

Studie

# Personalentwicklung im Berliner Mittelstand 2010



## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Ausgangssituation</b> .....	3
<b>2. Die Studie</b> .....	4
<b>3. Stichprobenbeschreibung</b> .....	4
<b>4. Zentrale Ergebnisse</b> .....	5
<b>A. Mitarbeiterentwicklung</b> .....	5
<b>B. Auswirkungen der Wirtschaftskrise</b> .....	6
<b>C. Budget-Fragen</b> .....	7
<b>D. Recruiting</b> .....	8
<b>E. Employer Branding</b> .....	9
<b>F. Agenda für 2010</b> .....	10
<b>5. Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse</b> .....	11
<b>6. Bewertung der Ergebnisse</b> .....	12
<b>7. Kontakt</b> .....	13

## 1. Ausgangssituation



Berlin als Wirtschaftsstandort ist geprägt von kleinen und mittelständischen Unternehmen, die mit Hilfe von innovativen Ideen und einer ausgeprägten Kundenorientierung erfolgreich am Markt tätig sind. Die Innovationskraft und damit die Wettbewerbsvorteile dieser Unternehmen beruhen vor allem auf den kreativen Ideen ihrer Mitarbeiter. Deshalb liegt es im Interesse eines jeden Unternehmens, sein wichtigstes Kapital, die Mitarbeiter, systematisch auszuwählen und zu entwickeln. Inwieweit das schon Realität ist, ist Thema dieser Studie.

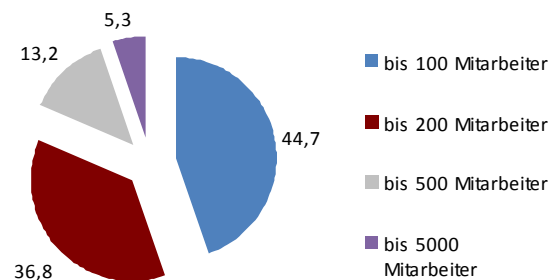
Nachdem wir uns in der Studie „Personalentwicklung im Berliner Mittelstand 2008“ vor allem mit dem allgemeinen Status-quo in den Bereichen der Personalauswahl sowie der Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung befasst haben, standen dieses Mal, neben Fragen zur Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Personalarbeit, spezifische Aspekte der Personalauswahl und –entwicklung im Fokus.

## 2. Die Studie

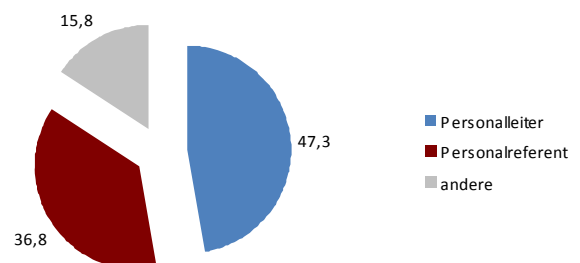
Im Fokus der Studie „Personalentwicklung im Berliner Mittelstand 2010“ stehen aktuelle Trends aus den Bereichen der Personalentwicklung und -auswahl. Hierfür werden aufbauend auf unserer letzten Studie „Personalentwicklung im Berliner Mittelstand 2008“, der Umgang mit den Themenbereichen Mitarbeiterentwicklung, genutzte Recruiting-Kanäle, Umgang mit dem demographischen Wandel sowie der aktuelle Stellenwert von Employer Branding erfragt und in Beziehung zu den Ergebnissen der vorherigen Studie gesetzt. Darüber hinaus werden die direkten Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die Personalarbeit der Unternehmen und die thematischen Schwerpunkte der nächsten 12 Monate erfragt.

## 3. Stichprobenbeschreibung

Im Rahmen der Studie wurden im Zeitraum von 21.10. bis 11.11.2009 insgesamt 100 Unternehmen in Berlin telefonisch kontaktiert, die zwischen 25 und 3.000 Mitarbeiter beschäftigen. Die Auswahl der befragten Unternehmen erfolgte über eine Unternehmensdatenbank. Die Zusammensetzung der Stichprobe nach Mitarbeiterzahlen ist der nebenstehenden Grafik zu entnehmen. Die Befragung erfolgte branchenübergreifend.



Es erklärten sich 38 Unternehmen bereit, an der Studie teilzunehmen. Die Zusammensetzung der Befragten ist nebenstehend dargestellt:

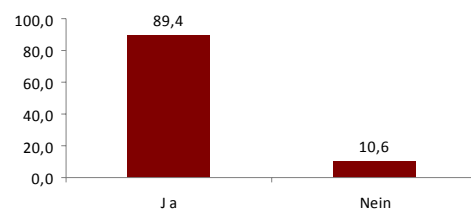


## 4. Zentrale Ergebnisse

### A. Mitarbeiterentwicklung

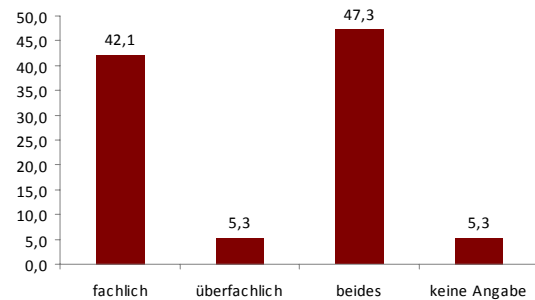
Fast 90% der befragten Unternehmen geben an, ihre Mitarbeiter regelmäßig weiterzubilden.

Werden in Ihrem Unternehmen Mitarbeiter regelmäßig weitergebildet?



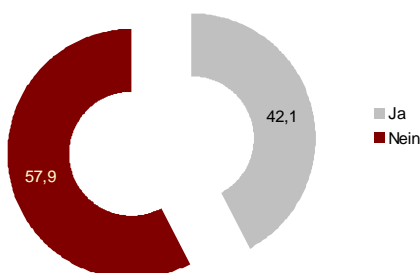
Fast die Hälfte der Unternehmen bilden ihre Mitarbeiter fachlich sowie überfachlich weiter. Ausschließlich überfachliche Weiterbildungen werden in den seltensten Fällen durchgeführt (5,3%).

Um welche Form der Weiterbildung handelt es sich?

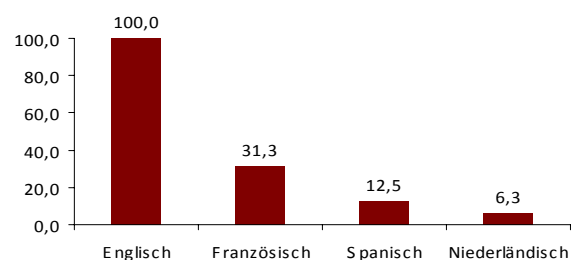


Ca. 42% der Unternehmen geben an, Fremdsprachen zu schulen. Davon bilden alle ihre Mitarbeiter in Englisch aus. Darüber hinaus schulen Unternehmen ihre Mitarbeiter zu 31,3% in Französisch, zu 12,5% in Spanisch und zu 6,3% in Niederländisch.

Schulen Sie zurzeit Fremdsprachen?



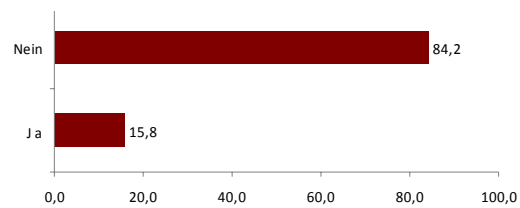
Welche Fremdsprachen schulen Sie?



## B. Auswirkungen der Wirtschaftskrise

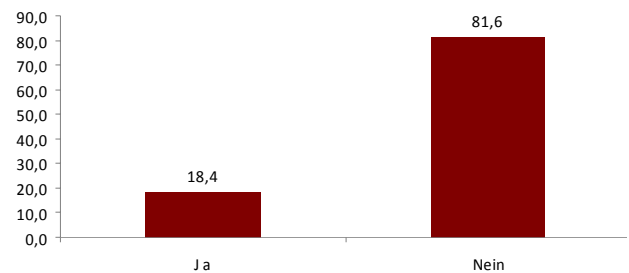
Bei den Fragen zu Auswirkungen der aktuellen Wirtschaftskrise, stellte sich heraus, dass ca. 84% der Unternehmen keinen Mitarbeiter entlassen mussten. Damit liegt die Entlassungsrate bei den befragten Unternehmen bei 15,8 %.

Mussten Sie aufgrund der aktuellen Wirtschaftskrise Mitarbeiter entlassen?



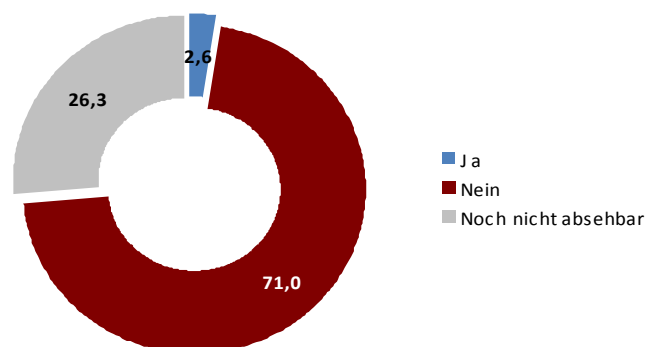
Etwas über 18% der Unternehmen mussten Kurzarbeit einführen.

Haben Sie Kurzarbeit eingeführt?



Stellenstreichungen sind nur bei 2,6% der Unternehmen geplant, bei rund 26% herrscht noch Unklarheit darüber. 71% der Befragten gaben an, keine Stellenstreichungen zu beabsichtigen.

Planen Sie noch Stellenstreichungen?



### C. Budget-Fragen

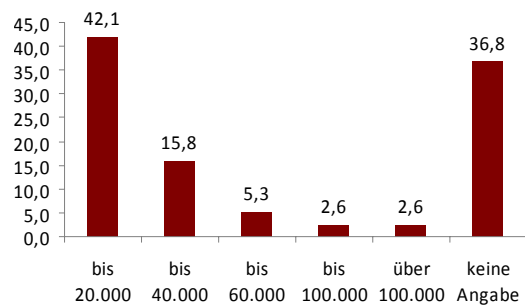
Die meisten Unternehmen geben an, dass das Personalmarketingbudget 2009 bis zu 20.000 Euro betragen hat. 15,8% der Unternehmen geben ein Budget von bis zu 40.000 Euro an, 5,3% hatten ein Budget von bis zu 60.000 Euro zur Verfügung. Bis zu 100.000 Euro Budget hatten lediglich 2,6% der Unternehmen zur Verfügung. Knapp 37% wollten diesbezüglich keine Angaben machen.

Das Budget für das Jahr 2010 ist in der Regel genauso hoch wie 2009. Fast die Hälfte aller Befragten, konnte jedoch noch keine Angaben zu Ihrem Budget für 2010 machen.

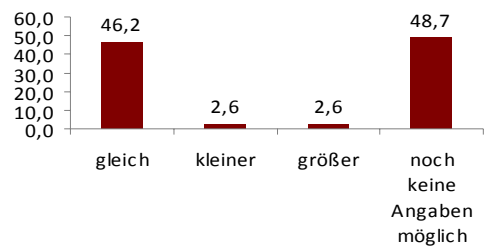
Über ein separates Budget für die Personalentwicklung verfügen rund 32% der befragten Unternehmen.

Die Unternehmen, die über ein separates Budget verfügen, geben zu 8% an, bis zu 10.000 Euro zur Verfügung zu haben. Weitere 5,3% haben ein Budget bis zu 20.000 Euro für den Bereich Personalentwicklung und 11% bis zu 50.000 Euro. Über 100.000€ haben nur 2,6% der Unternehmen zur Verfügung. Rund 47% der Unternehmen wollten diesbezüglich keine Angaben machen.

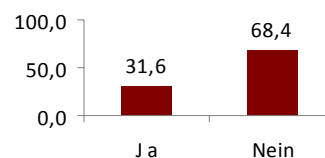
Wie hoch ist Ihr Personalmarketingbudget 2009?



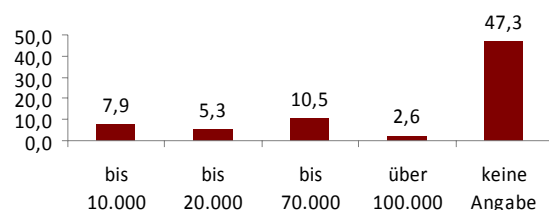
Ist Ihr Budget 2010...



Verfügen Sie über ein separates Budget für den Bereich Personalentwicklung?



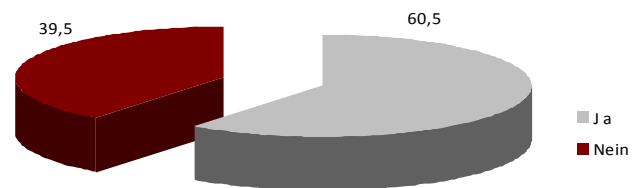
Wie groß ist Ihr Budget für den Bereich Personalentwicklung?



## D. Recruiting

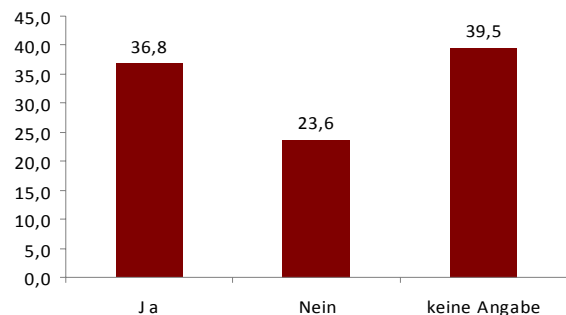
Rund 61% der Unternehmen geben an, genügend geeignete Mitarbeiter zu finden.

Finden Sie genug geeignete Mitarbeiter?



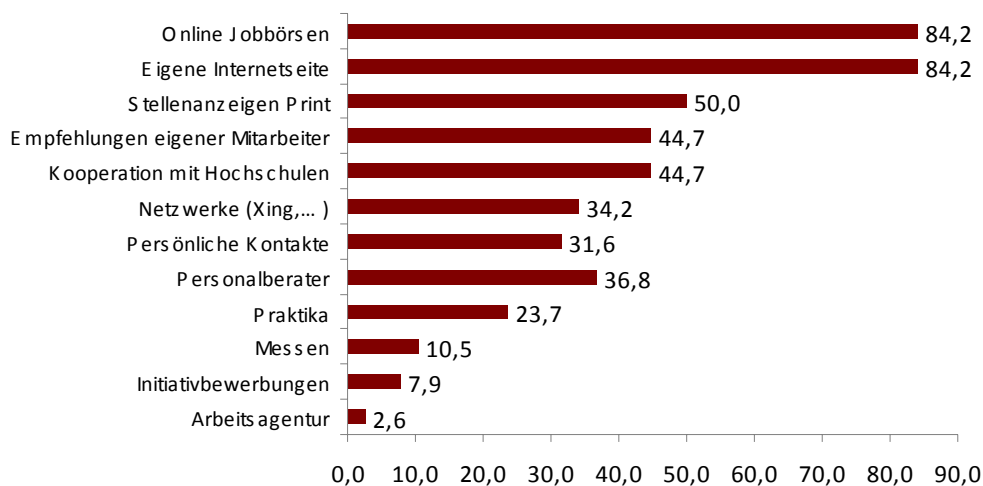
Die Aussagen bezüglich eines ausreichenden Bekanntheitsgrads in den relevanten Zielgruppen sind wie folgt: Ca. 37% bejahen dies. Ca. 24% verneinen die Frage. Knapp 40% konnten zu dieser Frage keine Einschätzung abgeben.

Ist Ihr Unternehmen als attraktiver Arbeitgeber in den für Sie relevanten Zielgruppen bekannt genug?



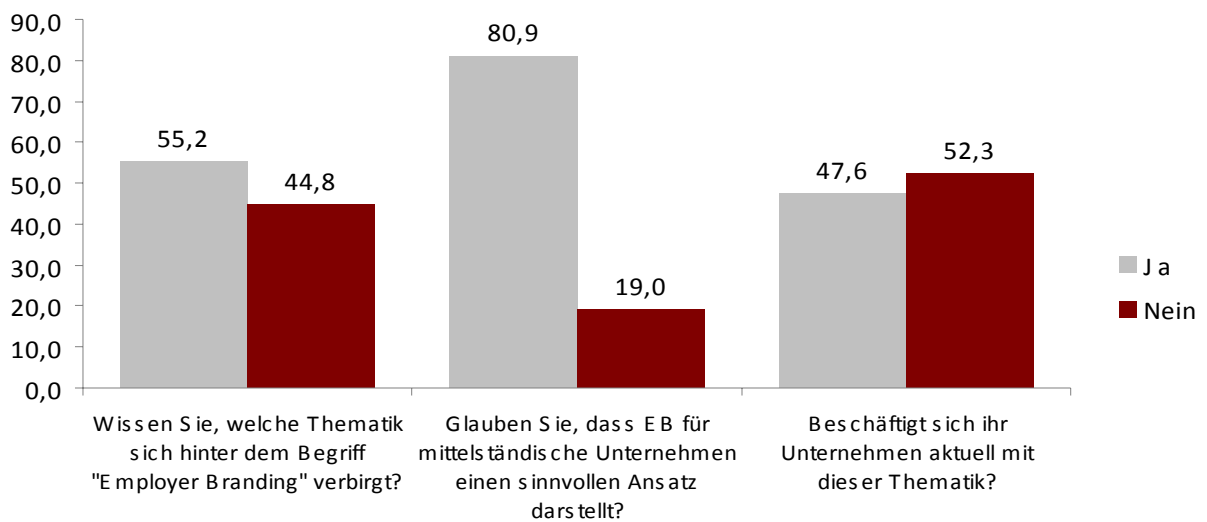
Die meist genutzten Recruiting-Kanäle sind die Online-Jobbörsen und die eigene Homepage mit rund 84%. Mit einigem Abstand folgen die Printanzeigen, Empfehlungen, Personalberater, Netzwerke wie XING und Hochschulkooperationen mit ca. 32% bis 50%. Zuletzt werden Praktika, Messen, Initiativbewerbungen und die Arbeitsagentur genannt.

Über welche Kanäle rekrutieren Sie neue Mitarbeiter?



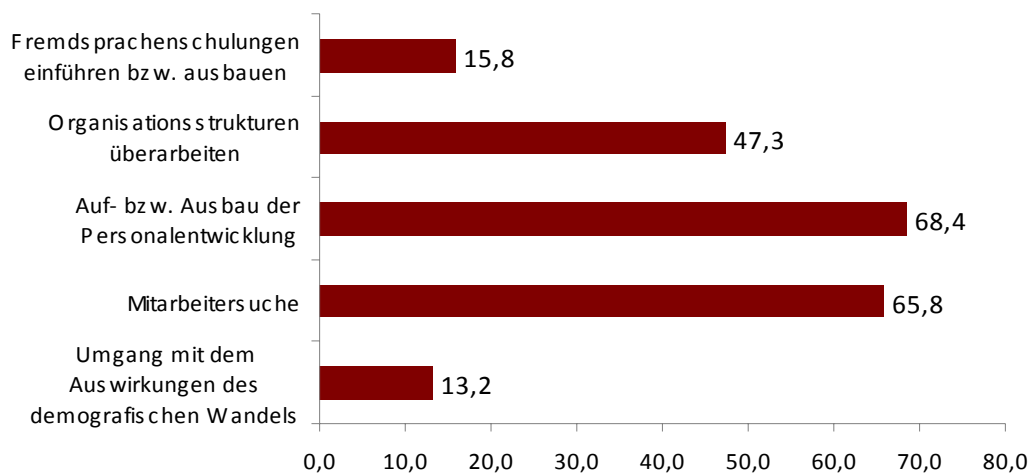
### E. Employer Branding

Die Thematik des „Employer Branding“ ist ca. 55% der befragten Unternehmen bekannt. 45% hingegen wissen nicht, was sich für ein Ansatz hinter dem Begriff verbirgt. Die Befragten, die mit dem Begriff vertraut sind, sind zu 80,9% der Meinung, dass diese Methode auch für mittelständische Unternehmen einen sinnvollen Ansatz darstellt, um qualifizierte Mitarbeiter auf sich aufmerksam zu machen. Aber nur knapp 50% beschäftigen sich aktuell mit dem Thema Employer Branding.



## F. Agenda für 2010

68,4% der befragten Unternehmen werden sich im Jahr 2010 schwerpunktmäßig auf den Auf- und Ausbau der Personalentwicklung konzentrieren. Dicht danach wird die Mitarbeitersuche mit 65,8% als zweitwichtigstes Thema angegeben. Fast die Hälfte aller befragten Unternehmen will 2010 ihre Organisationsstrukturen überarbeiten. 15,8% bzw. ca. 13% der Befragten wollen sich im Jahr 2010 verstärkt mit Fremdsprachenschulungen bzw. den Auswirkungen des demografischen Wandels befassen.



## **5. Zusammenfassung der zentralen Ergebnisse**

### **Mitarbeiterentwicklung:**

- » Fast 90% der befragten Unternehmen geben an, ihre Mitarbeiter regelmäßig weiterzubilden.
- » Rund 42% der Unternehmen schulen zurzeit Fremdsprachen. Die dominierende Sprache dabei ist Englisch (100%). Französisch folgt auf Platz 2 mit 31%.

### **Einfluss der Wirtschaftskrise**

- » Nur ein geringer Anteil der befragten Berliner Unternehmen musste aufgrund der Wirtschaftskrise Mitarbeiter entlassen (15,8%). Kurzarbeit haben 18,4% angemeldet. Und über 2/3 der Unternehmen gehen davon aus, dass sie auch 2010 keine Mitarbeiter entlassen müssen.

### **Budgetrahmen**

- » Knapp die Hälfte der Unternehmen (42%) verfügten in 2009 über ein Personalmarketingbudget von bis zu 20.000 Euro. 15,8 % haben bis 40.000€ zur Verfügung.
- » Ein separates Budget für die Personalentwicklung haben nur rund 32% der Befragten.

### **Recruiting**

- » Rund 61% der Unternehmen, die auch aktuell Mitarbeiter suchen, geben an, dass sie zurzeit genügend geeignete Mitarbeiter zu finden.
- » Die meistgenutzten Recruiting-Kanäle sind mit großem Abstand Online-Jobbörsen und die eigene Internetseite mit je 84%. Die Dienstleistungen der Arbeitsagentur werden dagegen nur in den seltensten Fällen (2,6%) in Anspruch genommen.

### **Employer Branding**

- » 55% der befragten Personaler wissen, welche Thematik sich hinter dem Begriff „Employer Branding“ verbirgt, davon wiederum halten 80,9% es für einen sinnvollen Ansatz für mittelständische Unternehmen bei der Suche nach qualifiziertem Personal. Und knapp 50% beschäftigen sich zurzeit mit dieser Thematik.

### **Ausblick 2010**

- » Die zentralen Personalthemen in 2010 sind für die befragten Personaler der Auf- bzw. Ausbau der Personalentwicklung (68,4%) sowie die verstärkte Mitarbeitersuche (65,8%).

## 6. Bewertung der Ergebnisse

- » Im Vergleich zu 2008 gibt eine ähnlich hohe Anzahl der befragten Unternehmen an, seine Mitarbeiter regelmäßig weiterzubilden. Verändert hat sich dabei der Anteil an überfachlicher Fortbildung. Wurden im Jahr 2008 nur in 37% der Unternehmen Mitarbeiter in überfachlichen Schlüsselqualifikationen geschult, liegt der Anteil 2010 schon bei 47%. Das ist eine sehr positive Entwicklung. Vor allem vor dem Hintergrund, dass unserer Erfahrung nach viele Schwierigkeiten in der täglichen Zusammenarbeit überfachlicher Natur sind.
- » Sehr erfreulich ist, dass die Wirtschaftskrise den Berliner Unternehmen im Vergleich mit anderen deutschen Regionen, nicht so stark von der Wirtschaftskrise getroffen wurde. Das zeigt sich vor allem an der geringen Anzahl der befragten Unternehmen, die Kurzarbeit einführen oder Mitarbeiter entlassen mussten. Unter den befragten Unternehmen befanden sich auch viele, die aufgrund der positiven Geschäftsaussichten für ihr Unternehmen, in 2010 Einstellungen planen. Dies kann als ein Beweis für die Wettbewerbsfähigkeit Berliner Unternehmen gewertet werden.
- » Etwas über die Hälfte der Befragten kann mit dem Begriff Employer Branding etwas anfangen. Aber fast alle, die wissen, was sich hinter diesem Begriff verbirgt, sehen darin eine sinnvolle Möglichkeit für KMUs, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren. Das lässt darauf schließen, dass das Konzept der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber noch nicht in Gänze bis in den Mittelstand vorgedrungen ist. Die Unternehmen, die sich damit beschäftigen, wissen jedoch um die Vorzüge. Und da sich zurzeit nur knapp 50% mit dieser Thematik aktuell beschäftigen, scheint dieses Thema vor dem Hintergrund des zu erwartenden Fachkräftemangels ein Wachstumsfeld für die nächsten Jahre zu sein. Für die Unternehmen, die sich bereits heute mit diesem Thema beschäftigen, bedeutet dies im Umkehrschluss, dass sie zurzeit gegenüber Unternehmen, die sich noch nicht mit diesem Thema beschäftigen, einen Wettbewerbsvorteil im Kampf um gute Leute haben bzw. bald haben werden, da sie sich schon heute systematisch als attraktiver Arbeitgeber positionieren.
- » Bei den Themen, die auf der Agenda der Personaler mittelständischer Berliner Unternehmen stehen, fällt auf, dass neben der Mitarbeitersuche, der Auf- bzw. Ausbau der Personalentwicklungsaktivitäten ganz oben steht. Nach dem Zuwachs in diesem Bereich, der im Vergleich zu 2008 zu sehen ist, kann also von einem Trend gesprochen werden, der sich weiter fortsetzen wird. Die Unternehmen scheinen immer stärker auf die interne Qualifikation ihrer Mitarbeiter setzen, um das vorhandene Potential optimal zu nutzen. Aber die Tatsache, dass nur ca. 32% der befragten Unternehmen über ein separates Budget für Personalentwicklung verfügen, zeigt, dass dieses Thema immer noch nicht durchgängig konsequent umgesetzt wird. Es wird interessant sein zu sehen, wie sich dies in den nächsten Jahren entwickelt.

## 7. Kontakt

Die Berghöfer Consulting wurde 2005 von dem Diplom-Psychologen Felix Berghöfer gegründet und ist spezialisiert auf die systematische Personal- und Organisationsentwicklung für mittelständische Unternehmen und Organisationen.

Wenn Sie weiterführende Informationen zu dieser Studie wünschen oder sich zu den Möglichkeiten der systematischen Personal- und Organisationsentwicklungen austauschen möchten, freuen wir uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Berghöfer Consulting  
Liebenwalder Straße 43  
13347 Berlin – Mitte

Tel.: 030/ 83190622

Fax: 030/83190624

[kontakt@hr-ondemand.de](mailto:kontakt@hr-ondemand.de)

[www.HR-onDemand.de](http://www.HR-onDemand.de)