

## Pressemitteilung

Frei zur sofortigen Veröffentlichung

# Ohne Moos nix los

**trendence und mobileJob.com beleuchten mit der Studie „Blue Collar in Deutschland“ erstmals den außerakademischen Arbeitsmarkt**

**Berlin, November 2017.** Der gewerbliche Arbeitsmarkt macht mehr als drei Viertel der Beschäftigten in Deutschland aus. Der Forschungsstand zu den Karriereperspektiven der Arbeitnehmer aus diesem Umfeld ist bislang allerdings überschaubar. Um diese Lücke zu schließen, legen mobileJob.com und das trendence-Institut nun die Studie „Blue Collar in Deutschland“ vor. Eines der zentralen Ergebnisse der Untersuchung für die insgesamt 2.971 Arbeitnehmer befragt wurden: Das Einkommen spielt für Arbeitnehmer im außerakademischen Umfeld die Hauptrolle bei der Bewertung ihres Berufs. 82 Prozent von ihnen schreiben dem Gehalt die zentrale Bedeutung zu, während etwa die soziale Anerkennung des Jobs im persönlichen Umfeld für mehr als der Hälfte (53,5 Prozent) egal und für weitere 28 Prozent unwichtig erscheint.

### **Arbeitszeugnis: Eine gute Drei für den aktuellen Job**

Im allgemeinen Kontext geben 97 Prozent aller Befragten an, dass es für sie grundsätzlich wichtig ist, einen guten Job zu haben. Ginge es nach dem Schulnotenprinzip würden Arbeitnehmer aus dem „Blue Collar“ Segment ihrem gegenwärtigen Job eine „3 plus“ (2,5) geben. Am zufriedensten mit ihrem gegenwärtigen Beruf sind Mitarbeiter im Vertrieb (2,2), während Beschäftigte in Logistik- und Call Center Unternehmen den geringsten Zufriedenheitsgrad (2,8) verzeichnen. Hauptgründe für Unzufriedenheit im Job sind geringe Bezahlung (64,5 Prozent), fehlende Mitbestimmung (40 Prozent) sowie schlechte Arbeitszeiten (36,5 Prozent). Leicht davon abweichend: Mitarbeiter in Gastronomiebetrieben beklagen neben niedrigen Löhnen vor allem zu lange Arbeitszeiten (63 Prozent). Bei Produktionsarbeitern führen dagegen monotone Aufgaben zu erhöhter Unzufriedenheit (56 Prozent).

„Akademiker erwarten von ihrem Arbeitgeber eine gute Führung und die Möglichkeit, sich persönlich weiterentwickeln zu können. Nicht so die Beschäftigten im außerakademischen Umfeld: Hier ist das Gehalt der entscheidende Parameter, nach dem sie ihren Job bewerten“, so Caroline Depierre, Research Director von trendence. „Unsere Studie zeigt: Für

sie zählen andere Faktoren als für Akademiker. Diese sollten Arbeitgeber in ihrer HR Kommunikation stärker berücksichtigen, wenn sie auf der Suche nach Mitarbeitern im so genannten Blue Collar Umfeld sind.“

### **Führungskräfte: Fachliche Kompetenz mehr gefragt als emotionale Intelligenz**

Führungskräfte werden im gewerblichen Umfeld auf einer Schulnoten-Skala von 1 bis 6 mit 2,7 bewertet. Wenn es darum geht, welche Eigenschaften einen guten Vorgesetzten ausmachen, steht fachliche Kompetenz an erster Stelle, gefolgt von Fairness und Verlässlichkeit. Emotionale Faktoren wie Einfühlsamkeit oder Härte spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle. Als Grund für Unzufriedenheit mit ihrem Job geben indes nur ein Viertel der Befragten ihren Vorgesetzten an.

### **Zusatzleistungen: Lieber volle Netto-Lohtüte, als indirekte Brutto-Leistungen**

Zusatzleistungen gelten vielen Arbeitgebern als wichtige Argumente, um begehrte Arbeitskräfte von sich zu überzeugen. Das gilt auch für den gewerblichen Arbeitsmarkt. Während aber im akademischen Umfeld vor allem Lösungen gefragt sind, die sich um die Attraktivität der Aufgabe, persönliche Entwicklungsmöglichkeiten sowie um eine ausgewogene Work-Life-Balance drehen, geht es im außerakademischen Bereich vor allem um monetäre Anreize. So ist beispielsweise für 68 Prozent ein 13. Monatsgehalt wichtig, für 71 Prozent Urlaubsgeld und für 72 Prozent Weihnachtsgeld. Im Vergleich dazu: Zusätzliche Urlaubstage sind für 48 Prozent egal oder unwichtig. Selbst vermögenswirksame Leistung (für mehr als die Hälfte egal oder unwichtig), Zuschüsse zu medizinischen Leistungen oder Fahrtkosten sind für die Mehrheit uninteressant, weil sie nicht als Netto-Beträge direkt in der Lohtüte landen, sondern meist gleich vom Bruttogehalt abgezogen werden.

Das monetäre Motiv zieht sich bis zur Bewertung von Arbeitszeit durch. Fast zwei Drittel (63 Prozent) der Studienteilnehmer würden Arbeitszeit dementsprechend nicht gegen mehr Gehalt eintauschen. Dagegen ist der Tausch eines Wochentages mit einem Arbeitstag am Wochenende für 37 Prozent zu seltenen Anlässen und für ein Drittel oft oder regelmäßig denkbar.

### **Soziale Netzwerke werden verstärkt für Jobsuche genutzt**

Was für Akademiker längst gilt, ist auch für Kandidaten auf dem gewerblichen Arbeitsmarkt erste Quelle der Jobsuche: das Internet. Drei Viertel der Kandidaten suchen auf Online Jobbörsen wie mobileJob.com nach neuen Herausforderungen. Bei den Teilnehmern unter

30 Jahren sind es sogar 81 Prozent. 44 Prozent suchen zudem auf Karriere-Webseiten von Unternehmen. Nur noch 42 Prozent bemühen Printmedien. Interessant: Soziale Netzwerke wie Facebook sind deutlich auf dem Vormarsch, was Karrierethemen betrifft. 36 Prozent der Befragten suchen auch hier nach Jobs. Besonders hoch ist der Anteil der „Social-Jobsucher“ in der Gastronomie (49 Prozent), im Call Center Bereich (43 Prozent) und in der Logistik (45 Prozent).

### **Jobsuche nach Feierabend auf der Couch**

Während Akademiker oft auch während der Arbeitszeit nach neuen Herausforderungen suchen, geben 76 Prozent der gewerblichen Kandidaten an, dass sie erst nach Feierabend aktiv werden. An einem Wochentag suchen indes 54 Prozent nach Jobs, 46 Prozent am Wochenende. Interessant die Abweichung bei den mobilen Nutzern, die ihr Smartphone zur Jobsuche einsetzen. 78 Prozent von ihnen suchen vornehmlich an Wochentagen.

„Wenn Arbeitsmarktexperten über den Fachkräftemangel in Deutschland diskutieren, wird vielfach vergessen, dass die meisten Arbeitgeber der Schuh vor allem im Blue Collar Bereich drückt. Um hier erfolgreich auf Mitarbeitersuche zu gehen, bedarf es Daten und Fakten rund um diese Kandidaten. Unsere Studie zeigt, dass der Blick auf die Karriere im außerakademischen Umfeld ein ganz eigener ist. Hier geht es um harte Argumente wie Gehalt, monetäre Netto-Zusatzleistungen oder konkrete Mitbestimmung. Arbeitgeber haben ihre Employer Brands aber oft hauptsächlich an den Bedürfnissen akademischer Kandidaten ausgerichtet. Sie sollten ihre Positionierung zielgruppengerecht anpassen, wenn sie zukünftig so knappe Arbeitskräfte wie Pflegekräfte, Call Center Agents oder Logistikmitarbeiter einstellen möchten“, sagt Steffen Manes, Geschäftsführer von mobileJob.com, gemäß dem jüngst erschienenen Ranking der Bewertungsplattform Jobbörsen-Kompass, der marktführende Recruitingkanal im Blue Collar Segment.

### **Über die Studie**

Für die Studie „Blue Collar Deutschland“ befragte das trendence Institut gemeinsam mit mobileJob.com 2.971 Beschäftigte, die dem außerakademischen Arbeitsmarkt zuzuordnen sind. Die Befragten waren zum Zeitpunkt der Befragung (Juni/Juli 2017) zwischen 16 und 65 Jahre alt. 84 Prozent von ihnen arbeiteten in Voll- und 16 Prozent in Teilzeit. 82 Prozent der Teilnehmer standen in einem unbefristeten Angestelltenverhältnis. Mit 78 Prozent ist der Anteil der männlichen Teilnehmer vergleichsweise hoch. Gesondert wurden die Berufsfelder Call Center, Chemie, Gastronomie, Gebäudemanagement, Handel, IT, Logistik, Maschinenbau, Öffentlicher Dienst, Pflege, Produktion, Sicherheit, Vertrieb, Werbung, Transport, verarbeitende Industrie sowie Versicherungswesen betrachtet.

### **Über mobileJob.com**

mobilejob.com mit Sitz in Berlin ist die Recruiting-Lösung für den gewerblichen Arbeitsmarkt. Dabei richtet sich die Lösung an Arbeitgeber, die Mitarbeiter von der Pflege- und Servicekraft über die Einzelhandelskauffrau bis hin zum Lageristen oder Call Center Agent suchen. Wie der Unternehmensname bereits vermuten lässt, bringt

mobilejob.com den Bewerbungs- und Einstellungsprozess komplett auf mobile Endgeräte, vom verstaubten aber immer noch funktionstüchtigen Nokia-Handy über das Smartphone bis hin zum Tablet. Dabei bildet mobilejob.com gleich die komplette Bewerbung inklusive Expresslebenslauf und erstem Kontakt über mobile Endgeräte ab. mobilejob.com wurde 2014 von Steffen Manes und Kai Daniels gegründet und zählt derzeit mehr als 1.500 Arbeitgeber zu seinen Kunden.

### **Über trendence**

trendence ist ein unabhängiges Beratungs- und Marktforschungsunternehmen für Employer Branding und Personalmarketing mit fast 20 Jahren Erfahrung. Aus unseren Studien kennen wir die Karrierepläne und Wunscharbeitgeber von drei Millionen jungen Bewerbern weltweit. Die Ergebnisse dieser Studien sind für Arbeitgeber Basis ihrer Entscheidungen im Employer Branding und Personalmarketing, indem sie detaillierte Informationen über potenzielle Bewerber liefern. Besondere Aufmerksamkeit erfahren die Rankings der beliebtesten Arbeitgeber, die Top 100. Sie dienen Arbeitgebern, Bewerbern und Medien gleichermaßen als Orientierung und Benchmark. trendence veröffentlicht außerdem Karriereratgeber für Schüler und Studierende, um ihnen die Berufsorientierung zu erleichtern.

### **Pressekontakt:**

STAMMPLATZ Kommunikation  
Sascha Theisen  
Tel. 0221/34668237  
Mobil 0175/2453512  
E-Mail: [theisen@stammplatz-kommunikation.de](mailto:theisen@stammplatz-kommunikation.de)