

Branchentag der OÖ Gartengestalter:innen & Florist:INNEN

Dienstag, 18. Juni 2024

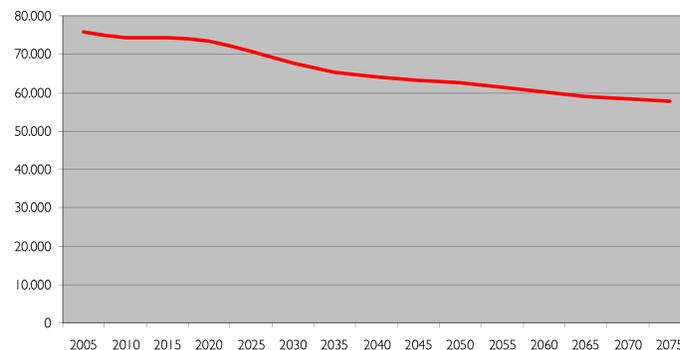


Arbeitsmarkt

Allgemeine Demographie

- Geburtenrückgang
- Höhere Lebenserwartung

Graphik: Entwicklung der Geburtenzahlen 2005 bis 2075



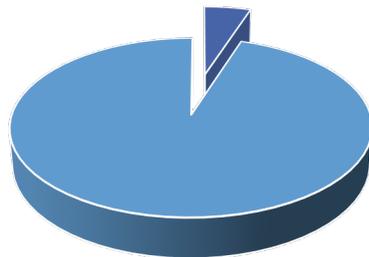
Späterer Eintritt in das Berufsleben

- Berufsbilder werden zunehmend komplexer, was wiederum zu längeren Ausbildungszeiten führt.
- Um Berufsbilder attraktiver zu machen werten wir Berufe durch bessere Ausbildung auf und verlängern auch dadurch die Ausbildungszeit.



VERDRÄNGUNGSMARKT

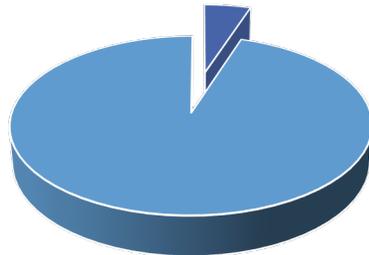
**Wie schaffe ich es, dass der Anteil für
mein Unternehmen groß genug bleibt?**





VERDRÄNGUNGSMARKT

Wie schaffe ich es, dass der Anteil für
mein Unternehmen groß genug bleibt?



MAI 2024

- | | | |
|-----------------------------|-------------------------------|--|
| <i>Arbeitslose total</i> | 272.997 + Schulungsteilnehmer | |
| <i>Arbeitslose Langzeit</i> | 116.170 | |
- | | | |
|------------------|----------|--------|
| <i>Alter</i> | | |
| <i>unter 25J</i> | 25 – 49J | 50+ |
| 27.379 | 159.890 | 85.728 |
- | | | |
|--------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| <i>Qualifikation</i> | | |
| <i>max Pflichtschule</i> | <i>Lehre/mittlere Ausbildung</i> | <i>höhere /akademische Ausbildung</i> |
| 124.007 | 87.641 | 60.279 |
- | | |
|---|-----------------------------------|
| <i>Durchschnittlicher Zeitraum der AL</i> | 114 Tage = langfristig rückläufig |
|---|-----------------------------------|
- | | |
|-----------------|----------------|
| <i>Transfer</i> | 63.511 Zugänge |
| | 87.565 Abgänge |
- | | |
|-----------------------|---------|
| <i>Offene Stellen</i> | 113.072 |
|-----------------------|---------|
- | | |
|----------------------------|--------|
| <i>Lehrstellensuchende</i> | 11.889 |
| <i>Offene Lehrstellen</i> | 19.408 |

Babyboomer (1946 - 1964)
Generation X (1965 - 1980)



- **Wir beanspruchen Führungspositionen für uns**
- **Wir leben nach fest verankerten Glaubenssätzen**
- **Neuem begegnen wir zuerst mit Skepsis**

Millenials (1981 - 1996)

- **Wir sind am stärksten vernetzt**
- **Wir haben die beste Ausbildung**
- **Wir sind mit digitalen Medien aufgewachsen**
- **Uns ist Flexibilität wichtig**
Work-Life- Balance / Homeoffice /flexible Arbeitszeit / ...



Zoomer (1997 - 2010)

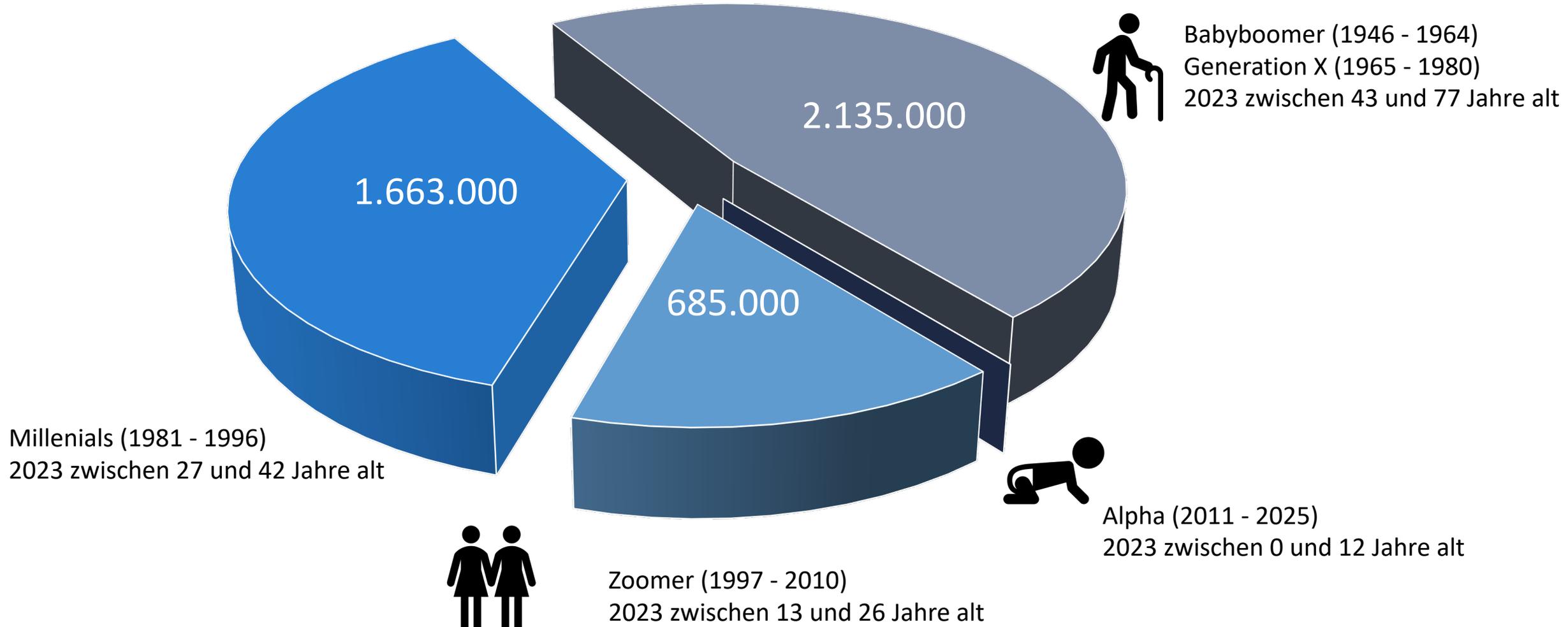
- **Eine Welt ohne Smartphone kennen wir nicht**
- **Ein Leben ohne digitale Vernetzung ist undenkbar**
- **Wir verbringen mehr Zeit online als offline**
- **Wir verschlingen Unmengen an Videos, daher wird unsere Aufmerksamkeitsspanne immer kürzer**
- **Uns geht's um auch Nachhaltigkeit**



Alpha (2011 - 2025)

- **Wir sind noch Kinder, arbeiten noch nicht oder sind noch nicht geboren ... ihr glaubt, dass wir so sein werden:**
- **Affinität zu neuen Technologien wird steigen**
- **Ausbau der Interaktion Mensch-Maschine**
- **Klassische Arbeitsmittel verlieren an Bedeutung**
KI wird viele Berufe verändern, erweitern, bedrohen, ...

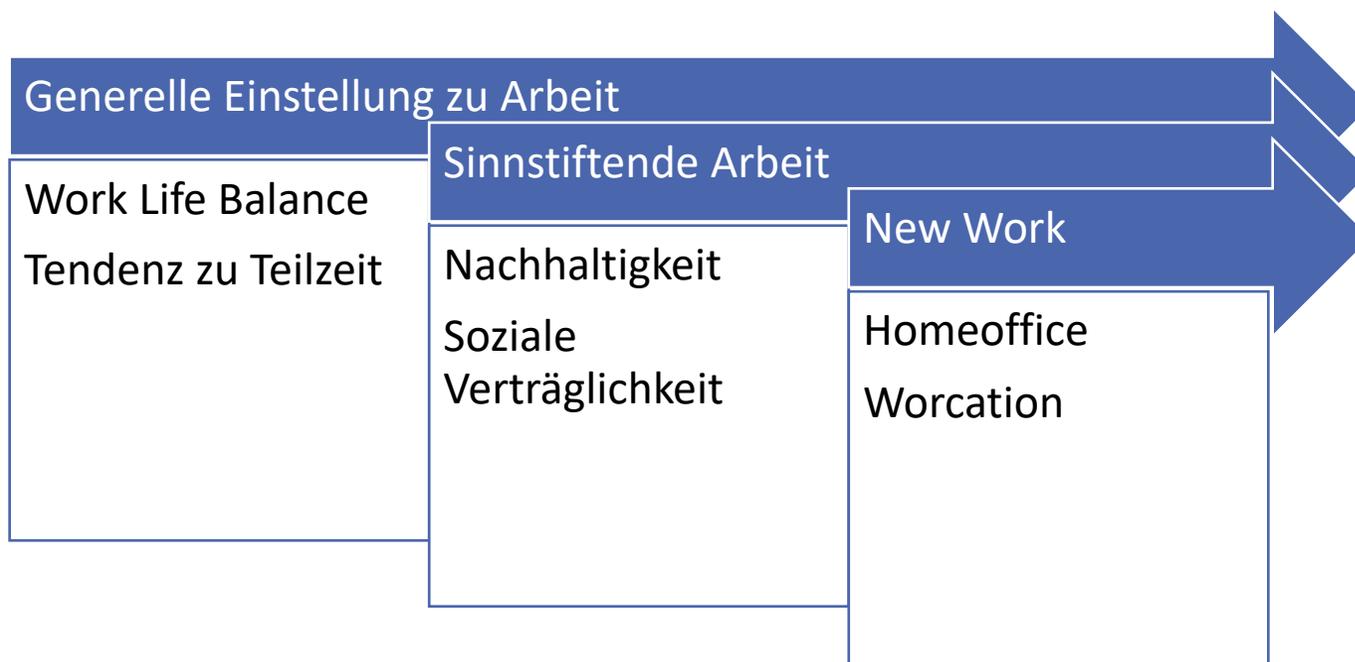
Verteilung von 4,842 Mio Beschäftigten 2023



„Sie sind hitzig und leicht erregbar und folgen ihren Leidenschaften ohne Maß“

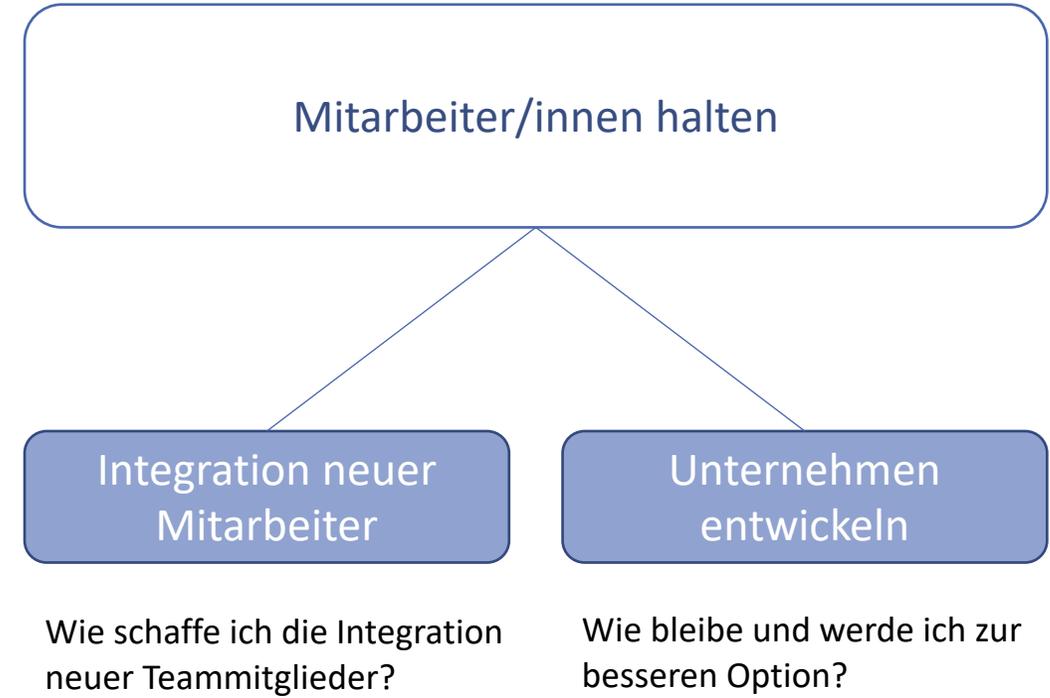
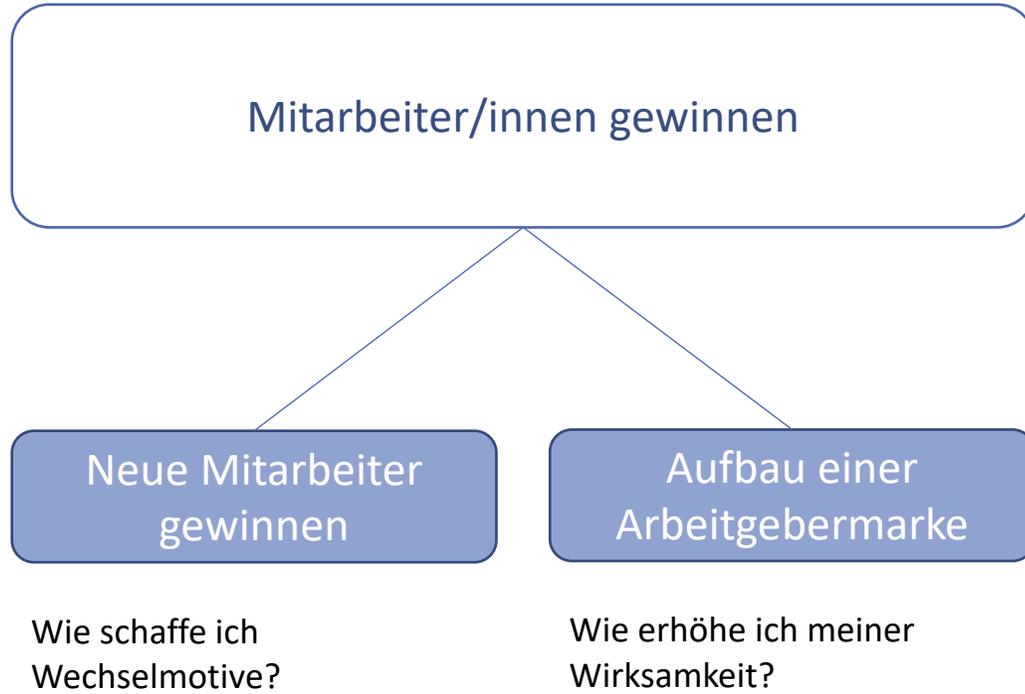
Aristoteles (4. Jahrhundert v. Chr.)

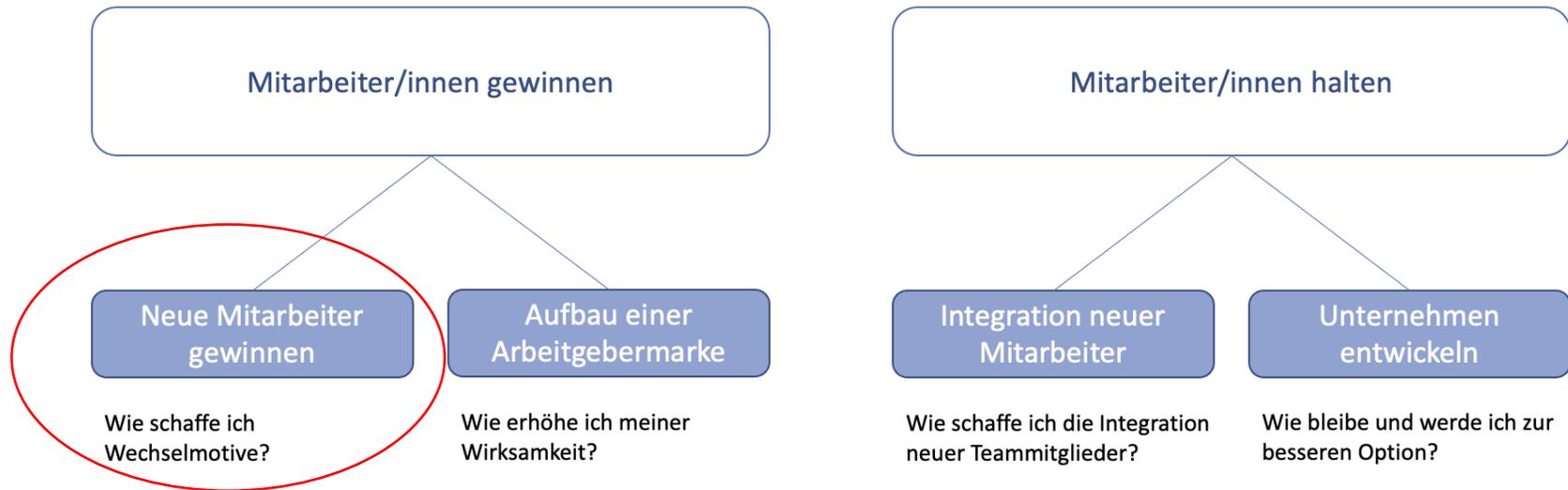
Wertewandel in der Gesellschaft



„War of Talents“

Vor allem Unternehmen mit schlechtem Branchenimage verlieren zunehmend den Zugriff auf qualifizierte Mitarbeiter.





Neue Mitarbeiter finden

Wen brauchen wir ... eigentlich?

FACHWISSEN / HANDLUNGSWISSEN

Kenntnis erlangen wir in der Regel durch Bildung (Schule)



ERFAHRUNG

Wir haben etwas oft gemacht und können das gut.
Wir wissen was wann zu tun ist.



ICH WILL

Motivation
Werte
Einstellung
Einsatzbereitschaft

ICH HABE GUTE ANLAGEN

In der Regel sind diese Merkmale angeborene "Talente".

Anforderungen – Welche Mitarbeiter sichern unsere Zukunft?

FACHWISSEN / HANDLUNGSWISSEN

Kenntnis erlangen wir in der Regel durch Bildung (Schule)

ERFAHRUNG

Wir haben etwas oft gemacht und können das gut.
Wir wissen was wann zu tun ist.



- Entwicklung wird immer schneller
- Wissen hat immer kürzer werdende Gültigkeit
- Mitarbeiter sollten permanent bereit sein dazuzulernen

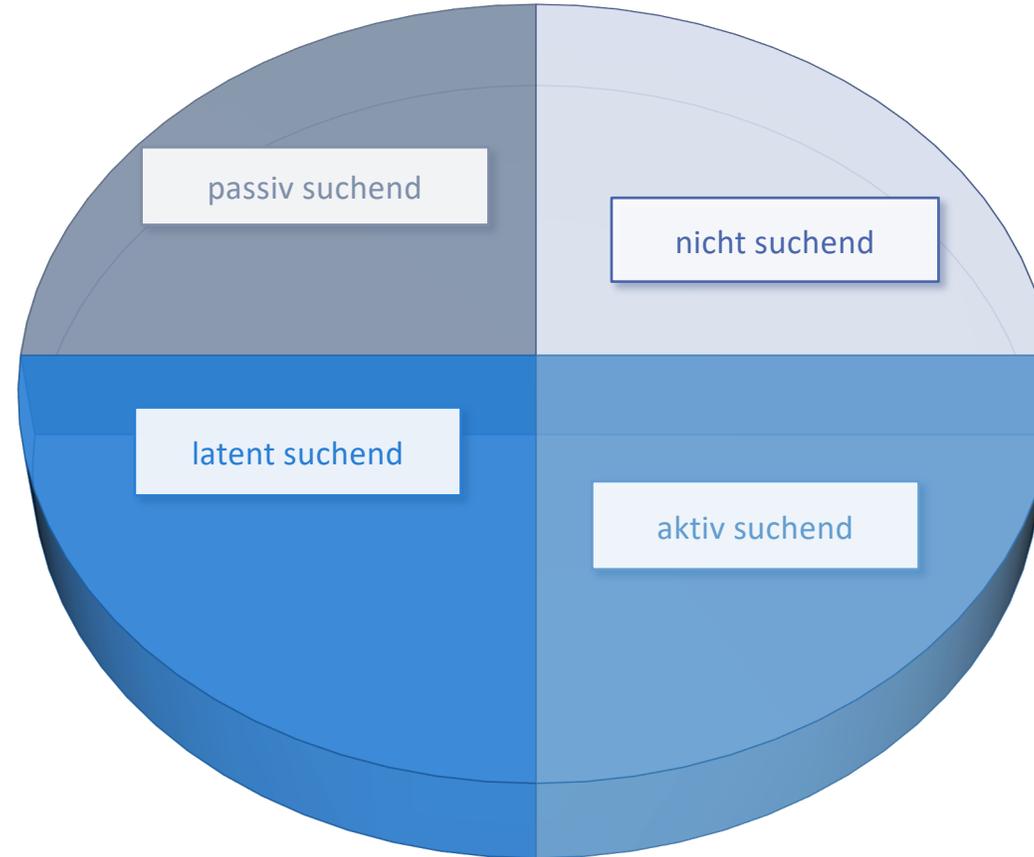
ICH HABE GUTE ANLAGEN

In der Regel sind diese Merkmale angeborene "Talente".

ICH WILL

Motivation
Werte
Einstellung
Einsatzbereitschaft

Gruppen von Arbeitssuchenden Verteilung - circa 4 gleich große Teile



- Im derzeitigen Job zufrieden, jedoch offen für Neues
- immer auf Ausschau aber nicht suchend.
- Neue Jobs kommen meist zufällig

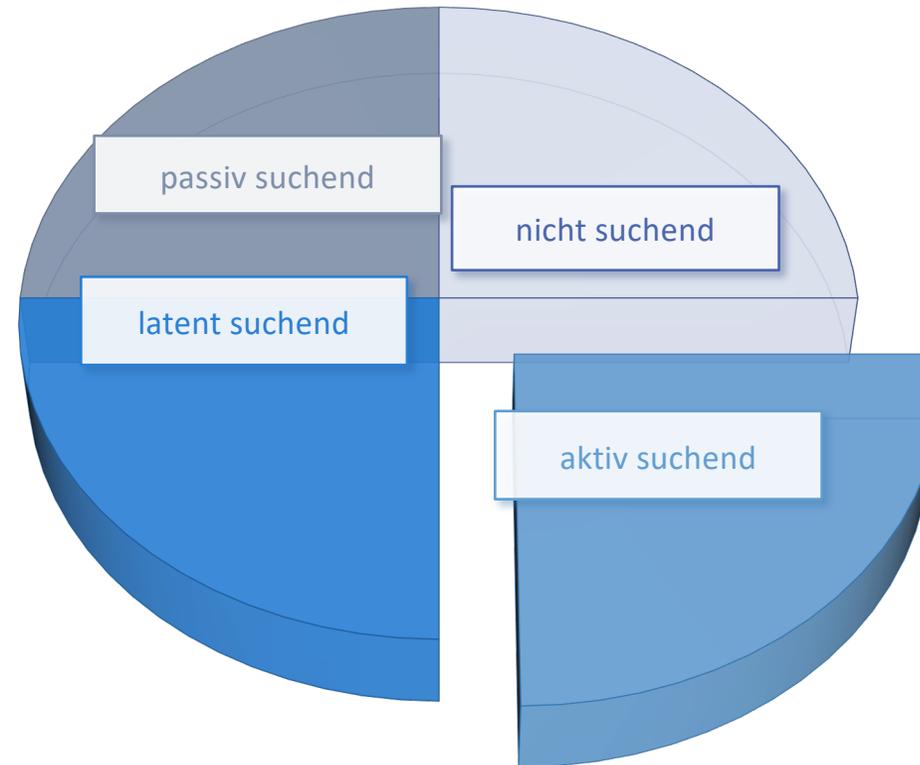
- Zufrieden im Job, hoher Grad an Loyalität
- Streben keine Veränderung an

- Im derzeitigen Job soweit unzufrieden, dass über eine Veränderung nachgedacht wird
- Es fehlt die Zeit oder die Motivation um sich umzuschauen

- In der derzeitigen Position soweit unzufrieden, dass sie sich nach neuen Optionen aktiv umschauen
- Ohne Beschäftigung

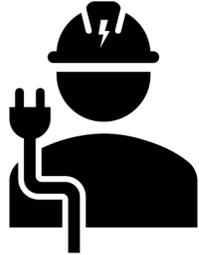
*Ruslan Ilyassov / Social Media Recruiting ist die Zukunft / adstark

Gruppen von Arbeitssuchenden Verteilung - circa 4 gleich große Teile

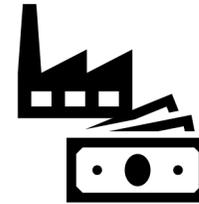


Klassisches Personalmarketing erreicht beinahe ausschließlich aktiv suchende Kandidaten – also 25% des Potentials.

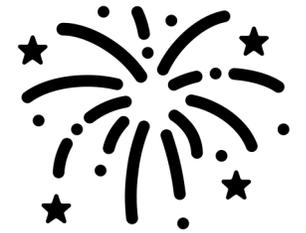
Potentieller
Mitarbeiter



Ich bin auf der Suche nach einem Job
Ich weiß was mir wichtig ist



Ich Recherchiere und wäge
Optionen auf Basis der Arbeitgeberqualität
gegeneinander ab.
Ich bemühe mich um den Job und wenn es
gut läuft bekomme ich ihn.



Ich starte im neuen Job
und stelle dann fest, dass
der neue Arbeitgeber
zu mir passt.

Zielgruppen

Wer arbeitet für mich?
Wer soll für mich arbeiten?

Zielgruppen wurden nach
berufsbezogenen
Merkmale definiert.

Package

Package stand im Wettbewerb
mit Unseresgleichen:
Gehalt / Boni
Arbeitszeit
Karriere / Weiterbildung
Arbeitsbedingungen

Kommunikation

Personalmarketing nach Außen
„Post and Pray“

Wir informieren den Markt über eine
Stellenanzeige und beten, dass der/die
Richtige kommt.

Unternehmen

- 91,3 % online Stellenbörsen
(Österreich: karriere.at, willhaben.at oder Branchenspezifische Seiten)
- 51.9 % google und andere Suchmaschinen
- 48,3 % Tageszeitungen
(stark rückläufig – online Versionen / Ausnahme Lehrlinge)
- 40,3 % Empfehlungen
- 37,8 % Websites von Unternehmen / potentiellen Arbeitgebern
- 20,5 % social media
(xing, linkedin, facebook, instagram, etc.)

- Pro Session sehen sich Bewerber im Durchschnitt 30 Stellenanzeigen an.
- 87 % geben dabei an, dass Text bzw. Information das wichtigste Gestaltungselement darstellen.
- 73 % geben an, sich auf einen Job welcher grundsätzlich interessant sein könnte nicht beworben zu haben, weil die Anzeige „einfach zu schlecht“ war.
- 42 % geben an, dass die Jobrealität nicht hält, was die Stellenanzeige verspricht.

Das Einreichen einer Bewerbung sollte nicht länger als 10 Minuten dauern.

Die Umfrage eines Jobportals unter ihren Nutzern ergab:

- ... dass 30% aller Bewerber den Abschluss der Bewerbung unter 10 Minuten erwarten
- ... und weitere 54% das zwar nicht erwarten, sich aber sehr darüber freuen würden

Als Arbeitgeber geht es also darum, **so viele Informationen wie möglich** vom Kandidaten zu bekommen und gleichzeitig beim Bewerber **so wenig Aufwand wie möglich** zu verursachen.

Keine Registrierung

wenige Anmeldeschritte, kein kompliziertes Anmeldeverfahren

Gezielte Fragen

Gezielte kurze Fragestellung – Antworten über drop down
zB Reisebereitschaft ja/nein zu %

Mobile Bewerbung

Je nach Zielgruppe verlieren Unternehmen bis zu 80% der Bewerber durch enttäuschte mobile Bewerbungsversuche

Leichter Import

BMS Lösungen mit der Möglichkeit Profile wie linkedin für den Bewerbungsprozess zu nutzen

... etc.

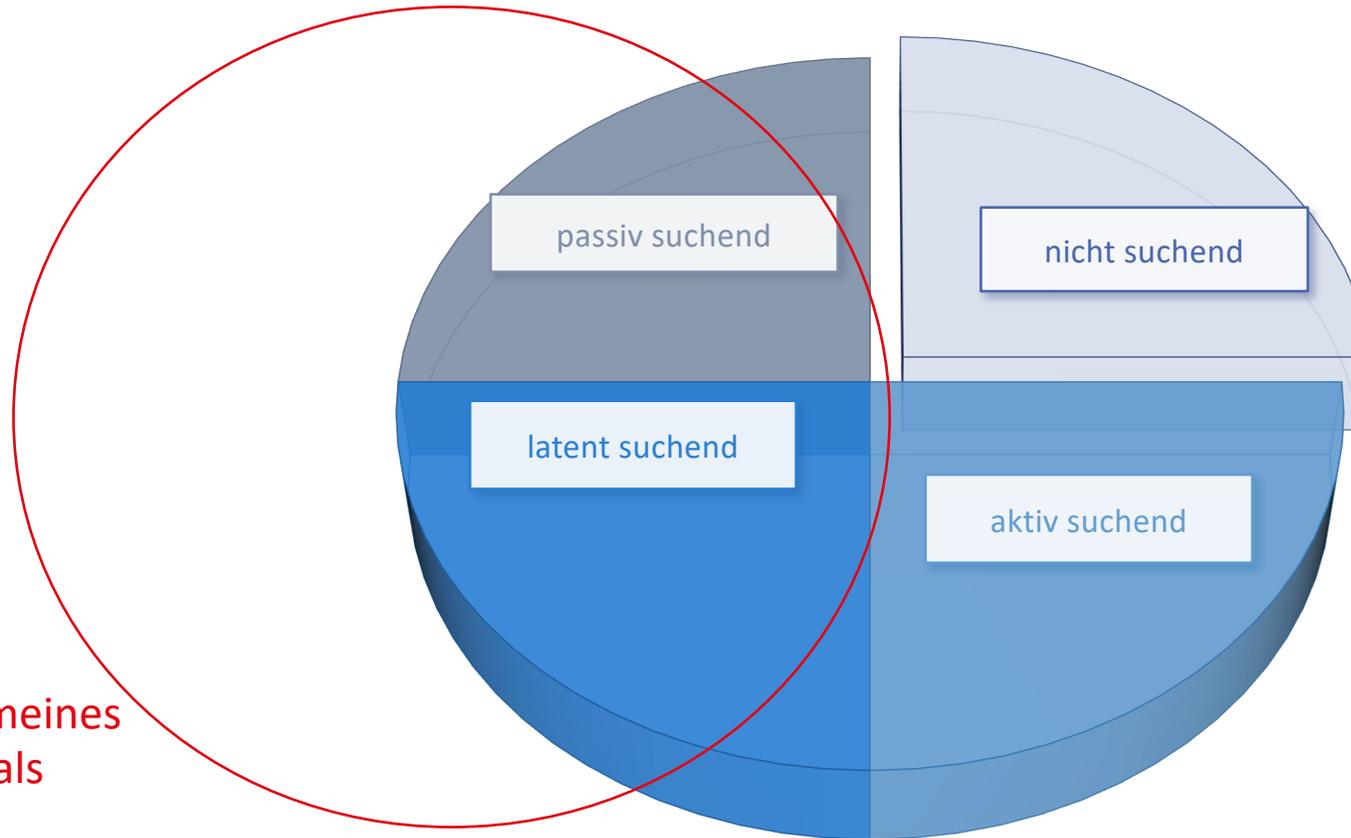
2017 lag die durchschnittliche Dauer bis zu ersten Rückmeldung (nicht automatisiert) an einen Bewerber noch bei 18,4 Tage.

*Untersuchung DEBA

Mittlerweile verlangen die meisten Zielgruppen eine 24 h policy – ähnlich derer im Kundenbereich.

In einigen hochdynamischen Branchen zB Programmierer, IT, etc. geht die Tendenz eher in Richtung 2 Stunden policy.

Gruppen von Arbeitssuchenden Verteilung - circa 4 gleich große Teile



Erweiterung meines
Marktpotentials

*Ruslan Ilyassov / Social Media Recruiting ist die Zukunft / adstark

„Latent suchender“ Mitarbeiter



Ich habe einen Job
Ich habe eine Ausbildung
Ich habe viele Optionen
Ich weiß was mir wichtig ist



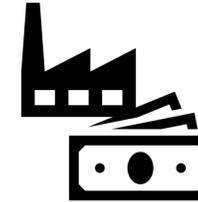
Durch viele Optionen werden Ziele in Wünsche verlagert.
Im aktuellen Job vernachlässigte Bedürfnisse führen in die „latente Suche“.



Ein Job muss meine
Wunschliste ansprechen ...
... ein Wechselmotiv muss
als attraktiv wahrgenommen
werden ...

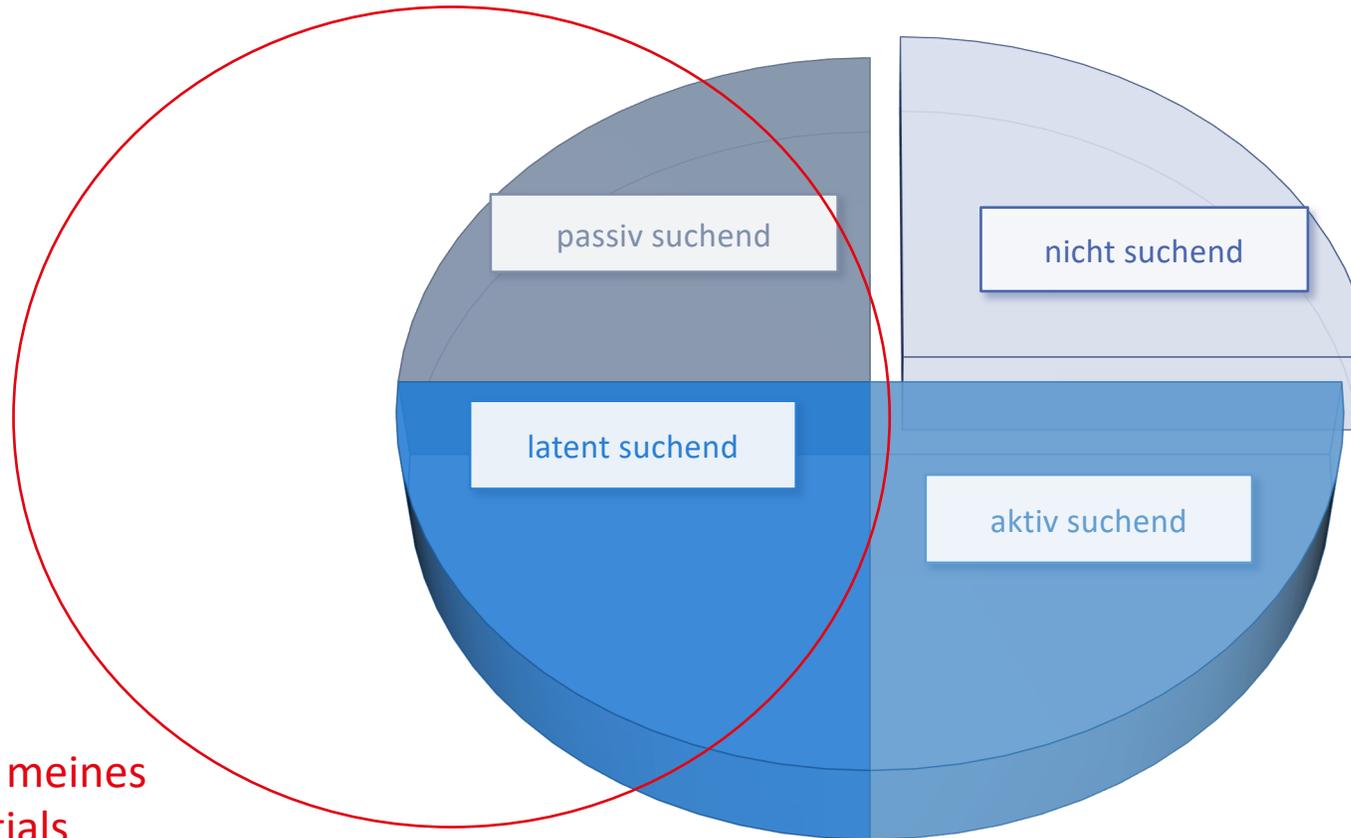


... erst dann denke
ich über Arbeitgeberqualität
überhaupt nach und stelle
erste Vergleiche an.



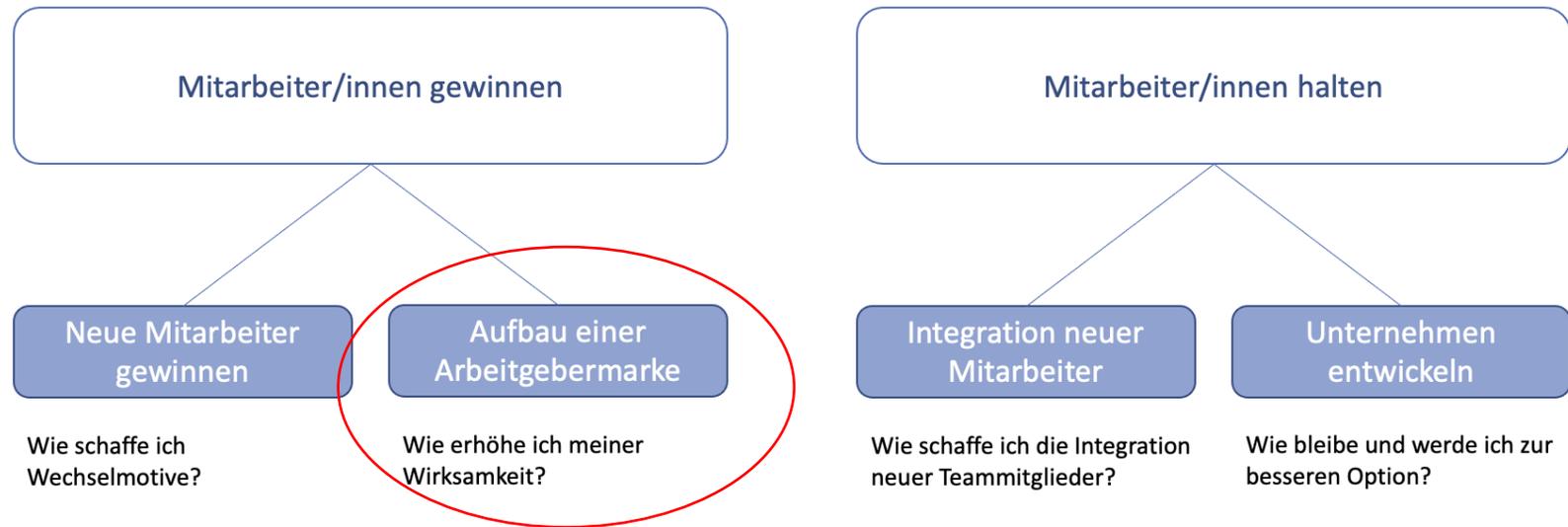
Zentrale Frage:
**Auf Basis welcher Kriterien entscheidet
sich jemand der latent sucht für oder
gegen einen Job?**

Gruppen von Arbeitssuchenden Verteilung - circa 4 gleich große Teile

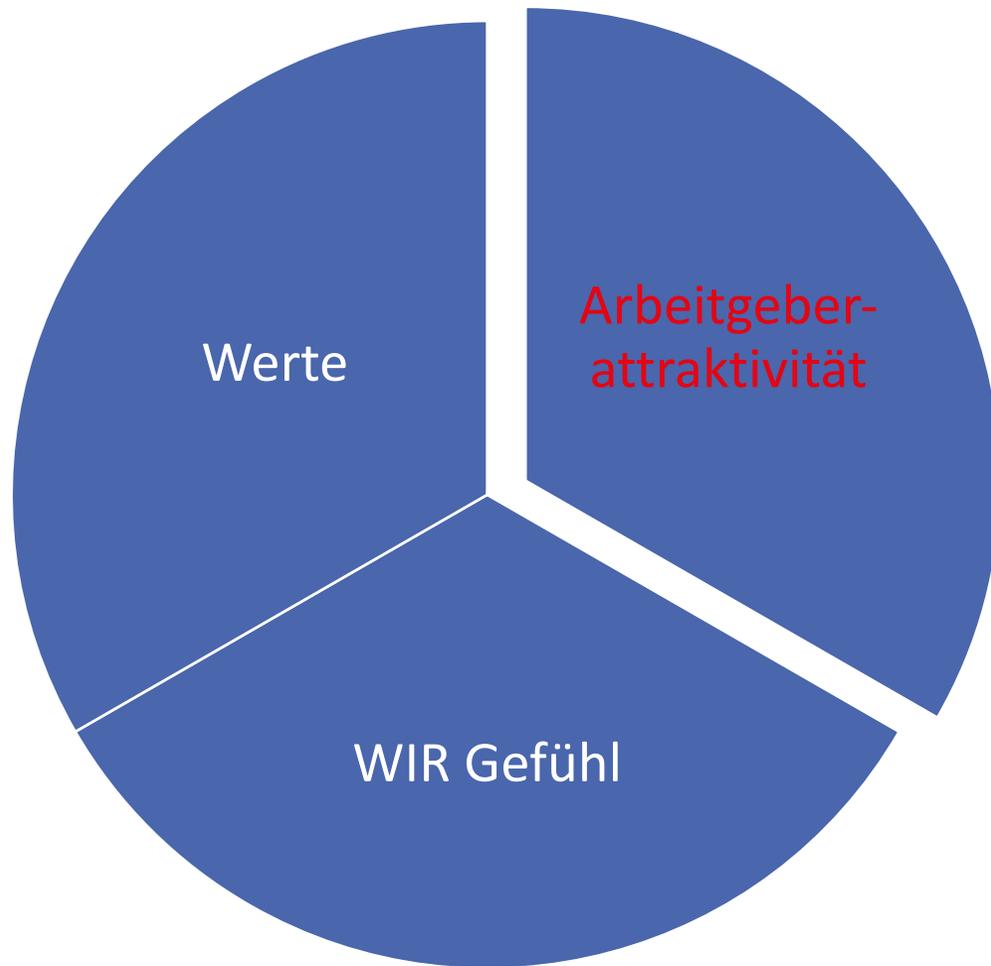


Erweiterung meines
Marktpotentials
über den Aufbau einer
starken Arbeitgebermarke

*Ruslan Ilyassov / Social Media Recruiting ist die Zukunft / adstark



Aufbau einer starken Arbeitgebermarke

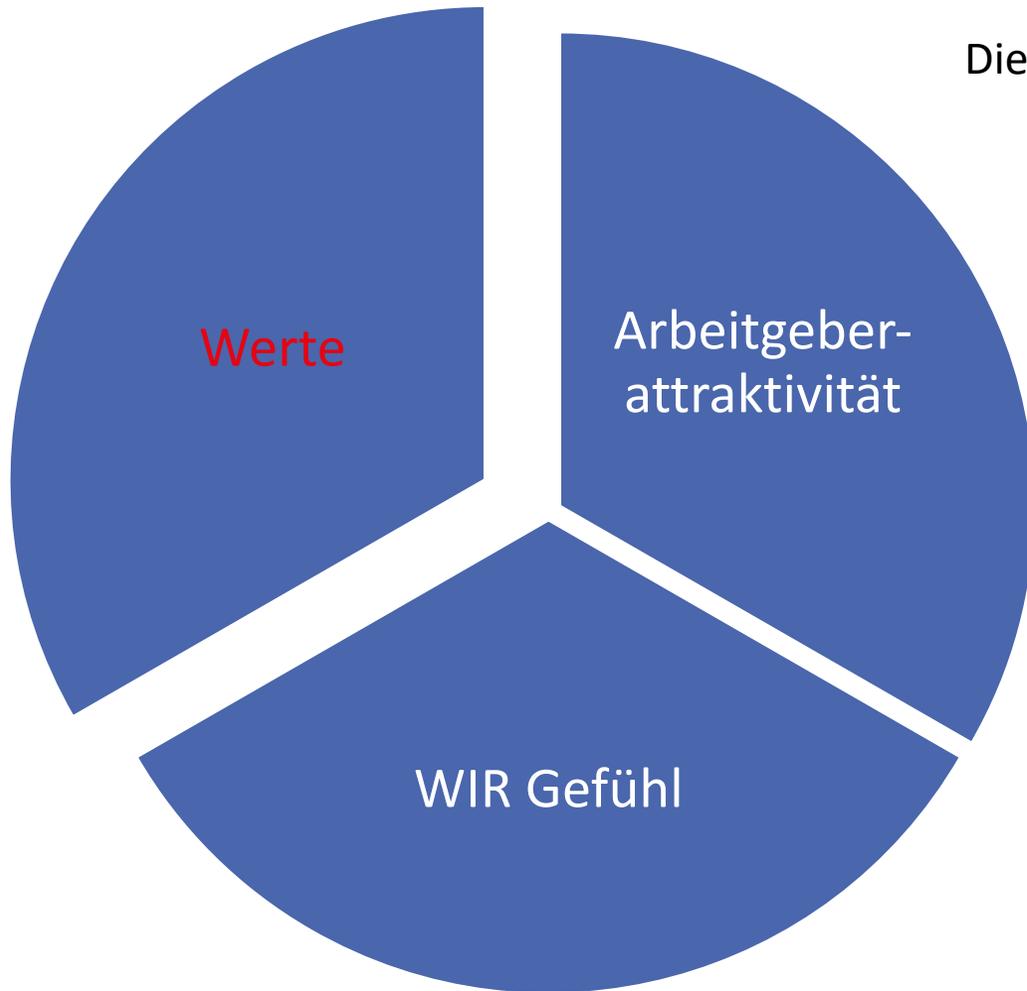


Package

Was bekomme ich als Gegenwert für Arbeit?

Eine Package muss sich dem Wettbewerb der Optionen von Zielgruppen stellen und nicht ausschließlich der eigenen Branche.

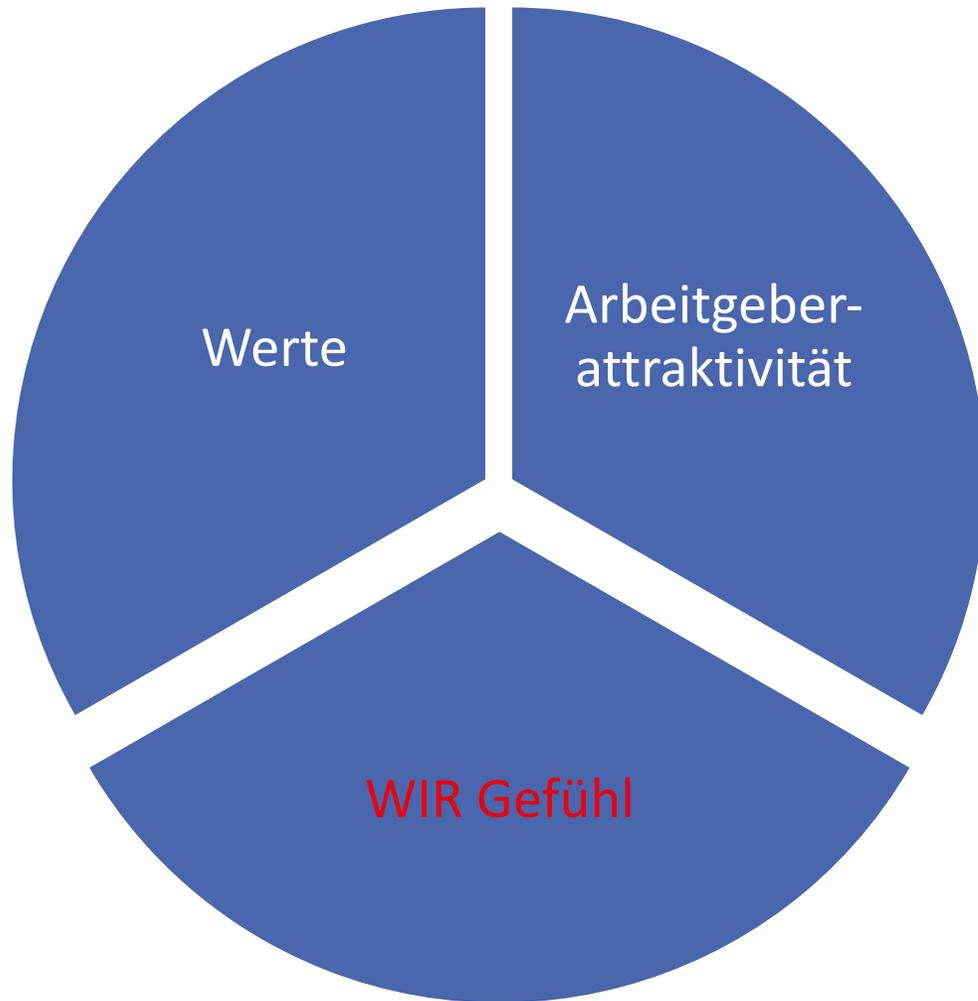
Arbeitsbedingungen, Infrastruktur, Mitbestimmung bei Arbeitsmitteln,
eine Kultur die neue Arbeitsformen zulässt, Homeoffice, Remote
arbeiten,
Gesundheitsprävention, **Ausgleich für Überlastung**,
Karriere & Entwicklungschancen, Personalentwicklung
Weiterbildung Bildungsbedürfnis, Bildungsbedarf,
Führungsqualität, Transparenz, **Mitbestimmung**, Freiraum,
internes Unternehmertum,
Diversität,
Familienfreundlichkeit, Kinderbetreuung, Elternzeit
Entlohnung, Bonifikationen, Benefits,
Incentives,
Werteorientierte **sinnhafte Tätigkeit**



Die erste Entscheidung über das Interesse an einem Job beruht auf einem Vergleich der eigenen Werte mit der Unternehmenskultur.



Sowohl die eigenen Werte, als auch die Unternehmenskultur entwickeln sich langsam und sind tendentiell stabil.



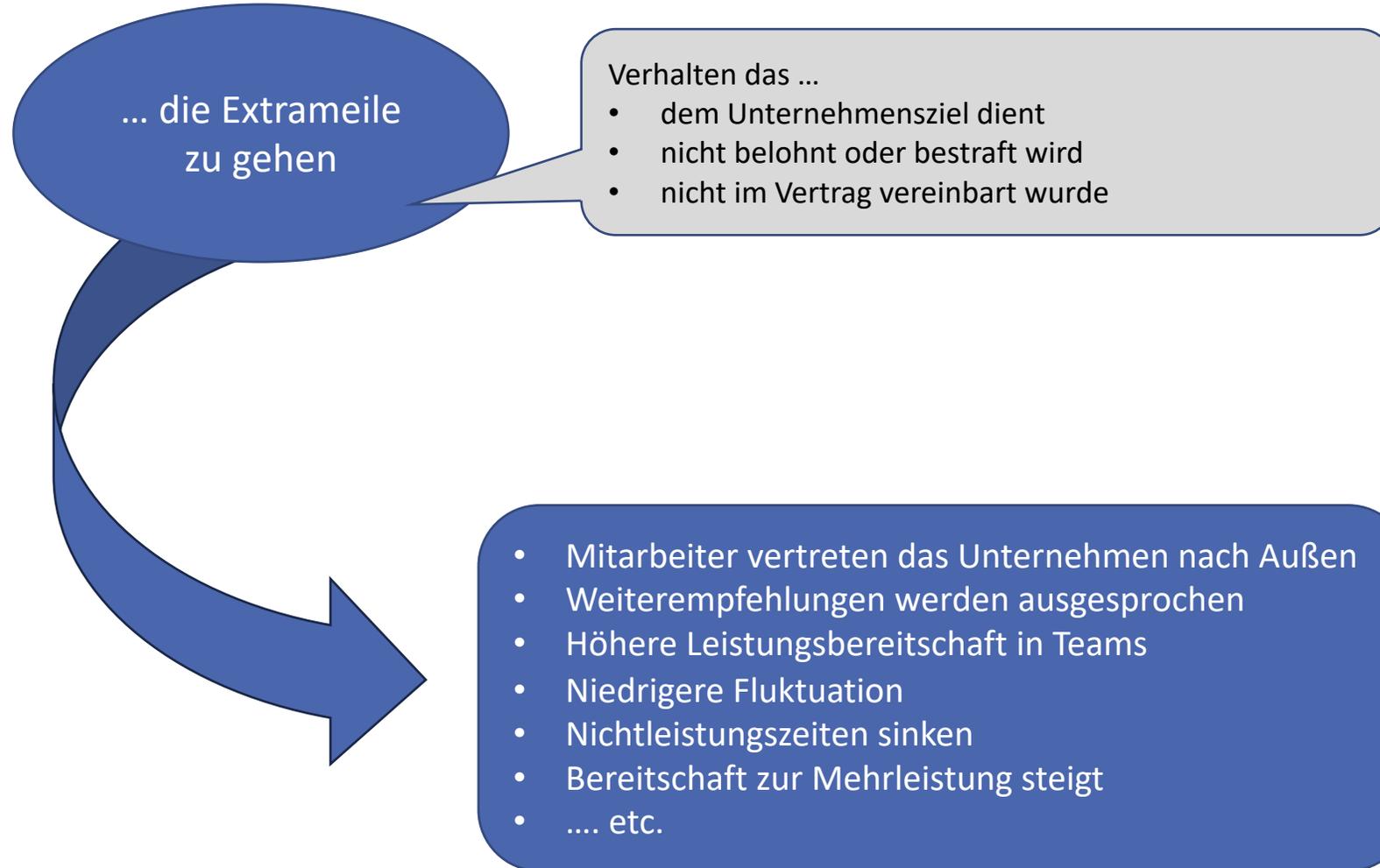
Einer der größten Treiber für Steigerung der Mitarbeiterbindung ist Identifikation.

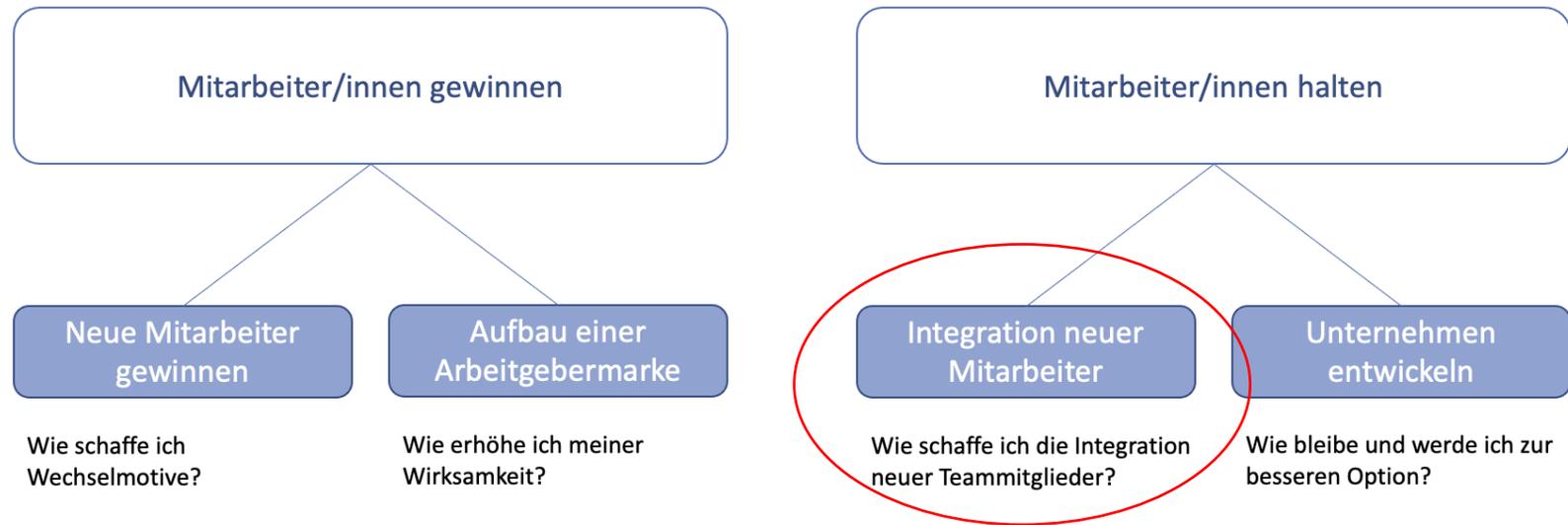
Identifikation beruht auf dem WIR Gefühl in Unternehmen.

Als Unternehmer geht es darum einen Kontext zu schaffen in dem das WIR-Gefühl an "Bedeutung" gewinnt:

- Teambuilding
- Merchandising
- Mitarbeiterentwicklung
- Führungskräfteentwicklung
- ...

Wenn der Werteabgleich hoch ausgeprägt ist und sich Mitarbeiter zugehörig fühlen, begründet sich darin die Bereitschaft ...

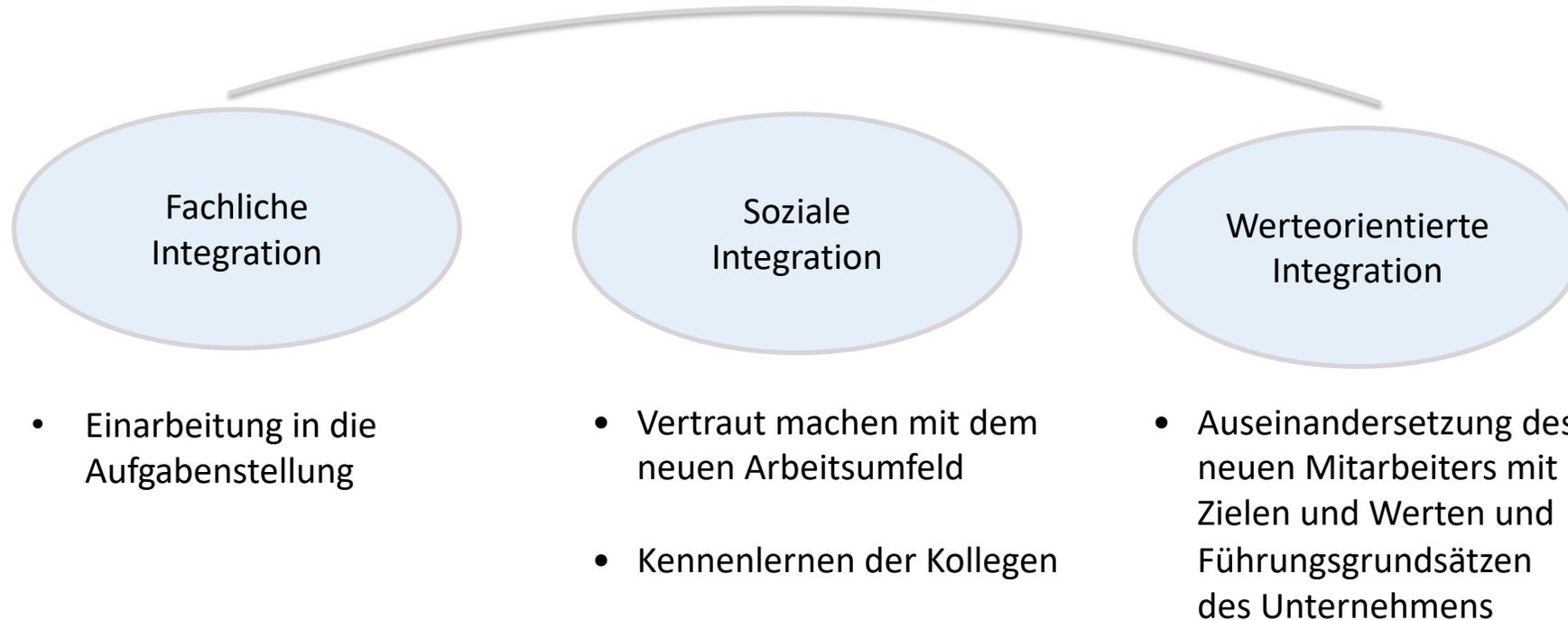




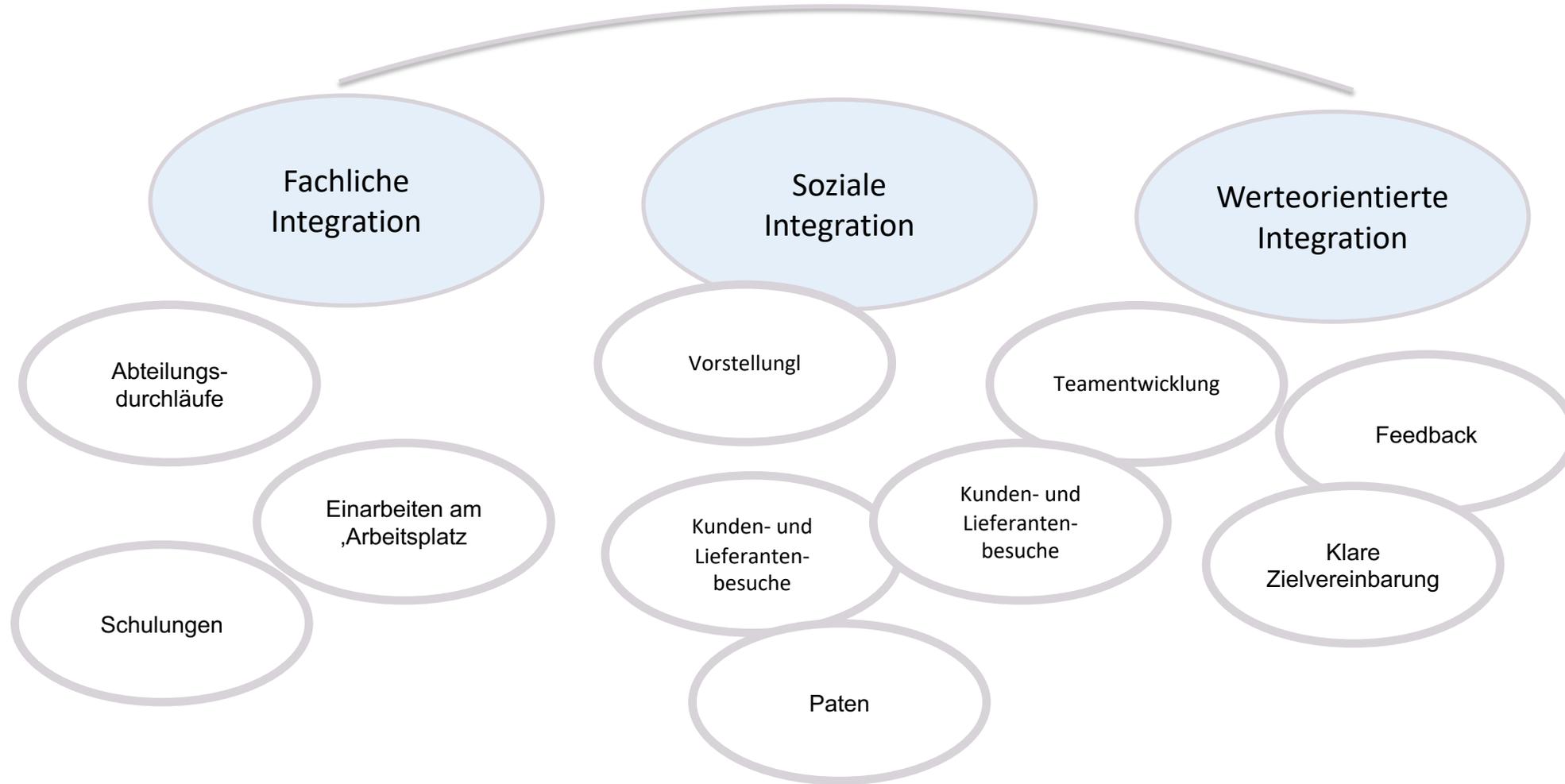
Integration neuer Mitarbeiter

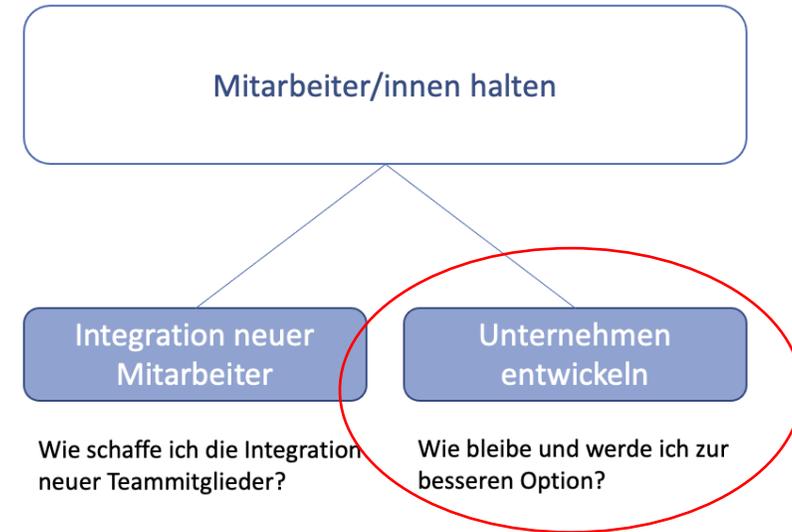
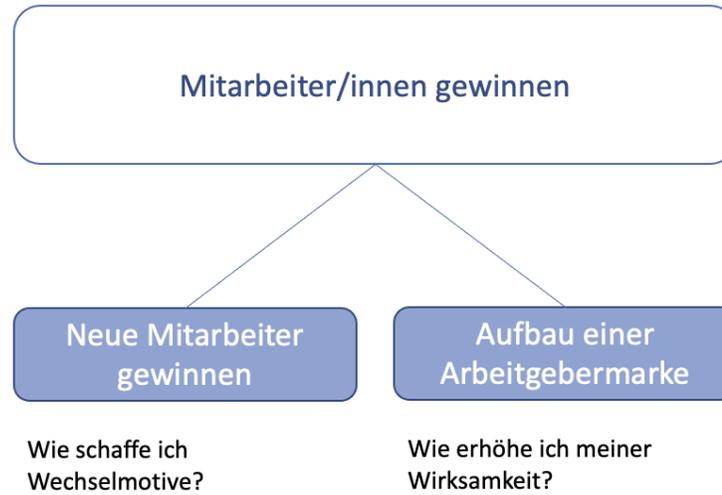


Elemente im Onboardings

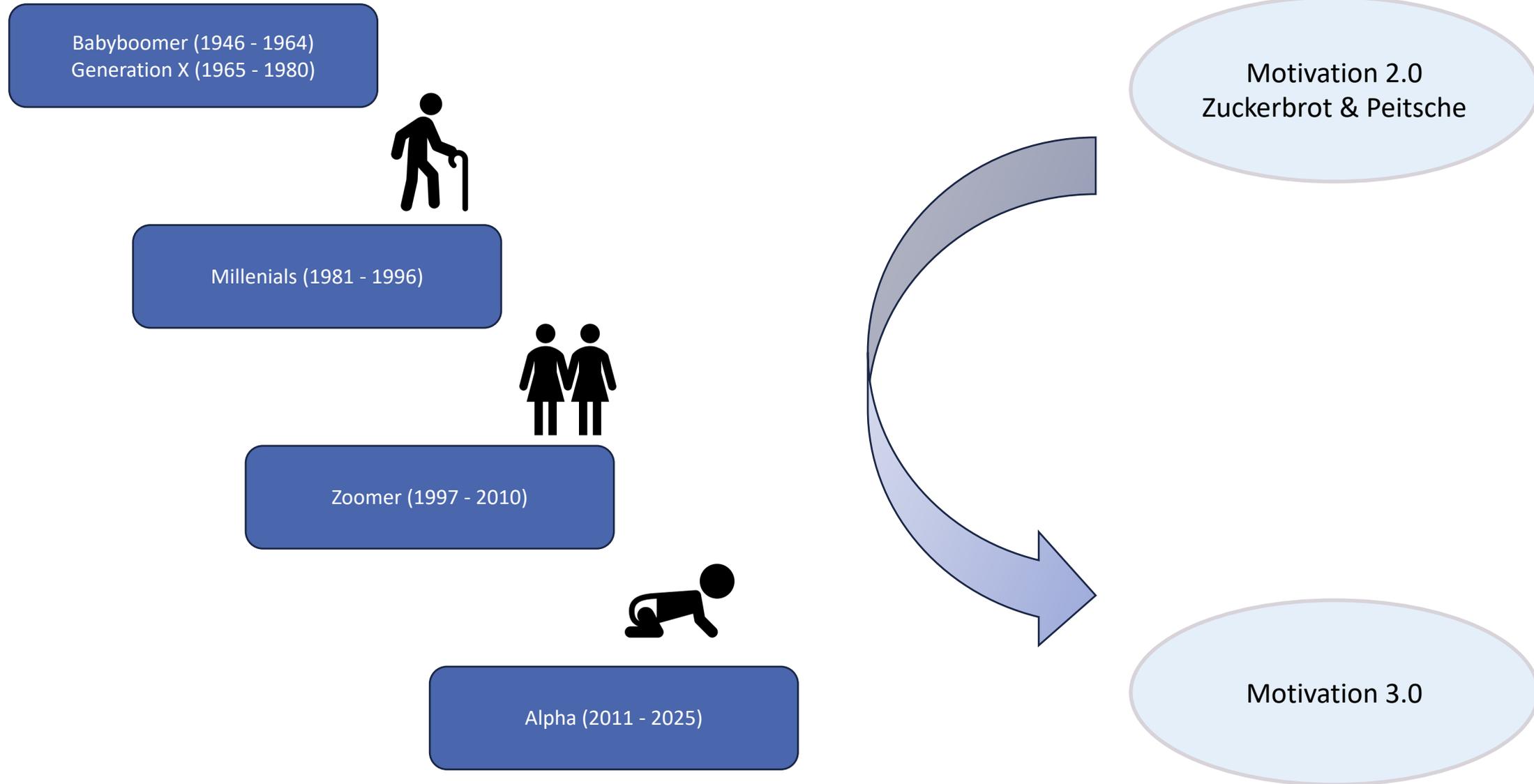


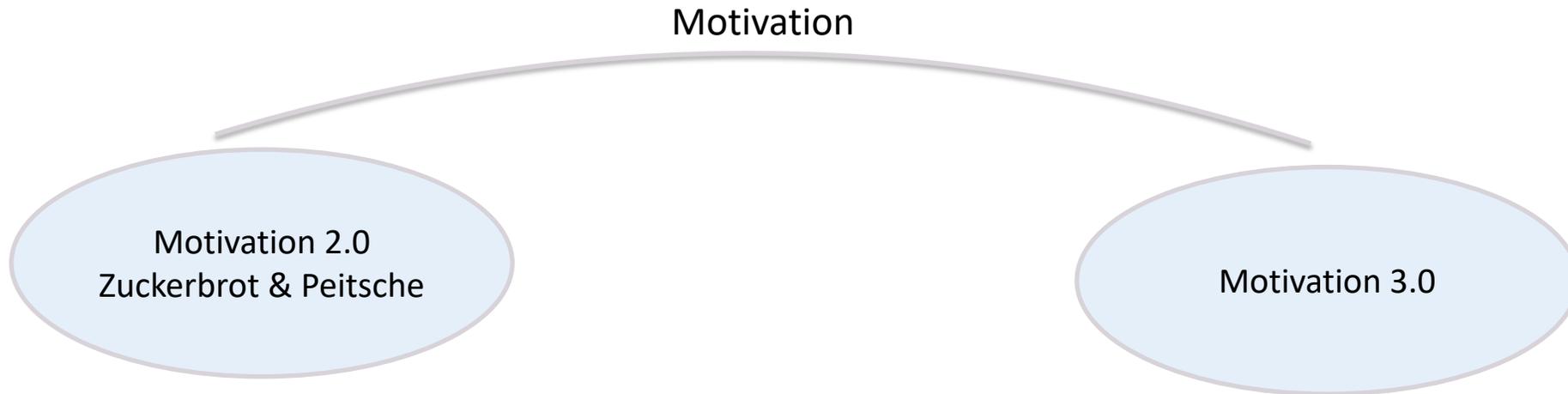
Elemente des Onboardings





Unternehmen entwickeln





... geht davon aus, dass Menschen hauptsächlich durch Geld oder Bestrafung motiviert werden können.

In einfachen, sich wiederholenden Aufgaben bestätigt sich diese Annahme, jedoch bei Aufgaben die Kreativität und Komplexität erfordern wirkt sich das meistens ins Gegenteil aus.

Motivation 3.0

- **Selbstbestimmung**
- **Entwicklung**
- **Sinn**
- **Wohlbefinden**
- **Flexibilität und Anpassungsfähigkeit**
- **Gesundheit**
- **Positive Unternehmenskultur, Vertrauen**

„Meine Zufriedenheit steigt wenn mehr Kontrolle habe.“

„Ich bin motivierter wenn ich mich nach meinen Vorstellungen entwickeln kann.“

„Wenn ich den Sinn erkenne bin ich langfristig engagierter.“

„Wenn meine Arbeit geschätzt wird bin ich bereit mehr zu leisten“

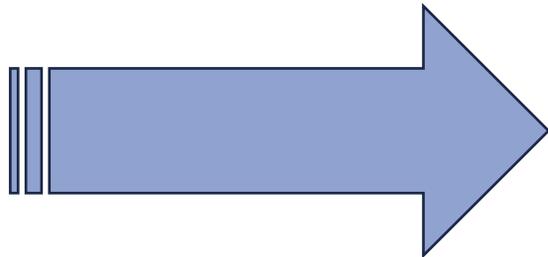
„Wenn du mich entsprechend meiner Werte einsetzt, bin ich flexibler“

„Weniger gestresst bedeutet höheres Engagement.“

„Gegenseitiges Vertrauens führt zu besseren Ergebnissen.“

WEG VON

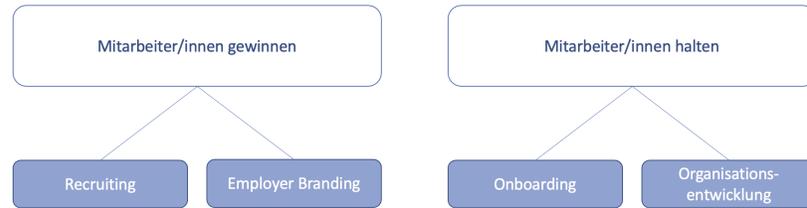
- ... belohnt werden als Held
- ... dem unabhängigen Entscheidungsführer
- ... Strategie erarbeiten - umsetzen
- ... logisch und rational
- ... wettbewerbsorientierte Territorien



HIN ZU

- ... belohnt werden für das „Erfolgreichmachen“ anderer
- ... Steuern wechselseitig abhängiger Entscheidungsprozesse
- ... anpassen und steuern während man geht
- ... emotional und gefühlsbetont
- ... kooperative Zusammenarbeit

Vier Fragen die ich mir als Unternehmer der Zukunft stellen sollte?



1. **Wie steht es um meine Arbeitgeberqualität?**

Wie stehe ich im Wettbewerb?

2. **Was zeichnet mich aus, was macht mich besonders?**

Wo und wie kommuniziere ich das?

Wie trifft man auf mich?

Wie präsent bin ich im Markt?

3. **Wie gut läuft die Integration neuer Mitarbeiter?**

Gibt es hier Potential zur Verbesserung?

4. **Motiviere ich meine Mitarbeiter?**

2.0 oder 3.0?

Lebe ich die Führungskultur die mir für mein Unternehmen wünsche?

Leben meine Führungskräfte die Kultur die ich mir für mein Unternehmen wünsche?

Herzlichen Dank!