

PRESSEINFORMATION
17.10.2019

„Jeder Dritte plant einen Jobwechsel im nächsten halben Jahr“

Eine neue Studie des Recruiting-Spezialisten AVANTGARDE Experts zeigt, wie es um die Stimmung bei den deutschen Arbeitnehmern steht. Im Doppel-Interview interpretieren Avantgarde-Gründer und CEO Martin Schnaack und AVANTGARDE Experts-Geschäftsführer Philipp Riedel die Ergebnisse der repräsentativen Befragung.

Wieviel Spaß macht „Arbeiten in Deutschland 2019“ – was sind die wichtigsten Ergebnisse Ihrer Studie?

Philipp Riedel: Seit 2016 messen wir die Arbeitszufriedenheit in Deutschland im Rahmen einer jährlichen bevölkerungsrepräsentativen Studie. Interessant ist, dass dieser Zufriedenheitsindex bisher jedes Jahr gestiegen ist, wenn auch diesmal nicht so stark wie in den Vorjahren. Daneben steht in diesem Jahr jedoch eine sprunghaft erhöhte Wechselmotivation. Also: Die Leute sind eigentlich total zufrieden mit ihren Arbeitgebern; dennoch plant ein Drittel – bei den Jüngeren sogar die Hälfte – einen Jobwechsel im nächsten halben Jahr. Dies könnte sich darauf zurückführen lassen, dass fast die Hälfte der Befragten das Gefühl hat, ihr Potenzial bei ihrem Arbeitgeber nicht voll auszuschöpfen. Sowohl die extrem hohe Wechselbereitschaft, als auch die vielfach stark empfundene Unterforderung im Job finde ich ziemlich krass. Denn in Zeiten von zunehmendem Stress und damit einhergehend steigenden Burnout-Zahlen vermutet man nicht, dass sich doch eher wenige Menschen von ihrem Job überfordert fühlen.

Woher kommt die fehlende Loyalität zum Arbeitgeber?

Martin Schnaack: Meiner Beobachtung nach hat das viel mit gesellschaftlichem Druck zu tun. Heute werden Menschen, die schon länger bei einer Firma arbeiten, komisch angeschaut und bekommen zu hören: „Wie, du bist jetzt schon fünf Jahre da? Willst du nicht langsam mal was

anderes machen?“ Diese Job-Hopping-Mentalität kann man aber nicht den Millennials vorwerfen, sondern eigentlich haben die Unternehmen angefangen, durch Massen-Entlassungswellen und befristete Verträge die Loyalität und Langfristigkeit von Job-Beziehungen zu zerstören. Und nun hat sich der Spieß umgedreht. Jetzt jammern die Unternehmen, dass keine Verlässlichkeit mehr da ist. Der dramatische Fachkräftemangel befeuert diese Entwicklung natürlich kräftig.

Einerseits eine hohe Arbeitszufriedenheit, andererseits eine enorme Motivation, den Arbeitgeber zu wechseln: Wie passt das zusammen?

PR: Eine der Ursachen, wie schon gesagt, könnte an dem verschenkten Potenzial liegen, das dazu führt, dass Mitarbeiter leichter zu einem Jobwechsel bereit sind. Auch interessant zu betrachten ist, welche Faktoren Menschen von einem Wechsel abhalten würden: 70 Prozent der Leute sagen, sie würden den Job nicht wechseln, wenn sie beim aktuellen Arbeitgeber die Möglichkeit auf mehr Gehalt hätten. Mit einer Gehaltserhöhung scheint sich also Loyalität kaufen zu lassen. Dass das Geld so eine gewaltige Rolle spielt, hat mich selbst überrascht und entspricht nicht den Erfahrungen, die ich im Umgang mit Mitarbeitern und Kollegen mache. Ich erlebe aktuell ein starkes Streben nach Selbstverwirklichung und mehr Autonomie, nicht nur am Arbeitsplatz, sondern auch im Privaten. Dafür braucht man zwar meist auch Geld, aber vor allem Zeit. Der Wunsch nach zeitlicher Flexibilität ist dann auch mit 42 Prozent der zweitwichtigste Zufriedenheitsfaktor – nach dem Gehalt.

MS: Ich erkläre mir die auffallend hohe Bedeutung des Gehalts für Arbeitnehmer-Loyalität und Arbeitszufriedenheit mit den Mechanismen unseres Wirtschaftssystems. Für mich steckt dieser Wachstums-Wahnsinn der letzten zehn Jahre dahinter – immer schneller, höher, weiter. Wenn du nach zwei Jahren noch keine Gehaltserhöhung bekommen hast, dann wird dir suggeriert, was verkehrt gemacht zu haben, weil Geld immer noch der wichtigste Wert ist, mit dem wir das Weiterkommen messen. Meine Vermutung ist, dass auch hier der Höhepunkt erreicht ist und andere Themen wie die Werte und der Purpose von Unternehmen zukünftig eine wachsende Rolle spielen. Die Leute wollen wissen: Für was steht dieses Unternehmen?

Firmen übertreffen sich ja gerade damit zu zeigen, dass sie gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Wie wichtig ist es für Arbeitnehmer, dass ihre Firma Haltung zeigt?

PR: In unserer aktuellen Studie zur Arbeitszufriedenheit spielt der Faktor interessanterweise keine wichtige Rolle. Für das Recruiting und Employer Branding ist die Corporate Social Responsibility trotzdem entscheidend. Erfolgreichen Unternehmen, die sich zum Beispiel als besonders umweltfreundlich positioniert haben, fällt es deutlich leichter, Bewerber für sich zu gewinnen, als Firmen, die kein CSR-Thema haben. Zudem sehe ich es auch in unserer Verantwortung als erfolgreiches mittelständisches Unternehmen, möglichst ressourcenschonend und nachhaltig zu arbeiten, zum Beispiel durch die Umstellung auf papierfreie, rein digitale Büros.

MS: Wie immer gibt es übrigens auch hier eine Kluft zwischen Theorie und Praxis. Bei uns in der Firma wird zum Beispiel viel über Klimaneutralität geredet. Aber wenn du dann zu den Leuten sagst: „Wir verzichten auf den Einbau einer Klimaanlage“ oder „Ab sofort müsst ihr alle mit der Bahn zum Kunden fahren“ gibt’s erstmal lange Gesichter. Das zeigt ganz gut, dass das, was gesellschaftlich diskutiert wird, noch nicht in der Breite verinnerlicht ist. Die Diskussion führt nichtsdestotrotz auch bei uns zum Umdenken.

Angesichts der rasanten Innovationsgeschwindigkeit wird die Weiterbildung ein entscheidender Faktor für Unternehmen. Welche Erkenntnisse liefert die Studie dazu?

PR: Mehr als die Hälfte der Arbeitnehmer hat die Bedeutung erkannt und hält berufliche Weiterbildung für sinnvoll – vor allem zu digitalen Themen. Allerdings haben die Menschen wenig Lust, dafür die neuen digitalen Möglichkeiten zu nutzen. Die überwiegende Mehrheit bevorzugt klassische Präsenzseminare. Sie wollen nicht mit einem virtuellen Coach oder per Webinar lernen, sondern mit Kollegen in einem Raum sitzen und Menschen zuhören, die ihnen persönlich etwas erzählen.

MS: Die sozialen Kontakte sind in meiner Sicht der Hauptgrund, weshalb die Leute auch in Zukunft in die Arbeit gehen wollen, obwohl die Technik es ja jetzt schon möglich macht, dass wir von überall arbeiten können.

Avantgarde hat eine grüne Dachterrasse mit Schafen drauf, die Experts ziehen demnächst um in einen neuen Büroturm mit Fitnessstudio, Schwimmbad und Kletterwand. Welche Rolle spielt die Arbeitsumgebung für die Attraktivität der Firma und die Zufriedenheit der Beschäftigten?

PR: Die Arbeitsatmosphäre kommt nach dem Gehalt auf Platz 2 der Gründe für einen Jobwechsel. Neben der angenehmen Stimmung unter den Kollegen geht's hier auch um die Arbeitsumgebung. Ein guter Arbeitsplatz ist ein ganz wichtiges Instrument der Wertschätzung. Neben den von Ihnen genannten Annehmlichkeiten, ist es entscheidend, dass die Architektur die Arbeitskultur und das abteilungsübergreifende Denken und Handeln unterstützt. Die besten Führungskräfte sind heute nicht mehr die, die am höchsten in der Hierarchie stehen, sondern die, die am besten vernetzt sind im Unternehmen. In Zukunft wird diese Matrix-Organisation noch viel wichtiger. Insofern muss man Räume schaffen, in denen die Leute sich austauschen können, obwohl sie inhaltlich auf den ersten Blick nichts miteinander zu tun haben.

Was bedeutet das konkret für den neuen Standort?

PR: Wir reservieren für die Vernetzung über die verschiedenen Bereiche hinweg eine eigene Etage, den sogenannten Marktplatz. Dort wird eine hochwertige Kaffeemaschine mit kostenfreiem Kaffee zur Verfügung gestellt und es gibt verschiedene Möglichkeiten, sich ein gesundes Mittagessen oder einen Snack zu holen und sein Essen in gemütlicher Atmosphäre gemeinsam mit Kollegen zu sich zu nehmen. So verlagern wir den kollegialen Austausch von den Arbeitsräumen und Abteilungen zu einer zentralen, attraktiven Anlaufstelle und liefern unseren Mitarbeitern gute Gründe, sich auf dem Marktplatz zu treffen und das Konzept mit Leben zu füllen.

Über AVANTGARDE Experts

AVANTGARDE Experts vermittelt Fach- und Führungskräfte in mehr als zehn Skill-Bereichen, darunter Marketing, Kommunikation, Sales, Digital, Kreation, Einkauf, Logistik, Engineering, IT sowie HR&Office. Neben der Vermittlung von Festanstellungen und Freelancern liegt der Tätigkeitsschwerpunkt des Unternehmens auf der Personalberatung zur Umsetzung von Projekten sowie der Suche und Auswahl von Spezialisten im Rahmen von Arbeitnehmerüberlassungen.

AVANTGARDE Experts ist ein Tochterunternehmen der Münchner Kommunikationsagentur AVANTGARDE und verfügt über Standorte in München, Hamburg, Köln, Stuttgart und Dubai. Zu den über 1.000 Kunden zählen nationale und internationale Markenkonzerne, mittelständische Betriebe sowie Agenturen und Start-ups.

Über Avantgarde Gesellschaft für Kommunikation mbH

Avantgarde ist eine globale Brand Experience Agentur, die Marken strategisch berät. Für unsere Kunden kreieren wir innovative Markenerlebnisse, die einzigartige Momente für Konsumenten schaffen. Als globales Team arbeiten weltweit 700 Experten aus den Bereichen Kreation, Beratung, Digital und Social Media, AR/VR, Architektur, Event, Projekt Management, Sponsoring, Film und Trendforschung an der Mission, begeisterte Markenfans zu schaffen. Wir erzeugen Markeninhalte, die nicht nur digital geteilt werden, sondern auch die Markenwahrnehmung stärken und prägen, Markenbekanntheit schaffen und Markenpräferenz über Ländergrenzen hinaus erzeugen. Durch innovative Evaluierungsprozesse macht Avantgarde diese Markenerlebnisse messbar.