

A smiling man with a beard and glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and dark tie, is carrying a large cardboard box. Inside the box, a green peace lily plant with white flowers is visible, along with a yellow megaphone. He is standing in front of a modern building with a glass and metal facade. The background shows a staircase and a brick wall.

# Wechselwilligkeitsstudie

## 2023 by forsa

Studienergebnisse für alle Erwerbstätigen im Überblick – inkl. Insights zu Geschlechter-Unterschieden, Generationen & Co

**onlyfy**  
by XING

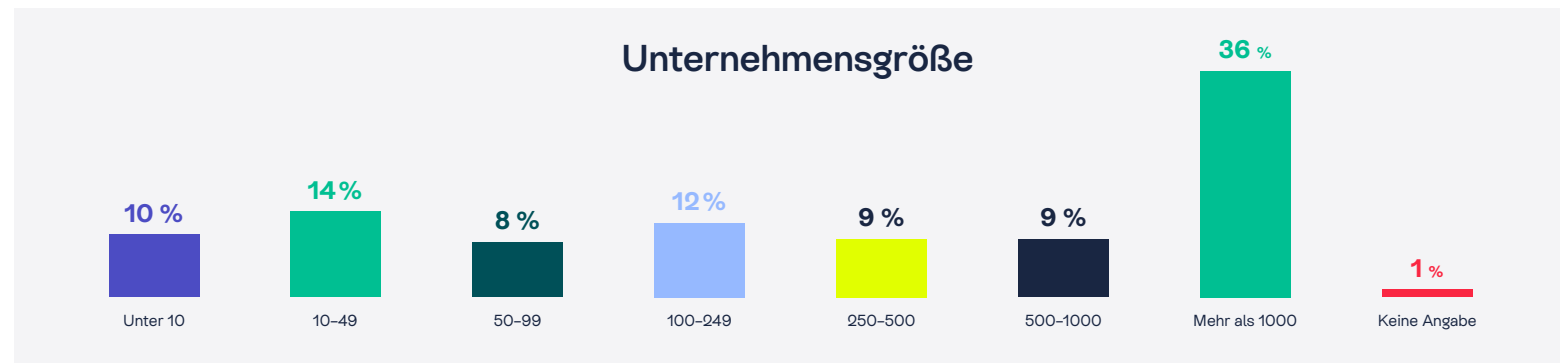
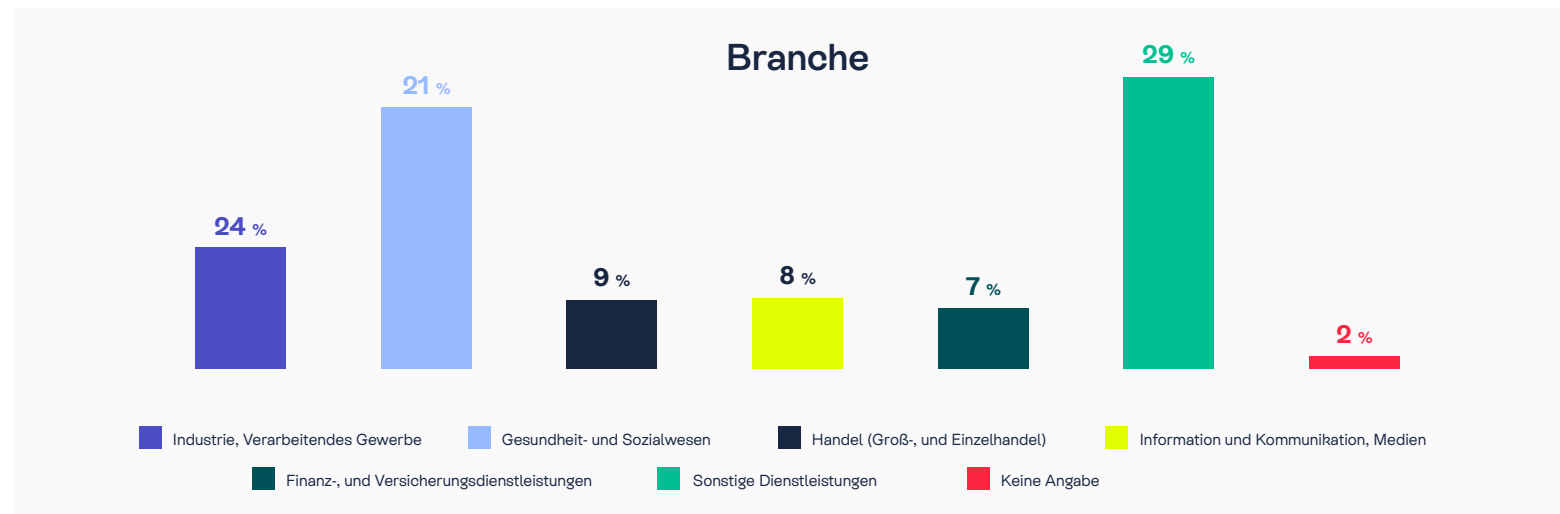
# Editorial – über die Studie

Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage bleibt die Wechselbereitschaft der Beschäftigten hoch. Laut einer Langzeitstudie von forsa erreicht sie 2023 sogar den dritthöchsten Wert, der in der Studienreihe/in dieser Zeitreihe erhoben wurde. In dieser Studie befragt forsa seit 2012 im Auftrag von onlyfy by XING regelmäßig Arbeitnehmer:innen aus Deutschland zu Themen wie Jobzufriedenheit, Wechselbereitschaft, Wünsche an künftige Arbeitgeber sowie

Motiven hinter tatsächlichen Jobwechseln. Die Wechselbereitschaft setzt sich dabei aus zwei Kategorien zusammen: den Erwerbstätigen, die konkret planen, in diesem Jahr den Arbeitgeber zu wechseln sowie den Erwerbstätigen, die offen für einen Jobwechsel sind, aber noch keine konkreten Schritte unternommen haben.



# Branche und Größe nach Selbstauskunft des Befragten



## Info

2023 wurden insgesamt 3.216 erwerbstätig Angestellte ab 18 Jahren befragt. Die Studie zur Wechselbereitschaft von Beschäftigten von onlyfy by XING und forsa wird in Deutschland seit 2012 erhoben und untersucht die Arbeitnehmerzufriedenheit sowie die Gründe, die zur Mitarbeiterfluktuation beitragen.

In diesem Whitepaper möchten wir Ihnen die Studienergebnisse näher vorstellen. Zu Beginn möchten wir Ihnen alle Ergebnisse aus der Gesamtbasis präsentieren. Am Ende des Whitepapers wird noch einmal ein **Fokus auf drei ausgewählte Gruppen** gelegt. Dazu zählen Frauen, die 18- bis 29-Jährigen und die Generation 50+.

## Abschnitt I – Studienergebnisse

# 1

### Job Zufriedenheit

- Ein Drittel offen für Wechsel
- No Go's beim Arbeitgeber
- Must-Haves: Guter Zusammenhalt schlägt hohes Gehalt
- Stellenwert der Arbeit

# 3

**Corona-Auswirkungen: Steigernde Flexibilität, Verschlechterung der Personalsituation**

# 2

### Candidate Journey

- Kanäle für die Jobsuche
- Die Direktansprache: Knapp die Hälfte möchte direkt angesprochen werden
- Die Stellenanzeige: Der erste Eindruck zählt
- Bewerbungsprozess: Schnelle Rückmeldungen sind das A und O

# 4

**Wunsch nach Gehaltserhöhung: Stichwort Inflation**

## Abschnitt II – Interpretation

- **Frauen**  
resilienter, unzufriedener und weniger wechselwillig
- **18- bis 29-Jährigen**  
Jung, qualifiziert und wechselwillig
- **Generation 50+**  
erfahren, loyal und doch häufig übersehen
- **Fazit**

# Abschnitt I

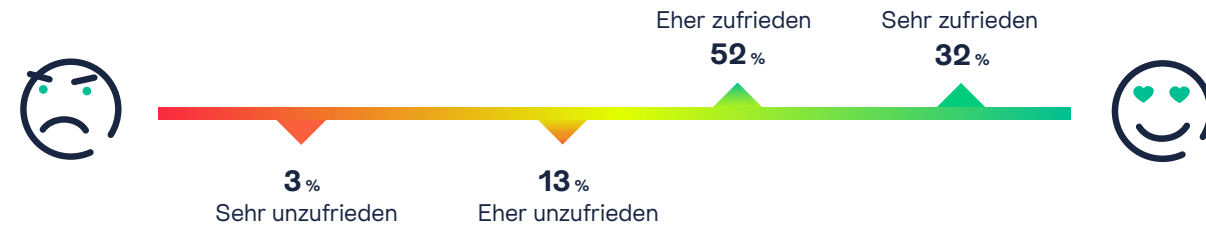
## 1. Job-Zufriedenheit



# Ein Drittel offen für Wechsel

Es ist weitgehend bekannt, dass Fachkräfte und Angestellte in Zukunft rarer beziehungsweise schwerer zu finden sein werden. Viele Firmen suchen daher händierend nach neuen Angestellten. Und obwohl die klare Mehrheit unserer Befragten mit 84 % zumindest eher zufrieden mit dem eigenen Job ist, sind mehr als ein Drittel offen für einen Jobwechsel oder planen diesen sogar konkret. Doch was sind die Gründe für eben diesen Wechsel?

Wie zufrieden sind Sie derzeit mit Ihrer beruflichen Tätigkeit?



## Jobwechsel

6%

planen konkret im kommenden Jahr den Arbeitgeber zu wechseln

31%

sind offen für einen Wechsel, haben aber noch keine konkreten Schritte unternommen

60%

wollen langfristig bei ihrem jetzigen Arbeitgeber bleiben

2%

Weiß nicht/keine Angabe



## Gründe für einen **Jobwechsel**



Ein zu niedriges empfundenes Gehalt bzw. ein zu hohes Stresslevel sind die am häufigsten genannten Gründe für einen Jobwechsel. Bei all den genannten Gründen könnten Unternehmen mit frühzeitigem Employer Branding gezielt entgegenwirken und damit auch ein angenehmeres Arbeitsklima für die Mitarbeitenden schaffen. Es wurden nur zwei Faktoren angegeben, worauf das Unternehmen keinen direkten Einfluss hat, nämlich die generelle Lust auf Abwechslung und den Wohnortwechsel.

### Tipp

Sie möchten mehr über **erfolgreiches Employer Branding** erfahren oder eine **starke Arbeitgebermarke** aufbauen? Diese kostenlosen Whitepaper können Ihnen dabei helfen:



**Employer Branding in  
Klein- und Mittelbetrieben**

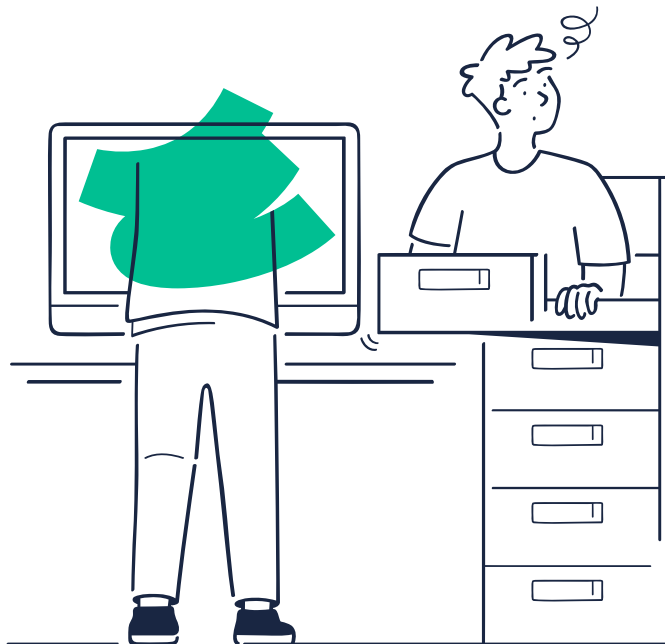


**10 Ideen für Ihr  
Employer Branding**

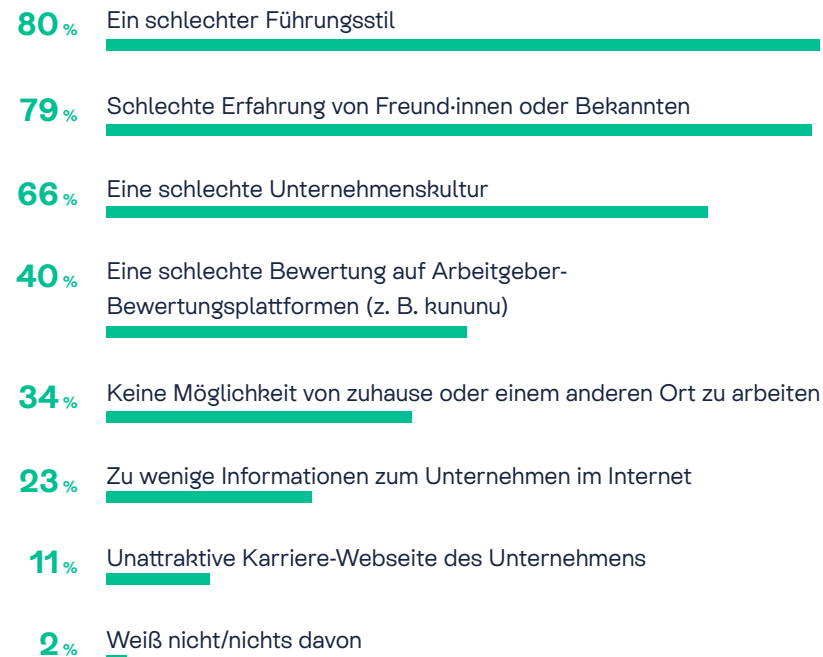
\* Befragte, die konkret planen den Job zu wechseln oder offen für einen Jobwechsel sind.

# No-Gos beim Arbeitgeber

Die Gründe für einen Jobwechsel stehen eng im Zusammenhang, mit den **No-Gos**, auf die wir nun näher eingehen werden. Welche der folgenden Aspekte würden die Befragten trotz besserer Bezahlung davon abhalten, sich bei einem Unternehmen zu bewerben?



## Ausschlusskriterien



Die deutliche Mehrheit der Befragten sehen einen schlechten Führungsstil und schlechte Erfahrungen von Bekannten als absolute „Red Flag“ bei einem neuen Arbeitgeber. Aber auch eine schlechte Unternehmenskultur und der Unternehmensstandort können bei zwei Drittel der Befragten Unbehagen auslösen.

**Was bedeutet dies für Sie als Recruiter-in?** Investieren Sie in Fortbildungen für Führungskräfte. Wenn Führungspositionen gut besetzt und ausreichend geschult sind werden Mitarbeitende vermutlich weniger schlechte Erfahrungen mit dem Unternehmen machen und somit auch seltener über diese im privaten Umfeld berichten. Die Problematik kann dann sogar eine positive Wende nehmen, dann wird nämlich über gute Erfahrungen berichtet.



# Must-Haves: Guter Zusammenhalt schlägt hohes Gehalt

Nachdem Sie bereits die Gründe für einen Job-Wechsel erfahren haben, müssten doch die **Wünsche an einen Arbeitgeber** das genaue Gegenteil erfassen. Nicht ganz. Denn für die meisten der Befragten ist ein guter Zusammenhalt der Kolleg:innen das wichtigste Kriterium eines neuen Arbeitgebers. Aber auch ein höheres Gehalt und flexible Arbeitszeiten-Einteilung sind wichtige Faktoren.



In den vergangenen Jahren wurden in vielen Unternehmen **neuartige Mitarbeitervorteile**, Arbeitsmodelle und Maßnahmen eingeführt, um bestehende Mitarbeiter:innen zu halten und neue Fachkräfte auf sich aufmerksam zu machen. Vor allem durch die Pandemie hat sich in dieser Hinsicht sehr viel getan. Wenn man die Zahlen der Tabelle genauer betrachtet, ist deutlich zu erkennen, dass vor allem alle unter 50-Jährigen und jene, die gerade am Arbeitsmarkt Fuß fassen, diese neuen Benefits attraktiv finden.



## Benefits, nach Altersgruppen

	Gesamt %	18-29 Jahre %	30-49 Jahre %	50++ %
4-Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich	74	82	78	67
Flexible Arbeitszeitgestaltung	74	85	74	71
Home Office	51	66	55	41
Gehaltstransparenz (Einblick in die Gehaltsstruktur des Unternehmens)	31	36	34	27
Möglichkeiten ein Sabbatical bzw. eine längere Auszeit zu nehmen	29	31	29	27
Fitnessangebote und Yoga direkt im Unternehmen	22	27	24	19
Workation – also die Möglichkeit, von einem Urlaubsort aus zu arbeiten	19	23	22	14
Kinderbetreuung	18	22	26	6
Spezieller Eltern-Kind-Büro-Raum	9	12	13	2

Denn für die junge Generation, nämlich die 18-29 Jährigen, sind vor allem die flexible Arbeitszeitgestaltung (85 %), eine 4-Tages-Woche bei vollem Lohnausgleich (82 %) und Home Office (66 %) Benefits, die deren Herz höher schlagen lassen. Spannend dabei ist, dass diese neuen Arbeitsmodelle zwar für alle Altersgruppen wichtig sind, mit zunehmendem Alter jedoch trotzdem an Relevanz für Arbeitnehmer:innen verlieren. Lediglich bei den Punkten Kinderbetreuung und der zur Verfügungstellung eines speziellen Eltern-Kind-Raums haben die 30-49-Jährigen die Nase vorne, was sich damit begründen lässt, dass Jungeltern meist genau in diese Altersgruppe fallen.

**Je nach Zielgruppe variieren also die Benefits,** die Mitarbeitenden geboten werden können werden, Ihr Unternehmen kann sich allerdings auch auf unterschiedliche Benefits festlegen. Wobei eines natürlich klar sein muss: Wenn Sie bspw. die 4-Tages-Woche einführen, muss diese für alle Abteilungen hinweg gelten und nicht nur für das junge Marketing-Team.



# Stellenwert des Berufs

Welchen Stellenwert kann ein Beruf im eigenen Leben einnehmen? Für die einen ist es der absolute Traumjob und eine Erfüllung, andere arbeiten jedoch „nur“, um sich das Leben leisten zu können. Dies ist zum einen eine Einstellungssache, zum anderen kommt es auf die jeweilige Stelle an.



**Im Folgenden sollten die Befragten angeben, ob die Aussagen auf sie zutreffen oder nicht.**

Mein Beruf ist Bestandteil meines Lebens, aber steht nicht im Vordergrund **83%**

Mein Beruf bereitet mir Freude **79%**

In meinem Beruf kann ich meine Talente und Fähigkeiten voll einbringen **69%**

Mit meiner beruflichen Tätigkeit leiste ich einen Beitrag für die Gesellschaft **65%**

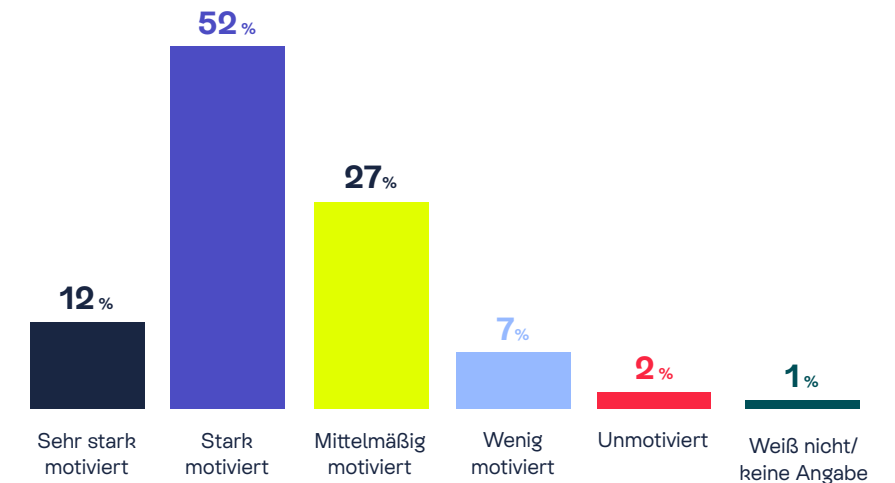
Mein Beruf erfüllt mich mit Stolz **64%**

Mein Beruf ist eine Bereicherung in meinem Leben **63%**

Meinen Beruf mache ich in erster Linie wegen des Geldes **47%**

Eng damit verknüpft ist auch die Motivation der Mitarbeiterinnen. Denn, wenn eine Tätigkeit mit Freude ausgeübt wird, steckt häufig auch Motivation dahinter.

**Deshalb beschäftigt sich die nächste Frage, wie motiviert die Befragten ihrer Tätigkeit beim derzeitigen Arbeitgeber nachgehen.**



Knapp zwei Drittel der Befragten sind zumindest stark motiviert, dies lässt sich auch mit den vorherigen Ergebnissen gut abgleichen, denn für die Mehrheit der Befragten ist eine berufliche Tätigkeit nämlich nicht nur „Geld verdienen“ sondern mehr – Freude, Stolz oder Sinnhaftigkeit. Natürlich motivieren solche Werte, die man dem Job zuschreibt, sehr.



## 2. Candidate Journey



# Kanäle für die Jobsuche

Der erste Schritt im Bewerbungsprozess ist die (aktive) Job-Suche. Früher war es allgegenwärtig, dass Unternehmen Bewerbungen per Post erhalten haben oder Interessierte sich über Empfehlungen von Freunden beworben haben. Durch Social Media und eine große Vielzahl an Job-Plattformen gibt es mittlerweile aber auch viele weitere Wege, Bewerbungen an Personaler:innen zu senden. Im Folgenden zeigen wir Ihnen **jene Kanäle, die von den Befragten bevorzugt für die Jobsuche** genutzt werden.

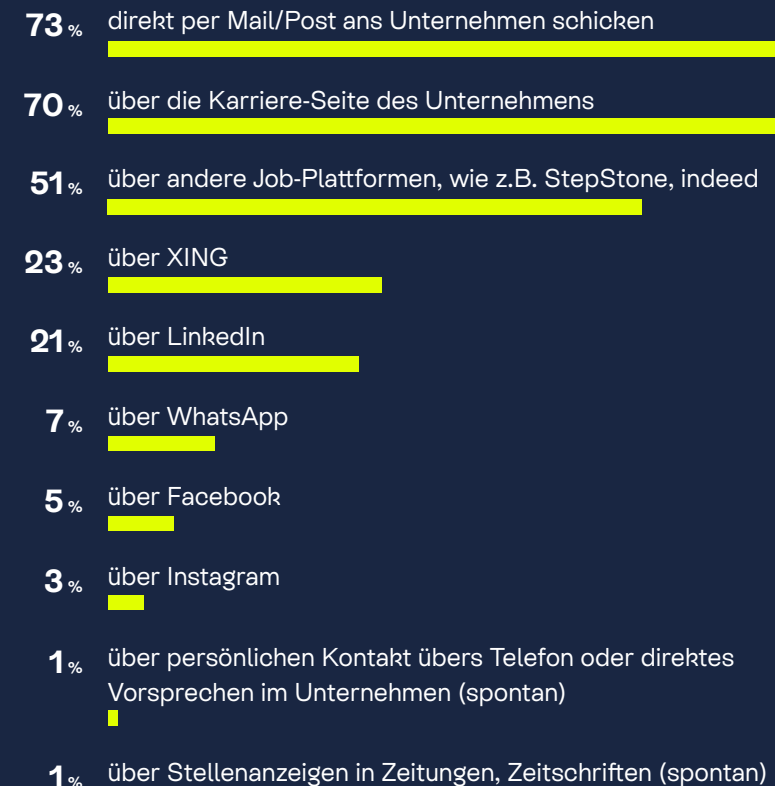
Interessanterweise werden Arbeitsämter oder Arbeitsagenturen nicht für die spontane Job-Bewerbung genutzt, genauso wenig, wie die spontane Empfehlung von Freunden und Bekannten.



## Tipp

In unserem Whitepaper erfahren Sie alles über die wichtigsten Kanäle und Plattformen für Ihre Stellenanzeigen.

## Bewerbungen...





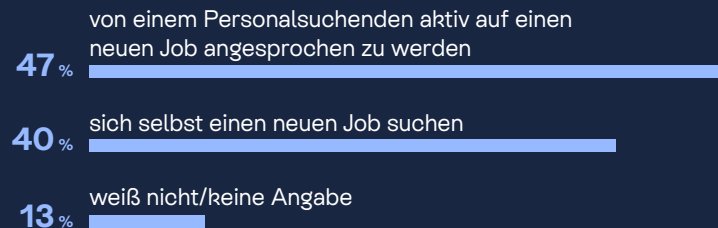
# Die Direktansprache

## Knapp die Hälfte möchte direkt angesprochen werden

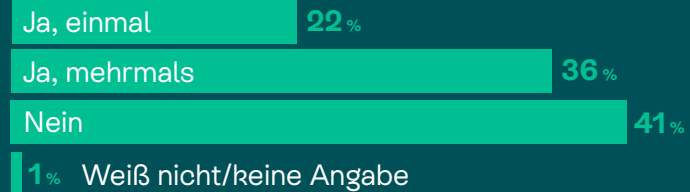
Neben der aktiven Jobsuche, gibt es auch die passive Suche nach einer neuen Arbeitsstelle auf Seiten der Kandidat:innen. Die Direktansprache (auch Active Sourcing) auf der Seite der Recruiter:innen ist ein beliebtes Mittel, um Personen, die bereits vorab vom Unternehmen anhand eines Social Media Profils oder des Lebenslaufs für die offene Stelle als passend empfunden wurden, direkt anzusprechen.

Manchmal kontaktieren Personalsuchende potenzielle Mitarbeitende auch aktiv z. B. über berufliche Online-Netzwerke, ohne von diesen eine Bewerbung erhalten zu haben.

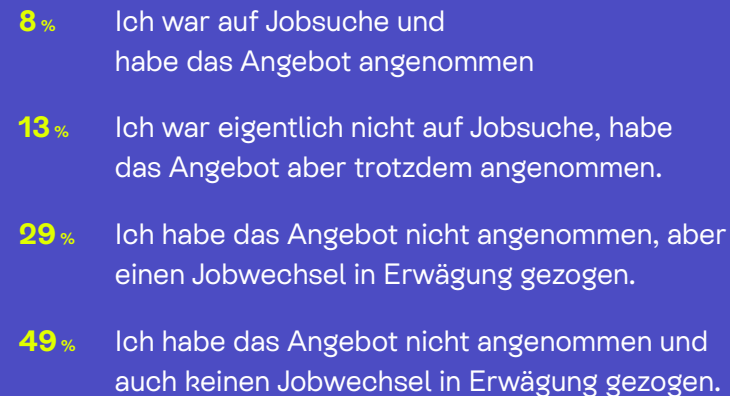
### Was wäre Ihnen persönlich lieber?



Sind Sie selbst schon einmal direkt von jemandem angesprochen worden, der auf der Suche nach potenziellem Mitarbeiter:innen war?



Und wie haben Sie beim letzten Mal darauf reagiert? Welche Aussage trifft auf Sie zu?



\* Alle Befragten, die angegeben haben, bereits direkt von jemandem angesprochen worden zu sein

Anhand dieser drei Werte ist ersichtlich, dass die Direktansprache auf Kandidat:innenseite mit knapp der Hälfte als bevorzugte Ansprache angegeben wurde. Die direkte Ansprache scheint außerdem sehr wirksam zu sein. Denn dann sagen knapp die Hälfte der Befragten, dass sie nach einer direkten Ansprache einen Jobwechsel zumindest in Erwägung gezogen haben oder das Angebot tatsächlich auch angenommen haben.

Sie möchten auch mit Active Sourcing in Ihrem Unternehmen durchstarten und noch mehr über die Direktansprache erfahren? Dann haben wir hier **zwei kostenlose Whitepaper** für Sie:



ChatGPT im Active Sourcing



So steigern Sie Ihre Rückmeldequote im Active Sourcing

# Die Stellenanzeige

Der **erste Eindruck zählt**

Eine (aktive) Jobsuche beginnt häufig mit der Sichtung von Stellenanzeigen. Die meisten Recruiter-innen wissen natürlich, welche Punkte in eine Stellenanzeige gehören. Doch was wünschen sich die Kandidat-innen, neben Anforderungsprofilen und Informationen zum Unternehmen? Folgend zeigen wir Ihnen, womit Sie bei den Befragten punkten können:

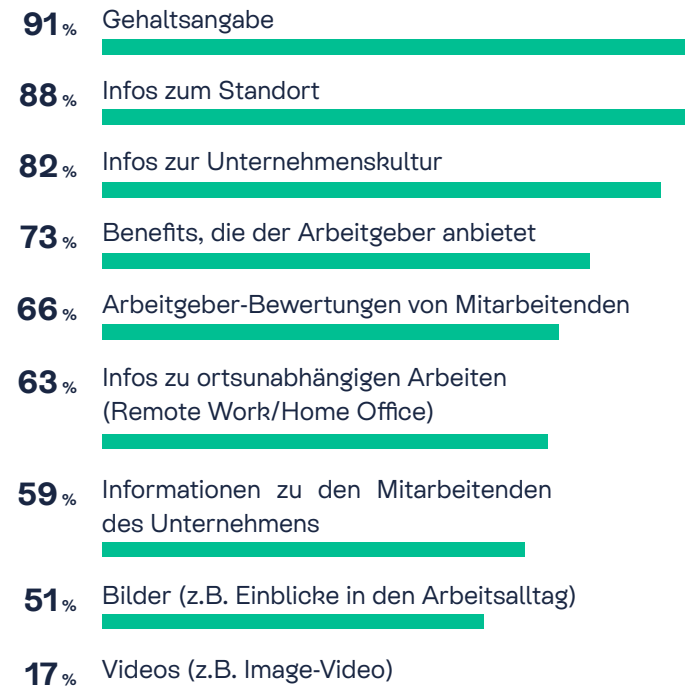
## Tipp

Sie möchten sich noch weiter mit der Erstellung und Bewerbung von Stellenanzeigen auseinandersetzen? Dann lesen Sie doch gerne unser **kostenloses Whitepaper**.

## Erfolgsfaktor Stellenanzeige



## Mit welchen Angaben in der Stellenanzeige können Unternehmen punkten?



Im Gegensatz zu Österreich besteht in Deutschland keine gesetzliche Pflicht in der ausgeschriebenen Vakanz über eine **Gehaltsspanne zu informieren**. Dennoch wünschen sich fast alle Befragten eine Gehaltsangabe. Springen Sie über Ihren eigenen Schatten und seien Sie ehrlich in der Stellenbeschreibung mit der Gehaltsangabe. Denn wenn Sie Ihre Bewerber-innen schon zum Gespräch einladen und dann über das Gehalt sprechen, haben beide Parteien wertvolle Zeit verloren, wenn das Gehalt zu niedrig sein sollte. Neben dem Gehalt sind aber auch Informationen zum Standort, zur Unternehmenskultur und zu den angebotenen Benefits ein absolutes Must-Have in jeder ausgeschriebenen Vakanz.

# Bewerbungsprozess

## Schnelle Rückmeldungen sind das A und O

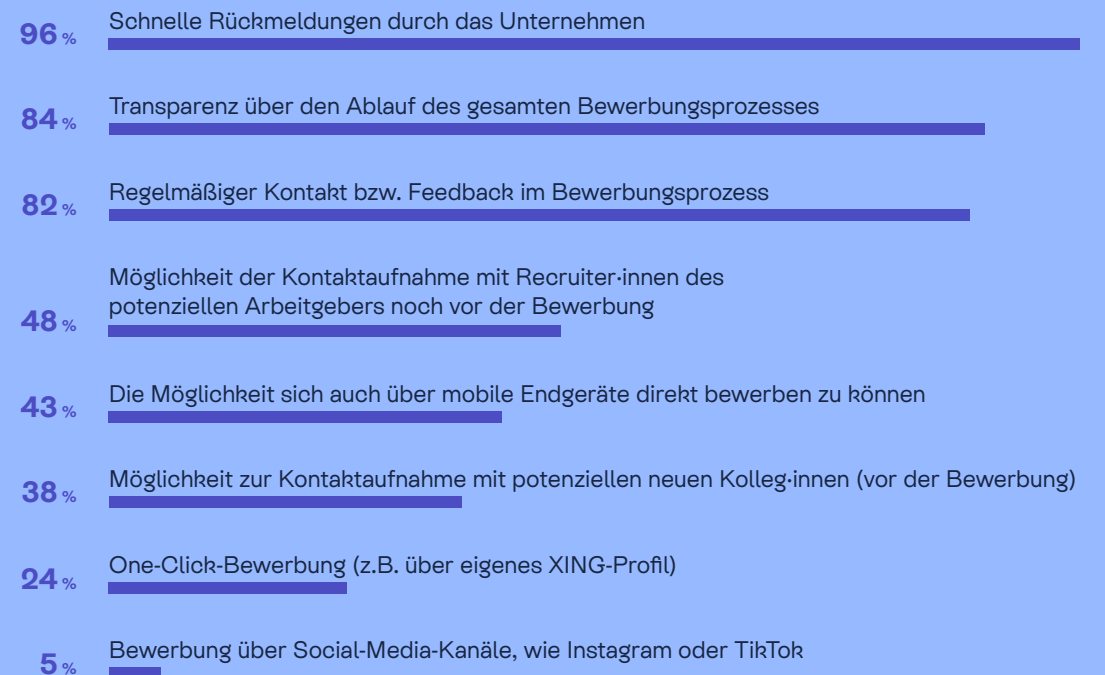
Der Bewerbungsprozess ist das Herzstück einer erfolgreichen Einstellung. Nach wie vor verpassen aber viele Recruiter-innen die Möglichkeit, einen positiven Eindruck bei den Kandidat-innen oder Bewerbenden zu hinterlassen. Dabei ist es gar nicht so schwierig, transparent und schnell auf die Anregungen und Fragen der Bewerber-innen einzugehen. Zum Beispiel können Sie ganz einfach in jeder Stellenanzeige eine Kontaktmöglichkeit für Interessierte bieten. Wenn sie dies automatisch bei jeder Stellenanzeige hinzufügen, haben Sie bereits einen Punkt, der für knapp die Hälfte der Kandidat-innen wichtig ist, abgehandelt.

### Tipp

Sie benötigen Unterstützung, um in der Nachrichtenflut Ihrer Bewerbenden nicht unterzugehen und immer schnell und transparent zu antworten? Der **onlyfy one Bewerbungsmanager** kann Sie bei diesem Vorhaben unterstützen.



**Welche Aspekte** sind den Bewerber-innen während dem Bewerbungsprozess, also in der Phase vom Lesen der Stellenanzeige, über die konkrete Bewerbung bis hin zur Zu- oder Absage **besonders wichtig?**





## 3. Corona- Auswirkungen

### Steigernde Flexibilität, Verschlechterung der Personalsituation

Durch die Corona-Pandemie haben sich viele Aspekte der Arbeit verändert. Wir verbinden mit dieser Krise nicht zwangsläufig etwas Gutes, wobei sie dennoch die technologische Entwicklung oder auch die Entwicklung am Arbeitsmarkt vorangetrieben hat. Im Folgenden haben wir die Befragten gebeten anzugeben, was sich bezogen auf deren beruflichen Alltag seit Beginn der Corona-Pandemie verändert hat.

## Veränderungen

+

Ortsunabhängiges Arbeiten **49** %

Flexible Arbeitszeitgestaltung **36** %

Selbstbestimmtes Arbeiten **27** %

Work-Life-Balance **23** %

Vertrauen in die Mitarbeitenden **17** %


Teamverbundenheit **15** %

Interne Abstimmungsprozesse **12** %

Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber **12** %

Arbeitsbelastung – z.B. in Form von Überstunden **7** %

Personalsituation, also ausreichendes Vorhandensein von Arbeitskräften im Unternehmen **6** %



-

Personalsituation, also ausreichendes Vorhandensein von Arbeitskräften im Unternehmen **52** %

Arbeitsbelastung – z.B. in Form von Überstunden **35** %

Teamverbundenheit **34** %

Interne Abstimmungsprozesse **31** %

Work-Life-Balance **24** %


Loyalität gegenüber dem Arbeitgeber **22** %

Vertrauen in die Mitarbeitenden **22** %

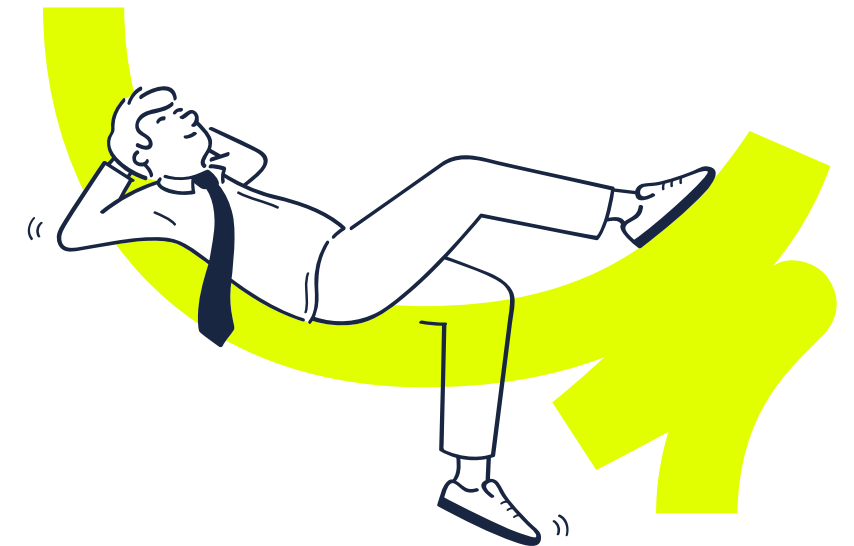
Selbstbestimmtes Arbeiten **9** %

Flexible Arbeitszeitgestaltung **9** %

Ortsunabhängiges Arbeiten **3** %



Zusammenfassend lässt sich beim Thema Pandemie sagen, dass es bei den Befragten vor allem Verschlechterungen in Arbeitsorganisation zu verspüren gab, in Form von zu wenig Arbeitskräften, Überstunden (die vermutlich daraus resultierten) oder der Teamverbundenheit. Auf der anderen Seite haben sich vor allem die persönlichen Rahmenbedingungen der Arbeit durch Corona verbessert, so können die Befragten öfter ortsunabhängig arbeiten, ihre Arbeitszeit flexibel gestalten oder berichten über eine **bessere Work-Life-Balance**.



# 4. Wunsch nach Gehaltserhöhung – Stichwort Inflation

Vieles ist teurer geworden, die Arbeitsbedingungen haben sich in vielen Berufsgruppen verändert. Teuerungen spüren natürlich alle Arbeitnehmer-innen, deshalb haben wir gefragt, aus welchen Gründen die Befragten nach einer Lohn-bzw. Gehaltserhöhung fragen würden.

Bei den Befragten stehen bei dieser Frage nicht die persönlichen Arbeitsleistungen bei der Frage nach einem höheren Gehalt im Vordergrund, sondern eher die generellen Lebens-, und Arbeitsbedingungen, wie die Inflation oder der Anstieg der persönlichen Ausgaben. Aber auch das Wissen darüber, dass der eigene Stellenwert im Unternehmen durch den Fachkräftemangel wichtiger wurde, sowie eine höhere Verantwortung sind Gründe für eine Gehaltsverhandlung.

## Warum würden Sie nach einer Lohn- bzw. Gehaltserhöhung fragen?

Hohe Inflation, alles wird teurer 57 %

Meine Ausgaben sind gestiegen 38 %

Durch den Fachkräftemangel erhöht sich mein Stellenwert 38 %

Ich habe mehr Verantwortung/Aufgaben übernommen 34 %

Mein Arbeitgeber ist auf mich angewiesen 29 %

Mein Lohn/Gehalt liegt unter dem Marktwert 27 %

Die letzte Lohn-/Gehaltserhöhung ist schon lange her 23 %

Ich habe eine berufliche Weiterbildung absolviert 10 %

Ich frage jedes Jahr nach einer Gehaltserhöhung 9 %

Nichts davon 13 %

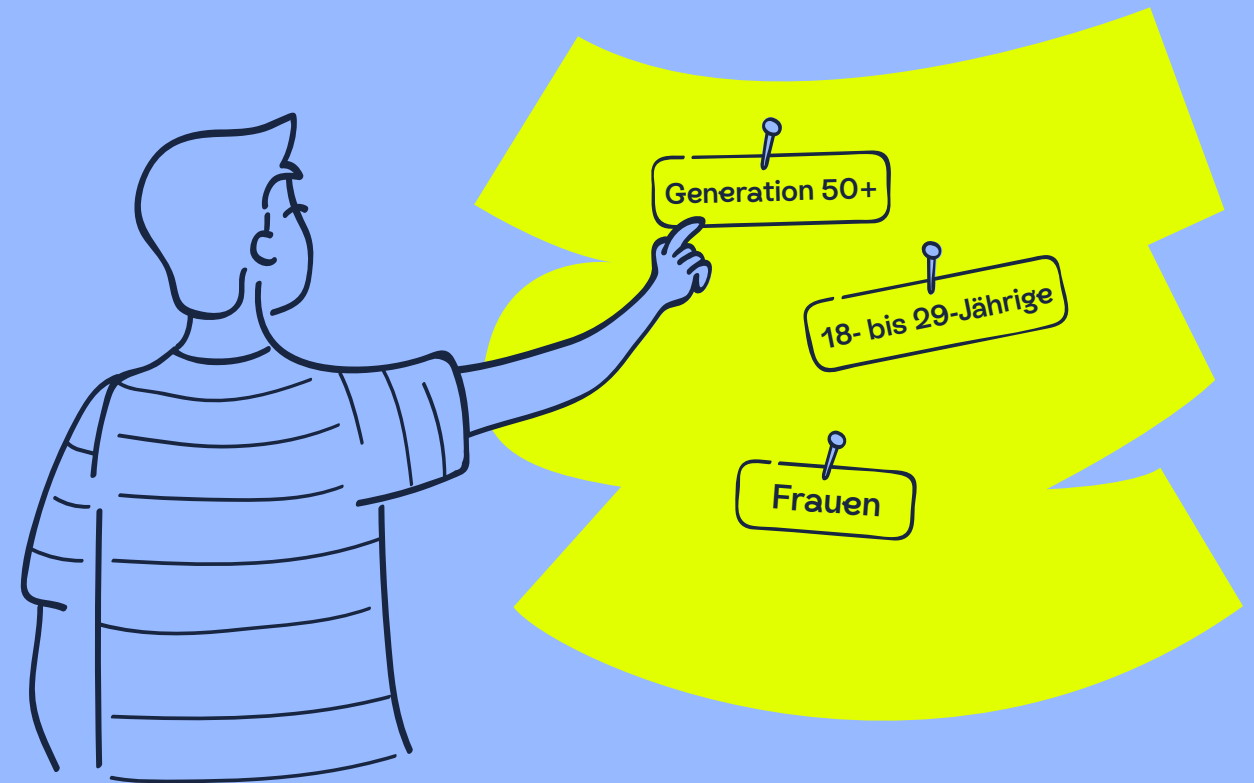
Weiß nicht/keine Angabe 3 %



# Abschnitt II

## Interpretation der Ergebnisse

Im folgenden Abschnitt möchten wir Ihnen die Ergebnisse dieser Studie, gemeinsam mit der **XING-Job-Happiness-Studie** vorstellen. Die XING-Happiness-Studie ist eine forsa-Online-Umfrage im Oktober 2022 unter insgesamt 3.042 erwerbstätigen Personen ab 18 Jahren in Deutschland. In dieser Studie wurden vor allem Freiberufler und Beamt:innen befragt.



# 1. Frauen: resilienter, unzufriedener und weniger wechselwillig

## Facts

- **67 %** der Frauen, die Teilzeit arbeiten, haben ihre Arbeit reduziert, um Beruf und Familie besser vereinbaren zu können
- Frauen sind **deutlich unzufriedener** mit ihren Arbeitsaufgaben und ihrer Führungskraft als Männer – wollen aber trotzdem nach angegebener Wechselwilligkeit öfter langfristig bei ihrem Arbeitgeber bleiben
- **Care-Arbeit:** Frauen wünschen sich mehr Angebote für Kinderbetreuung im Job



Die klassische Rollenverteilung im Berufs-, und Arbeitsleben zwischen Männern und Frauen ist in Deutschland nach wie vor vorherrschend. Während zwei Drittel der Frauen, die in Teilzeit arbeiten, diese Entscheidung treffen, um Beruf und Familie besser zu vereinbaren (67 %), sind Hobbys oder Nebenprojekte bei den Männern der wichtigste Grund für diesen Schritt. 38 % der befragten Männer in Teilzeit reduzieren ihre Arbeitsbelastung wegen der Familie, genauso viele Männer gehen in Teilzeit aufgrund der eigenen Hobbys – bei den Frauen gönnen sich gerade einmal 22 % mehr persönlichen Freiraum.

### Frauen sind unzufriedener, aber weniger wechselbereit

17 % der Frauen sind eher unzufrieden bzw. sehr unzufrieden mit ihrer derzeitigen beruflichen Tätigkeit, bei den Männern sind es hingegen 13 %. Trotzdem wollen Frauen öfter als Männer

langfristig bei ihrem derzeitigen Arbeitgeber bleiben – und ihre Wechselwilligkeit hat sogar abgenommen. Während sich die generelle Wechselbereitschaft deutscher Beschäftigter, die im letzten Jahr um vier Prozentpunkte gestiegen war, mit 37 % auf hohem Niveau stabilisiert hat, zeigen sich Unterschiede zwischen Frauen und Männern.

Männer sind einem Jobwechsel gegenüber generell positiver eingestellt: 34 % sagen, dass sie offen sind, aber noch keine konkreten Schritte unternommen haben, wohingegen mit nur 28 % eine leicht sinkende Anzahl der Frauen dieser Aussage zustimmt. 63 % der Frauen wollen sogar langfristig bei ihrem jetzigen Arbeitgeber bleiben, bei den Männern liegt der Wert bei 58 %.

### Frauen sind resilienter gegen Stress im Job

Während wechselwillige Männer überwiegend wegen des Gehalts einen anderen Arbeitgeber in Erwägung ziehen würden (Männer: 53 %, Frauen: 40 %), wäre für Frauen das Stresslevel der entscheidende Faktor: 42 Prozent der wechselwilligen Frauen sind offen für einen neuen Job, da sie zu viel um die Ohren haben (Männer 33 %, 9 Prozentpunkte weniger). Darüber hinaus sind wechselwillige Frauen mit ihrer direkten Führungskraft (37 %) unglücklicher als Männer (25 %), aber auch mit ihrer derzeitigen Arbeitsaufgabe (Frauen: 32 %, Männer, 26 %).

### Frauen sind bescheidener

Deutlich mehr Frauen als Männer haben das Gefühl, mit ihrer Arbeit einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten (Frauen: 71 %, Männer: 59 %). Während 53 % der Männer ihren Job vor allem wegen des Geldes ausüben, sind es bei den Frauen mit 41 % deutlich weniger. Allerdings schätzen sie auch den Wert ihrer Arbeit geringer ein: Nur 33 % würden in diesem Jahr nach einer Gehaltserhöhung fragen, weil sich durch den Fachkräftemangel ihr Stellenwert erhöht hat, während Männer von sich deutlich überzeugter sind (42 %). Und lediglich 22 % der Frauen glauben, dass sie unter Marktwert bezahlt werden, bei den Männern ist es ein Drittel (32 %).

### Frauen möchten flexibler sein

Danach befragt, was ihnen ein neuer Arbeitgeber bieten sollte, legen Frauen mehr Wert auf „weiche Faktoren“ als Männer: Sie achten vor allem häufiger auf guten Zusammenhalt unter den Kolleg-innen (Frauen: 77 %, Männer: 65 %), flexible Arbeitszeiteinteilung (Frauen: 69 %, Männer: 62 %), Remote Work (Frauen: 47 %, Männer: 42 %) oder Engagement für das psychische Wohlergehen der Mitarbeiter-innen (Frauen: 44 %, Männer: 31 %). Auch wenn es darum geht, was einen potenziellen Arbeitgeber für sie attraktiver machen würde, haben die Geschlechter unterschiedliche Prioritäten. Homeoffice wünschen sich 54 % der Frauen, bei den Männern sind es 6 Prozentpunkte weniger (48 %). Auch mit Angeboten für die Kinderbetreuung können Unternehmen punkten: Sie stehen auf der Wunschliste von Frauen mit 21 Prozent höher als auf der von Männern (15 %). Die Liste der No-Gos, die Beschäftigte trotz besserer Bezahlung davon abhalten würde, sich bei einem Unternehmen zu bewerben, führt in beiden Fällen ein schlechter Führungsstil an. Frauen sind hier allerdings noch etwas konsequenter (82 %) als Männer (77 %).



## 2. 18- bis 29-Jährige:

# Jung, qualifiziert und wechselwillig

### Facts

- Keine Generation ist stärker auf aktiver Job-Suche als die 18-29-Jährigen
- Sie sind die Treiber neuer Arbeitsformen: Möglichkeit zum flexiblen Arbeiten wird erwartet, rund ein Drittel (31 %) wünscht sich Angebot von Sabbatical
- Bei zu wenig Gehalt und Stress kennt die junge Generation keinen Spaß



**Info:** Auch in diesem Abschnitt erwarten Sie einzelne Ergebnisse der **XING-Job-Happiness-Studie** und der Wechselwilligkeitsstudie. Wir haben uns in diesem Abschnitt besonders auf die Studienergebnisse der 18-29-Jährigen fokussiert und haben diesen Teil der Befragten genauer unter die Lupe genommen.

Die junge Generation wird auf dem Arbeitsmarkt immer präsenter, auch wenn sie bisher nur einen relativ kleinen Teil der Beschäftigten in Deutschland ausmacht. Mit den jetzt 18- bis 29-Jährigen, die nach 1995 geboren wurden, ziehen allerdings eine andere Einstellung und damit auch neue Herausforderungen für Unternehmen in den deutschen Arbeitsalltag ein. Mit 48 % Anteil in der jüngsten Altersgruppe der bereits Berufstätigen ist fast die Hälfte offen für einen Jobwechsel. 14 % der 18-29-Jährigen sind **sogar aktiv auf Stellensuche** – und damit mehr als doppelt so viele wie der Durchschnitt der anderen Altersgruppen.

### Die 18- bis 29-Jährigen deutlich offener für neue Jobs als ältere Berufstätige

Auch wenn bei den 30- bis 39-Jährigen der Anteil derjenigen, die offen für einen neuen Job sind, geringfügig höher ist (49 %), zeichnen sich die Personen der unter 30-Jährigen dadurch aus, dass sie sich deutlich stärker als alle anderen auf der aktiven Jobsuche befinden (14 %). Denn während bei den 30- bis 39-Jährigen neun Prozent konkret ihren Ausstieg planen, sinkt dieser Anteil bei den 40- bis 49-Jährigen auf sechs und bei den Generationen 50+ auf drei Prozent.

### Info

Wir haben die Befragten in folgende Altersgruppen eingeteilt:

- 18 bis 29-Jährige
- 30 bis 39-Jährige
- 40 bis 49-Jährige
- 50+



## Vor allem junge Berufseinsteiger wechseln wegen Gehalt und Stress

Was genau macht die 18- bis 29-Jährigen offen für einen Jobwechsel? Faktoren, die auf den Wechselwunsch Einfluss nehmen, sind in den meisten Fällen ein als zu niedrig empfundenes Gehalt (49 % der Wechselbereiten) und ein als zu hoch empfundenes Stresslevel (42 % der Wechselbereiten). Aber auch die Führungskultur spielt für jüngere Beschäftigte eine Rolle: 27 % der wechselwilligen Befragten ziehen einen Wechsel in Betracht, weil sie mit ihrer Führung unzufrieden sind.

Bei der Frage, was ein potenzieller neuer Arbeitgeber bieten sollte, steht deshalb für alle Befragten in der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen eine **flexible Arbeitszeiteinteilung** (74 %) ganz oben auf der Wunschliste. Sie ist für diese Generation auch deutlich wichtiger als für andere Altersgruppen (30–49 Jahre: 67 %, 50+: 62 %). Dicht dahinter folgt das höhere Gehalt (72 %), das generell für die Jüngeren eine zentrale Rolle spielt. Mit auf das Podium schafft es auch der gute Zusammenhalt im Team (68 %). Deutlich über die Hälfte der Befragten (58 %) ist bei einem neuen Job auch auf der Suche nach Sinnerfüllung.

Obwohl der nachrückenden Generation eine extrem hohe Affinität zu den Themen Nachhaltigkeit und Umweltschutz zugeschrieben wird, legen nur 18 Prozent Wert auf ein nachhaltiges Handeln ihres zukünftigen Arbeitgebers – und damit tendenziell weniger als andere Altersgruppen (30–49 Jahre: 21 %, 50+: 26 %). Auch eine andere Zahl überrascht: Zwar begrüßen mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) das Angebot zum ortunabhängigen Arbeiten (30–49 Jahre: 48 %, 50+: 36 %), findet einen attraktiven Standort des Büros mit 38 Prozent aber trotzdem relevanter als die Älteren (30–49 Jahre: 30 %, 50+: 22 %).

Mehr als alle anderen Generationen treibt die Wechselwilligen der unter 30-Jährigen darüber hinaus die **Lust auf Abwechslung** an: Für 38 Prozent ist es ein Grund, die Augen nach einer neuen Stelle offenzuhalten, bei den 30- bis 39-Jährigen spielt dieser Faktor bei den Befragten mit Wechselwunsch mit 28 Prozent schon eine deutlich weniger wichtige Rolle, während sich die Zahl bei den über 50-Jährigen im Vergleich zu den unter 30-Jährigen sogar halbiert (19 %). Fehlende Aufstiegschancen, die vor allem die 30- bis 39-Jährigen beklagen (34 %) machen der den jüngsten Befragten dagegen weniger Sorgen: Mit 25 Prozent Zustimmung ist die jüngste Gruppe auf dem Arbeitsmarkt beim Thema Gläserne Decke (noch) ähnlich entspannt wie die älteste (50+: 24 %).

## Die unter 30-Jährigen als Treiber neuer Arbeitsformen

Was können Unternehmen jungen Beschäftigten bieten, um im Kampf um Talente wettbewerbsfähig zu bleiben? Auf die Frage nach zusätzlichen Benefits, durch die Arbeitgeber attraktiver werden, macht der Wunsch nach der **4-Tage-Woche** bei vollem Lohnausgleich das Rennen: 82 % der Beschäftigten (18-29-Jährige) finden die Idee gut. Arbeiten im Homeoffice ist in dieser Altersgruppe mit 66 Prozent am relevantesten (30-49 Jahre: 55 %, 50+: 41 %). Rund ein Drittel freut sich über die Möglichkeit eines Sabbaticals (31 %) und rund ein Viertel begrüßt die Option einer Workation (23 %).

Insgesamt blicken die jüngeren Generationen grundsätzlich positiv auf ihre berufliche Zukunft. Rund zwei Drittel (65 % der 18–25-Jährigen, 66 % der 26–35-Jährigen) machen sich keine Sorgen, wenn es um ihre berufliche Entwicklung geht. Auch die Corona-Pandemie hat in punkto Zufriedenheit keine negativen Auswirkungen auf die jüngeren Beschäftigten gehabt – ganz im Gegenteil. Während insgesamt 29 % der Deutschen mit ihrer derzeitigen beruflichen Situation viel oder etwas zufriedener sind als vor Corona, liegt der Wert bei der Generation Z bei 35 Prozent.



# 3. Generation 50+: erfahren, loyal und doch häufig übersehen

## Facts

- Babyboomer wünschen sich sinnhafte Tätigkeit und legen mehr Wert auf Nachhaltigkeit als jüngere Generationen
- Jeder Fünfte ist offen für einen neuen Job: Gehalt, Stress, Unternehmensstrategie und Führungskraft sind Trigger für Wechselwunsch
- Warum soll diese Tätigkeit ausgeführt werden? Die Sinnhaftigkeit der eigenen Arbeit ist für die Ü 50 Generation ein wichtiges Merkmal



Rund 12,2 Millionen Erwerbstätige in Deutschland sind über 50 Jahre alt (Quelle: Destatis) und stellen damit immer noch die zweitgrößte Gruppe von Beschäftigten nach den 30- bis 49-Jährigen. Trotz ihrer Relevanz, Qualifikation und Erfahrung werden ihre Bedürfnisse auf einem Arbeitsmarkt, der sich vor allem auf die nachrückenden Generationen fokussiert, oft nicht wahrgenommen. **Jeder Fünfte der Generationen 50+ (19 %) ist offen für einen neuen Job.** Damit ist die Job-Wechselbereitschaft im Vergleich zu den jüngeren Generationen der 18- bis 29-Jährigen und den 30-39-Jährigen zwar geringer, birgt aber trotzdem Sprengkraft in einem angespannten Arbeitsmarkt. Neben einem zu niedrigen Gehalt und einem zu hohen Stresslevel führt auch die Unzufriedenheit mit dem Führungsverhalten sowie der strategischen Ausrichtung des Unternehmens zu einer größeren Offenheit für einen Job-Wechsel.

## Wechselwunsch: Gehalt, Stress und die Unternehmensstrategie als Trigger

Auf der Liste der Gründe, warum Erwerbstätige über 50 offen für einen Jobwechsel sind, stehen ein zu niedriges Gehalt (45 %) und zu hohes Stresslevel (37 %), genau wie bei den anderen Altersgruppen mit nur geringen Abweichungen ganz oben. Zudem ist ein gutes Drittel der Wechselwilligen (35 %) mit der strategischen Ausrichtung ihres Unternehmens so unzufrieden, dass es für sie ein ausreichender Grund wäre, sich nach einem neuen Job umzuschauen. Auch beim **Thema Führung** machen die Älteren wenig Kompromisse: Für ebenfalls 35 % der über 50-Jährigen, die offen für einen Job sind, ist schlechte Führung der Auslöser für den Wunsch nach einem neuen Arbeitgeber (18-29: 27 %, 30-49: 30 %).



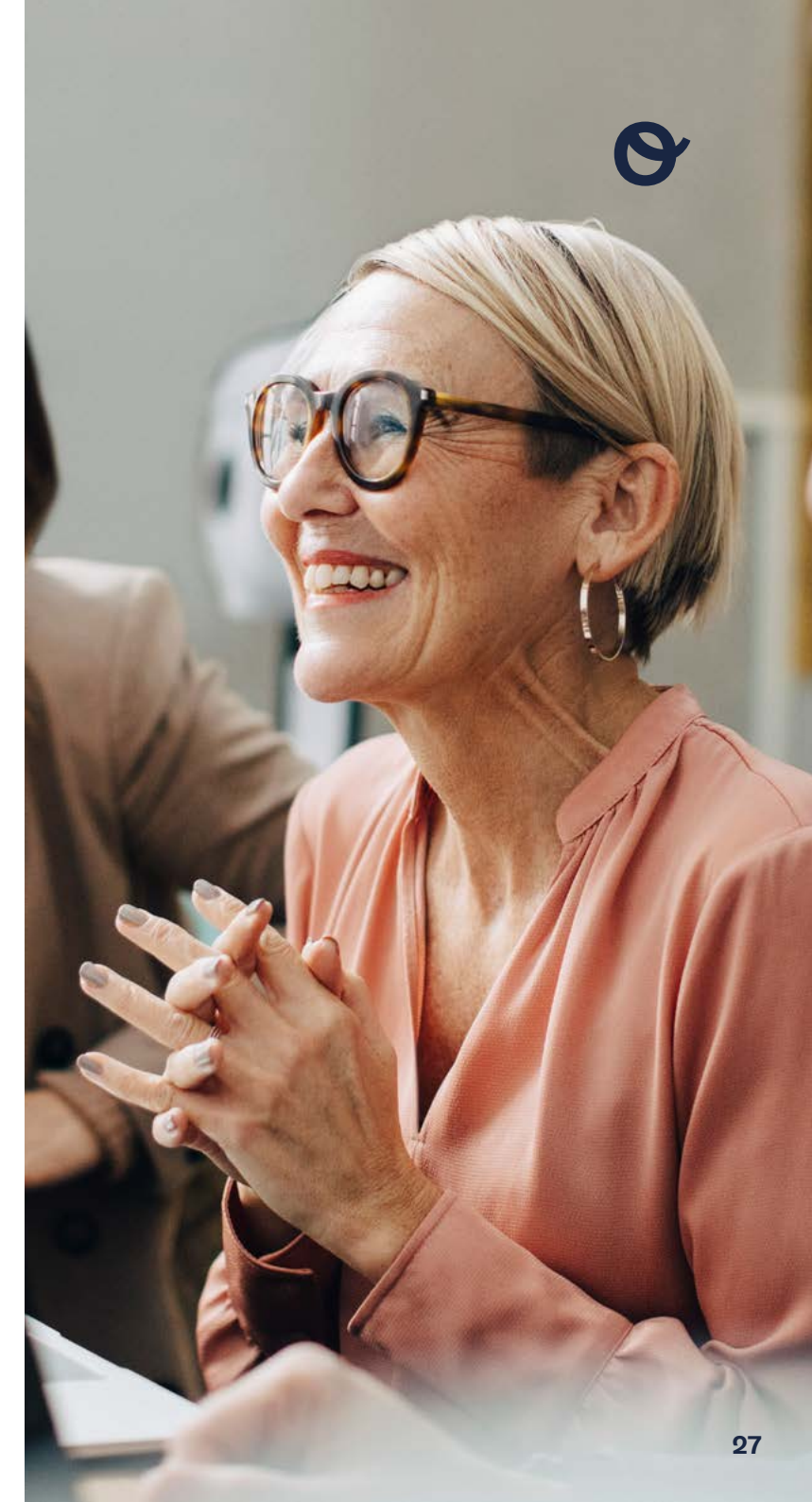
### **Auf der Suche nach Sinnhaftigkeit, Nachhaltigkeit und sozialer Gerechtigkeit**

Gerade bei den Faktoren, die die Wahl eines zukünftigen Arbeitgebers beeinflussen, gibt es markante Unterschiede zwischen den Generationen. Auch wenn ein zu niedriges Gehalt der Hauptauslöser für den Wechselwunsch ist, spielt es bei der tatsächlichen Wahl eines neuen Unternehmens nicht die ausschlaggebende Rolle. Danach befragt, worauf sie bei einem potenziellen neuen Arbeitgeber besonders achten würden, liegt guter Zusammenhalt unter Kolleg:innen altersunabhängig (insgesamt: 71 %, 50+: 71 %; 30-49-Jährige: 71 %, 18-29-Jährige: 68 %) vor dem Gehalt (insgesamt 67 %) auf dem vordersten Platz. Beim Geld allerdings drücken die Älteren den Schnitt nach unten. Für die über 50-Jährigen, die in den meisten Fällen bereits in einer höheren Gehaltsstufe angekommen sind, ist mehr Gehalt nur in 58 Prozent der Fälle wichtig, während es für die jüngeren Generationen das relevanteste Kriterium ist (18-29: 72 %; 30-39: 76 %). Die Generationen 50+ wünschen sich dagegen deutlich häufiger einen sinnerfüllenden Job (64 %; 18-29 Jahre: 58 %, 30-49 Jahre: 55 %) und legen mit 26 Prozent mehr Wert auf ein nachhaltiges Handeln des Unternehmens als die Jüngeren (18-29 Jahre: 18 %, 30-49 Jahre: 21 %).

Wichtiger als anderen Generationen ist den über 50-Jährigen auch das Engagement des potenziellen Arbeitgebers für die Gesundheit seiner Beschäftigten. Die Sorge um das psychische Wohlergehen ist für 42 Prozent relevant (18-29 Jahre: 36 %; 30-49 Jahre: 33 %), Angebote für die Gesundheitsvorsorge sind für 38 Prozent ein ausschlaggebender Faktor (18-29 Jahre: 27 %; 30-49 Jahre: 29 %)

### **Moderne Arbeitsformen wie Workation & Co. spielen kaum eine Rolle**

Während neue Arbeitsformen bei Recruiting und Retention nachrückender Generationen oft im Mittelpunkt stehen, sind sie für die Älteren weniger attraktiv. Zwar kommt die 4 Tage-Woche bei vollem Lohnausgleich noch bei 67 Prozent der Befragten über 50 gut an (18-29 Jahre: 82 %; 30-49 Jahre: 78 %), die Möglichkeit zum Home-Office ist aber nur noch 41 Prozent wichtig (18-29 Jahre: 66 %; 30-49 Jahre: 55 %). Mit 36 Prozent wünschen sich noch weniger, von einem anderen Ort aus (also remote) arbeiten zu können (18-29 Jahre: 56 %; 30-49 Jahre: 48 %). Und für eine Workation können sich nur 14 Prozent der Befragten über 50 begeistern (18-29 Jahre: 23 %; 30-49 Jahre: 22 %).



# Fazit



Moderne Benefits werden vor allem von den 18- bis 29-Jährigen gefeiert, wohingegen Sie bei der Generation 50+ mit Nachhaltigkeit, Sinnhaftigkeit und Gerechtigkeit punkten können. Generell ist es empfehlenswert, seinen **Such-Radius zu erweitern**. Denn auch die ältere Generation ist offen für einen Job-Wechsel und mit dieser gewinnen Sie erfahrene und loyale Mitarbeitende.

Für Frauen fällt das Urteil der benannten Studien eher traurig aus, im Gegenteil zu den Männern. Denn obwohl sich in den letzten Jahren bereits viel im Bereich Gleichberechtigung getan hat, sieht man anhand der Zahlen, dass noch kein Ende der Debatte in Sicht ist. Denn noch immer herrscht in vielen Fällen das altbekannte Rollenbild und Frauen stecken für Familie in der Karriere weitaus häufiger zurück als Männer.

Der Markt ändert sich stetig und birgt für Job-Suchende, aber auch für Recruiter-innen ein hohes Potenzial. Personalsuchende haben durch die **Direktansprache** von Kandidatinnen ein Instrument, mit dem Sie ihren Recruiting-Erfolg selbst in die Hand nehmen können. Bereits mehr als 20 % der Befragten konnten mit dieser Methode von einem neuen Job überzeugt werden – und mehr als die Hälfte hat zumindest über einen Jobwechsel nachgedacht.

Überlegen Sie mithilfe dieser Daten, welche Mitarbeitenden Sie für Ihr Unternehmen wirklich gewinnen wollen. Versuchen Sie die absoluten No-Go's der Befragten zu minimieren oder sogar ganz aus Ihrer **Unternehmenskultur** zu streichen. Dann finden Sie mit Sicherheit Ihr Perfect Match für die offenen Vakanzen.

# Recruiting- Lösungen für den schönsten Moment im Arbeitsleben!

Vom Employer Branding über Active und Passive Sourcing bis hin zum modernen Bewerbermanagement. Mit onlyfy finden Sie garantiert die passenden Talente für Ihr Unternehmen.

## Sie möchten einfach besseres Recruiting betreiben?

Jetzt unsere innovativen Recruiting-Lösungen entdecken!

Jetzt entdecken!



## Recruiting ganzheitlich gedacht



### Employer Branding

Mit onlyfy präsentieren Sie sich als attraktiver und authentischer Arbeitgeber.



### Active Sourcing

onlyfy unterstützt Sie bei der Suche, Auswahl und Ansprache passender Talente.



### Passive Sourcing

onlyfy verhilft Ihnen zu maximaler Sichtbarkeit, damit Sie die richtigen Talente immer und überall erreichen.



### Bewerbermanagement

Mit onlyfy zeigen Sie sich im Bewerbungsprozess von Ihrer besten Seite.

# Kontakt, Links & Impressum

## Deutschland

New Work SE  
Am Strandkai 1  
20457 Hamburg  
T +49 40 419 131-784

## Österreich

NEW WORK AUSTRIA  
XING kununu onlyfy GmbH  
Schottenring 2-6  
1010 Wien  
T +43 1 236 7359-920

## Schweiz

XING E-Recruiting Switzerland AG  
Pfungstweidstrasse 106e  
8005 Zürich  
T +41 41 662 02-01

## Impressum

New Work SE  
Am Strandkai 1  
20457 Hamburg  
T +49 40 419 131-784

## Gestaltung

Nina Germer Design

Lassen Sie sich auch online von unseren HR-Lösungen überzeugen. Eine Übersicht finden Sie unter [www.onlyfy.com/de](http://www.onlyfy.com/de). Dort erhalten Sie weitere Informationen zu den onlyfy Produkten und können viele unserer Lösungen direkt online erwerben.

[hello@onlyfy.com](mailto:hello@onlyfy.com)

**onlyfy.com**