



Arbeitgeberattraktivität zwischen Anspruch und Wirklichkeit

Eine empirische Studie

Management Summary

Prof. Dr. Alexander Cisik

Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitspsychologie
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Hochschule Niederrhein

September 2015

Hintergrund

Angesichts eines zunehmenden „war for talents“ kommt der Arbeitgeberattraktivität bereits heute eine besondere Bedeutung zu. Letztlich bestimmt die individuell und subjektiv wahrgenommene Anziehungskraft eines Arbeitgebers, für welches Unternehmen Bewerber¹ sich entscheiden und bei welchem Mitarbeiter längerfristig bleiben.

Gerade kleine und mittlere Unternehmen, aber auch diejenigen, die öffentlich weniger bekannt und reputationsstark sind, werden es künftig deutlich schwerer haben, die Richtigen für sich zu begeistern und zu halten. Ein Beleg dafür sind z.B. die regelmäßigen Befragungen von Absolventen unterschiedlicher Fachrichtungen, die auf die Frage, wo sie gerne arbeiten würden, zuvorderst die etablierten Unternehmen nennen. Aber auch die großen und imagestarken Firmen und Konzerne werden verstärkt um die Gunst ihres zukünftigen wie aktuellen Personals kämpfen müssen – insbesondere dann, wenn deren äußerer Glanz durch das Bekanntwerden interner Unzulänglichkeiten (z.B. in Bewertungsportalen im Internet) unschöne Kratzer erhält.

Letztlich muss es für alle Unternehmen darum gehen, ihre Wahrnehmung in der Öffentlichkeit und die Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter auf möglichst hohem Niveau zu harmonisieren, um sich als „Employer Brand“ optimal im Bewerber- und Mitarbeitermarkt zu positionieren.

Zielsetzung

Im Rahmen eines Forschungsprojekts am Fachbereich *Wirtschaftswissenschaften* der Hochschule Niederrhein haben wir uns im Sommersemester 2015 einmal etwas eingehender mit dem Phänomen „Arbeitgeberattraktivität“ und seinen Facetten beschäftigt. Unser allgemeines Ziel war es herauszufinden, welche Kriterien Arbeitgeberattraktivität generell beinhaltet, welche besonderen Ansprüche Mitarbeiter an ihren Arbeitgeber haben und in welchem Maße diese in der betrieblichen Wirklichkeit tatsächlich erfüllt werden. Dabei war uns besonders wichtig, einen repräsentativen Querschnitt der arbeitenden Bevölkerung zu befragen, um differenzierte Befunde für die unterschiedlichsten Zielgruppen erheben zu können.

Nach Durchsicht aktueller, einschlägiger Studien und Publikationen waren dabei unsere Kernthesen,...

¹ Der besseren Lesbarkeit halber, wird in diesem Text ausschließlich die maskuline Form verwendet.



- ... dass die wichtigsten Kriterien der Arbeitgeberattraktivität für die Arbeitnehmer in Deutschland insgesamt eine *leistungsgerechte Bezahlung*, ein *krisensicherer Arbeitsplatz* und eine *abwechslungsreiche Tätigkeit* seien,
- ... dass es bezüglich der individuellen Ansprüche der Mitarbeiter an den Arbeitgeber signifikante Unterschiede zwischen *Geschlechtern*, *Generationen*, *Ausbildungen*, *Positionen*, *Unternehmensgrößen* und *Branchen* gebe und...
- ... dass dies auch hinsichtlich der Bewertung der einzelnen Kriterien der Arbeitgeberattraktivität durch die Mitarbeiter gelte.

Methodik

Das Konstrukt „Arbeitgeberattraktivität“ haben wir operational durch insgesamt 28 Kriterien definiert, die sich jeweils aus einem allgemeinen Substantiv und einem richtunggebenden, positiven Attribut zusammensetzten (z.B. *angenehmes Arbeitsklima*). In Analogie zur Arbeitszufriedenheit resultiert Arbeitgeberattraktivität aus einem Soll-Ist-Vergleich: ein Arbeitgeber ist dann attraktiv, wenn die subjektiven Erwartungen der Mitarbeiter an den Arbeitgeber (Soll) mit deren wahrgenommener Realität beim Arbeitgeber (Ist) übereinstimmen. Um dies messen zu können, enthielt der Fragebogen pro Kriterium mit der „Wichtigkeit“ und der „Bewertung“ zwei Skalen, die mittels einer „Schulnotenskala“ einzuschätzen waren.² Befragt wurden ausschließlich aktive Arbeitnehmer in Deutschland, die deutlich machen sollten, wie wichtig ihnen das jeweilige Kriterium generell ist (Anspruch) und wie sie dies im aktuellen Job bewerten (Wirklichkeit). Darüber hinaus wurden die zur weiteren Differenzierung der Ergebnisse erforderlichen persönlichen Angaben erfragt (Geschlecht, Alter, Arbeitsverhältnis, Ausbildung, Status, Position, Unternehmensgröße und Branche).

Die Datenerhebung fand ausschließlich online via der sozialen Netzwerke Facebook und XING sowie durch eMail und SMS in der Zeit vom 20. Mai bis zum 10. Juni 2015 statt. Teilgenommen haben insgesamt 475 Berufstätige, was durchaus als repräsentativ³ gelten kann. Eine genaue Aufschlüsselung der Stichprobe findet sich im Anhang.

² 1 = sehr wichtig bzw. sehr gut, 6 = sehr unwichtig bzw. sehr schlecht.

³ Grundgesamtheit waren alle Arbeitnehmer in Deutschland (42.653.000 Mio.), die Streuung der Variablen lag bei 50%, die Irrtumswahrscheinlichkeit bei 5% und der tolerierbare Stichprobenfehler bei ebenfalls 5%. Damit hätte bereits ein Stichprobenumfang von n = 385 ausgereicht.



Ergebnisse⁴

Aus der Fülle der Ergebnisse seien die wichtigsten kurz und thesenartig zusammengefasst. Beginnen wir mit einem allgemeinen Überblick⁵:

- **Am wichtigsten ist ein *angenehmes Betriebsklima***⁶. Der Mittelwert (MW) aller Befragten erreicht hier 1,28 auf der „Schulnotenskala“. Es folgen eine *kompetente Unternehmensleitung* (MW=1,38) und ein *leistungsgerechtes Gehalt* (MW=1,49). Schlusslicht der Wichtigkeitsskala ist die *Internationalität des Unternehmens* (MW=3,35), gefolgt von der *Unternehmensgröße* (MW=2,79) und den *Maßnahmen zur Gesundheitsförderung* (MW=2,77).
- **Am besten bewertet wird das *eigenverantwortliche Arbeiten***. Hier liegt der Mittelwert bei 1,99. Ebenfalls stark überdurchschnittlich wurden die *Verkehrsanbindung* (MW=2,12), das *Betriebsklima* (MW=2,23) und die *Produkte und Dienstleistungen* (MW=2,26) bewertet. Die *Maßnahmen zur Gesundheitsförderung* erreichten dagegen lediglich einem Mittelwert von 3,37 und damit die schlechteste Bewertung. Ähnlich war dies bei den *Aufstiegsmöglichkeiten* (MW=3,31), dem *Informationsfluss* (MW=3,00) und den *Weiterbildungsangeboten* (MW=2,97).
- **Die deutlichsten Differenzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit gibt es beim *Gehalt* und den *Aufstiegsmöglichkeiten***. Der Anspruch der Beschäftigten in Deutschland an die unterschiedlichen Kriterien der Arbeitgeberattraktivität liegt bei durchschnittlich 1,96 (Standardabweichung/s=0,46). Die wahrgenommene Realität schneidet mit einem Mittelwert von 2,62 (s=0,35) deutlich schlechter ab. Die durchschnittliche Abweichung von Anspruch und Wirklichkeit (Δ) beträgt -0,66 (s=0,45). In Prozentwerte transformiert, bedeutet dies eine Arbeitgeberattraktivität in Deutschland von durchschnittlich 86,90%. Die größten negativen Abweichungen gibt es beim *Gehalt* ($\Delta=-1,37$) und bei den *Aufstiegsmöglichkeiten* ($\Delta=-1,36$). Mit etwas Abstand folgen dahinter die *Arbeitsabläufe* ($\Delta=-1,27$), der *Informationsfluss* ($\Delta=-1,26$) und die *Unternehmensleitung* ($\Delta=-1,24$). Übererfüllt werden die Ansprüche hingegen bei der *Unternehmensgröße* ($\Delta=+0,43$) und der *Internationalität* ($\Delta=+0,39$). Der *Standort* liegt mit einer Differenz von $\Delta=-0,20$ noch sehr nahe am Soll.

⁴ Eine graphische Übersicht der wichtigsten Ergebnisse findet sich im Anhang.

⁵ Dargestellt werden jeweils die besten und schlechtesten Bewertungen (\geq/\leq eine Standardabweichung).

⁶ Abweichung vom Mittelwert \geq eine Standardabweichung.

Differenziert nach den verschiedenen Untersuchungsgruppen, ergeben sich folgende sehr signifikante Unterschiede⁷:

Geschlechter

- **Männer wollen ein *innovationskräftiges*, Frauen ein *wertorientiertes Unternehmen*.** Insgesamt betrachtet, liegen Männer und Frauen bezüglich Ihrer Ansprüche sehr nahe beieinander (MW=1,95 vs. 1,96). Statistisch sehr signifikante Anspruchsunterschiede ergeben sich jedoch hinsichtlich der Wichtigkeit der *Innovationskraft des Unternehmens*, das vor allem die Männer priorisieren (MW=2,00 vs. MW=2,30) sowie bezüglich der *Wertorientierung des Unternehmens* und des *angenehmen Betriebsklimas*, das den Frauen wichtiger ist (MW=1,65 bzw. MW=1,22 vs. MW=1,91 bzw. MW=1,40).
- **Die *Maßnahmen zur Gesundheitsförderung* bewerten Männer deutlich positiver als Frauen.** Die Bewertung des Ist-Zustandes ist insgesamt recht homogen; Männer erreichen hier einen Mittelwert von 2,58, Frauen 2,63. Bezüglich der Einschätzung der Maßnahmen zur Gesundheitsförderung gibt es aber einen signifikanten Unterschied: während Frauen hier lediglich einen Mittelwert von 3,51 erreichen, liegt dieser bei den Männern bei 3,12.

Generationen

- **Generation Y sind *Betriebsklima* und *Aufstiegsmöglichkeiten* wichtiger als Generation X.** Zwischen den beiden Generationen X (31-50 Jahre alt) und Y (bis 30 Jahre alt) gibt es insgesamt gesehen keine Anspruchsunterschiede (MW=1,97 vs. 1,96). Den Angehörigen der Generation Y sind jedoch *Betriebsklima* (MW=1,20) und *Aufstiegsmöglichkeiten* (MW=1,79) wesentlich wichtiger als den Arbeitnehmern der Generation X (MW=1,36 bzw. 2,09).
- **Generation X bewertet „*altersgerechte Arbeitsbedingungen*“ deutlich besser als Generation Y.** Die Bewertung des Status quo ist homogen; X-Angehörige erreichen einen Mittelwert von 2,60, Y-Vertreter 2,63. Hochsignifikante Unterschiede zeigen sich bei der Bewertung der *Maßnahmen zur Gesundheitsförderung*, die von Y deutlich schlechter bewertet wird (MW=3,62) als von X (MW=3,04). Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der *Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf* (Y=MW 2,58, X=MW 2,18) und der *Arbeitszeitgestaltung* (Y=MW 2,60, X=MW 2,22).

Ausbildungen

- **Berufstätige ohne Studium sind anspruchsvoller als Akademiker.** Über aller Kriterien hinweg ist der Unterschied zwischen beiden Gruppen nicht sonderlich groß (MW

⁷ Signifikanzniveau von mindestens $p = 0,01$

ohne Studium = 1,91, Akademiker = 2,00). Der höhere Anspruch der Berufstätigen ohne Studium zeigt sich aber vor allem bei den Aspekten *Branchenimage* (MW=2,12 vs. 2,46), *Umweltbewusstsein* (MW=2,25 vs. 2,57), *Produkte und Dienstleistungen* (MW=1,64 vs. 1,89), *Wertorientierung* (MW=1,63 vs. 1,87), *Unternehmensimage* (MW=1,92 vs. 2,15), *Krisensicherheit* (MW=1,44 vs. 1,67), *Arbeitsabläufe* (MW=1,57 vs. 1,77) und *Informationsfluss* (MW=1,63 vs. 1,83).

- **Berufstätige ohne Studium nehmen ihren Arbeitsplatz als krisensicherer wahr als Akademiker.** Generell ist diese Zielgruppe etwas zufriedener als ihre akademischen Kollegen (MW=2,58 vs. 2,65). Bei der Bewertung der einzelnen Kriterien der Arbeitgeberattraktivität unterscheiden sich beide Gruppen nur hinsichtlich der Einschätzung der *Krisensicherheit* ihrer Arbeitsplätze signifikant (MW=2,29 vs. 2,60).

Positionen

- **Mitarbeitern sind ein attraktiver Standort und ein leistungsgerechtes Gehalt wichtiger als Führungskräften; diese wollen vor allem eine partnerschaftliche Führung.** Mitarbeiter und Führungskräfte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Ansprüche insgesamt nur marginal (MW=1,95 vs. 1,96). Unterschiede gibt es im Detail: beim *Standort* liegt der Mittelwert der Mitarbeiter bei 2,11, bei Führungskräften bei 2,52. Beim *Gehalt* ist das Verhältnis MW=1,44 (Mitarbeiter) zu MW=1,60 (Führungskräfte). Signifikante Unterschiede gibt es auch bei der Wichtigkeit der *partnerschaftlichen Führung*; darauf legen vor allem die Führungskräfte Wert (MW=2,08 vs. MW=2,40).
- **Führungskräfte bewerten Aufstiegsmöglichkeiten und Arbeitstätigkeit deutlich besser als Mitarbeiter.** Führungskräfte sind durchschnittlich etwas zufriedener als Mitarbeiter (MW=2,55 vs. 2,65). Signifikante Unterschiede gibt es bei den *Aufstiegsmöglichkeiten*; dort liegt der Mittelwert bei 3,02 (Führungskräfte) im Gegensatz zu 3,46 (Mitarbeiter). Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Bewertung der *Tätigkeit* (MW=2,10 vs. MW=2,42), des *Informationsflusses* (MW=2,79 vs. MW=3,10) und der *Eigenverantwortlichkeit* (MW=1,83 vs. MW=2,08).

Unternehmensgrößen

- **Mitarbeiter großer Unternehmen sind anspruchsvoller als die in kleinen Firmen.** In Großunternehmen liegt der Anspruch der Mitarbeiter bei einem Mittelwert von insgesamt 1,88, in kleinen Unternehmen bei 1,99. Unterschiede zeigen sich vor allem bei den Erwartungen an die *Internationalität* (MW=2,46 vs. 3,59), an die *Unternehmensgröße* (MW=2,46 vs. 2,92), an die *Weiterbildungsangebote* (MW=1,62 vs. 2,07), an die *Aufstiegsmöglichkeiten* (MW=1,67 vs. 2,05), an die *Arbeitszeitgestaltung* (MW=1,63 vs. 1,92) und an die *Tätigkeit* an sich (MW=1,61 vs. 1,87).
- **Mitarbeiter großer Unternehmen sind zufriedener als die in kleinen Firmen.** Sie erreichen einen Mittelwert von insgesamt 2,38; in kleinen Firmen bewegt sich dieser

bei 2,70. Besonders deutlich sind die Bewertungsunterschiede bei der *Internationalität* (MW=1,71 vs. 3,39), den *Maßnahmen zur Gesundheitsförderung* (MW=2,84 vs. 3,74), den *Aufstiegsmöglichkeiten* (MW=2,76 vs. 3,60), den *Gehaltsnebenleistungen* (MW=2,52 vs. 3,19), dem *Gehalt* (MW=2,39 vs. 3,04), der *Unternehmensgröße* (MW=1,99 vs. 2,56), den *Weiterbildungsangeboten* (MW=2,65 vs. 3,16), der *Arbeitszeitgestaltung* (MW=2,13 vs. 2,60), der *Innovationskraft* (MW=2,53 vs. 2,98) und des *Umweltbewusstseins* (MW=2,42 vs. 2,83).

Branchen⁸

- **Am anspruchsvollsten sind die Mitarbeiter der Branche *Bergbau, Energie- und Wasserversorgung und Entsorgung* (n=15).** Hier wird ein Mittelwert von 1,69 erzielt. Schlusslicht sind die *Sonstigen Dienstleistungen* (n=21; MW=2,13).
- **Die besten Bewertungen werden bei *Finanz- und Versicherungsdienstleistern* (n=31) erzielt.** Der Mittelwert liegt dort bei 2,47. *Verkehr und Lagerei* (n=10) bilden mit einem Gesamtwert von 3,01 das Ende der Rangreihe, dicht gefolgt von den *Sonstigen Dienstleistungen* (n=21; MW = 2,78).
- **Die größten Diskrepanzen zwischen Anspruch und Wirklichkeit gibt es bei *Verkehr und Lagerei* sowie bei *Bergbau, Energie- und Wasserversorgung und Entsorgung*.** Im Mittel beträgt die Abweichung von Anspruch und Wirklichkeit über alle Branchen $\Delta=-0,70$ (s=0,10). Deutlich schlechter schneiden diesbezüglich *Verkehr und Lagerei* (n=10; $\Delta=-0,93$) und *Bergbau, Energie- und Wasserversorgung und Entsorgung* (n=15; $\Delta=-0,83$) ab.

Fazit

Werfen wir abschließend einen Blick auf unsere eingangs formulierten Hypothesen: Zu den wichtigsten Kriterien der Arbeitgeberattraktivität zählt tatsächlich die *leistungsgerechte Bezahlung* (Rang 3). Und auch ein *krisensicherer Arbeitsplatz* ist ein starker Wunsch (Rang 4). Die *abwechslungsreiche Tätigkeit* hingegen erreicht mit Rang 13 von insgesamt 28 untersuchten Kriterien lediglich einen Platz im Mittelfeld. Damit hat sich unsere erste Hypothese nur zum Teil bestätigt. Anders ist dies hinsichtlich der Ansprüche und Bewertungen der Mitarbeiter unterschiedlicher *Geschlechter, Generationen, Ausbildungen, Positionen, Unternehmensgrößen* und *Branchen*. Hier zeigen sich zum Teil sehr signifikante Unterschiede, womit sich unsere Hypothesen klar bestätigen.

⁸ Um möglichst reliable Aussagen machen zu können, sind in diese Auswertung nur Branchen mit zweistelligen Teilnehmerzahlen eingeflossen. Gleichwohl erheben die Ergebnisse aufgrund der z.T. sehr kleinen Stichproben keinen Anspruch auf Repräsentativität, geben aber zumindest eine Tendenz wieder.



Was bedeuten diese Ergebnisse nun für die konkrete Entwicklung der unternehmensspezifischen Arbeitgeberattraktivität? Bei einer durchschnittlich Differenz zwischen Anspruch (MW=1,96) und Wirklichkeit (MW=2,62) in Höhe von $\Delta=-0,66$ liegt die Arbeitgeberattraktivität in Deutschland im Mittel bei 86,90%. Das ist grundsätzlich ein zufriedenstellender Wert, der aber ausbaufähig erscheint. Entwicklungsbedarf gibt es vor allem bei den Kriterien mit den größten Abweichungen zwischen „Soll“ und „Ist“: *Gehalt, Aufstiegsmöglichkeiten, Arbeitsabläufe, Informationsfluss* und *Unternehmensleitung*. Die Erwartungen an *Unternehmensgröße* und *Internationalität* werden hingegen übererfüllt. Mithin spielen diese Aspekte lediglich eine stark untergeordnete Rolle und können eher vernachlässigt werden.

Maßnahmen zur Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität sind jedoch keine „Breitband-Präparate“, sondern müssen mit Blick auf besondere Bewerber- bzw. Mitarbeiterzielgruppen spezifisch appliziert und dosiert werden. Unsere Untersuchung liefert hierzu erste Hinweise. Um diese zu konkretisieren, bedarf es sicherlich unternehmensindividueller Folgeuntersuchungen - als Basis eines individuell nachhaltig erfolgreichen „Employer Branding“, nach außen wie nach innen.





Impressum

Prof. Dr. Alexander Cisik

Wirtschafts-, Organisations- und Arbeitspsychologie
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Hochschule Niederrhein

Webschulstraße 41-43
D - 41065 Mönchengladbach

Zentrale 02161 186 - 0
Telefon 02161 186 - 6344
Telefax 02161 186 - 6313
Mobil 0160 977 14 355

alexander.cisik@hs-niederrhein.de

<http://www.hs-niederrhein.de/fb08/personen/c-k/cisik-alexander>





Anhang

- Stichprobe
- Gesamtergebnis
- Geschlechtervergleich
- Generationenvergleich
- Ausbildungsvergleich
- Positionsvergleich
- Größenvergleich
- Branchenvergleich

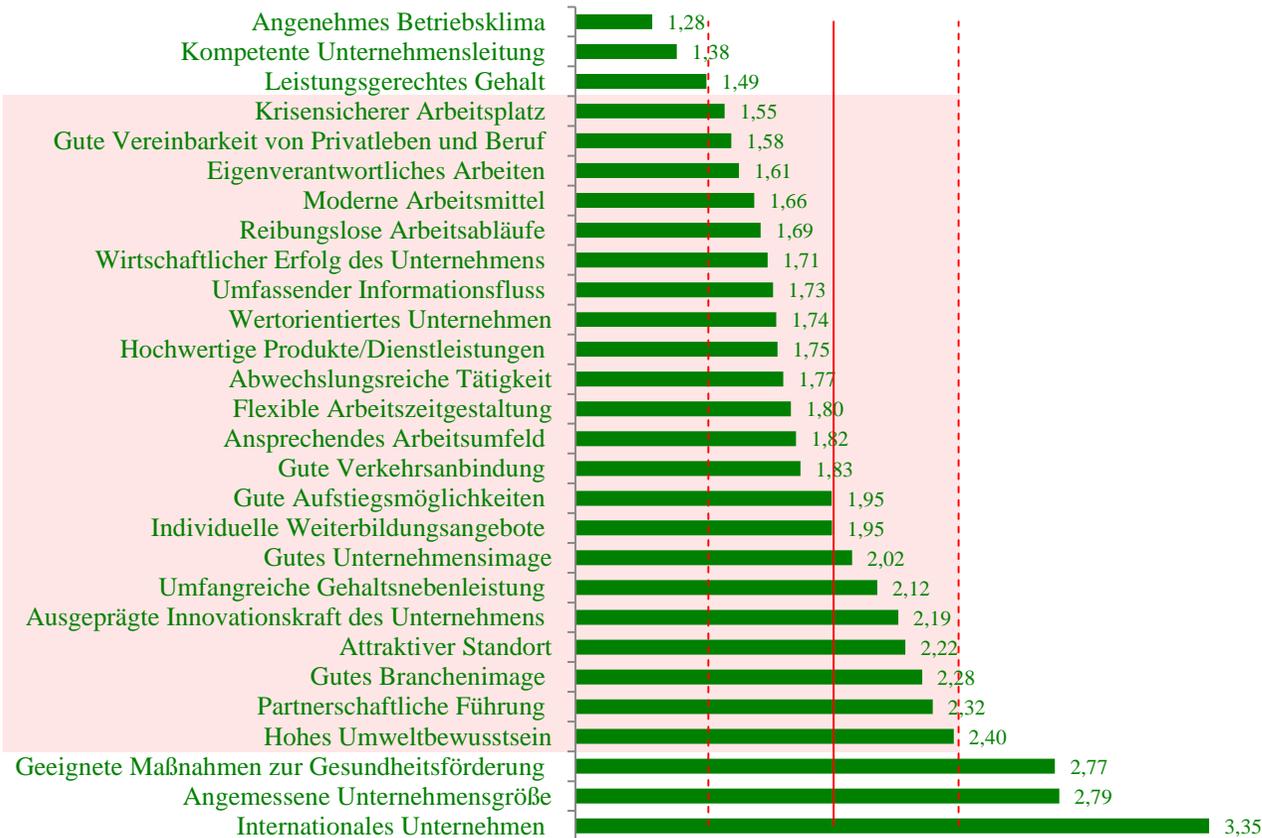


Stichprobe (n = 475)

Geschlecht	n	%
männlich	170	35,79
weiblich	298	62,74
k.A.	7	1,47
Alter		
bis 30	261	54,95
31 – 50	144	30,32
über 50	63	13,26
k.A.	7	1,47
Arbeitsverhältnis		
befristet	108	22,74
unbefristet	346	72,84
k.A.	21	4,42
Ausbildung		
Keine	17	3,58
Gewerbliche / Technische / Handwerkliche Berufsausbildung	68	14,32
Kaufmännische Berufsausbildung	118	24,84
Soziale Berufsausbildung	33	6,95
Technisches / Naturwissenschaftliches / Informationstechnisches Studium	66	13,89
Wirtschaftswissenschaftliches Studium	110	23,16
Sozial-/Geisteswissenschaftliches Studium	47	9,89
k.A.	16	3,37
Status		
Angestellter	439	92,42
Beamter	19	4,00
k.A.	17	3,58

Funktion	n	%
Gewerblicher / Technischer / Handwerklicher Mitarbeiter	100	21,05
Kaufmännischer Mitarbeiter	215	45,26
Mittleres Management (z.B. Meister, Teamleiter)	82	17,26
Gehobenes Management (z.B. Abteilungsleiter, Bereichsleiter)	36	7,58
Top Management (z.B. Vorstand, Geschäftsführung)	6	1,26
k.A.	36	7,58
Unternehmensgröße		
bis 500 Mitarbeiter	224	47,16
501 – 5.000 Mitarbeiter	128	26,95
über 5.000 Mitarbeiter	96	20,21
k.A.	27	5,68
Branche		
Baugewerbe	10	2,11
Bergbau, Energie- und Wasserversorgung, Entsorgungswirtschaft	15	3,16
Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	31	6,53
Erziehung und Unterricht	18	3,79
Gastgewerbe	13	2,74
Gesundheits- und Sozialwesen	54	11,37
Grundstücks- und Wohnungswesen	3	0,63
Handel, Instandhaltung, Reparatur von Kfz	46	9,68
Immobilien, freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	32	6,74
Information und Kommunikation	51	10,74
Kunst, Unterhaltung und Erholung	5	1,05
Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	6	1,26
Öffentliche Verwaltung, Verteidigung, Sozialversicherung, externe Organisationen	37	7,79
Private Haushalte mit Hauspersonal / Herstellung v. Waren u. Erbringung v. Dienstleistungen f. d. Eigenbedarf	4	0,84
Sonstige Dienstleistungen	21	4,42
Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen	29	6,11
Verarbeitendes Gewerbe	53	11,16
Verkehr und Lagerei	10	2,11
k.A.	37	7,79

Gesamtergebnis (1/3) | Wichtigkeit

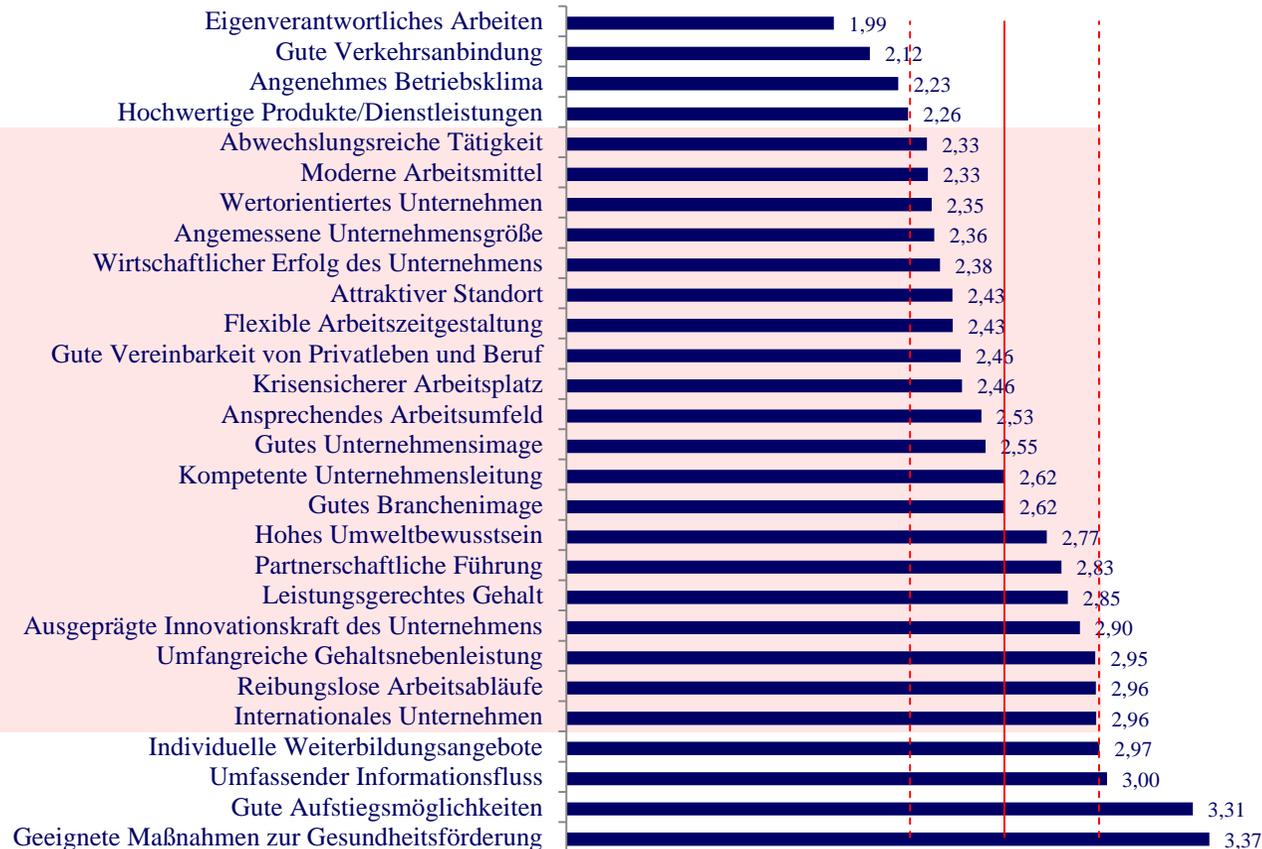


**„Wie wichtig sind Ihnen
generell diese Aspekte einer
Arbeitstätigkeit?“**

Wichtigkeit
(1=sehr wichtig, 6=sehr unwichtig)

n = 475
MW = 1,96; s = 0,46

Gesamtergebnis (2/3) | Bewertung

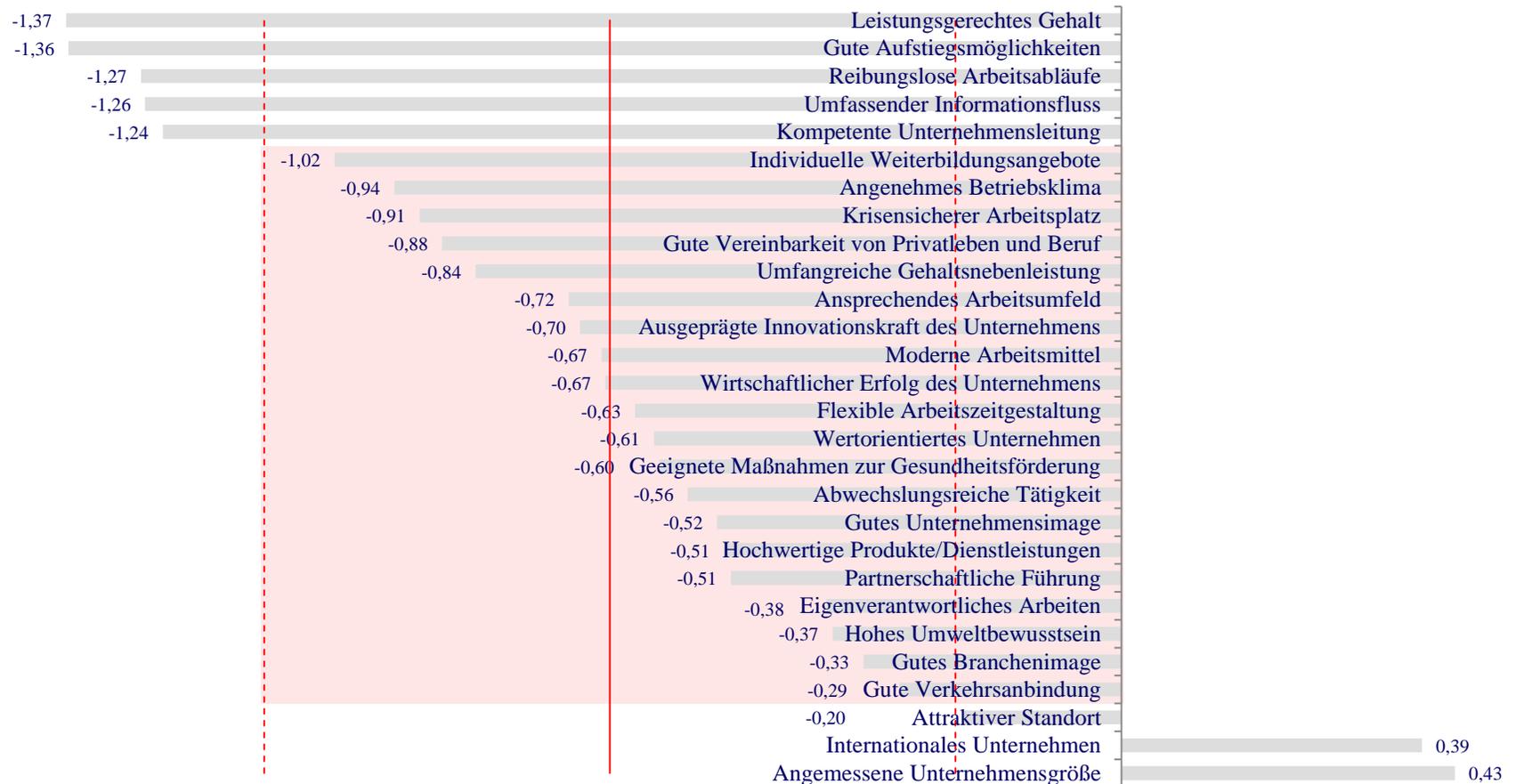


„Wie bewerten Sie diese Aspekte einer Arbeitstätigkeit in Ihrem aktuellen Job?“

Bewertung
(1=sehr gut, 6=sehr schlecht)

n = 475
MW = 2,62; s = 0,35

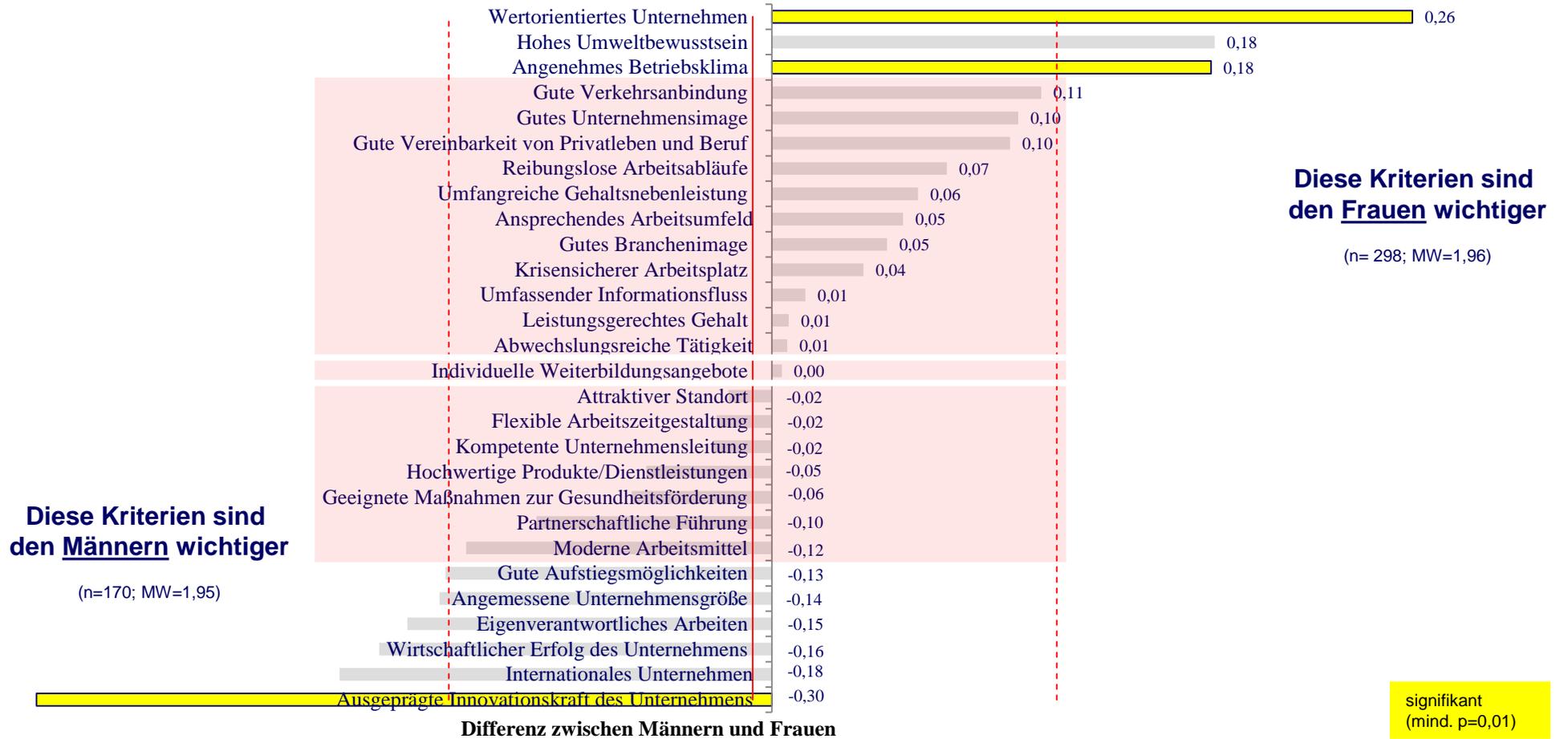
Gesamtergebnis (3/3) | Differenz von Anspruch und Wirklichkeit



**Differenz
von Anspruch und Wirklichkeit**

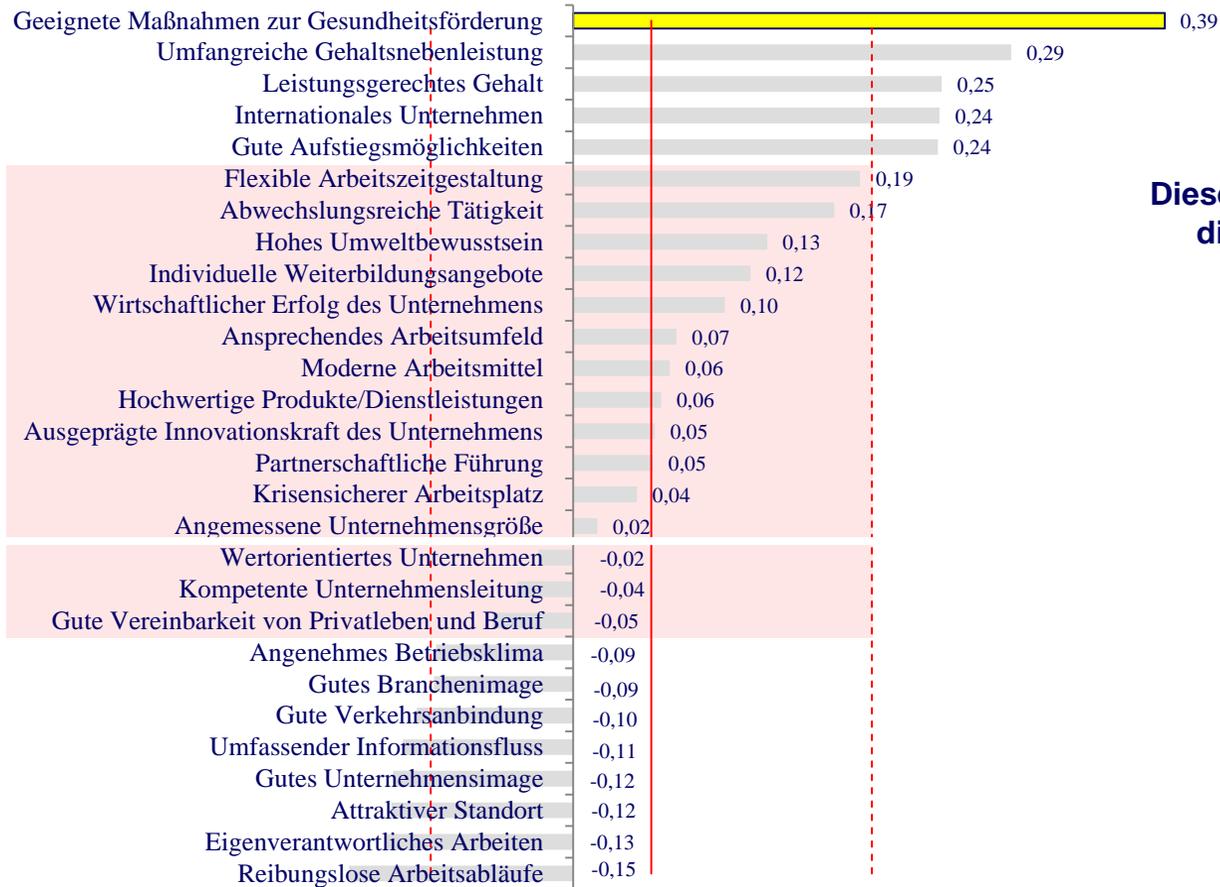
n = 475
MW = -0,66; s = 0,45

Geschlechtervergleich (1/2) | Wichtigkeit



MW = -0,01; s = 0,13

Geschlechtervergleich (2/2) | Bewertung



Diese Kriterien bewerten die Männer besser

(n=170; MW=2,58)

Diese Kriterien bewerten die Frauen besser

(n= 298; MW=2,63)

Differenz zwischen Männern und Frauen

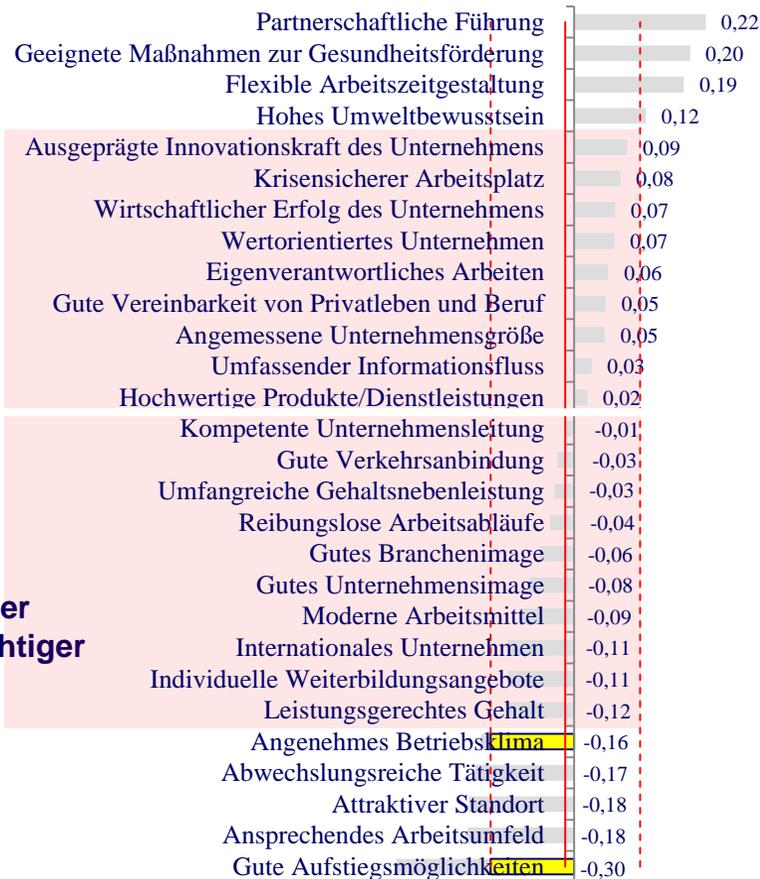
signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = 0,05; s = 0,15

Generationenvergleich (1/2) | Wichtigkeit

Diese Kriterien sind der Generation Y (bis 30) wichtiger

(n=261; MW=1,96)



Diese Kriterien sind der Generation X (31-50) wichtiger

(n=207; MW=1,97)

Differenz zwischen den Generation X und Y

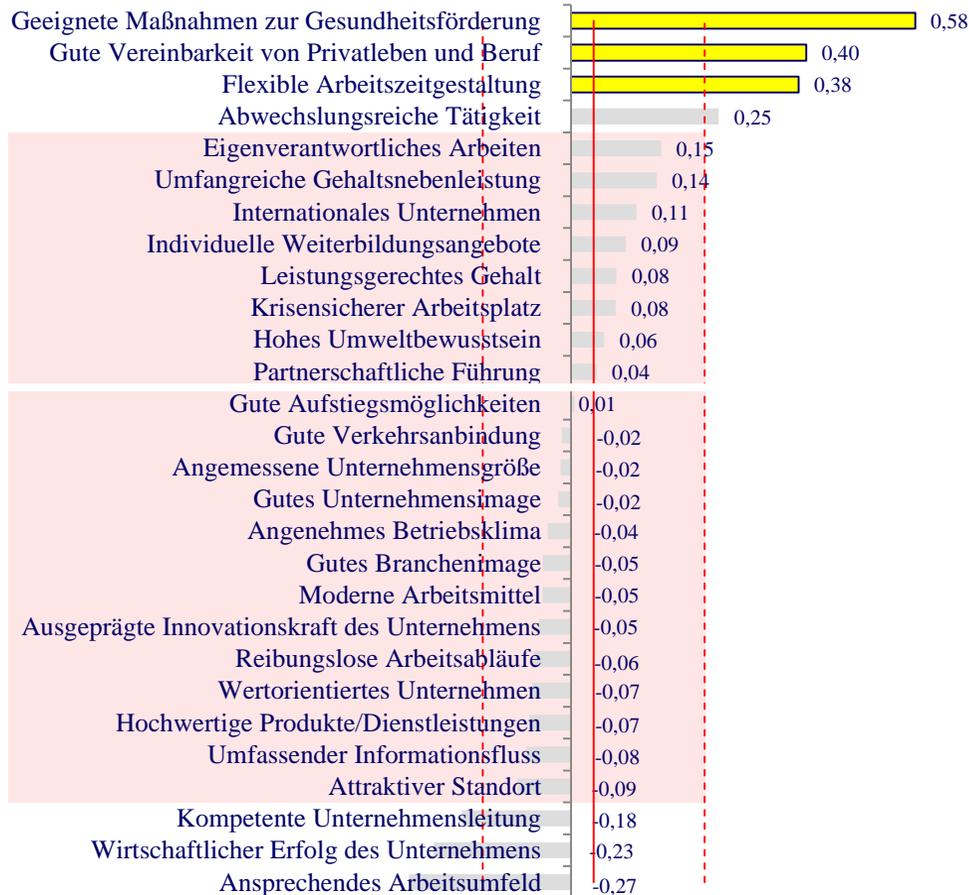
signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = -0,01; s = 0,13

Generationenvergleich (2/2) | Bewertung

Diese Kriterien bewertet
die **Generation Y (bis 30)**
besser

(n=261; MW=2,63)



Diese Kriterien bewertet
die **Generation X (31-50)**
besser

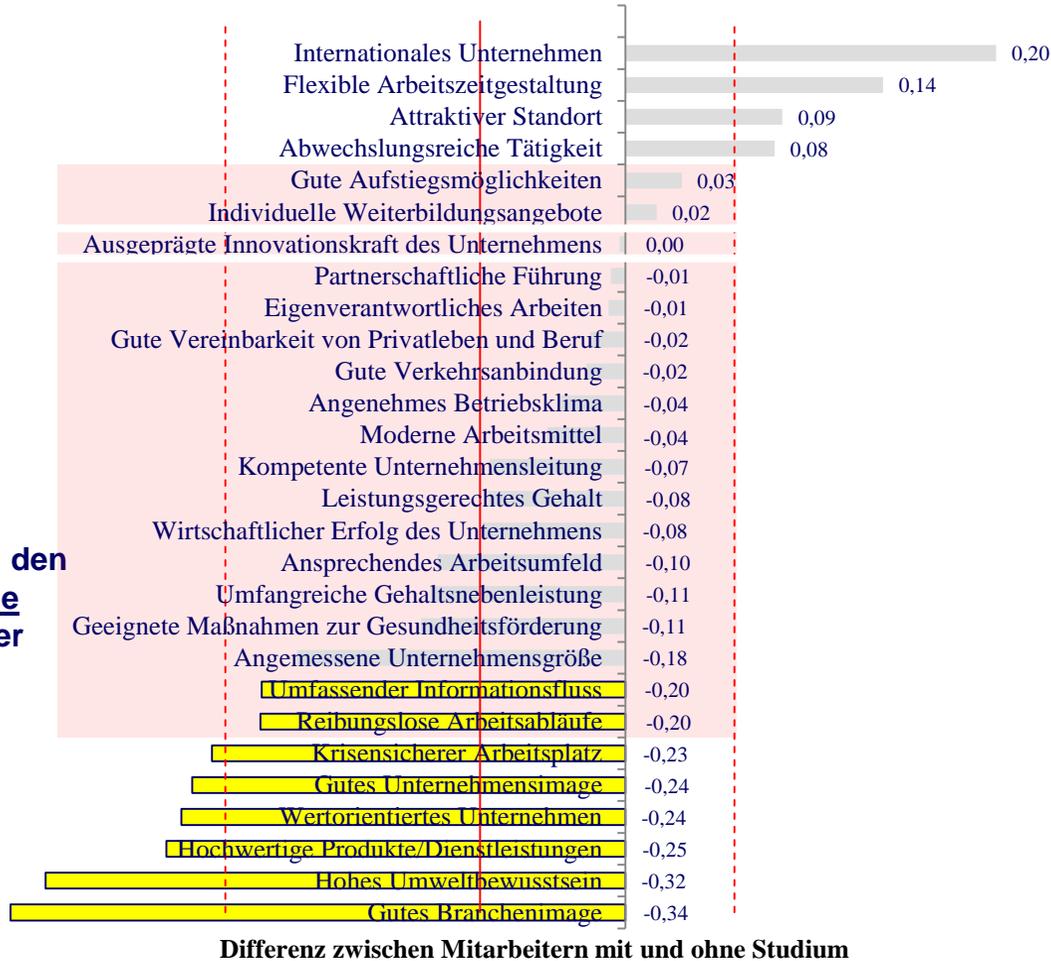
(n=207; MW=2,60)

Differenz zwischen Generation X und Y

signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = 0,04; s = 0,19

Ausbildungsvergleich (1/2) | Wichtigkeit



Diese Kriterien sind den Mitarbeitern ohne Studium wichtiger

(n=236; MW=1,91)

Diese Kriterien sind den Mitarbeitern mit Studium wichtiger

(n=223; MW=2,00)

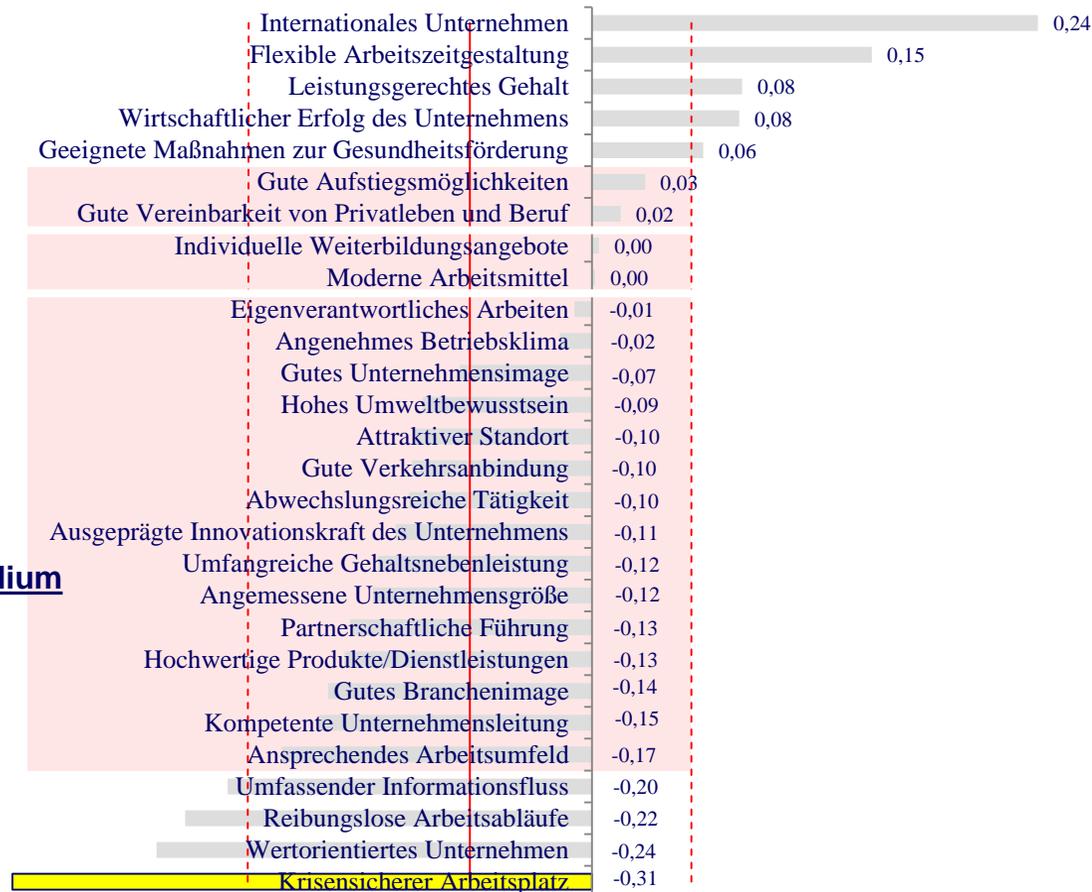
signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = -0,08; s = 0,14

Ausbildungsvergleich (2/2) | Bewertung

Diese Kriterien bewerten die Mitarbeiter ohne Studium besser

(n=261; MW=2,58)



Differenz zwischen Mitarbeitern mit und ohne Studium

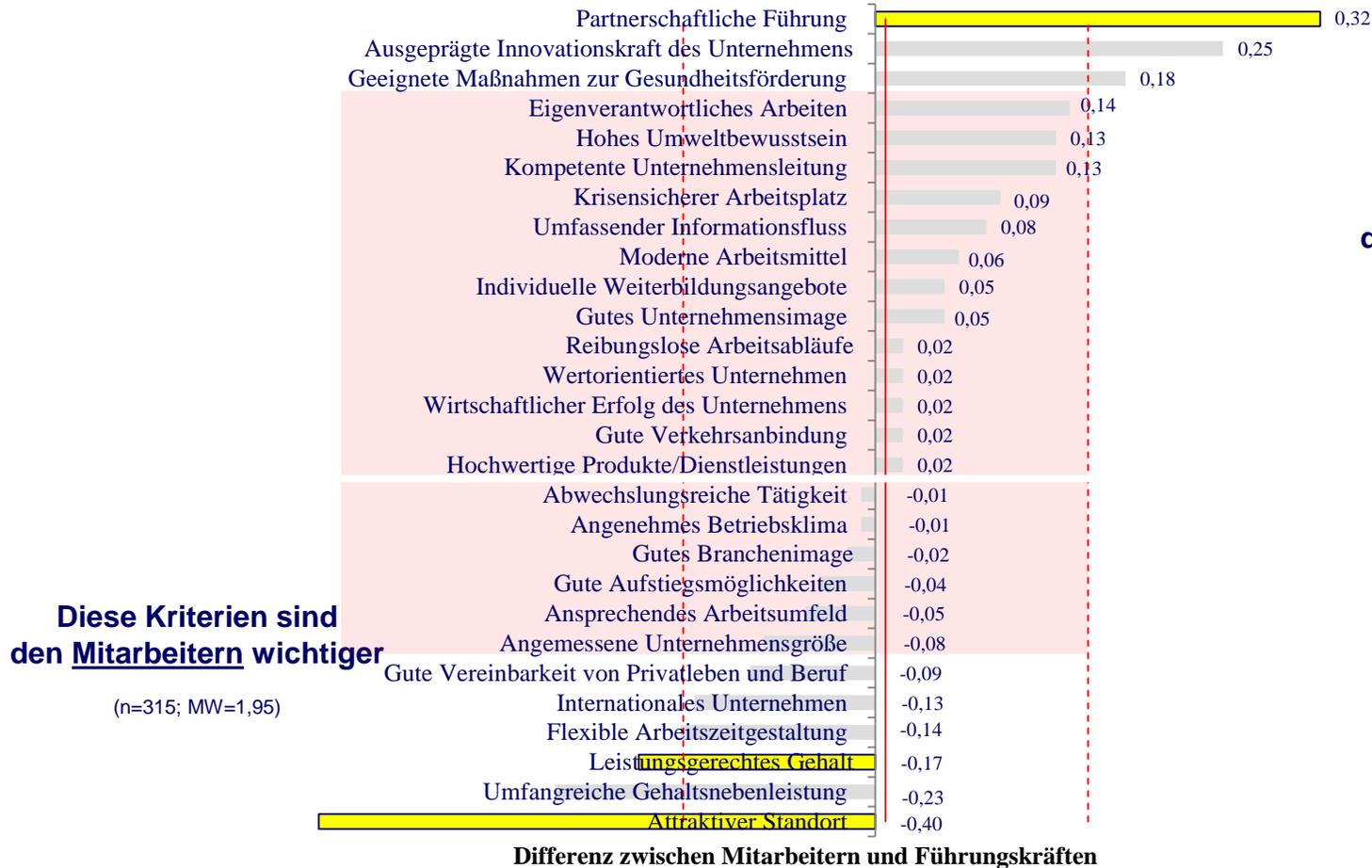
Diese Kriterien bewertet die Mitarbeiter mit Studium besser

(n=207; MW=2,65)

signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = -0,07; s = 0,12

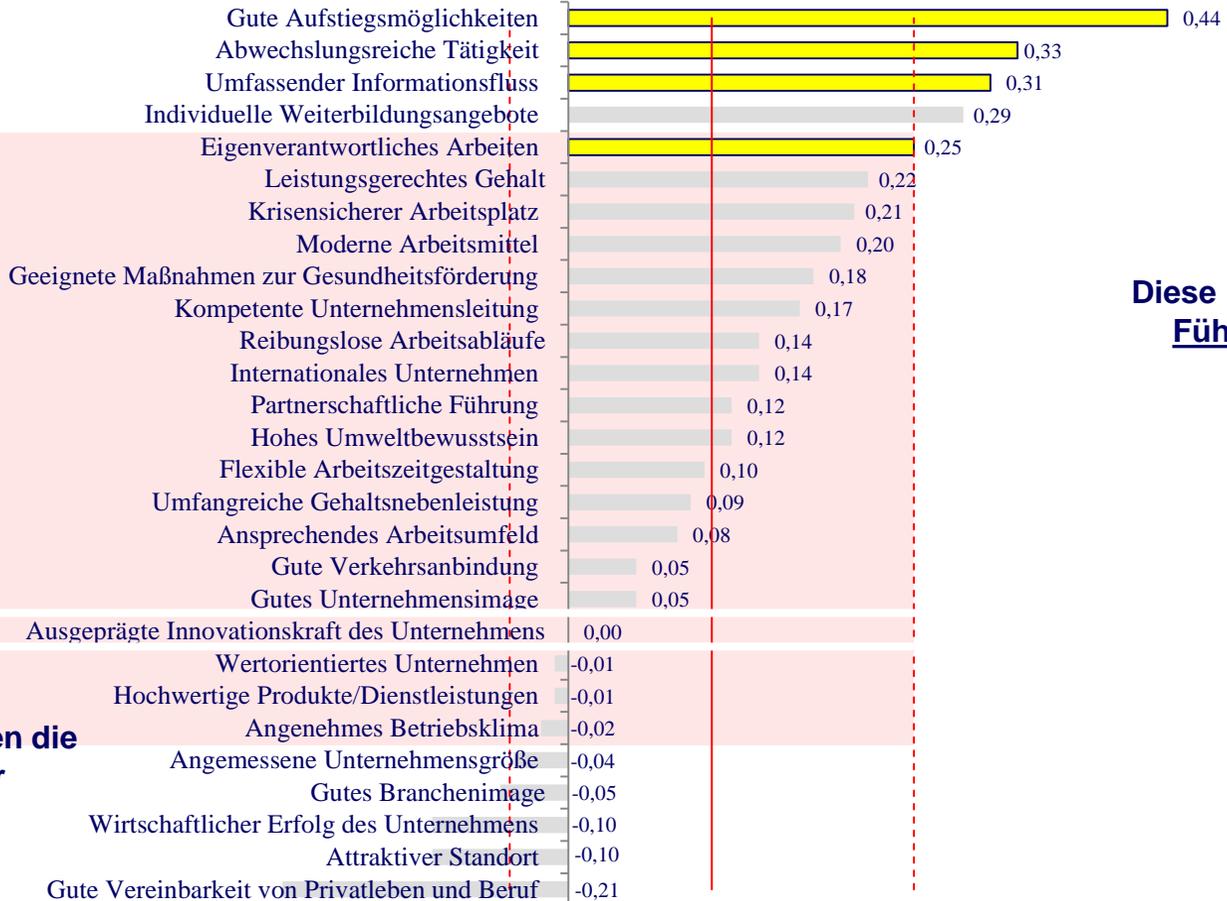
Positionsvergleich (1/2) | Wichtigkeit



signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = 0,01; s = 0,14

Positionsvergleich (2/2) | Bewertung



Diese Kriterien bewerten die Führungskräfte besser

(n=124; MW=2,55)

Diese Kriterien bewerten die Mitarbeiter besser

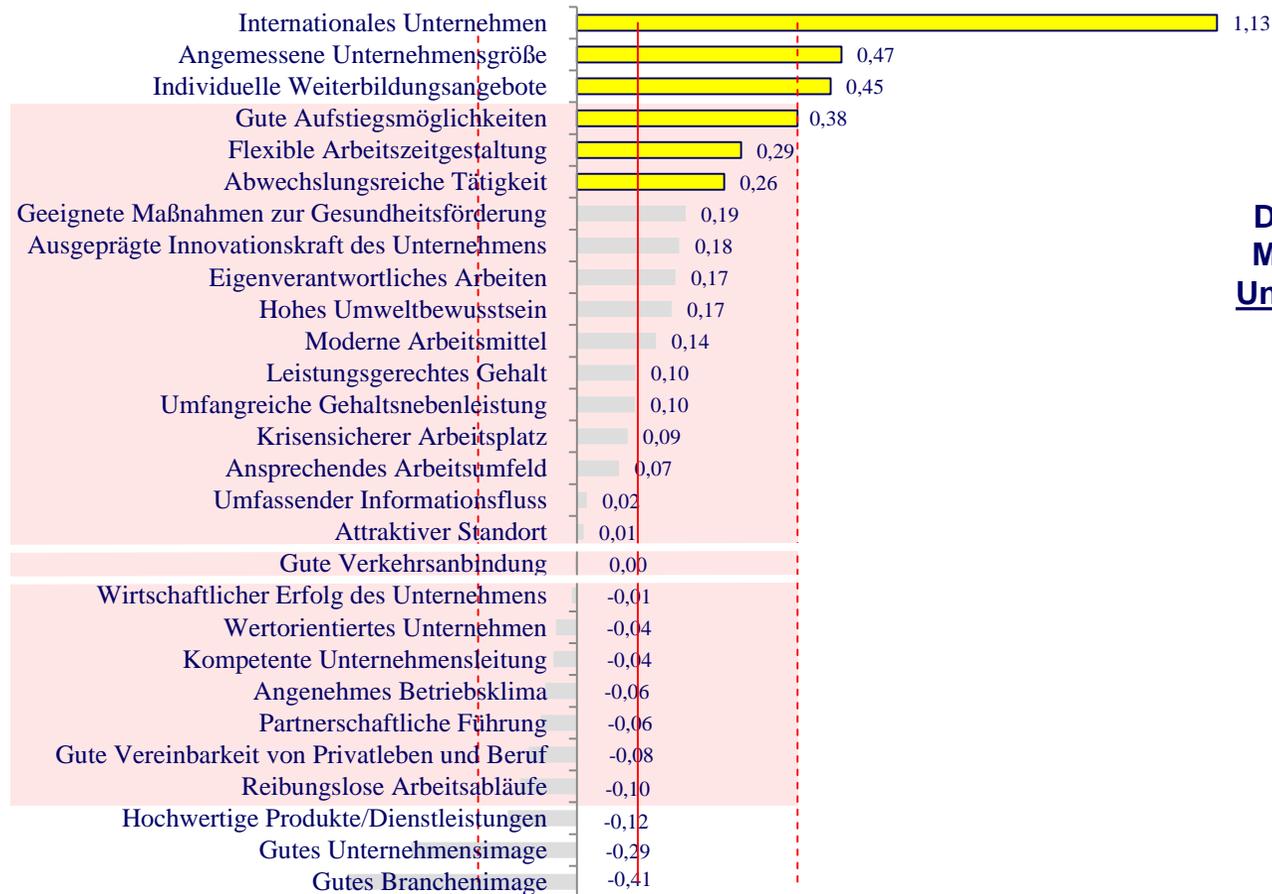
(n=315; MW=2,65)

Differenz zwischen Mitarbeitern und Führungskräften

signifikant (mind. p=0,01)

MW = 0,11; s = 0,15

Größenvergleich (1/2) | Wichtigkeit



**Diese Kriterien sind
Mitarbeitern großer
Unternehmen (> 5000)
wichtiger**

(n=96; MW=1,88)

**Diese Kriterien sind
Mitarbeitern kleiner
Unternehmen (≤ 500)
wichtiger**

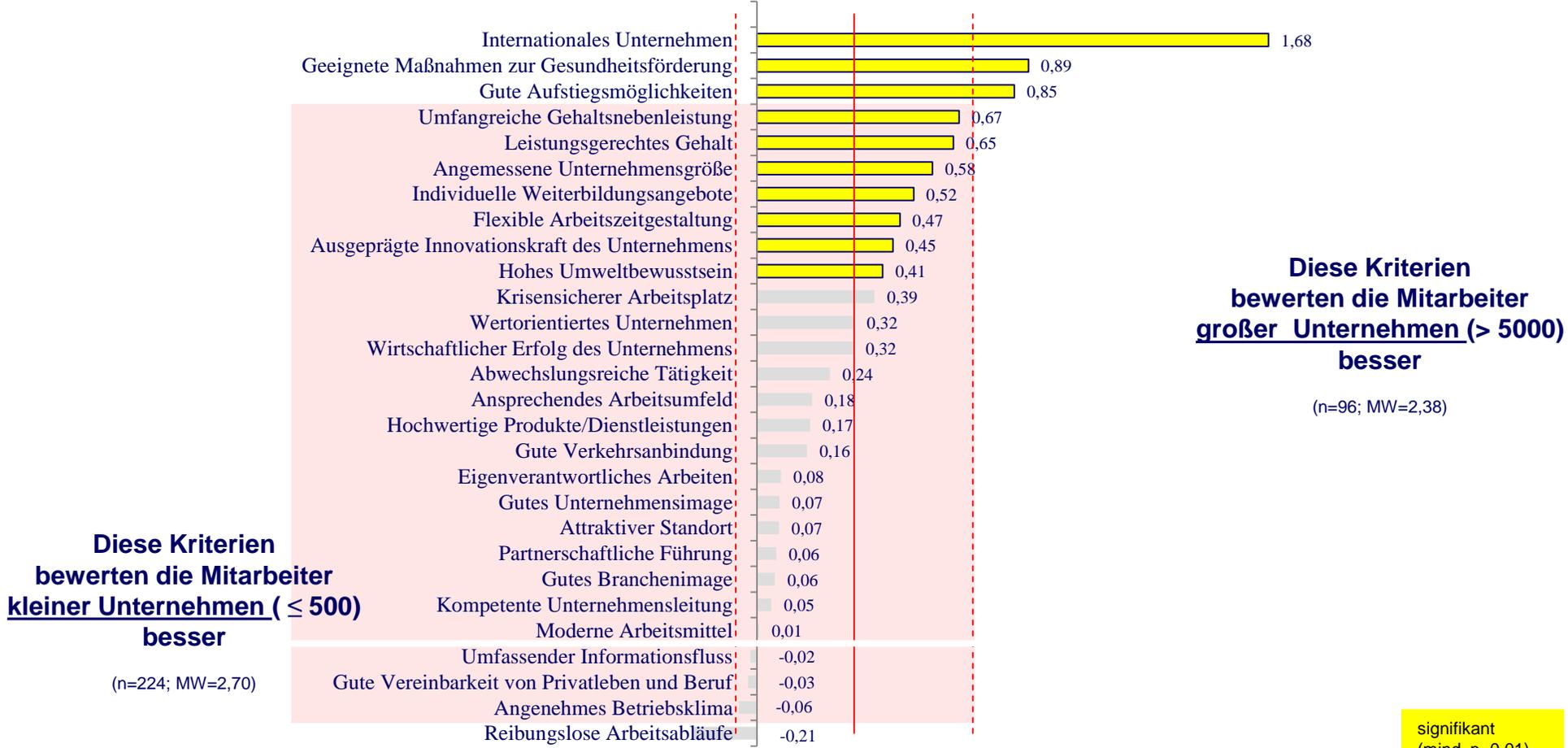
(n=224; MW=1,99)

Differenz zwischen Mitarbeitern kleiner und großer Unternehmen

signifikant
(mind. $p=0,01$)

MW = 0,11; s = 0,28

Größenvergleich (2/2) | Bewertung



**Diese Kriterien
bewerten die Mitarbeiter
kleiner Unternehmen (≤ 500)
besser**

(n=224; MW=2,70)

**Diese Kriterien
bewerten die Mitarbeiter
großer Unternehmen (> 5000)
besser**

(n=96; MW=2,38)

Differenz zwischen Mitarbeitern kleiner und großer Unternehmen

signifikant
(mind. p=0,01)

MW = 0,32; s = 0,39

Branchenvergleich (1/3) | Wichtigkeit

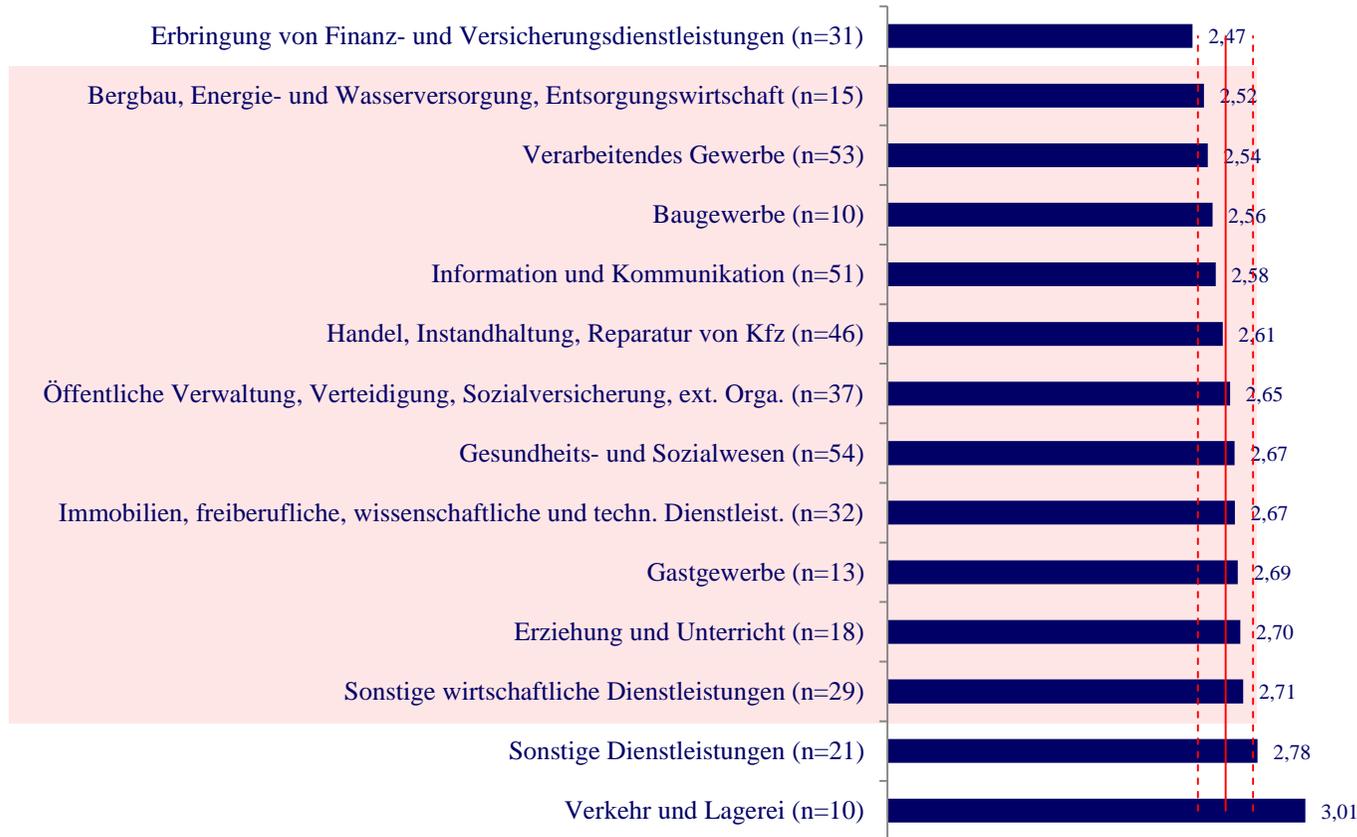


„Wie wichtig sind Ihnen generell diese Aspekte einer Arbeitstätigkeit?“

Wichtigkeit
(1=sehr wichtig, 6=sehr unwichtig)

n = 438
MW = 1,95; s = 0,16

Branchenvergleich (2/3) | Bewertung

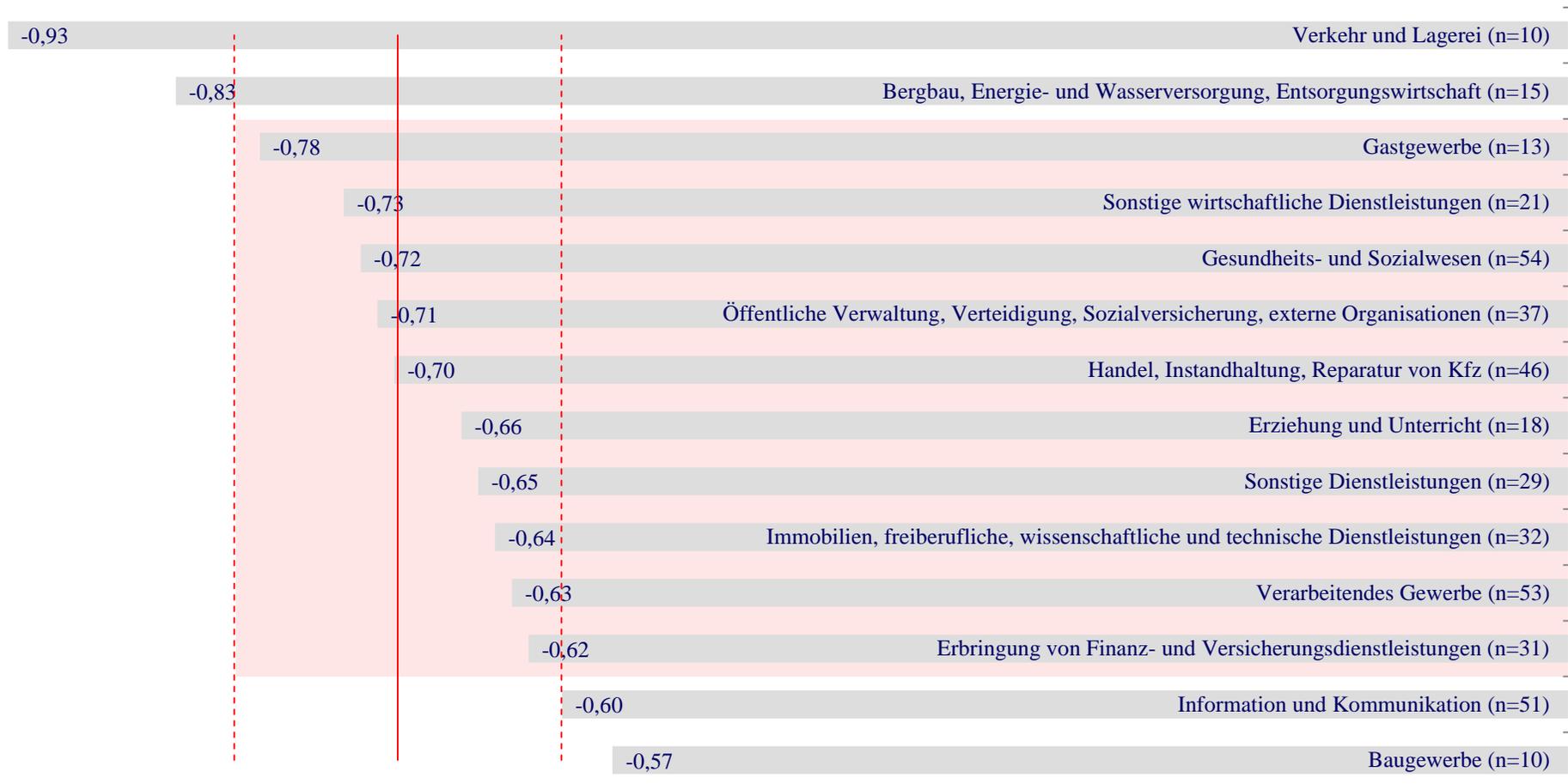


„Wie bewerten Sie diese Aspekte einer Arbeitstätigkeit in Ihrem aktuellen Job?“

Bewertung
(1=sehr gut, 6=sehr schlecht)

n = 438
MW = 2,63; s = 0,15

Branchenvergleich (3/3) | Differenz von Anspruch und Wirklichkeit



**Differenz
von Anspruch und Wirklichkeit**

n = 438
MW = -0,70; s = 0,10