wünscht



Richard Jager
CEO Randstad Deutschland



Tipp

Wenn Sie diesen digitalen Fingerabdruck auf einer der folgenden Seiten sehen, klicken Sie doch einmal darauf! So gelangen Sie zu weiteren Informationen, wie z.B. Videos und Webseiten.

Inhalt

	1. Arbeiten, um zu leben – oder leben, um zu arbeiten?	04
	2. Endlich New Work – dank Corona?	06
	3. Home Sweet Homeoffice: diese Sache mit der Flexibilität	9
	4. Was im Job wirklich wichtig ist	12
	5. Generationen-Clash? Boomer und die Gen Z im Fokus	15
	6. Quellenangaben	18



1. Arbeiten, um zu leben – oder leben, um zu arbeiten?

Welche Rolle spielen Job und Karriere in unserem Leben?

Randstad hat in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut MenteFactum bei Arbeitnehmer:innen nachgefragt.

„Wer möchte das nicht: Geld verdienen mit einer sinnvollen Arbeit und dabei auch noch Spaß haben? Hier sind sich alle Generationen einig. Wenn es um diese Bedürfnisse geht, sind wir eben doch nicht so unterschiedlich, wie wir alle immer denken. Das heißt jedoch nicht, dass wir alle gleich sind.“

Bei genauerem Hinsehen stellen wir schnell fest: Die Identifikation mit dem Arbeitgeber ist für Ü30er wesentlich wichtiger als für jüngere Menschen. Jüngere Arbeitnehmer:innen sind distanzierter. Die Trennung von der eigenen Person zum Job ist größer; sie schotten Arbeit und Privatleben stärker voneinander ab. Gleichzeitig sind sie ich-bezogener, wenn es um die Karriere geht. Experte oder Expertin auf ihrem Gebiet zu sein und gesellschaftliche Anerkennung zu erlangen, sind für sie durchaus wichtiger.“

Richard Jager
CEO Randstad Deutschland



80% der Arbeitnehmer:innen arbeiten vor allem, um Geld zu verdienen.

74% der Beschäftigten möchten einen Sinn in ihrer Arbeit sehen.



70% der Berufstätigen legen Wert auf interessante und abwechslungsreiche Arbeitsinhalte.

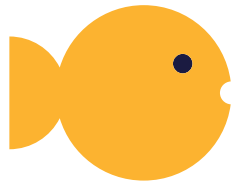
56% der Arbeitnehmer:innen empfinden ihren Beruf als wichtigen Teil ihrer Persönlichkeit.



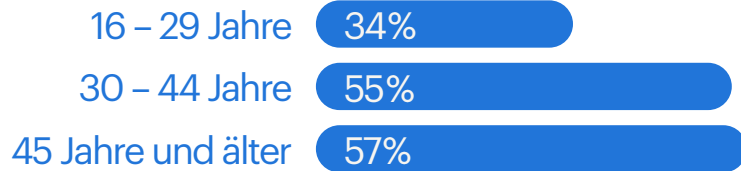
1. Arbeiten, um zu leben – oder leben, um zu arbeiten?



Deep-Dive – Randstad-MenteFactum-Arbeitnehmer:innenbefragung 2021



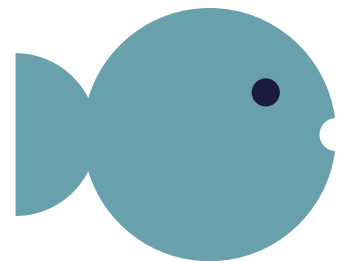
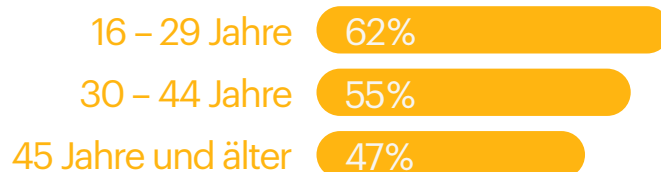
52% der Arbeitnehmer:innen identifizieren sich mit ihrem Arbeitgeber.



38% der Beschäftigten erachten es als wichtig, Arbeit und Privatleben vollständig voneinander zu trennen.



52% der Erwerbstätigen möchten sich für einen bestimmten Bereich als Expert:innen qualifizieren.



36% der Arbeitnehmer:innen streben eine Karriere als Führungskraft mit Verantwortung an.



43% der Beschäftigten möchten durch ihre Tätigkeit gesellschaftlich anerkannt werden.





2. Endlich New Work – dank Corona?

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben für einen Digitalisierungsschub in der Arbeitswelt gesorgt. Homeoffice und Video-Calls eroberten den Arbeitsalltag. Trägt die Pandemie dazu bei, New Work von einer Zukunftsvision zur gelebten Realität zu machen?

Digitalisierung – Der Mut zur digitalen Lücke wird nicht belohnt



Carsten Prieb
CIO Randstad Deutschland

„Corona hat dafür gesorgt, dass viele Unternehmen den digitalen Turbo angeworfen haben. Zeit, Ort, Rhythmus der Arbeitserbringung sind sehr viel variabler geworden, viel Interaktion findet virtuell statt. Beide Seiten gewinnen: Die Arbeit passt sich den Lebensumständen der Mitarbeiter:innen besser an und die Unternehmen können breiter Personal gewinnen. Die technischen Tools und Methoden wie Software-as-a-Service, Cloud und Video-Konferenzen gab es schon vorher, jetzt werden sie massiv genutzt und werden auch nicht mehr weggehen, weil die Vorteile offensichtlich sind.

Jetzt gilt es, die Lücken, die das Virtuelle hinterlässt, zu füllen: in der sozialen Interaktion, in der menschlichen Führung, in der innovativen Gruppendynamik. Die nächste Herausforderung des New Work ist somit die Anreicherung des physischen Miteinanders: Wie lässt sich die Arbeit im Büro als kooperatives und inspirierendes Event gestalten und aktiv nutzen?“

60% der Arbeitnehmer:innen sagen, Digitalisierung und moderne Technologien werden in Zukunft eine große Rolle spielen.
Quelle: Randstad-MenteFactum-Arbeitnehmer:innenbefragung, 2021

55% der Personalleiter:innen geben an, dass Corona einen positiven Einfluss auf den digitalen Wandel im Unternehmen hat.
Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung, Q2 2020

64% der Beschäftigten sagen, dass ihre Arbeitgeber in digitale Tools investieren, um sie im neuen Arbeitsalltag zu unterstützen.
Quelle: Randstad Arbeitsbarometer Covid-19-Edition, 2020





Flexibilisierung – Neues Lernen und schlechte Gewohnheiten ablegen



Andreas Bolder
Director Human Resources
Randstad Deutschland

„Die veränderte Arbeitswelt seit Corona bietet die einmalige Gelegenheit zu überdenken, wie wir unsere Arbeit erledigen und unsere Unternehmen führen. Wir erhalten die Möglichkeit, das Beste aus der Bürokultur beizubehalten und uns gleichzeitig von schlechten Gewohnheiten und ineffizienten Prozessen zu befreien. Sowohl der Arbeitgeber- als auch der Arbeitnehmerseite sollte jedoch bewusst sein, dass alle unsere aktuellen Erfahrungen nicht notwendigerweise das normale flexible Arbeiten widerspiegeln.“

Wir befinden uns in einer Ausnahmesituation, die wir nutzen sollten, um alle Vor- und Nachteile des flexiblen Arbeitens zu prüfen, für uns zu nutzen und Arbeitsweisen zu modernisieren. Viele Forschungsergebnisse zeigen, dass örtliche und zeitliche Flexibilität die Inklusion unterstützt, geschlechtsspezifische Lohngefälle verringert, Nachhaltigkeit fördert, talentierte Personen anzieht sowie Produktivität und Wohlbefinden steigert. Gleichzeitig gilt es aber auch zu bedenken, was dieser Wandel bedeutet. Um das eigene Wohlbefinden und Gesundheit zu erhalten, ist es für Beschäftigte unerlässlich, Resilienz aufzubauen und die Grenzen zwischen Beruf und Privatem aktiv zu bewahren.“

76% der Arbeitnehmer:innen können ihre Arbeitszeiten seit Corona flexibler an Familie und Arbeit anpassen.
Quelle: Randstad Arbeitsbarometer Covid-19-Edition, 2020

55% der Unternehmen weltweit ermöglichen es ihren Beschäftigten, sich zuerst auf ihre Familie zu konzentrieren.
Quelle: Randstad Sourceright Talent Trends Report, Q1 2021

67% der Personalleiter:innen sagen, dass Beschäftigte mit Kindern die Angebote zur Entzerrung von Arbeitszeiten nutzen.
Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung, Q4 2020

29% der Unternehmen haben digitale Kinderbetreuungsangebote für ihre Mitarbeiter:innen mit Kindern geschaffen.
Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung, Q4 2020





Weiterbildung – Was, wie und wo Menschen lernen, wird wichtiger



Dr. Christoph Kahlenberg
Leiter Randstad Akademie

„Die Corona-Pandemie hat uns noch deutlicher vor Augen geführt, was wir ohnehin wissen: Die Halbwertszeit von Wissen nimmt rapide ab. Schreitet der Strukturwandel künftig noch schneller voran, steigt der Qualifizierungsdruck weiter. Welche Qualifikationen sind künftig gefordert, um an der Arbeitswelt erfolgreich teilzuhaben? Vor dieser Frage stehen diejenigen, die weiter in Beschäftigung bleiben, genauso wie jene, die sich neu orientieren.

Antworten geben das Qualifizierungschancengesetz und das Arbeit-von-Morgen-Gesetz. Deren Ziel ist es, Weiterbildung großflächig zu fördern und die flexible Umsetzung von Qualifizierung im Alltag zu ermöglichen. Denn genau von diesem Alltag hängt alles ab. Wenn die Arbeit immer mehr Flexibilität erfordert, muss auch das Lernen flexibler werden. Nicht nur das „Was“, sondern auch das „Wie“ und „Wo“ des Lernens wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Wie können Arbeitnehmer:innen konkret und nachhaltig in den Erhalt ihrer eigenen Erwerbsfähigkeit investieren? Chancen bieten vor allem digitale Lernangebote, die zeit- und ortsunabhängig Arbeitnehmer:innen dabei helfen, sich neue Kompetenzen anzueignen. Flexibles Lernen bietet auch die Teilqualifizierung, bei der Berufsabschlüsse nachgeholt werden können.“

62% der Unternehmen messen digitalem Lernen eine steigende Bedeutung für den künftigen Geschäftserfolg bei.
Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung, Q4 2020

47% der Beschäftigten glauben, dass ihre Arbeitgeber bestrebt sind, ihnen bei der beruflichen Entwicklung zu helfen.
Quelle: Randstad Arbeitsbarometer, Hj. 1 2020

46% der Arbeitgeber weltweit fokussieren sich beim Personalmanagement auf die Förderung von Soft Skills.
Quelle: Randstad Sourceright Talent Trends Report, Q1 2021

37% der Arbeitnehmer:innen hatten Mühe, neue Skills zu lernen, um sich an das Arbeiten während der Pandemie anzupassen.
Quelle: Randstad Arbeitsbarometer, Hj. 2 2020





3. Home Sweet Homeoffice: diese Sache mit der Flexibilität

Der Realitätscheck: Wer will von Zuhause arbeiten? Und macht Homeoffice wirklich jeden Berufsalltag besser? Arbeitnehmer:innen und HR-Expert:innen geben Antworten.

Flexibles Arbeiten bedeutet individuelles Arbeiten. Wenn die Anforderungen der Arbeitswelt immer komplexer werden, gilt es, das Arbeiten ebenso individuell und anforderungsgerecht zu gestalten. Hier sind sowohl Arbeitgeber als auch Mitarbeiter:innen gefordert, um Lösungen zu schaffen, die für beide Seiten passen. Häufig hängt sich hierbei die Diskussion zu sehr am Homeoffice auf. Und am vermeintlichen Kontrollverlust, den einige Arbeitgeber in der Pandemie befürchtet haben.

Mobiles Arbeiten geht über das Homeoffice hinaus. Und flexibles Arbeiten bedeutet beispielsweise für berufstätige Eltern mehr als nur die Verlagerung des Arbeitsplatzes nach Hause – nämlich die flexiblere Einteilung der Arbeitszeiten.

So sieht der ideale Arbeitsalltag aus



9% der Beschäftigten wünschen sich, dauerhaft im Homeoffice zu arbeiten.



16% der Erwerbstätigen möchten lieber täglich im Büro arbeiten.



29% der Arbeitnehmer:innen legen Wert darauf, ihre Arbeitszeiten flexibel zu gestalten.



32% der Beschäftigten bevorzugen eine Kombination aus Homeoffice und Büroarbeit.

3. Home Sweet Homeoffice: diese Sache mit der Flexibilität



Stefan Scheller
HR-Experte und Gründer
von persoblogger.de

„Die Diskussionen rund um das Thema Homeoffice werden aus meiner Sicht deutlich zu kontrovers diskutiert. Mobile Arbeit generell ist per se weder gut noch schlecht. Stattdessen ist darauf zu achten, ob sie gut oder weniger gut zur konkreten Arbeitssituation oder einem Unternehmen passt. Wenn wir dies anerkennen und weder als „streng gläubige“ New Work Anhänger an die allwährende Überlegenheit der Selbstorganisation in den heimischen vier Wänden glauben, noch Angst davor haben, professionelle mobile Arbeit zu gestalten, ist der Weg in Richtung einer „hybriden Arbeitswelt“ geebnet. Aber bis dahin sind noch einige Herausforderungen zu meistern: zum Beispiel bei Führung auf Distanz. Diese erfordert den Spagat zwischen individuell empfundener Nähe und psychologischer Sicherheit sowie grundlegendem Vertrauen in die Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden.“

dener Nähe und psychologischer Sicherheit sowie grundlegendem Vertrauen in die Selbstwirksamkeit der Mitarbeitenden.

Oder aber der Umgang mit dem Präsenz-Fetisch der deutschen Führungskräfte, Themen wie Datenschutz und Datensicherheit sowie die Frage nach Gleichberechtigung und Chancengleichheit bei Weiterbildung, Karriere und hierarchischem Aufstieg sind nur einige der zu lösenden Herausforderungen. Auch die – vor allem psychische – Gesundheit der Mitarbeitenden muss weiter in den Fokus rücken. Allerdings deutlich ganzheitlicher als bisher. In Summe lässt sich sagen: Professionelles Arbeiten in einer hybriden Arbeitswelt ist möglich – aber nur mit offenem und lernwilligem Mindset und neuen praktischen Erfahrungen.“



54% der Erwerbsfähigen legen bei der Arbeitgeberwahl Wert auf eine ausgewogene Work-Life-Balance.



51% der Beschäftigten würden für eine bessere Work-Life-Balance sogar den Arbeitgeber wechseln.



65% der Beschäftigten, die seit Corona mehr im Homeoffice arbeiten, waren an dieser Entscheidung beteiligt.



34% der Arbeitnehmer:innen wurde die Entscheidung, im Homeoffice zu arbeiten, aufgezwungen.

Quelle: Randstad Employer Brand Research, 2021



3. Home Sweet Homeoffice: diese Sache mit der Flexibilität



Homeoffice im Check

Das sagen Arbeitnehmer:innen zum Homeoffice:



Vorteile

23% arbeiten produktiver im Homeoffice.

32% sind im Homeoffice weniger gestresst.



Nachteile

26% fühlen sich einsam oder isoliert im Homeoffice.

46% vermissen im Homeoffice den Kontakt zum Team.

Quelle: Randstad Arbeitsbarometer, 1. Hj. 2021

Das sagen Arbeitgeber zum Homeoffice:

45% glauben, dass ihre Mitarbeiter:innen im Homeoffice weniger produktiv sind.

73% der Betriebe, die ihr Homeoffice-Angebot zu Beginn der Pandemie ausweiteten, wollen dabei bleiben.

50% der Arbeitgeber, die ihr Homeoffice-Angebot nicht erweitert haben, wollen dies nach Corona tun.

Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung, Q2 2020

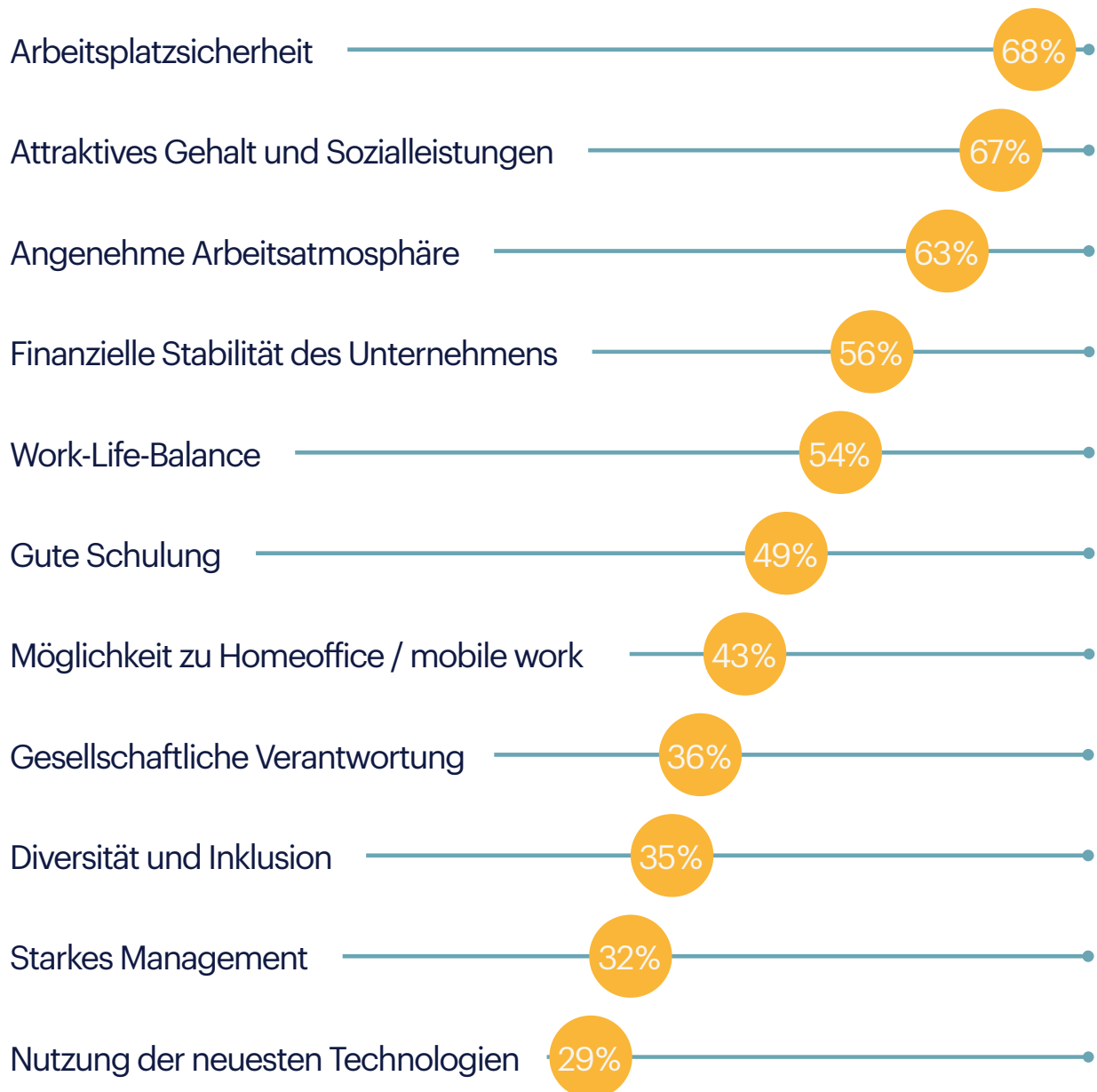




4. Was im Job wirklich wichtig ist

Entscheidend für die Zukunft der Arbeit ist nicht nur, was der Mensch leisten kann, sondern was Arbeit für uns tut. Ein Meet & Greet mit unseren eigenen Wünschen:

Welche Faktoren sind bei der Arbeitgeberwahl wichtig?



Quelle: Randstad Employer Brand Research, 2021



4. Was im Job wirklich wichtig ist



Susanne Wißfeld
Geschäftsführerin der Business
Area South West Randstad
Deutschland

„In der Corona-Pandemie ist der Arbeitsmarkt zwischenzeitlich in einen Schlingerkurs geraten. Doch nach wie vor sitzen Bewerber:innen auf dem Fahrersitz. Unternehmen, die Talente gewinnen und halten wollen, müssen die obersten Prioritäten ihrer aktuellen und zukünftigen Mitarbeiter:innen kennen. Sicherheit und Gehalt spielen immer eine wichtige Rolle für Arbeitnehmer:innen. Doch eine moderne Unternehmenskultur, eine gute Work-Life-Balance und echte Aufstiegschancen werden zu entscheidenden Faktoren bei der Arbeitgeberwahl.“

Für Unternehmen bedeutet das auch, neue, flexible Arbeitsmodelle anzunehmen und eine Belegschaft aufzubauen, die ihre Karriere selbst gestalten kann. Auf diese Weise werden sie nicht nur die Motivation und das Engagement ihrer bestehenden Mitarbeiter:innen steigern, sondern auch die Aufmerksamkeit der besten neuen Talente gewinnen und geschäftlich durchstarten.“

Jobwechsel: Was bewegt Menschen zu gehen oder zu bleiben?

Acht Prozent der deutschen Arbeitnehmer:innen wechselten im zweiten Halbjahr 2020 den Arbeitgeber. Besonders häufig befanden sich 18- bis 34-Jährige unter den Switchern (11%). Auch wenn es um anstehende Wechselpläne geht, liegen jüngere Arbeitnehmer:innen über dem Durchschnitt: So planten im ersten Halbjahr 2021 insgesamt 16 Prozent der Beschäftigten einen Wechsel, bei den Arbeitnehmer:innen zwischen 25 und 34 Jahren lag die Quote sogar bei 25 Prozent.

Das spricht für den Arbeitgeberwechsel

61% der Arbeitnehmer:innen wünschen sich ein attraktiveres Gehalt und bessere Sozialleistungen.

61% der Beschäftigten streben bessere Karrieremöglichkeiten an.

56% der Erwerbstätigen treibt die Suche nach einer größeren Jobsicherheit an.

54% der Arbeitnehmer:innen wollen eine angenehmere Arbeitsplatzatmosphäre.

51% der Beschäftigten ist eine bessere Work-Life-Balance wichtig.



4. Was im Job wirklich wichtig ist



Das spricht für den Verbleib beim Arbeitgeber

- 68%** der Beschäftigten bleiben aufgrund der hohen Jobsicherheit.
- 67%** der Arbeitnehmer:innen sind zufrieden mit Gehalt und Sozialleistungen.
- 63%** der Erwerbstätigen schätzen die Arbeitsatmosphäre.
- 56%** der Arbeitnehmer:innen können Job und Freizeit gut vereinbaren.
- 46%** der Beschäftigten verfügen über ausreichend Karriereoptionen.



Quelle: Randstad Employer Brand Research, 2021

Modernes Recruiting – Talente der Zukunft gewinnen



Dr. Claudia Bibo
Senior Project Manager
Employer Branding Monster

„Die Arbeitgebermarke spielt in der New Work-Welt nach wie vor eine große Rolle, allerdings unter neuen Vorgaben. Alte Systeme stehen auf dem Prüfstand. Neue Botschaften, die auf neuen Ansätzen beruhen, müssen nach dem Corona-Restart sukzessive die Employer Branding-Strategie füllen. Der Zukunftsforscher Oliver Leisse bezeichnet diesen Prozess und den gelungenen Brückenschlag zu den Zielgruppen als New Employer Branding mit Popcorn-Effekt. Gemeint ist: die neue Sicht auf Themen, die in der Krise entstanden ist, nun in Attraktivitätsfaktoren für die Arbeitgebermarke zu überführen. Sind zum Beispiel Unternehmen von der Führung durch Kontrolle abgewichen und haben den Mitarbeitenden im Homeoffice mehr Vertrauen – bei hervorragenden

Ergebnissen – entgegengebracht, wird dieses Vertrauen zum neuen wichtigen Pfeiler in der Employer Branding-Strategie.

Sich die eigenen Ziele bewusst zu machen, ist der Schlüssel – und das beginnt schon mit der Stellenanzeige. Dies gilt auch für Faktoren wie Solidarität, Führung auf Augenhöhe, Gesundheitsmanagement oder Gehaltssicherheit. Nur wer wirklich in Kontakt mit potenziellen Talenten und den eigenen Mitarbeiter:innen tritt, stetig die eigenen Botschaften und Inhalte auf ihre Authentizität überprüft und die eigenen Maßnahmen dementsprechend optimiert, hinterlässt einen positiven Eindruck.“



Gastbeitrag von Dr. Claudia Bibo



5. Generationen-Clash? Boomer und Gen Z im Fokus

Sind Boomer und Gen Z wirklich so weit voneinander entfernt, wenn es um Werte und Erwartungen geht?

Mit den Boomern und der Gen Z treffen zwei Generationen aufeinander, die unterschiedlicher nicht sein könnten. Boomer, geboren zwischen 1955 und 1964, wuchsen im Wohlstand auf. Eines ihrer Mottos: „Leben, um zu arbeiten“. Die Gen Z, geboren zwischen 1995 und 2012, ist die Generation der Digital Natives; Soziale Medien und Smartphones gehören zu ihrem Alltag. Eines ihrer Mottos: „Hier ist die Arbeit, da mein Leben“. Der Kontrast der Generationen wird durch Aussagen wie „Ok, Boomer“ deutlich, mit denen die Gen Z veraltete und überholte Denkmuster bezeichnet. Während die Boomer sich dem Ende ihres Arbeitslebens nähern, erobert die Gen Z dieses für sich. Das wird auch in den Zahlen deutlich.

Was ist mir bei der Gestaltung meines Lebens wichtig?

● GenZ ● Boomer

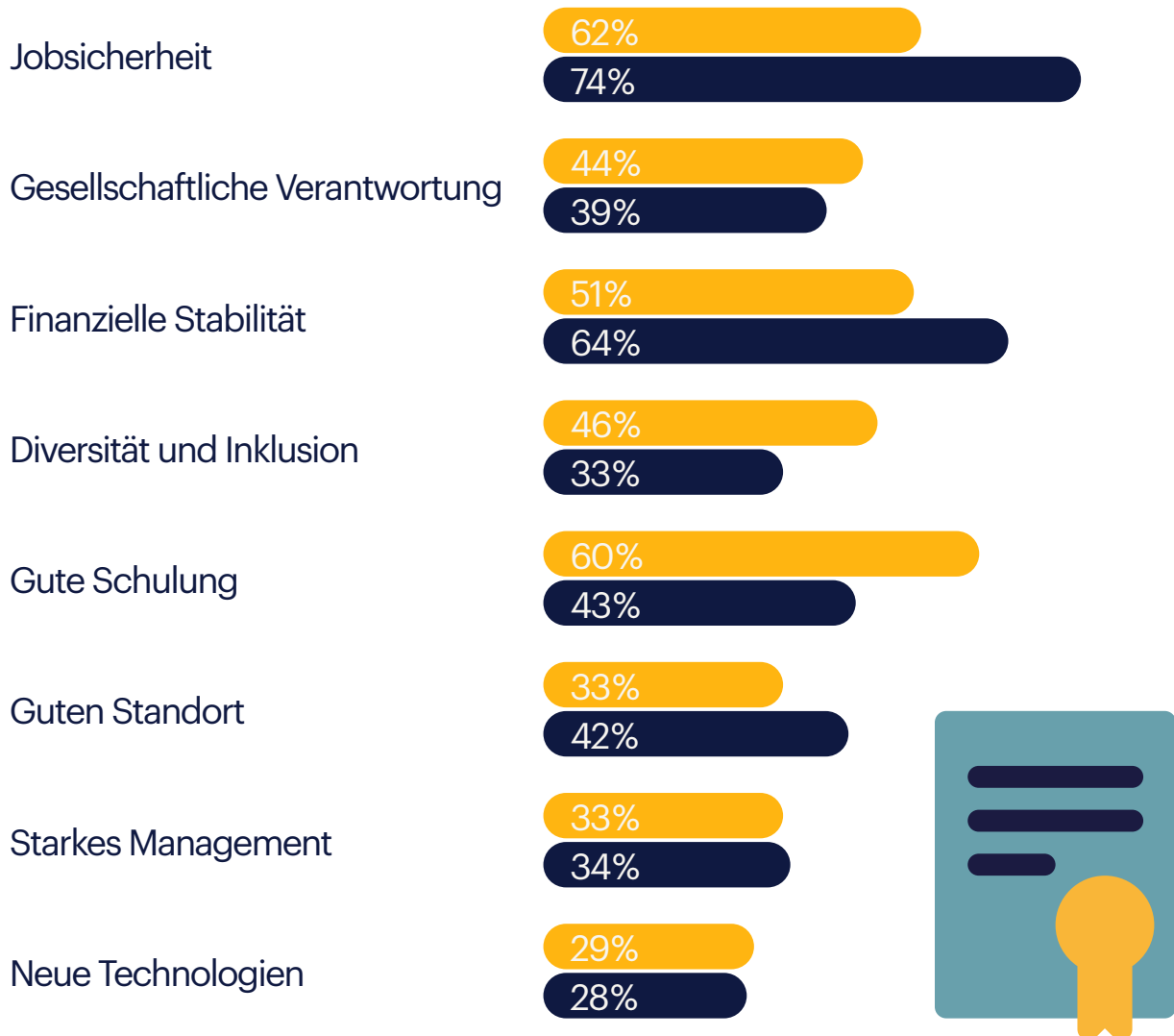


5. Generationen-Clash? Boomer und die Gen Z im Fokus



Was müssen Arbeitgeber bieten?

● GenZ ● Boomer

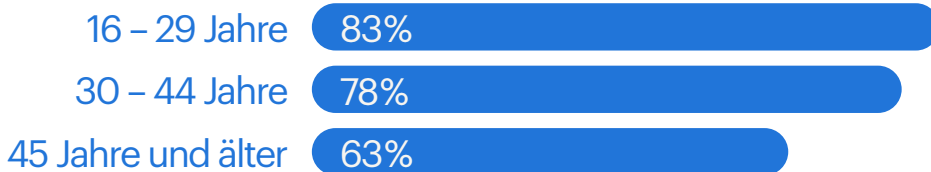




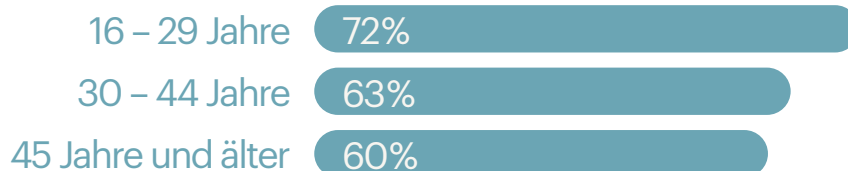
Fünf Jahre vorgespult: So soll die Arbeitswelt aussehen

New Work – alles neu und modern ist ja schön und gut. Aber was darf in der künftigen Arbeitswelt an bisherigen Ideen, Tools oder Praktiken auf keinen Fall fehlen?

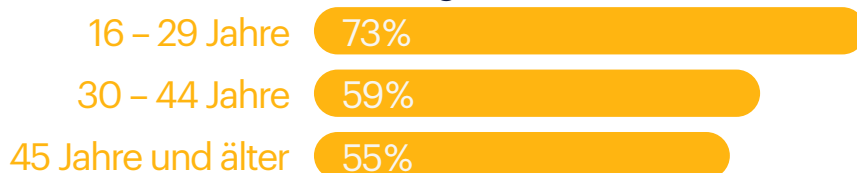
72% der Erwerbstätigen glauben, dass eine örtliche Ungebundenheit die Arbeitswelt beeinflussen wird.



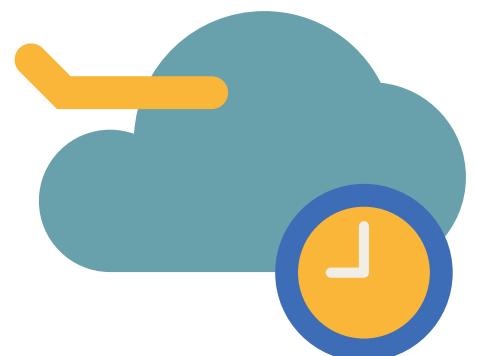
63% der Beschäftigten sehen in zeitlicher Flexibilität ein Merkmal der Arbeitswelt von morgen.



60% der Arbeitnehmer:innen glauben, dass die Arbeitswelt von Digitalisierung und modernen Technologien geprägt sein wird.



28% der Beschäftigten erwarten, dass verringerte Arbeitszeiten eine Rolle spielen werden.





6. Quellenangaben

Randstad-MenteFactum-Arbeitnehmer:innenbefragung

In 2021 hat das Meinungsforschungsinstitut MenteFactum die Randstad-MenteFactum-Arbeitnehmer:innenbefragung im Auftrag von Randstad durchgeführt. 1.059 Beschäftigte ab einem Alter von 16 Jahren wurden zum Thema „Zukunft der Arbeit“ befragt.

Randstad Arbeitsbarometer

Das Randstad Arbeitsbarometer ist eine Studie, für die Arbeitnehmer:innen in Europa, Asien-Pazifik sowie Nord- und Südamerika befragt werden. Sie erscheint halbjährlich und macht lokale und globale Trends im Laufe der Zeit sichtbar. Sie wird online unter Arbeitnehmer:innen im Alter von 18 bis 65 Jahren durchgeführt, die mindestens 24 Stunden pro Woche einer bezahlten Tätigkeit (nicht selbstständig) nachgehen. Die Mindeststichprobengröße beträgt 800 Interviews pro Markt.

Randstad-ifo-Personalleiterbefragung

Das Ifo-Institut führt die Randstad-ifo-Personalleiterbefragung quartalsweise im Auftrag von Randstad durch. Die Studie befragt bis zu 1.000 Personalverantwortliche in deutschen

Unternehmen unterschiedlicher Größe und Branchen zu Entwicklungen am Arbeitsmarkt.

Randstad Employer Brand Research

Die Randstad Employer Brand Research ist eine weltweite, unabhängige statistische Erhebung zum Thema Employer Branding. Sie wird jährlich in mehr als 34 Ländern durchgeführt und erhebt jeweils Einschätzungen zu den 150 größten Unternehmen eines Landes. In Deutschland werden fast 4.000 Arbeitnehmer:innen und Arbeitsuchende im Alter zwischen 18 und 64 Jahren online zu den attraktivsten Arbeitgebern sowie wichtigsten Berufswahlkriterien befragt.

Randstad Sourceright Talent Trends Report

Der Talent Trends Report von Randstad Sourceright ist eine Studie, die sich mit aktuellen Entwicklungen in der Berufswelt auseinandersetzt. Im Rahmen der jährlichen Online-Umfrage werden 800 Personalleiter:innen und Führungskräfte aus weltweit 17 Ländern befragt. Im Fokus stehen die Auswirkungen, die diese Trends und Veränderungen auf die Erwartungen von Arbeitnehmer:innen und das Recruiting haben.

Über Randstad

Randstad ist Deutschlands führender Personaldienstleister. Wir helfen Unternehmen und Arbeitnehmer:innen 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 38.300 Mitarbeiter:innen und rund 500 Niederlassungen in 300 Städten ansässig. Unser Umsatzvolumen umfasst rund 1,56 Milliarden Euro (2020). 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:innen und Bewerber:innen 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 20,7 Milliarden Euro (Jahr 2020), über 568.800 Mitarbeiter:innen im täglichen Einsatz und rund 4.700 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 Jäger.

Verantwortlich

Randstad Deutschland Pressestelle
Frankfurter Straße 100
65760 Eschborn
Fon 0 61 96 / 4 08-17 70
E-Mail: presse@randstad.de
www.randstad.de

Stand: Oktober 2021

Weitere Presseunterlagen und Bildmaterial

