

BAP Job-Navigator 12/2018: »Work-Life-Balance«

Zu wenige Unternehmen kommunizieren konkrete Angebote zur Work-Life-Balance

13.12.2018 BAP | Zahlreiche Studien belegen, dass die Work-Life-Balance für viele Arbeitnehmer immer wichtiger wird und als Faktor bei der Wahl des Arbeitgebers eine zentrale Rolle spielt. **Thomas Hetz, Hauptgeschäftsführer des Bundesarbeitgeberverbandes der Personaldienstleister (BAP)**, erläutert: „Hinter Work-Life-Balance versteckt sich allerdings weit mehr als nur die flexible Arbeitszeitgestaltung. So sind es vor allem individuelle Mitarbeiterbedürfnisse, auf die Unternehmen heutzutage reagieren sollten. Unternehmen punkten unter anderem, wenn sie ihren Mitarbeitern Verständnis und Unterstützung in schwierigen Situationen, wie z. B. bei der Pflege von Angehörigen, bieten und den nicht immer ganz leichten Spagat zwischen Beruf und Privatleben möglich machen.“ Welche Angebote es zur Work-Life-Balance gibt und wie beziehungsweise ob Unternehmen diese überhaupt in Stellenangeboten kommunizieren, ist Thema des aktuellen BAP Job-Navigators. Untersucht wurden 1.208.676 Jobangebote, die im November 2018 veröffentlicht wurden. Während flexible Arbeitszeitmodelle auf dem besten Wege sind, etablierte Mitarbeiterangebote zu werden, bilden Jobsharing oder Sabbaticals noch die große Ausnahme.

Flexiblere Arbeitszeitgestaltung bleibt Top-Begriff

Die „flexible Arbeitszeitgestaltung“ ist und bleibt das wichtigste Work-Life-Balance-Schlagwort. In 6,7 Prozent der Stellenanzeigen hoben die Unternehmen dieses Arbeitszeitmodell hervor. Spannend ist, dass dieses Argument besonders in Stellenangeboten für Berufseinsteiger genannt wird. In 12 Prozent der an Young Professionals gerichteten Stellenanzeigen spielte demnach die flexible Zeiteinteilung eine Rolle. Zum Vergleich: Das Angebot flexibler Arbeitszeiten für Berufserfahrene lag lediglich bei 6 Prozent. Besonders in der Informations- und Kommunikationsbranche (19 Prozent), aber auch in der Öffentlichen Verwaltung (17 Prozent) sowie der Energieversorgung (17 Prozent) und der Finanz- und Versicherungsbranche (15 Prozent) werden den Bewerbern flexible Arbeitszeitmodelle geboten.

Neben den flexiblen Modellen wird auch die Teilzeitarbeit immer attraktiver. In 7 Prozent der Stellenanzeigen hatten potentielle Kandidaten die Wahl, ob sie in Teil- oder Vollzeit arbeiten möchten. In rund 74.000 Stellenanzeigen (6,1 Prozent) offerierten Unternehmen ausschließlich das Arbeiten in Teilzeit. Insbesondere im Gesundheits- und Sozialwesen (17 Prozent), der Branche Erziehung und Unterricht (14,5 Prozent) und der Öffentlichen Verwaltung (13,2 Prozent) wurden viele Teilzeitstellen angeboten. Die Quote in der Personal- und Zeitarbeitsbranche ist dagegen mit 2,9 Prozent eher gering. Bei genauerer Betrachtung der Berufsgruppen wird deutlich, dass hier vor allem die Gesundheits- und Sozialberufe von der Zeitarbeit profitieren können. 13,3 Prozent der Zeitarbeits- und Personaldienstleistungsstellenangebote für Gesundheits- und Sozialberufe stellten Teilzeitbeschäftigung in Aussicht. Im bundesweiten Vergleich schnitten neben dem Saarland (7,3 Prozent) vor allem die Stadtstaaten Berlin (6,6 Prozent) und Hamburg (6,4 Prozent) gut ab. Die wenigsten Teilzeitangebote gab es in Sachsen und Sachsen-Anhalt (jeweils 4,6 Prozent) sowie in Bremen (4,5 Prozent).

Home-Office-Optionen weiterhin gering, Sabbaticals und Jobsharing bleiben die Ausnahme

Ein bei Bewerbern immer beliebteres Arbeitszeitmodell – das Home-Office – konnte sich auf Unternehmensseite bisher weniger durchsetzen (2,4 Prozent). Mit großem Abstand kommen die meisten Stellenangebote mit Home-Office-Option aus der Informations- und Kommunikationsbranche (9,7 Prozent). Der insgesamt geringe Anteil der arbeitsplatzunabhängigen Beschäftigung lässt vermuten, dass seitens der Unternehmen nach wie vor wenig Vertrauen in die Effizienz von Heimarbeit gesetzt wird oder aber schlichtweg die vorhandene Infrastruktur beziehungsweise die Arbeitsprozesse dieses Modell nicht zulassen. Im regionalen Vergleich standen in Hamburg mit rund 4,3 Prozent noch die meisten Jobs mit Home-Office-Option zur Verfügung. Wer in Brandenburg auf das Arbeiten von zu Hause setzt, für den standen die Chancen mit knapp einem Prozent deutlich schlechter.

Die Möglichkeit, ein Sabbatical zu machen (0,3 Prozent), sowie Jobsharing-Angebote (0,1 Prozent) sind nach wie vor die großen Ausnahmen im aktuellen Stellenmarkt. Vorreiter in Sachen Sabbatical waren im November die Finanz- und Versicherungsbranche (1,7 Prozent) sowie die Branche Verkehr und Lagerei (1,3 Prozent).

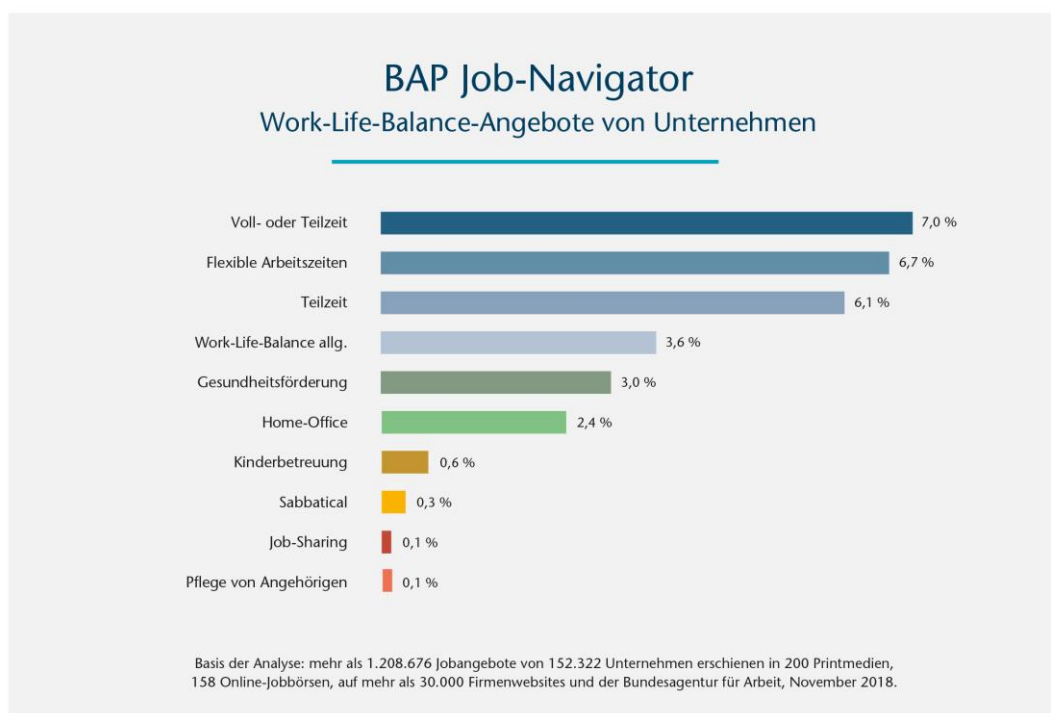
Potenzial von gesundheitsfördernden Maßnahmen noch lange nicht ausgeschöpft

Neben den klassischen Arbeitszeitmodellen bieten auch gesundheitsfördernde Programme eine Möglichkeit, die Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu fördern. So können Betriebssport oder Vergünstigungen für Fitnessstudios das Wohlbefinden der Mitarbeiter steigern. Mit einem Anteil von 3 Prozent wird diese Leistung von den Unternehmen in ihren Jobangeboten jedoch noch recht selten kommuniziert.

Auch auf spezielle Angebote für Eltern, wie das Angebot eines Betriebskindergartens oder Zuschüsse bei der Kinderbetreuung im Allgemeinen, setzten nur wenige Unternehmen. In gerade einmal 0,6 Prozent der Jobangebote wurden diese Leistungen explizit erwähnt.

Fazit: Unternehmen verschenken wertvolle Imagepunkte in der Bewerberkommunikation

Die personalsuchenden Unternehmen gehen in ihren Stellenausschreibungen nur selten auf konkrete Modelle und Leistungen ein und schwächen sich unnötigerweise in ihrem Auftreten als Arbeitgeber. Selbst der Oberbegriff „Work-Life-Balance“ wurde in nur 3,6 Prozent der Stellenanzeigen kommuniziert. „Oft werden Mitarbeiterangebote in den Stellenanzeigen nicht genannt, weil sie im Unternehmen als selbstverständlich angesehen werden. Doch genau diese Leistungen, die nicht unmittelbar etwas mit der konkreten Position zu tun haben, bilden oft einen entscheidenden Aspekt in der Bewerberkommunikation. Darüber kann sich ein Unternehmen von seinen Konkurrenten abheben und einen passenden Kandidaten als Arbeitgeber überzeugen“, betont **BAP-Hauptgeschäftsführer Thomas Hetz**.



Über den BAP Job-Navigator

Der BAP Job-Navigator wertet monatlich die Stellenangebote aus 200 Printmedien, 158 Online Jobbörsen, mehr als 30.000 Firmenwebsites und der Jobbörse der Bundesagentur für Arbeit aus. Im Zeitraum November 2018 wurden insgesamt 1.208.676 Stellenanzeigen von über 152.322 Unternehmen analysiert. Wenn mehrere Anzeigen für eine Stelle geschaltet wurden, werden diese zusammengefasst und nicht mehrfach gezählt.

Über den BAP

Der Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister e. V. (BAP) ist die führende Interessenvertretung der Personaldienstleistungs- und Zeitarbeitsbranche in Deutschland. Im BAP sind ca. 2.000 Mitglieder mit über 4.600 Personaldienstleistungsbetrieben organisiert. Informationen zum Verband finden Sie unter www.personaldienstleister.de.