Bitkom e.V. |

Smartphone, Jobticket, Dienstwagen: So werben Arbeitgeber um neue Mitarbeiter

- **Jedes zweite Unternehmen stattet Neu-Mitarbeiter mit Smartphone, Tablet oder Computer der neuesten Generation aus**
- **Weiterbildung, Nahverkehrsticket und positives Arbeitsumfeld stehen ebenfalls hoch im Kurs**
- **Überdurchschnittliche Gehälter und Dienstwagen sind die Ausnahme**

Berlin, 5. Februar 2019 - Technik der neuesten Generation, freie Fahrt mit Bus und Bahn und selbstbestimmtes Arbeiten: Um Bewerber für sich zu begeistern, lassen sich Arbeitgeber in Zeiten des verschärften Fachkräftemangels einiges einfallen. Knapp jedes zweite Unternehmen (49 Prozent) will potenzielle Mitarbeiter mit der jüngsten Generation von Smartphone, Tablet oder Computer locken. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung von 855 Personalverantwortlichen und Geschäftsführern von Unternehmen aller Branchen. Mit Abstand die populärste Maßnahme zur Personalgewinnung sind demnach Weiterbildungsmaßnahmen, auf die zwei von drei Unternehmen (64 Prozent) setzen. Dahinter folgt – auf einer Stufe mit der Ausstattung mit Top-Geräten – das Angebot von Jobtickets für den öffentlichen Nahverkehr (49 Prozent). „Der Wettbewerb um die besten Köpfe spitzt sich weiter zu, in vielen Berufen herrscht Fachkräftemangel. Arbeitgeber stellen sich darauf ein und versuchen, neue Mitarbeiter mit Weiterbildungen, Zusatzleistungen und einem attraktiven Arbeitsumfeld zu locken“, sagt Bitkom-Präsident Achim Berg. „Gerade jüngeren Bewerbern ist es wichtig, sich im Job persönlich weiterentwickeln und die Arbeit flexibel gestalten zu können.“

Jedes vierte Unternehmen wirbt mit flexibler Arbeitszeitgestaltung

Viele Unternehmen versuchen, das Arbeiten für Neuankömmlinge so angenehm wie möglich zu machen. 37 Prozent der Arbeitgeber werben mit einer lockeren Arbeitsatmosphäre mit Gemeinschaftsgefühl. Jedes vierte Unternehmen (26 Prozent) bietet neuen Mitarbeitern eine flexible Arbeitszeitgestaltung, wie Vertrauensarbeitszeit oder Homeoffice. Knapp ebenso viele (24 Prozent) buhlen mit speziellen Mitarbeiter-Events, wie aufwändigen Weihnachtsfeiern oder Sommerfesten, um neues Personal.

Gesundheitsleistungen, Altersvorsorge und Sabbaticals spielen geringe Rolle

Nur ein geringer Teil der Arbeitgeber versucht neue Mitarbeiter mit betrieblichen Zusatzleistungen zur Altersvorsorge (13 Prozent), Maßnahmen zur Gesundheitsförderung (12 Prozent) und Möglichkeiten für berufliche Auszeiten (9 Prozent) zu gewinnen.

Dienstwagen, Top-Gehälter und Boni bieten die wenigsten

Ein Dienstwagen ist als Argument für eine Vertragsunterzeichnung die absolute Ausnahme. Gerade einmal 7 Prozent der Unternehmen wollen damit neue Mitarbeiter gewinnen. Abgeschlagen am Ende der Skala rangieren überdurchschnittliche Gehälter, mit denen 3 Prozent der Unternehmen um neue Mitarbeiter werben. Lediglich 1 Prozent ist bereit, ein Handgeld zu zahlen, also einen einmaligen Bonus bei Stellenantritt, etwa mit Unternehmensanteilen oder entsprechenden Optionen.

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org

Download Pressefoto

Adél Holdampf-Wendel
Bereichsleiterin Future of Work und Arbeitsrecht
Download Pressefoto
Nachricht senden

Markus Scheufele
Leiter Recht & Compliance
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 855 Geschäftsführer und Personalverantwortliche von Unternehmen ab drei Beschäftigten befragt. Die Fragestellung lautete: „Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um neue Mitarbeiter für Ihr Unternehmen zu gewinnen?“ Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtwirtschaft.

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Smartphone-Jobticket-Dienstwagen-So-werben-Arbeitgeber-um-neue-Mitarbeiter***