

# **Auswirkungen & Chancen der Krise für die HR-Arbeit**

**Wie Corona die Jobsuche verändert**

**Marktforschungs-Report**  
Deutschland 2020

Herausgegeben von Indeed © 2021  
Indeed Marketing DACH  
hallomarketing@indeed.com  
www.indeed.com

### Über Indeed

Indeed ist die größte Jobseite der Welt und in über 60 Ländern präsent – seit 2008 auch in Deutschland.<sup>1</sup>

Unsere Mission: „We help people get jobs.“ 250 Millionen<sup>2</sup> Besucher\*innen sind jeden Monat auf Indeed, um nach Jobs zu suchen. Auch immer mehr Arbeitgeber nutzen Indeed, um ihre offenen Positionen mit qualifizierten Kandidat\*innen zu besetzen. Allein in Deutschland arbeiten mehr als 90.000 Unternehmen bei der Personalsuche mit Indeed zusammen.

<sup>1</sup>gemäß comScore, bezogen auf Total Visits weltweit

<sup>2</sup>Google Analytics, Februar 2020 bezogen auf Unique monthly Visitors weltweit

# Auswirkungen & Chancen der Krise für die HR-Arbeit

Dies ist eine Studie der globalen Jobseite Indeed, die den Einfluss der Corona-Krise auf Jobsuchende und Beschäftigte in Deutschland beleuchtet.

## 01

### Über die Studie

Vorwort

Die Köpfe der Studie

Kooperationspartner

Methodik

## 02

### Die wichtigsten Erkenntnisse

## 03

### Schwerpunktthemen

Psychische Gesundheit

Homeoffice & Digitalisierung

Employer Branding & Mitarbeiterbindung

Jobsuche & Jobwechsel

Onboarding & virtuelle Bewerbung

## 04

### Fazit und Handlungsempfehlungen

**01**

**Über die Studie**

## Vorwort

**Welchen Einfluss hat die Corona-Krise auf Jobsuchende und Beschäftigte in Deutschland?**

**Und wie können Unternehmen darauf angemessen reagieren, z. B. indem sie ihre Recruiting-Maßnahmen entsprechend anpassen?**

Wir haben uns hierzu Gedanken gemacht und wollten unsere Jobsuchenden auf Indeed mit den Fragestellungen der HR-Expert\*innen aus deutschen Großunternehmen zusammenbringen, um den aktuellen Fragestellungen zur Krise nachzugehen. In Workshops und Interviews mit unseren Kooperationspartnern aus der Wirtschaft entstand eine repräsentative Onlinebefragung. Diese analysiert, wie die Pandemie die Arbeitswelt verändert und was sich die Menschen von ihren Arbeitgebern wünschen.

Seit dem Ausbruch der Coronavirus-Pandemie ist vieles nicht mehr so, wie es einmal war. Viele Menschen arbeiten im Homeoffice, einige haben ihre Jobs verloren, andere fühlen sich überlastet – nicht nur durch die Arbeit an sich, sondern auch durch die vielen Einschnitte, die die Krise mit sich bringt. Psychische Gesundheit ist ein Schwerpunkt dieser Studie, neben wichtigen Fragen wie:

Ist jetzt ein guter Zeitpunkt, den Arbeitgeber zu wechseln?

Und wie sollte der Bewerbungsprozess vonstattengehen: virtuell oder doch lieber persönlich?

Welchen Effekt hat die Corona-Krise auf die Bindung zum Arbeitgeber?

Die Ergebnisse der Befragung liefern ein spannendes Stimmungsbild von Jobsuchenden und Beschäftigten mitten in der Pandemie und können Arbeitgebern helfen, ihre Recruiting-Maßnahmen

entsprechend auf die neue Situation anzupassen. Denn wir sind überzeugt: Die Corona-Krise birgt ein großes Potenzial an Entwicklungsmöglichkeiten für den HR-Bereich.

Viel Spaß bei der Entdeckung dieser Chancen.

Ihre Christiane Büring

Director of Marketing, DACH

## Die Köpfe der Studie



### **Christiane Büring**

Director of Marketing, DACH

Christiane Büring ist seit über 20 Jahren in der Medienbranche als Marketing-Spezialistin tätig. Sie verfügt über internationale Arbeitserfahrung in Deutschland, der Schweiz, Frankreich und Spanien. Bei Indeed ist sie zusammen mit ihrem Team für sämtliche B2C- und B2B-Kampagnen verantwortlich.



### **Adam Hagerman**

Market Research Specialist

Adam Hagerman arbeitet seit 3 Jahren in der Marktforschung in Indeeds Headquarter in Austin, Texas, und verantwortet weltweit Studien mit dem Fokus, Jobsuchende und Arbeitgeber besser verstehen zu können. Sein Spezialgebiet ist die Erstellung von Umfragedesigns und die Analyse-Methodik der Studien, basierend auf seiner Expertise in den Methoden der Verhaltens- und Kognitionswissenschaften.



### **Tim Verhoeven**

Recruitment Evangelist

Tim Verhoeven blickt auf mehr als 13 Jahre Recruiting-Erfahrung zurück, unter anderem als Recruiting-Leiter bei der internationalen Unternehmensberatung BearingPoint sowie bei Vodafone und der TKN AG. Daneben ist er Autor, Blogger und Dozent für Themen im Recruiting und Employer Branding.

## Die Kooperationspartner

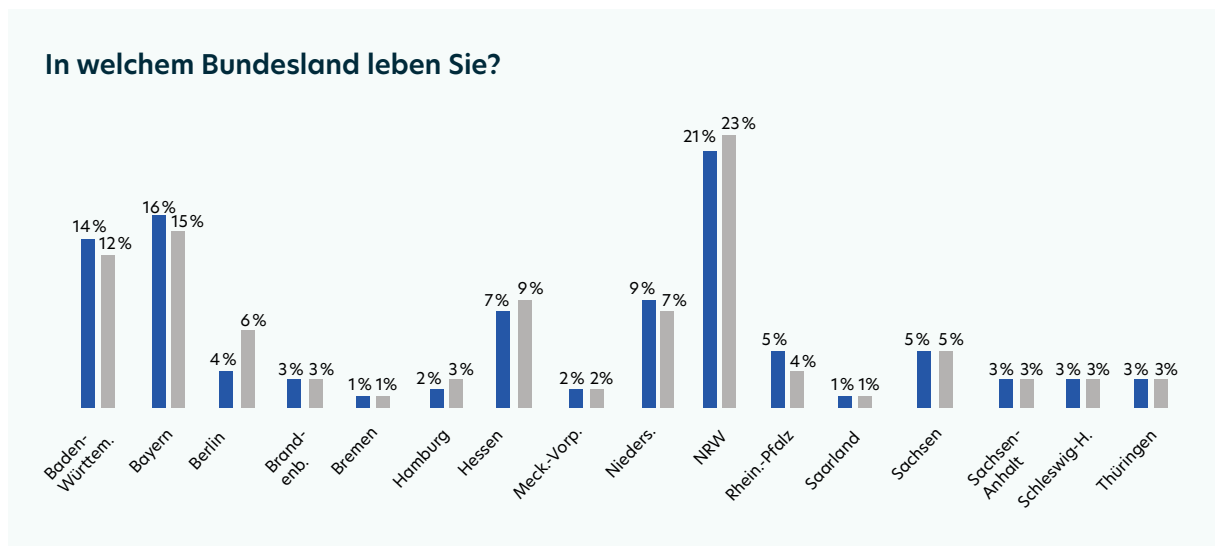
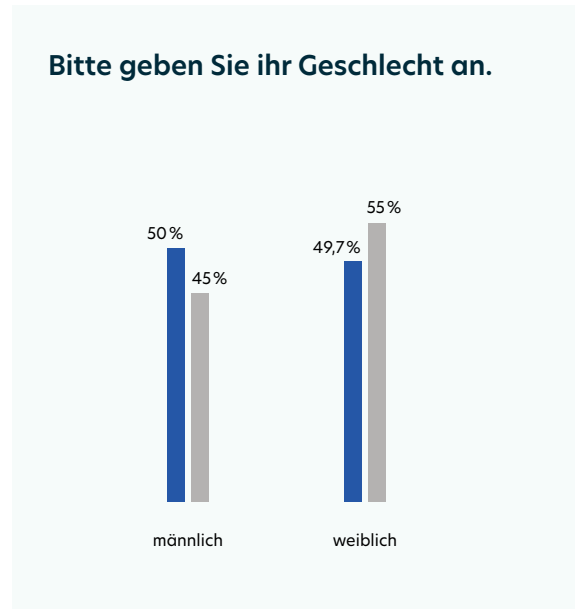
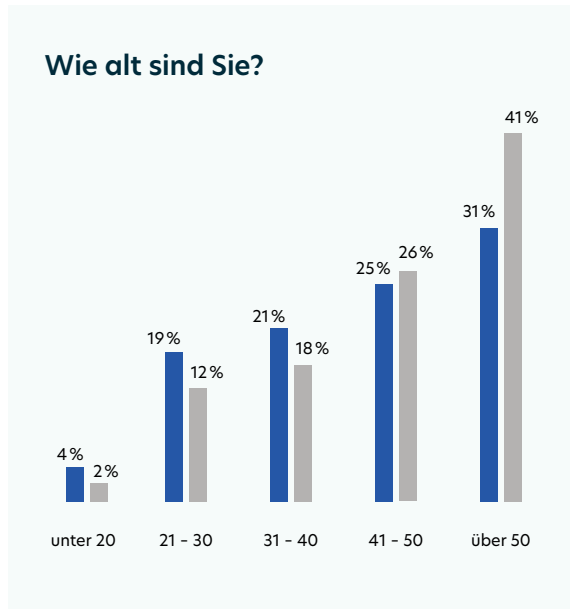
Die Studieninhalte wurden gemeinsam mit folgenden Kooperationspartnern konzipiert:



## Die Methodik

### Gewichtung und Repräsentativität

Online befragt wurden 12.803 Nutzer\*innen von Indeed in Deutschland im Zeitraum von Ende Oktober bis Mitte November 2020. Alle Prozentangaben wurden nach Eurostats gewichtet.



■ gewichtet nach Eurostats ■ ungewichtet

N = 12.803



## Definition der Zielgruppen „Blue Collar“ und „White Collar“

Für diese Analyse definieren wir die Zielgruppen Blue Collar und White Collar auf der Basis der Auswahlfrage nach dem höchsten Bildungsabschluss.

Basiert auf Filterfrage 7:

S7 - Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihren höchsten Bildungsabschluss oder derzeitigen Bildungsstatus?

### Blue Collar

Hier haben wir sämtliche Teilnehmer\*innen zusammengefasst, die „berufliche Ausbildung“, „keine abgeschlossene Ausbildung“ oder „aktuell nicht in Ausbildung“ angegeben haben.  
N = 8.242

### White Collar

Hochschulstudium (FH oder Uni); N = 3.407

Schüler\*innen und Student\*innen lassen wir für diese Analyse außen vor, da sie noch keine Berufserfahrung aufweisen. Diese Zielgruppen machten bei der Umfrage zusammen 1.154 Befragte aus.

**02**

# **Die wichtigsten Erkenntnisse**

## Sorge Nr. 1:

# Die Arbeitssituation

Ihre **Arbeits- und Beschäftigungssituation** ist für die Mehrheit der Befragten (67,4 %) die größte Sorge in der Corona-Krise, gefolgt von der **finanziellen Situation allgemein** (41,6 %). Etwa gleich viele Gedanken machen sich die Studienteilnehmer\*innen um die **körperliche Gesundheit** (33,7 %) und das **psychische Wohlbefinden** (32,3 %).

## „Ich mache mir Sorgen über ...

... meine Arbeits- und Beschäftigungssituation.“	<b>67,4 %</b>
... meine finanzielle Situation allgemein.“	<b>41,6 %</b>
... meine körperliche Gesundheit.“	<b>33,7 %</b>
... mein psychisches Wohlbefinden.“	<b>32,3 %</b>

**Fragestellung:** Q15 - Mit welchen der folgenden Themen haben Sie sich in der vergangenen Wochen am meisten beschäftigt?

N = 12.496

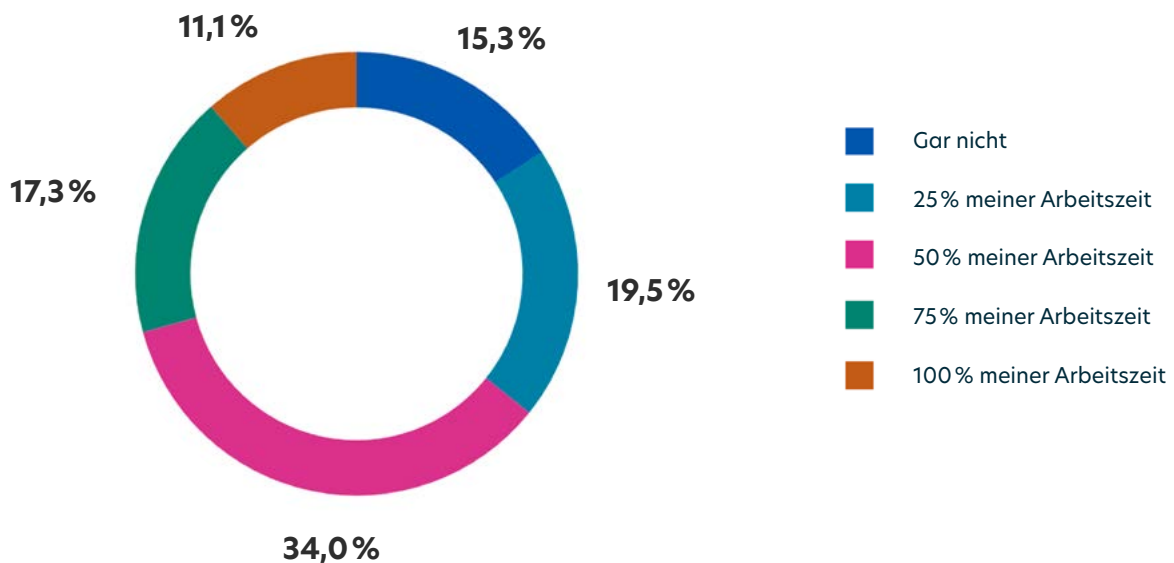
### TIPP:

Wir sehen, dass die letzten Monate der Krise ihre Spuren in der Arbeitswelt hinterlassen haben. Erfolgreiche Arbeitgeber nehmen diese Sorgen von potenziellen Kandidat\*innen ernst und versuchen diese Punkte in ihren Kommunikationsmaßnahmen proaktiv zu adressieren. Dabei geht es um den Wunsch nach Sicherheit, Verlässlichkeit und Stabilität.

## Sorge Nr. 2:

# Homeoffice? Ja, aber ...

Die meisten Befragten arbeiten gern von zu Hause, allerdings soll das für die meisten kein Dauerzustand sein. Mehr als ein Drittel (34,0 %) wünscht sich, **die Hälfte der Arbeitszeit** im Homeoffice zu verbringen, allerdings wollen die meisten nicht ausschließlich von zu Hause arbeiten.



**Fragestellung:** Q27 - Wie oft würden Sie gern im Homeoffice bzw. mobil arbeiten, wenn Sie entscheiden können?  
**N = 5.974**



### TIPP:

Der Wunsch nach Homeoffice ist erwartungsgemäß hoch, jedoch unterscheiden sich diese Wünsche im Umfang. Als erfolgreicher Arbeitgeber kommuniziert man nicht nur, dass man Homeoffice oder andere Remote-Modelle anbietet, sondern auch, in welchem konkreten Umfang diese Regelungen gelebt werden können.

**Sorge Nr. 3:**

# Den Job wechseln mitten in der Corona-Krise?

Ein knappes Drittel (31,0 %) der Befragten hat aktuell **keine Angst vor einem Jobwechsel**. Am häufigsten (38,8 %) wurde dies damit begründet, dass der aktuelle Arbeitgeber nicht angemessen auf die Corona-Krise reagiert hat. Ein weiterer Grund (29,6 %) ist, dass der Job langfristig aufgrund der Einschränkungen nicht mehr auszuüben ist.

## Warum ein Jobwechsel auch in Corona-Zeiten in Betracht gezogen wird:

**Der Arbeitgeber hat nicht angemessen in der Krise reagiert.**

**38,8 %**

**Der Arbeitnehmer hat auch jetzt keine Angst vor einem Jobwechsel.**

**31,0 %**

**Der aktuelle Job ist aufgrund der Einschränkungen nicht mehr auszuüben.**

**29,6 %**

**Fragestellung:** Q30 - Warum ist Ihre Bereitschaft, den Job zu wechseln, gestiegen?

N = 3.490

**TIPP:**

Es gibt viele Arbeitnehmer\*innen, die auf Grund der Krisenreaktion ihres Arbeitgebers auf Jobsuche sind. Diese Personen überzeugt man auch, indem man transparent aufzeigt, wie man mit der Krise umgegangen ist. Geschichten aus erster Hand sind hier ein probates Mittel.

**03**

**Schwerpunkt-  
themen**

# **Psychische Gesundheit**

## Psychische Gesundheit

# Jobsuche, Karriere, psychische Gesundheit

### Unterschiedliche Ängste beschäftigen die Menschen in der Corona-Krise

Die Corona-Krise geht sowohl an den Beschäftigten als auch den Jobsuchenden in Deutschland nicht spurlos vorbei. Über die Hälfte der Befragten (57,3 %) schätzen ihr **persönliches Stresslevel** als hoch oder sehr hoch ein. Bemerkenswerterweise wird die Sorge um die psychische Stabilität mit 34,2 % am häufigsten genannt – noch vor der **Angst um finanzielle Einbußen** (32,5 %).

## Bedenken zur Beschäftigungssituation:

Psychische Stabilität

34,2 %

Finanzielle Einbußen

32,5 %

Angst vor digitalen  
Herausforderungen

26,7 %

**Fragestellung:** Q19 Was sind Ihre größten Bedenken zu Ihrer Beschäftigungssituation hinsichtlich der Folgen der Corona-Pandemie?

N = 11.094

Angestellte haben derzeit mehr Bedenken, dass ihre physische Gesundheit und ihr Wohlbefinden negativ beeinflusst werden als aktuell Jobsuchende ohne Anstellung (+5,2 Prozentpunkte). Hochschulabsolvent\*innen haben mit 82,8 % vor allem Angst, beruflich **nicht durchstarten** zu können. Unter ihnen ist – genau wie bei Schüler\*innen – auch die Sorge verbreitet, **keinen Anschluss ans Team** zu finden. Die Sorge scheint durchaus verständlich, da Studienanfänger\*innen ihre neuen Mitstudierenden und Dozent\*innen bislang lediglich vom Bildschirm

kennen. Mit zunehmendem Alter steigt zwar die **Angst vor einer Ansteckung** mit dem Coronavirus – um das **psychische Wohlbefinden** macht sich die Generation 50+ aber am wenigsten Sorgen (-4,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Durchschnitt) – gegebenenfalls aufgrund einer höheren Resilienz oder eines geringer ausgeprägten Bewusstseins für das Thema psychische Gesundheit bei dieser Generation. Eine **höhere Karrierestufe** scheint grundsätzlich mehr Stabilität zu versprechen und so Ängste zu verringern.



## Psychische Gesundheit

# Frauen und Männer

Männer und Frauen machen sich unterschiedliche Gedanken in der Krise

Während Männer sich vor allem um Finanzen und Karriere sorgen (+5,1 Prozentpunkte), denken Frauen im Vergleich eher an das körperliche und psychische Wohlbefinden (+6,2 Prozentpunkte).

## „Meine Bedenken zu meiner Arbeitssituation sind ...“



 männlich  weiblich

**Fragestellung:** Q19 - Was sind Ihre größten Bedenken zu Ihrer Beschäftigungssituation hinsichtlich der Folgen der Corona-Pandemie?

N = 12.803



## Psychische Gesundheit

# Blue Collar & White Collar

### Unterschiedliche Bedenken in der Krise je nach Beschäftigungssegment

Allgemein machen sich Angestellte im White-Collar-Segment weitaus mehr Gedanken um ihre Karriere (+20,3 Prozentpunkte) und ihre psychische Gesundheit (+3,8 Prozentpunkte) als Menschen im Blue-Collar-Segment\*. Bei jenen stehen eher materielle Sorgen (+4,9 Prozentpunkte) im Vordergrund. Auch die Angst, den Veränderungen der Arbeitswelt nicht gewachsen zu sein, ist im Blue-Collar-Segment eher vorherrschend (+4,4 Prozentpunkte) im Vergleich zu den White-Collar-Angestellten.

## „Meine Bedenken zu meiner Arbeitssituation sind ...“



Blue Collar White Collar

**Fragestellung:** Q19 - Was sind Ihre größten Bedenken zu Ihrer Beschäftigungssituation hinsichtlich der Folgen der Corona-Pandemie?

N = 10.248

## Psychische Gesundheit

### **TIPP:**

Unterschiedliche Zielgruppen haben unterschiedliche Sorgen, die durch die Krise gewachsen sind. Um sich hier als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, muss man sich von einer „One-fits-all“-Kommunikationsstrategie verabschieden. Jede Zielgruppe sollte individuell bei ihren Bedürfnissen abgeholt werden. Eine Chance für eine facettenreiche Arbeitgebermarke.



# Psychische Gesundheit

## Partner Statements



**„Trotz der vielen Sorgen und zusätzlichen Belastungen während der Corona-Krise versorgen unsere Mitarbeiter täglich unsere Bewohner, die in einem besonderen Maße schutzbedürftig sind. Darauf sind wir sehr stolz. Die Sorgen der Mitarbeiter zeigen uns jedoch, dass wir weiterhin daran arbeiten müssen, dass auch sie sich trotz der Krise bestens umsorgt fühlen.“**

### **Lisa-Marie Lenz**

HR Business Partner  
Korian Deutschland AG

# Homeoffice & Digitalisierung

## Homeoffice & Digitalisierung

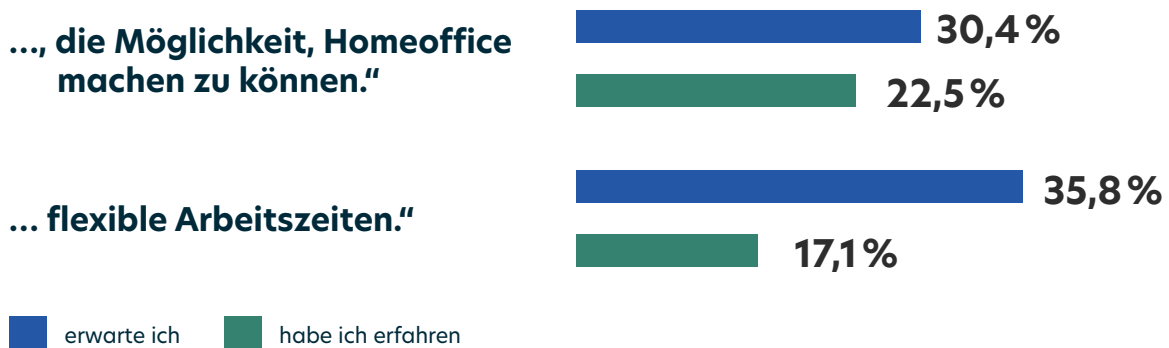
# Homeoffice, sweet Homeoffice?

Kaum ein Thema zeigt so deutlich die Lücke zwischen Arbeitnehmer\*innen-Wunsch und Realität.

Lange von den Unternehmen eher als Ausnahmeregelung behandelt, wurde das Homeoffice durch die Pandemie plötzlich machbar. Das lag insbesondere an den Infektionsschutzmaßnahmen während des ersten Lockdowns. Für viele Büroangestellte wird derzeit – wenn auch unter widrigen Umständen – der Traum vom örtlich und oft auch zeitlich flexiblen Arbeiten wahr. Denn mit steigenden Infektionszahlen hat sich die Nachfrage nach Jobs mit Homeoffice-Option noch mal erhöht, wie das Indeed Hiring Lab ermittelte.\* Aber sieht es wirklich so rosig aus? Über ein Drittel der Studienteilnehmer-

\*innen (30,4 %) erwartet während der Corona-Krise vom Arbeitgeber die Möglichkeit, Homeoffice machen zu können – insbesondere die unter 40-Jährigen, Studierenden und Hochschulabsolvent\*innen. Allerdings haben lediglich 22,5% angegeben, tatsächlich von zu Hause arbeiten zu dürfen: Wunsch und Wirklichkeit klaffen hier um -7,9 Prozentpunkte auseinander. Möglicherweise wurden vielerorts die zunächst eingeführten Homeoffice-Regelungen zu früh zurückgedreht. Noch gewaltiger ist die Lücke zwischen der Erwartung von flexiblen Arbeitszeiten und der realen Situation: ganze -18,7 Prozentpunkte.

## „Ich erwarte von meinem Arbeitgeber in der Krise ...“



**Fragestellung:** Q23/24 Welche Art der Unterstützung würden Sie von Ihrem Arbeitgeber in Krisenzeiten erwarten bzw. haben Sie erfahren?  
N = 12.803

\*<https://www.hiringlab.org/de/blog/2020/11/11/homeoffice-zweite-welle-coronakrise/>

## Homeoffice & Digitalisierung

# Blue Collar & White Collar

Gravierende Unterschiede gibt es zwischen White-Collar- und Blue-Collar-Jobs

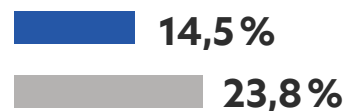
Während das White-Collar-Segment sich nach einem Job mit Homeoffice-Option sehnt (23,8 %), haben Menschen in praktischen Berufen oft gar nicht die Möglichkeit dazu. Dies kann gesamtgesellschaftlich problematisch sein, aber auch innerhalb eines Betriebs.

## Homeoffice ist beliebt, aber nicht überall machbar.

**Ich arbeite weiterhin im Büro oder an meinem festen Arbeitsplatz, weil es in meinem Job nicht anders möglich ist.**



**Ich bin arbeitssuchend, aber würde gerne bei meiner nächsten Anstellung Homeoffice machen.**



■ Blue Collar    ■ White Collar

**Fragestellung:** Q18 - Hat sich Ihr Arbeitsort aufgrund von Corona verändert oder würden Sie ihn gern zukünftig verändern?

N = 11.649

### TIPP:

Arbeitgeber sollten sich Gedanken machen, wie sie ein Ungleichgewicht zwischen den Angestellten im Homeoffice und den Angestellten, denen die Homeoffice Möglichkeit verwehrt ist, mit einem Benefit kompensieren könnten.

## Homeoffice & Digitalisierung

# Die Vorteile von Homeoffice

Recht eindeutig fällt das Votum der Homeoffice-Nutzer\*innen aus.

Das Homeoffice wird von vielen Studienteilnehmer\*innen positiv gesehen. Neben der eingesparten Fahrtzeit und mehr zeitlicher Flexibilität (65,0 %) finden sie es leichter, im Homeoffice private Termine in den Alltag zu integrieren. Sie wissen die Ruhe zu Hause zu schätzen und finden, dass sie dort produktiver arbeiten. Und für 16,8 % sind die Erleichterungen bei der Betreuung von Kindern und Familienangehörigen, die das Homeoffice mit sich bringt, von Vorteil. Dies ist natürlich besonders wichtig zu Lockdown-Zeiten. Die Befragten der Gruppe 30 Jahre und jünger sehen den Umweltaspekt (über 60 %) als großen Vorteil.

## „Positiv am Homeoffice finde ich ...

... die eingesparte Fahrtzeit und zeitliche Flexibilität.“	<b>65,0 %</b>
..., dass sich private Termine besser in den Alltag integrieren lassen.“	<b>47,7 %</b>
... die Ruhe zuhause, dadurch bin ich produktiver.“	<b>42,5 %</b>
..., die Erleichterung bei der Kinder- und Angehörigenbetreuung.“	<b>16,8 %</b>

Fragestellung: Q25 - Welche Vorteile sehen Sie im Homeoffice oder beim mobilen Arbeiten?  
N = 5.974



## Homeoffice & Digitalisierung

# Die Nachteile der Arbeit im Homeoffice

### Ist also alles bestens im Homeoffice?

Nicht ganz. Vermisst wurden insbesondere der Austausch mit den Kolleg\*innen (47,9 %) und die effektive Zusammenarbeit (35,6 %). Offenbar setzen viele Arbeitgeber in puncto Homeoffice-Ausrüstung zu viel voraus. Für 30,4 % ist das Fehlen eines eingerichteten Arbeitsplatzes zu Hause ein Problem. Dazu passt, dass sich 69,6 % eine technische Ausstattung fürs Homeoffice vom Arbeitgeber wünschen und 51,2 % gern einen Zuschuss hätten. Die Realität ist ernüchternd: Lediglich 4,3 % haben die technische Ausrüstung fürs Homeoffice vom Unternehmen gestellt bekommen, Zuschüsse gab es lediglich für 2,2 % der Befragten.



Doch in der „Digitalisierungswüste Deutschland“ nützt mitunter auch die beste Technik nichts: Immerhin jede fünfte

befragte Person (20,1 %) kämpft mit einem langsamen oder unzuverlässigen Internetanschluss zu Hause.

## „Schwierig im Homeoffice finde ich ...

... den direkten Austausch mit meinen Kollegen.“

**47,9 %**

... die effektive Zusammenarbeit mit Kollegen.“

**35,6 %**

**Fragestellung:** Q26 - Welche Herausforderungen und Nachteile sehen Sie im Homeoffice/beim mobilen Arbeiten (egal von wo)?

N = 5.974

## Homeoffice & Digitalisierung

Ein weiterer Nachteil des Arbeitens am heimischen Schreibtisch ist die Ablenkung durch Familie oder Mitbewohner\*innen (24,8 %). Vor allem Jüngeren und Berufsanfänger\*Innen fällt es im Homeoffice schwer, ein Gleichgewicht zwischen Berufs- und Privatleben zu finden.

## Weitere Nachteile des Arbeitens am heimischen Schreibtisch sind ...

... die Ablenkung durch Familie oder Mitbewohner.

**24,8%**

... das fehlende Gleichgewicht zwischen Beruf und Privatleben

**24,1%**

Entgegen der von vielen Arbeitgebern gehegten Befürchtung wirkt sich das Arbeiten von zu Hause nicht negativ auf die Mitarbeiterbindung aus (s. Kapitel Employer Branding & Mitarbeiterbindung).

**Fragestellung:** Q26 - Welche Herausforderungen und Nachteile sehen Sie im Homeoffice/beim mobilen Arbeiten (egal von wo)?

N = 5.974



## Homeoffice & Digitalisierung

# Digitalisierung- schöne neue Arbeitswelt?

Die Corona-Pandemie wird die Arbeitswelt langfristig verändern.

Digitalisierung und Homeoffice werden eine stärkere Rolle spielen - davon sind vor allem Studierende und Hochschulabsolvent\*innen, Arbeitnehmer\*innen in höheren Gehaltsklassen sowie in Führungspositionen und vor allem in Bürojobs überzeugt. Sie rechnen auch eher damit, dass mehr Selbstorganisation und -verantwortung im Job gefragt sein wird (+6 Prozentpunkte).

## Das wird sich ändern:

Digitalisierung und Homeoffice werden eine stärkere Rolle spielen.

**54,4 %**

## Die Kehrseite:

Über ein Drittel der Befragten fürchten um die Sicherheit von Arbeitsplätzen.

**34,3 %**

Über die Hälfte der Befragten erwarten, dass es schwieriger wird, Arbeit zu finden.

**51,7 %**

**Fragestellung:** Q21 - Wie wird sich die Arbeitswelt Ihrer Meinung nach aufgrund der Corona-Pandemie zukünftig verändern?

N = 12.803

## Homeoffice & Digitalisierung

Wird es aufgrund der Pandemie auch schwieriger, eine Arbeit zu finden? Arbeitssuchende gehen weitaus stärker (+16 Prozentpunkte) davon aus als Beschäftigte. Sie rechnen auch eher damit, dass mehr Selbstorganisation und -verantwortung im Job gefragt sein wird (+6 Prozentpunkte).

Mehr Stress und Druck erwarten hingegen diejenigen, die eine Arbeit haben (+12,3 Prozentpunkte).

### TIPP:

Die neue Welt der Digitalisierung ist je nach Zielgruppe unterschiedlich in der Kommunikation hervorzuheben. Auch hier gilt es, je nach Zielgruppe sensibel mit dem Thema umzugehen. Arbeitgeber sollten sich bewusst machen, dass die Digitalisierung bei einigen Zielgruppen mit Bedenken einhergeht.



## Homeoffice & Digitalisierung

### Partner Statements



**„Ist mobiles Arbeiten regelmäßig möglich, kann sich mehr als jede\*r Zweite einen Arbeitsweg von über 50 Kilometern vorstellen. Jede\*r Zehnte sogar mehr als 300 Kilometer. Unternehmen, die zumindest teilweise mobiles Arbeiten von einem frei wählbaren Wohnort in Deutschland anbieten, sind im Recruiting klar im Vorteil.“**

#### **Malte Balmer**

HR Manager Talent Sourcing  
OTTO GmbH & Co KG



**„Mehr als ein Drittel (34,0 %) der Befragten wünscht sich, die Hälfte der Arbeitszeit im Homeoffice zu verbringen. Wer die Chance als Unternehmen jetzt ergreift, und zukünftig neue Arbeitsmodelle etabliert und damit verbundene Kompetenzen der Mitarbeitenden sowie eine krisenfeste Arbeitskultur weiter ausbaut, verschafft sich einen klaren Wettbewerbsvorteil.“**

#### **Katharina Knorr**

Head of Sourcing und Recruiting Germany  
thyssenkrupp

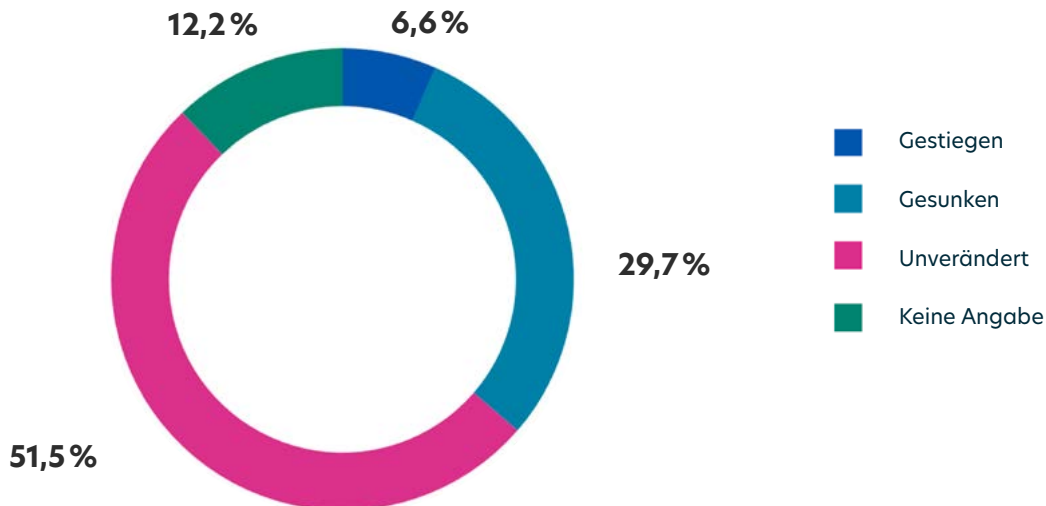
# **Employer Branding & Mitarbeiter- bindung**

## Employer Branding & Mitarbeiterbindung

# Im Schatten der Krise: Das Verhältnis zum Arbeitgeber

Die schlechte Nachricht zuerst: Bei fast jeder dritten befragten Person (29,7 %) ist die Bindung zum Arbeitgeber seit Corona gesunken. Das könnte an unangemessenen Reaktionen auf die Krise liegen, z. B. das fehlende Angebot, Homeoffice machen zu können. Immerhin geben 10,5 % der Studienteilnehmer\*innen an, dass sie gegen ihren Willen ins Büro kommen müssen.

Die gute Nachricht: Für die Hälfte der Befragten hat sich am Verhältnis zum Arbeitgeber nichts geändert. Lediglich bei 6 % ist die Bindung im Laufe der Krise gestiegen – ein Hinweis darauf, dass eine angemessene Reaktion auf die Pandemie lediglich ein Hygienefaktor ist, den die Mitarbeiter\*innen voraussetzen, aber nicht honorieren.

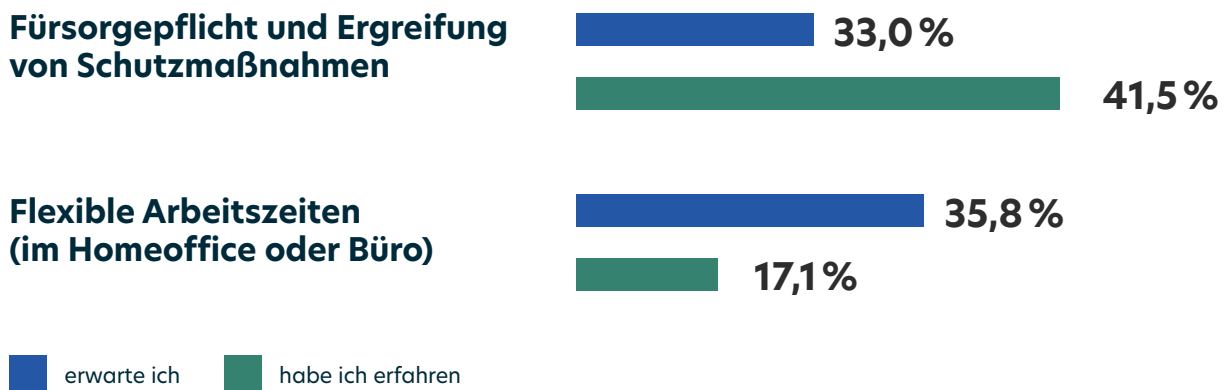


**Fragestellung:** Q22 - Wie hat sich Ihre Bindung zu Ihrem Arbeitgeber seit Corona entwickelt?  
N = 6.883

## Employer Branding & Mitarbeiterbindung

Offenbar macht jedoch der Großteil der Arbeitgeber in puncto Schutzmaßnahmen alles richtig. Hier werden die Erwartungen der Beschäftigten sogar um 8,5 % übertroffen. Allerdings fehlt es den Beschäftigten in der Krise an Kommunikation und Neuigkeiten von ihren Arbeitgebern (-13,4 Prozentpunkte). Dies war der mit Abstand am häufigsten geäußerte Wunsch (s. Grafik im Kapitel „Homeoffice & Digitalisierung“).

## Diese Unterstützung wird vom Arbeitgeber in der Krise erwartet:



**Fragestellung:** Q23/24 - Welche Art der Unterstützung würden Sie von Ihrem Arbeitgeber in Krisenzeiten erwarten bzw. haben Sie erfahren?

N = 12.803

N = 6.883



### TIPP:

Die Krise hat sehr deutlich gezeigt, dass Arbeitgeber an Attraktivität verloren haben, die sich nicht gut um ihre Mitarbeiter\*innen gekümmert haben. Hier liegt eine Chance in Form von potenziellen Bewerber\*innen, die nicht mehr so zufrieden bei ihrem aktuellen Arbeitgeber sind und darauf warten, durch andere Arbeitgeber angesprochen zu werden. Diese Zielgruppe wird deutlich leichter zu einem Wechsel zu bewegen sein.



## Employer Branding & Mitarbeiterbindung

# Sicherheit, Flexibilität & Unternehmenskultur

Welche Eigenschaften machen Arbeitgeber in der Krise und in der Zukunft besonders attraktiv für Jobsuchende?

Die Studienteilnehmer\*innen wurden zu verschiedenen Themengebieten befragt, um herauszufinden, was ein Arbeitgeber heutzutage bieten sollte und vor allem auch hervorheben könnte, um Talente zu gewinnen.



### Attraktiver Arbeitgeber

**Sicherheit** ist mit Abstand und in Zahlen ausgedrückt bei 70,2 % aller Befragten derzeit das wichtigste Kriterium bei der Jobsuche. Im Blue-Collar-Segment wurde Sicherheit sogar noch häufiger (75,8 %) als besonders wichtiges Kriterium bei der Jobsuche angegeben, während sie für White-Collar-Angestellte mit 56,8 % eine weniger große Rolle spielte. Je niedriger das Einkommen ist und je kleiner das Unternehmen, desto mehr gewinnt das Thema Sicherheit an Bedeutung.

**Sicherheit ist derzeit das wichtigste Kriterium bei der Jobsuche.**

# 70,2%

Statusthemen wie Prestige und Unternehmensgröße (6,6 %) sowie ein internationales Umfeld (10,9 %) haben ein wenig an Glanz verloren. Das **Unternehmensimage** ist immerhin noch einem Viertel der Befragten wichtig. Insbesondere Berufsstarter\*innen wünschen sich ein Unternehmen mit **Innovationskraft (+10,4 Prozentpunkte)** und wollen in einem **internationalen Umfeld (+10,9 Prozentpunkte)** arbeiten – ein Pluspunkt für Start-ups.



### Attraktives Aufgabenfeld

**Interessante Arbeitsaufgaben** landeten hier mit Abstand (70,1 %) auf Platz 1. Langeweile ist out – dem scheint auch die Krise keinen Abbruch zu tun. Dies gilt besonders für White-Collar-Beschäftigte mit 75,7 %, denen zudem das Thema Eigenverantwortung wichtiger (+10,1 Prozentpunkte) ist als Blue-Collar-Beschäftigten. Jüngere legen zudem etwas mehr Wert auf **attraktive Produkte**.

**Interessante Arbeitsaufgaben**

■ Blue Collar ■ White Collar





## Attraktiver Arbeitsort

**Kurze Fahrtzeiten** zum Arbeitsplatz werden von jeder zweiten befragten Person (53,2 %) genannt. Schließlich bedeutet ein längerer Anfahrtsweg in der Pandemie auch, sich möglicherweise in öffentlichen Verkehrsmitteln einem höheren Ansteckungsrisiko auszusetzen. Stärker ausgeprägt ist dieser Wunsch daher bei Blue-Collar-Beschäftigten mit 58,3 %. Bei White-Collar-Angestellten hingegen dominiert die Sehnsucht, mobil oder im Homeoffice zu arbeiten, mit +24,7 Prozentpunkten gegenüber Blue-Collar-Angestellten, deren Homeoffice-Möglichkeiten sowieso beschränkt sind. Homeoffice hin oder her – ein **attraktiver Standort** wird immer noch von 36,3 % der Beschäftigten als wichtig angesehen.



## Entwicklungsmöglichkeiten

Auch oder gerade in der Krise wollen 52,9 % einen Arbeitgeber, bei dem sie sich **weiterbilden** können. Dabei gibt es fast keine Unterschiede zwischen Blue- und White-Collar-Beschäftigten. Auch ein **guter Führungsstil der Vorgesetzten** ist mehr als der Hälfte besonders wichtig (56,1 %) – im Blue Collar-Segment sind es sogar 59,9 %.

**Gewünscht ist ein Arbeitgeber, der Weiterbildung anbietet.**

**52,9 %**



## Sicherheit

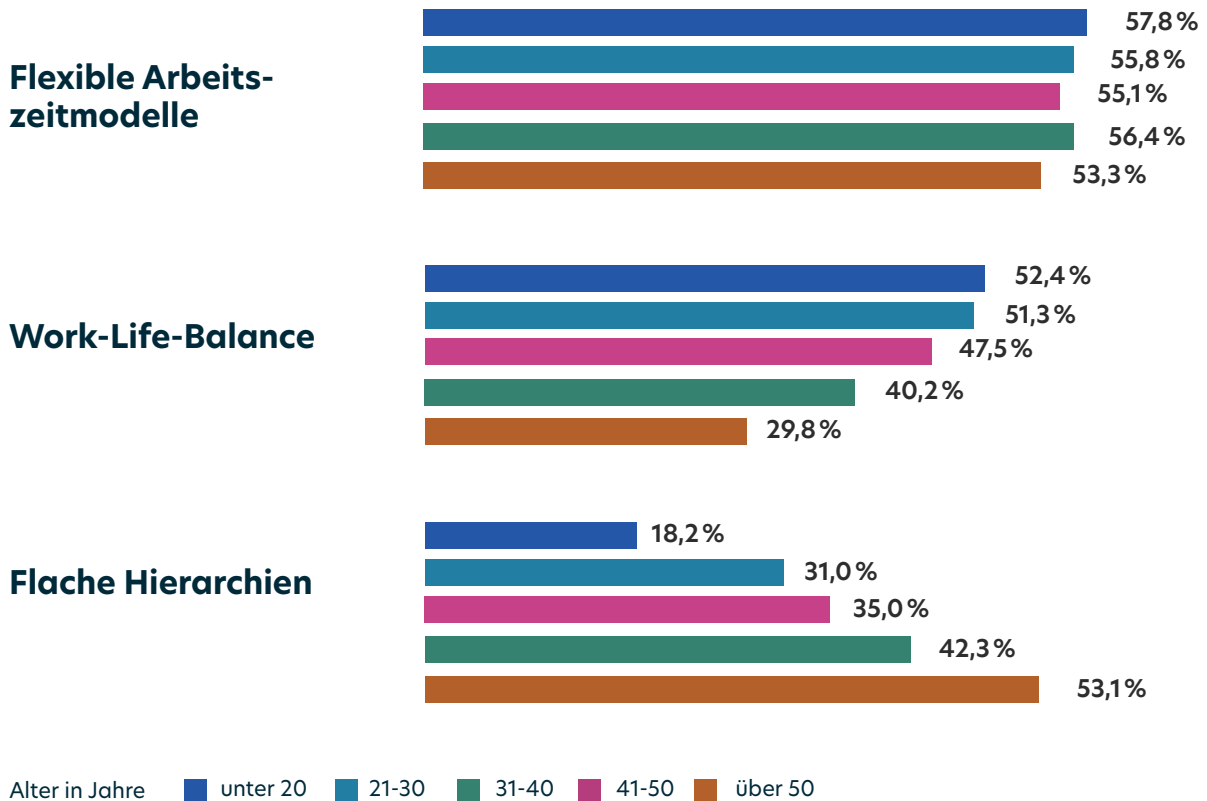
Ein **unbefristeter Arbeitsvertrag** (76,7 %) ist das wichtigste Kriterium beim Thema **Sicherheit**. Über die Hälfte (53,9 %) würde in der Krise eine **krisensichere Branche** wählen – erstaunlich, dass es nicht mehr sind. Auf Platz 3 rangiert ein **gutes Hygienekonzept** mit 31,7 %. Im Blue- Collar-Bereich steht eine Altersvorsorge eher im Vordergrund (+10,4 Prozentpunkte gegenüber White Collar).





## Flexibilität

55,1 % nennen **flexible Arbeitszeitmodelle** als wichtig für die Jobsuche – ein Hinweis für Arbeitgeber, dies bereits in Stellenanzeigen deutlich zu machen. Für Jüngere zählt die **Work-Life-Balance** weitaus mehr als für Ältere. Den über 40-Jährigen und den Besserverdienenden sind andere Dinge wichtig: nämlich **flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege** (bis zu 53,1 %). Dies gilt auch für die Blue-Collar-Beschäftigten (+9,9 Prozentpunkte gegenüber White Collar). Möglicherweise spielen dabei Erfahrungswerte eine Rolle.



## Gehalt

Eine **faire Vergütung** ist allen wichtig, das ist klar. Bei Blue-Collar-Jobs liegt der Fokus verstärkt darauf, wobei White-Collar-Angestellte die **langfristige Gehaltsentwicklung** stärker im Blick haben.

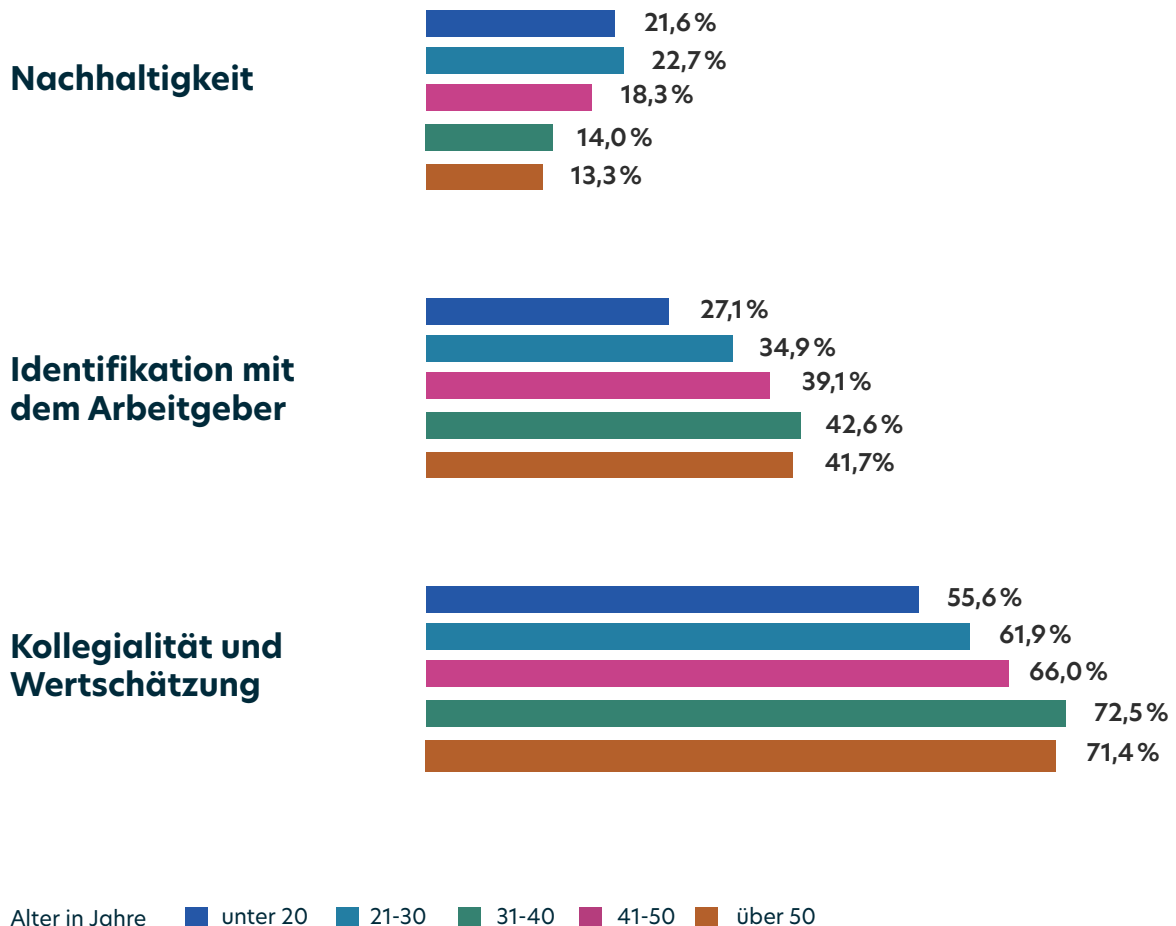


## Sozialer Arbeitgeber

Zusammenhalt zählt. Dem Punkt **Kollegialität und Wertschätzung** wird in der Corona-Krise mit 68,1 % eine hohe Bedeutung zugemessen. Mit steigendem Alter nimmt diese Bedeutung zu. Im Bereich Blue Collar liegt dieser Wert sogar noch höher, bei 72,1 %.

Immerhin 39,5 % legen darauf Wert, sich **mit ihrem Arbeitgeber identifizieren** zu können und wünschen sich eine **sinnvolle Arbeit** – dies gilt vor allem in der Führungsetage. **Soziale Verantwortung** ist einem knappen Drittel (30,6 %) wichtig.

Zukunftsthemen wie **Nachhaltigkeit** (16,7 %), **Diversity und Chancengleichheit** (14,5 %) gehören in der Krise nicht zu den Prioritäten der Jobsuchenden. Allerdings sind diese Themen **Jüngeren und White-Collar-Beschäftigten** nach wie vor wichtig.



**Fragestellung:** Q39/S1 - Welche dieser Kriterien sind Ihnen durch Corona bei der Jobsuche besonders wichtig geworden?

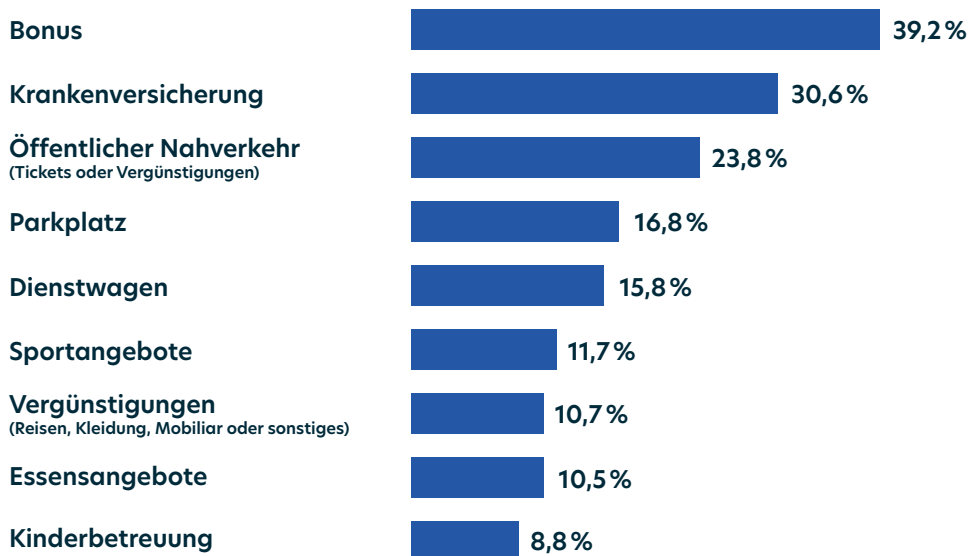
N = 12.803



## Zusatzleistungen

Ein Bonus ist Blue-Collar-Beschäftigten wichtiger (+10,0 % im Vergleich), genauso wie ein Parkplatz (+ 5,3 Prozentpunkte). Für Büroangestellte sind dagegen Jobtickets (+6,3 Prozentpunkte) und Sportangebote (+5,5 Prozentpunkte) attraktiver.

### Rangliste der Kriterien



**Fragestellung:** Q42 - Welche dieser Kriterien sind Ihnen durch Corona bei der Jobsuche besonders wichtig geworden?

N =12.803

### TIPP:

Mit Blick auf die Zukunft, die **jüngere Zielgruppe** und **White-Collar-Beschäftigte** sollten Arbeitgeber ihr Engagement rund um Nachhaltigkeit, Diversity und Chancengleichheit auch in der Krise nicht vernachlässigen.

Um ältere Zielgruppen und Blue Collars anzusprechen, macht es aber Sinn, sich während der Corona-Krise kommunikativ eher auf Themen wie Sicherheit, eine kollegiale Unternehmenskultur und flexible Arbeitsmöglichkeiten zu fokussieren.

Finanzielle Aspekte machen vor allem im Blue-Collar-Bereich einen Job attraktiv.

# Employer Branding & Mitarbeiterbindung

## Partner Statements



**„Rund ein Drittel der Befragten sagt, dass die Bindung zum Arbeitgeber abgenommen hat. Für mich zeigt das, dass ein Firmencampus als Identifikationsort weiterhin hohe Bedeutung hat. Dennoch sollten Arbeitgeber\*innen prüfen, welche digitalen Angebote einer Entfremdung entgegenwirken können.“**

### **Susanne Heinrichs**

Bereichsleiterin Recruitment,  
HR-Controlling und Performance Management  
OTTO GmbH & Co KG



**„Die Pandemie hat die Wahrnehmung in vielen Bereichen stark verändert und ohnehin große Überschriften wie „Mobiles Arbeiten“ und „Sicherheit“ in ein neues Licht gerückt.“**

### **Sven Kraus**

Employer Branding /MitarbeiterMarketing  
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

## Employer Branding & Mitarbeiterbindung

### Partner Statements



**„Die Studie unterstreicht, dass Digitalisierung kein Trend mehr ist, sondern Voraussetzung für die Gewinnung junger Menschen.“**

### Vera Claves

Employer Branding/MitarbeiterMarketing  
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG



**„Mehr als ein Drittel (34,0 %) der Befragten wünscht sich, die Hälfte der Arbeitszeit im Homeoffice zu verbringen. Wer die Chance als Unternehmen jetzt ergreift und zukünftig neue Arbeitsmodelle etabliert und damit verbundene Kompetenzen der Mitarbeitenden sowie eine krisenfeste Arbeitskultur weiter ausbaut, verschafft sich einen klaren Wettbewerbsvorteil.“**

### Katharina Knorr

Head of Sourcing und Recruiting Germany  
thyssenkrupp



**„Die tägliche Arbeit in Pflegeeinrichtungen und Ambulanten Diensten hat sich aufgrund der Corona-Krise stark verändert und viele Tätigkeiten können nicht mehr so wie früher ausgeübt werden. Wir möchten unseren Mitarbeitern jedoch zeigen, dass sie auch weiterhin auf ihren Arbeitgeber verlassen können und ihren Job auch in Zukunft mit möglichst wenig Einschränkungen ausüben können.“**

### Lisa-Marie Lenz

HR Business Partner  
Korian Deutschland AG

# **Jobsuche & Jobwechsel**



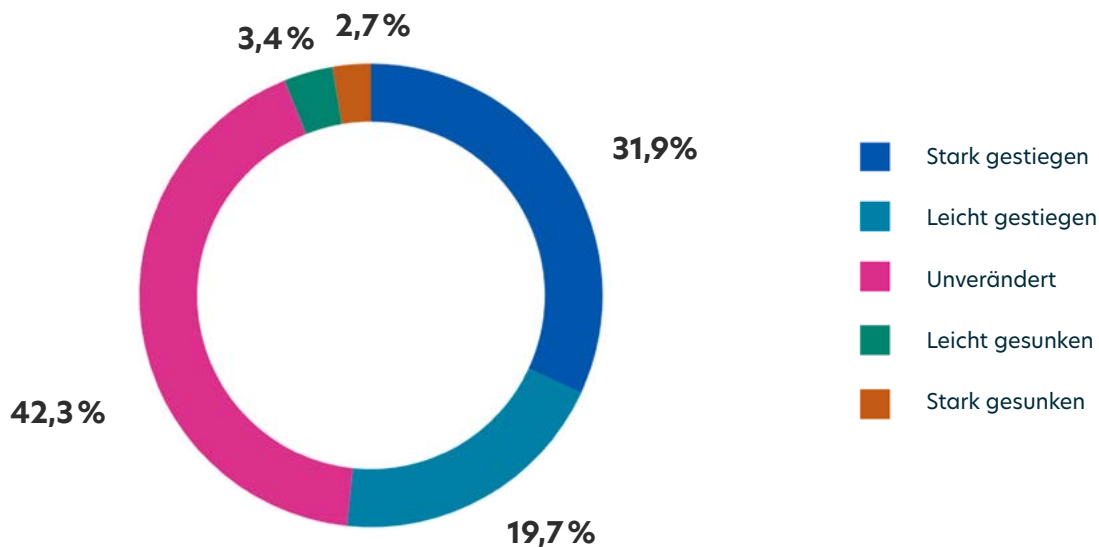
## Jobsuche & Jobwechsel

# Neuer Job, neues Glück - auch in der Corona-Krise

### Hohe Wechselbereitschaft, aber auch große Angst, keinen Job zu finden

Ein knappes Drittel (29,7 %) der Studienteilnehmer\*innen bezeichnen sich als arbeitssuchend. Davon wiederum sind 36,1 % zum ersten Mal auf der Suche nach einer Festanstellung. Über die Hälfte der Gesamtheit (52,7 %) sind aktuell beschäftigt, der Rest ist in Ausbildung oder auf der Suche danach.

Obwohl man es nicht vermuten würde, ist in der Krise die Bereitschaft, den Job zu wechseln, bei jeder zweiten befragten Person gestiegen (31,9 % stark gestiegen, 19,7 % leicht gestiegen) - und das über alle Altersgruppen.



**Fragestellung:** Q29 - Meine Bereitschaft, den Job zu wechseln, ist durch Corona:

**N = 6.883**

## Jobsuche & Jobwechsel

Als häufigster Grund (38,8 %) für die gestiegene Wechselbereitschaft wurde die Tatsache genannt, dass der Arbeitgeber sich in der Krise nicht zufriedenstellend verhalten hat. Dies deutet abermals darauf hin, dass eine angemessene Reaktion auf die Pandemie ein Hygienefaktor ist, der zwar nicht zu einer höheren Bindung an das Unternehmen führt - dessen Fehlen aber schnell Unzufriedenheit hervorruft, ggf. sogar bis hin zum Jobwechsel (s. Kapitel „Employer Branding & Mitarbeiterbindung“). Lediglich bei 6,1 % der Befragten ist die Wechselbereitschaft gesunken.\*

## „Ich bin bereit den Job zu wechseln ...

**..., weil mein Arbeitgeber sich während der Krise nicht zufriedenstellend verhalten hat.“**

**38,8 %**

**Fragestellung:** Q30 - Warum ist Ihre Bereitschaft, den Job zu wechseln, gestiegen?  
N = 3.490

Diejenigen, bei denen die Wechselbereitschaft gesunken ist (und das sind nur 6,1 % der Befragten) geben als häufigste Sorge an, dass sie ihren sicheren Arbeitsplatz nicht riskieren möchten (59,2 %) bzw. keine neue Probezeit eingehen möchten (46,3 %).

**„Ich habe momentan einen sicheren Arbeitsplatz, den ich nicht riskieren möchte.“**

**59,2 %**

**„Ich möchte nicht in eine neue Probezeit gehen.“**

**46,3 %**

**Fragestellung:** Q31 - Warum ist Ihre Bereitschaft, den Job zu wechseln, gesunken?  
N = 413

\*Da die Umfrage unter Indeed-User\*innen stattfand, ist hier zu beachten, dass diese generell eine Wechselbereitschaft zeigen, sonst wären sie nicht auf der Plattform.

Wer sich für einen Jobwechsel entscheidet, hat oft gewichtige Gründe: 23,6 % der Befragten sind **gezwungen zu wechseln**, weil der Job nicht mehr existiert oder es der Branche schlecht geht. Hier wird es sich vor allem um Jobs in der Gastronomie und im Tourismus handeln. Noch häufiger (29,6 %) wird angegeben, **freiwillig** zu wechseln, weil der Job aufgrund der Einschränkungen nicht mehr wie gehabt ausgeübt werden kann. Dies könnte mit verstärkten Hygienemaßnahmen oder weniger bzw. anders gestaltetem Kundenkontakt zusammenhängen, wie sie im Einzelhandel, aber auch in der Freizeit- und Wellnessindustrie erlebt werden.

## Wir sehen eine starke Ausprägung der Wechselbereitschaft in:



**Gastronomie**



**Tourismus**



**Einzelhandel**



**Freizeit- und  
Wellnessindustrie**



## Wie ernst die Lage für viele Arbeitssuchende ist, wird an Zitaten von Studienteilnehmer\*innen deutlich:

Original-Antworten zur Frage „Warum ist Ihre Bereitschaft, den Job zu wechseln, gestiegen?“

„Die betriebliche Situation hat sich geändert.“

„Mein Job könnte wegfallen.“

„Aussicht auf sicheren Job hinsichtlich eines Branchenwechsels.“

„Verhalten der Geschäftsführung kaum erträglich.“

„Ich bin gekündigt worden.“

„Weil mein Arbeitgeber Homeoffice verbietet.“

„Angst um Job, Kurzarbeit null seit Monaten.“

„Keinerlei Anerkennung vom Chef während der schwierigen Corona-Arbeitsphase.“

Knapp die Hälfte (48,1 %) der Jobsuchenden hat es **eilig** – sie wollen möglichst schnell einen neuen Job finden. 19,2 % sind noch in der Orientierungsphase und würden gern in 3 bis 6 Monaten den Arbeitgeber wechseln. Fast jede vierte befragte Person (24,3 %) hat überhaupt keinen Druck und möchte einfach **einen Job finden, der passt**. In diesem Fall kann man von einer latenten Jobsuche ausgehen: Der Stellenmarkt wird beobachtet und nach attraktiven Karrieremöglichkeiten gescannt.

Menschen mit einer höheren Ausbildung und Arbeitnehmer\*innen, die bereits länger bei ihrem Unternehmen angestellt sind, lassen sich tendenziell **mehr Zeit bei der Jobsuche**. Mit steigendem Einkommen erhöht sich auch die **Wechselbereitschaft**.

Die Angst, keinen Job zu finden, ist bei den aktuell Jobsuchenden mit 78,8 % sehr hoch. Insbesondere Hochschulabsolvent\*innen treibt die Sorge um, nicht wie geplant ihre Karriere starten zu können (s. Kapitel „Psychische Gesundheit“). Während der Pandemie besonders gefragt

sind Branchen, die als  **krisensicher**  gelten, wie das Gesundheitswesen, Logistik oder der öffentliche Dienst. Hier schlägt das hohe Sicherheitsstreben der meisten Studienteilnehmer\*innen (s. Kapitel „Employer Branding & Mitarbeiterbindung“) zu Buche.

## „Ich habe Angst ...

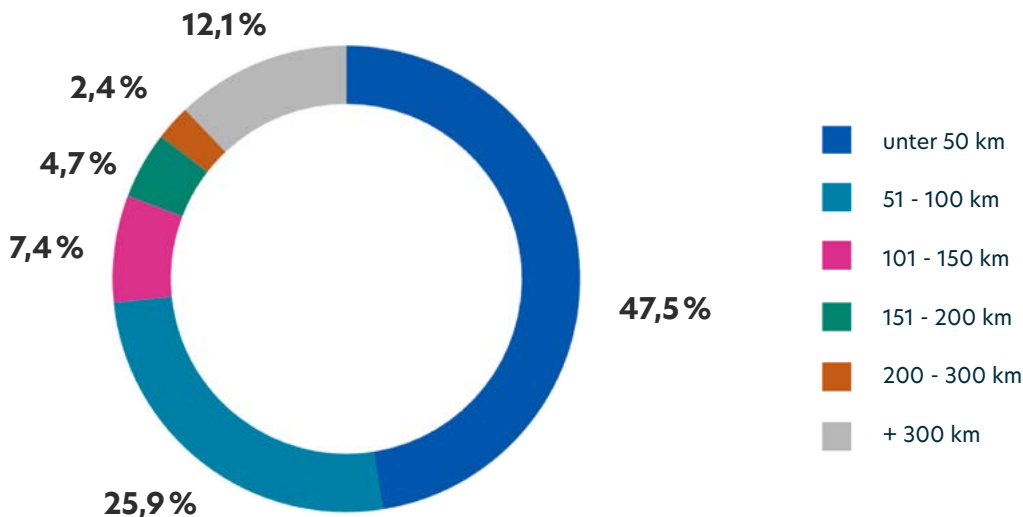
..., keinen Job zu finden.“

# 78,8 %

**Fragestellung:** Q20 - Welche Ängste haben Sie aufgrund der Corona-Situation?

N = 5.283

Eine Homeoffice-Option im neuen Job würde knapp die Hälfte der Studienteilnehmer\*innen motivieren, sich  **in einem Umkreis von bis zu 50 km**  vom Wohnort entfernt zu bewerben. 25,9 % würden sogar  **bis zu 100 km weit pendeln** , wenn sie nicht täglich ins Büro kommen müssten. Die Anzahl der Bürotage spielt dabei eine geringe Rolle. (Mehr zu den Vor- und Nachteilen von Homeoffice im Kapitel „Homeoffice & Digitalisierung“.)



**Fragestellung:** Q33 - In welchem Umkreis würden Sie suchen, wenn Homeoffice für Sie regelmäßig möglich wäre?

N = 5.974

### TIPP:

Arbeitgeber sollten schon in der Stellenanzeige explizit Ihre Homeoffice-Regelung erwähnen, um so mehr potenzielle Bewerber\*innen anzusprechen – denn deren Bewerbungsradius steigt mit passender Homeoffice-Option.

# **Onboarding & virtuelle Bewerbung**

## Onboarding & virtuelle Bewerbung

# Die am meisten genutzten Kanäle

Nach dem anfänglichen Schock der Pandemie sind viele HR-Abteilungen wieder zu normalem Recruiting übergegangen. Aber was heißt schon normal? Der Bewerbungsprozess und das Onboarding haben sich verändert. Wie sind hier die Präferenzen der Jobsuchenden?

Die am meisten genutzten Kanäle für die Jobsuchenden sind Online-Jobseiten (74 %, bei Hochschulabsolvent\*innen sogar 90,5 %). Gut die Hälfte (49,7 %) sucht mobil nach neuen beruflichen Möglichkeiten. Wer gerade nach einem Job sucht, nutzt häufig auch das Jobcenter (49,4 %), das insgesamt aber nur auf dem vierten Platz landet. Vor allem im **Whit- Collar-Segment** werden Karriere- und Businessnetzwerke (30,2 %) für die Jobsuche eingesetzt. **White-Collar-Angestellte** lassen sich mit 18 % auch gern von Headhuntern kontaktieren.

<b>Online-Jobseiten</b>	<b>74,0 %</b>
<b>Agentur für Arbeit</b>	<b>34,3 %</b>
<b>Initiativbewerbungen</b>	<b>29,3 %</b>
<b>Freund*innen/Referenzen</b>	<b>27,9 %</b>

**Fragestellung:** Q43 -Welche Kanäle nutzen Sie in Corona-Zeiten, um einen neuen Job zu finden oder sich über einen Arbeitgeber zu informieren?

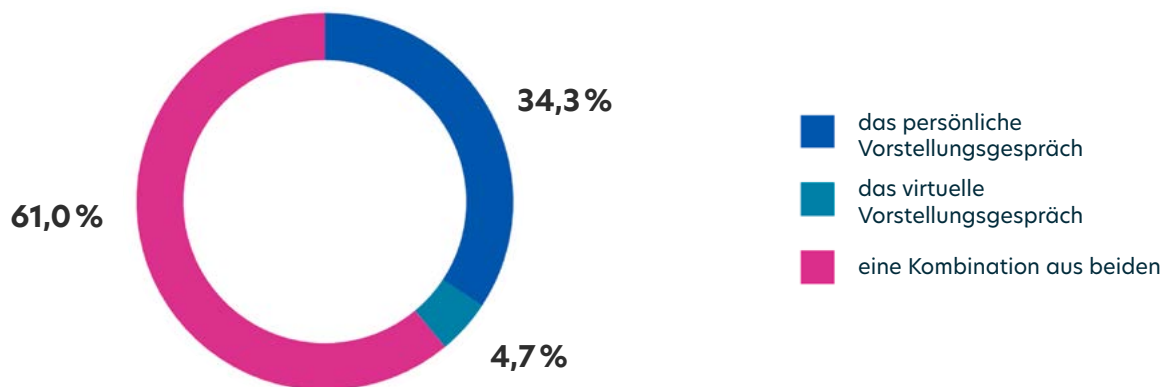
N = 12.803

## Onboarding & virtuelle Bewerbung

# Fokus Bewerbungsgespräch

Ein Knackpunkt im Bewerbungsprozess ist und bleibt das Vorstellungsgespräch - hier entscheidet sich zumeist für beide Seiten, ob man zusammenpasst.

Die Corona-Krise hat die Gepflogenheiten hier bereits verändert: Die überwiegende Mehrheit der Befragten (61,0 %) wünscht sich eine Kombination aus virtuellem und persönlichem Vorstellungsgespräch. Hier mögen der Schutz vor Ansteckung, aber auch Zeit- und Kostengründe eine Rolle spielen. Unter den Befragten zwischen 21 und 30 Jahren können sich sogar 9,1 % ein rein virtuelles Gespräch vorstellen. Nur ein Drittel (34,3 %) besteht auf einem rein persönlichen Kennenlernen - unter den Frauen sind es 36 % (+ 3,3 Prozentpunkte mehr als bei den Männern).



**Fragestellung:** Q44 - Was ist Ihnen bei einem Bewerbungsprozess wichtig?  
N = 12.803

Es zeigt sich hier eine klare Tendenz nach Einkommen: Geringverdiener\*innen bevorzugen das persönliche Vorstellungsgespräch, während mit steigendem Einkommen die Kombination aus beidem bevorzugt wird. Eine Ausnahme bilden hierbei die Großverdiener\*innen, die wieder Richtung persönliches Vorstellungsgespräch

tendieren. Zwei Gründe wurden von denjenigen genannt, die ausschließlich persönliche Vorstellungsgespräche bevorzugen: Dadurch ließen sich Vorgesetzte und Kolleg\*innen einfacher kennenlernen (72,9 %). Fast genauso schwer wog die Möglichkeit, den Arbeitsplatz vor Ort in Augenschein zu nehmen (71,6 %).

### TIPP:

Arbeitgeber sollten virtuellen Vorstellungsgesprächen gegenüber offen sein - die Bewerber\*innen sind es auch. Vor allem, wenn sie mit einem persönlichen Kennenlernen kombiniert werden. Neben der Vermeidung der Ansteckungsgefahr wird dabei auch Zeit gespart und die Umwelt geschont. Dies scheint laut Umfrage gerade für jüngere Zielgruppen bis 30 Jahren attraktiv.



## Onboarding & Virtuelle Bewerbung

### Partner Statements



**„Die Studie hat unseren Eindruck bestärkt, dass sich die Kandidat\*innen im fortgeschrittenen Bewerbungsprozess ein persönliches Kennenlernen vor Ort wünschen, ein virtuelles Erstgespräch aber sehr gut angenommen wird.“**

### **Nina Sohns**

Recruiting / BewerberManagement  
dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

**04**

**Fazit**

## Das Fazit

# Jobs in Corona-Zeiten

**Eines zeigt die Studie ganz deutlich: Die Corona-Krise geht an der Mehrheit der Beschäftigten in Deutschland nicht spurlos vorbei.**

Über die Hälfte der Befragten (57,3 %) berichten von einem hohen bis sehr hohen Stresslevel. 17,4 % sind in Kurzarbeit. Blue-Collar-Jobs sind stärker von Kurzarbeit betroffen als White-Collar-Jobs. 14,5 % arbeiten mehr als vorher – darunter vor allem Besserverdienende und Führungskräfte. Letztere konnten die Pandemie nutzen, um Liegende gebliebenes aufzuarbeiten. Aber es gibt auch die andere Seite der Medaille: Für über ein Drittel der Befragten hat sich durch die Krise nichts an ihrem Arbeitsalltag geändert.

Während der Krise machen sich Männer und Frauen auf unterschiedliche Art Sorgen. Während Männer vor allem die Karriere und Finanzen im Blick haben, geht es Frauen eher um das Wohlbefinden und gesundheitliche Aspekte. In der Krise scheint auch mental die klassische Rollenverteilung wiederaufzuleben. Für alle gilt: Je höher das Alter und die Karrierestufe, desto geringer sind die Ängste um das psychische Wohlbefinden.

In einer schwierigen Situation stecken Hochschulabsolvent\*innen, die eigentlich gerade beruflich durchstarten wollten: Sie machen sich besonders viele Gedanken um ihre Karriere. Berufseinsteiger\*innen generell haben mit 61,5 % die größte Angst, aktuell keinen Job zu finden. Das Thema Sicherheit spielt bei allen eine große Rolle, insbesondere aber in Blue-Collar-Jobs und bei Berufsstarter\*innen.

Eine alarmierende Zahl: Bei 29,7 % der Studienteilnehmer\*innen ist in der Corona-Krise die Bindung zum

Arbeitgeber gesunken. Die Gründe hierfür sind vielfältig – ein unangemessener Umgang mit der Pandemie ist aber die am häufigsten genannte Ursache. Insbesondere diejenigen, denen Homeoffice verwehrt wurde, fühlen sich ihrem Unternehmen weniger verbunden. Für jede zweite befragte Person hat sich nichts geändert. Dies könnte auf ausreichende Unterstützung in der Krise seitens des Arbeitgebers zurückzuführen sein.

Eine gute Kommunikation des Arbeitgebers ist in Krisenzeiten Gold wert – das ist den Befragten sehr wohl bewusst. Aber auch Schutz (z. B. durch die Einhaltung der Hygienemaßnahmen oder Kurzarbeit) und Flexibilität sind wichtig. In erster Linie geht es dabei um die Möglichkeit, von zu Hause aus zu arbeiten. Hochschulabsolvent\*innen und Studierende setzen größtenteils (bis zu 59,4 %) voraus, dass Homeoffice und flexible Arbeitszeiten angeboten werden. In niedrigeren Einkommensklassen sind Zusatzleistungen wie ein Jobticket besonders attraktiv.

Auf die Jobsuche wirkt sich die Corona-Krise recht stark aus. Die Angst, keinen Job zu finden, ist groß. Recht hoch ist auch die Bereitschaft, virtuelle Vorstellungsgespräche zu führen – vor allem in Kombination mit einem persönlichen Kennenlernen.

Insgesamt zeigt die vorliegende Studie, dass die Corona-Pandemie die Digitalisierung und Flexibilisierung der Arbeit in Deutschland vorantreibt – bis hin zu Vorstellungsgesprächen und einer virtuellen Einarbeitung.

Arbeitgeber treffen auf teils stark unter Druck stehende Jobsuchende, können aber durch ein gutes Krisenmanagement und viel Flexibilität punkten - auch bei den Beschäftigten.

Die Studie macht außerdem deutlich, dass die Kluft zwischen sogenannten White Collar- und Blue-Collar-Jobs, also zwischen

Schreibtisch-Jobs und eher praktischen Berufen, durch die Corona-Pandemie weiter auseinanderdriftet. Das betrifft nicht nur die unterschiedlichen Arbeitsbedingungen während der Pandemie, sondern auch Existenzängste und Schwierigkeiten bei der Jobsuche. Auch hier können aufmerksame Arbeitgeber ihr Angebot nachbessern, um freie Stellen schneller zu besetzen.

**Tim Verhoeven**  
Recruitment Evangelist

## **„Der Arbeitsmarkt hat sich in den letzten Monaten mit einer Dynamik verändert, die ihresgleichen sucht.“**

Diese schnellen und drastischen Veränderungen gehen nicht spurlos an Jobsuchenden vorüber.

Der Fokus vieler Jobsuchenden hat sich - Für viele hat sich der Fokus zumindest kurzfristig verschoben. Sicherheit und Stabilität sind momentan ein großer Treiber bei der Suche nach einem neuen Arbeitgeber - eine direkte Reaktion auf das hohe Maß an Verunsicherung und mangelnder Planungssicherheit aufgrund der Krise.

Dies bedeutet nach meiner Einschätzung vor allem eines: Chancen! Chancen, sich als Arbeitgeber neu zu positionieren mit Eigenschaften, die vor wenigen Jahren nicht so im Fokus von Jobsuchenden standen. Chancen, hervorzuheben, wie man als Arbeitgeber nachhaltig und mitarbeiterorientiert durch die Krise gekommen ist. Chancen, Themen zu optimieren, die ohne die Krise nie so schnell Fahrt aufgenommen hätten, so wie das Thema Homeoffice. Chancen für die Arbeitgeber, für die es bald wieder aufwärts geht und die bald wieder einstellen werden.