

Globale Arbeitgeberumfrage

Die wichtigsten Prioritäten,
Herausforderungen und Chancen
für multinationale Unternehmen



Index

• Zusammenfassung	3
• Einleitung: Orientierung in einer komplexen Welt	5
• Aktuelle Prioritäten einordnen: ein ganzheitlicher Blickwinkel	6
• Künftige Prioritäten vorhersagen: ein datengestützter Ansatz	9
• Wichtige Bereiche, die multinationale ArbeitnehmerInnen besonders beachten sollten	14
1. Ein Bewusstsein für Vielfalt entwickeln – es ist ein grundlegender kultureller Wandel erforderlich	
2. Fokus auf Mitarbeiterbindung – Nordamerika schlägt Alarm	
3. Verständnis für das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen – ein wichtiger Indikator für Zufriedenheit und Bindung	
4. Homeoffice-Regelungen überdenken – trotz schneller Anpassung bleiben Herausforderungen bestehen	
• Fazit: Auswirkungen der gesetzten Prioritäten und der ergriffenen Maßnahmen auf die Unternehmensergebnisse	22
• Über die Umfrage	24

Zusammenfassung

Die jährliche globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity zielt darauf ab, die Prioritäten, Herausforderungen und Chancen von multinationalen Unternehmen zu verstehen und zu bewerten und die Auswirkungen von Arbeitgebermaßnahmen auf die Unternehmensergebnisse zu erfassen. Wir haben Führungskräfte von mehr als 1.000 multinationalen Unternehmen auf der ganzen Welt gefragt, welche Prioritäten sie aktuell und in der Zukunft (in den nächsten ein bis zwei Jahren) setzen. Aus ihren Antworten ergab sich ein Zusammenhang zwischen 23 verschiedenen Prioritäten, die wir in vier Kernthemen zusammengefasst haben: Arbeitsumfeld, Kultur/Vielfalt und Inklusion, Personal sowie Vergütung und Zusatzleistungen.

Wichtige Bereiche, die ArbeitgeberInnen besonders beachten sollten

1 Ein Bewusstsein für Vielfalt entwickeln: ein grundlegender kultureller Wandel

Obwohl viele ArbeitgeberInnen personelle Vielfalt als eine der wichtigsten aktuellen Prioritäten ansehen, hat sie bei den zukünftigen Prioritäten in den Bereichen Personal sowie Kultur/Vielfalt und Inklusion an Bedeutung verloren. ArbeitgeberInnen, die mehr Wert auf Vielfalt legen und mehr Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt ergriffen haben, erzielen jedoch bessere Ergebnisse bei der Gewinnung und Bindung von MitarbeiterInnen. Dies lässt vermuten, dass eine Abkehr von einem isolierten einmaligen Ansatz hin zu einer eher strategischen Denkweise von Vorteil sein könnte.

2 Fokus auf Mitarbeiterbindung: Nordamerika schlägt Alarm

Die Personalsituation spielt bei den aktuellen und künftigen Prioritäten eine wichtige Rolle. In den USA ansässige Unternehmen schlagen Alarm und messen dem Thema Personal eine höhere Bedeutung bei als ArbeitgeberInnen, die ihren Sitz in einem anderen Land haben. ArbeitgeberInnen stehen zahlreiche Vergütungs- und Leistungsoptionen zur Verfügung, um die Gewinnung und Bindung von MitarbeiterInnen zu verbessern. Sie können davon profitieren, wenn sie ihre Personalmaßnahmen und deren potenzielle Auswirkungen auf Grundlage von wissenschaftlichen Erkenntnissen überprüfen.

3 Verständnis für das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen: ein wichtiger Indikator für Zufriedenheit und Bindung

Das Wohlbefinden der Belegschaft hat immer weniger Priorität. Obwohl sich zufriedene und gesunde MitarbeiterInnen positiv auf den ArbeitgeberInnen auswirken, fühlt sich ein Drittel der Unternehmen kaum für das Wohlergehen seiner Beschäftigten verantwortlich. ArbeitgeberInnen könnten Fortschritte bei ihren personalbezogenen Prioritäten erzielen, wenn sie bei diesem Thema umdenken und auch das finanzielle Wohlbefinden ihrer MitarbeiterInnen mehr in den Blick nehmen. Unternehmen mit einer umfassenderen Sichtweise, insbesondere diejenigen, die mehrere Definitionen von finanziellem Wohlbefinden berücksichtigen, werden auch als die attraktiveren ArbeitgeberInnen eingestuft.

4 Homeoffice-Regelungen überdenken: trotz schneller Anpassung bleiben Herausforderungen bestehen

Homeoffice und hybride Belegschaft stehen bei vielen ArbeitgeberInnen derzeit ganz oben auf der Agenda. Als künftige Prioritäten haben sie jedoch an Bedeutung verloren, obwohl sich ArbeitnehmerInnen mehr Flexibilität wünschen. Viele Unternehmen haben nach wie vor mit Umsetzungsproblemen und kulturellen Herausforderungen zu kämpfen. Doch diejenigen, die Maßnahmen zur Flexibilisierung ergriffen haben, können positive Auswirkungen auf die Mitarbeiterbindung verbuchen.

Die globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity

Kernthemen, die die Attraktivität der ArbeitgeberInnen erhöhen

Unsere Untersuchungen zeigen, dass ArbeitgeberInnen, die in bestimmte Kernthemen investieren, positiver wahrgenommen werden.

Themen	Auswirkung	Gründe
Kultur/Vielfalt und Inklusion	Positive Auswirkungen auf die Attraktivität als ArbeitgeberInnen	Diese Prioritäten können bei potenziellen MitarbeiterInnen positiv wirken – vor allem bei solchen, die eine Angleichung an ihre Wertvorstellungen wünschen
Personal	Positive Auswirkungen auf die Mitarbeiterbindung	Diese Prioritäten sind eine Investition in die Belegschaft und können das Vertrauen in den ArbeitgeberInnen stärken

Wichtige Maßnahmen für die erfolgreiche Rekrutierung und Bindung von MitarbeiterInnen

ArbeitgeberInnen können die Fluktuation der Beschäftigten durch gezielte Maßnahmen, die sich an den Werten der MitarbeiterInnen orientieren, eindämmen.

Werte	Merkmale von ArbeitgeberInnen, die bei der Rekrutierung erfolgreich sind:	Merkmale von ArbeitgeberInnen, denen es gelingt, ihre MitarbeiterInnen zu halten:
Förderung von Vielfalt und Inklusion	Sie haben ein Team und/oder eine Führungskraft, das/die für Vielfalt und Inklusion verantwortlich ist	Sie haben ein Team und/oder eine Führungskraft, das/die für Vielfalt und Inklusion verantwortlich ist
Angebot von Zusatzleistungen, die für die MitarbeiterInnen relevant sind	Sie zahlen höhere Gehälter (gilt für ArbeitgeberInnen in den USA)	Sie bieten bessere Zusatzleistungen, die ihre Attraktivität nachweislich steigern: Flexibilität, Freizeit, Gesundheitsversorgung (gilt für ArbeitgeberInnen in den USA) und Versicherungen (weltweit)
Stärkung des Wohlbefindens der MitarbeiterInnen	Sie haben eine breitere Vorstellung davon, was es bedeutet, „finanziell gut dazustehen“	Sie fühlen sich stärker für die mentale Gesundheit ihrer MitarbeiterInnen verantwortlich

Orientierung in einer komplexen Welt

Multinationale Unternehmen sind in einem schnelllebigen und zunehmend komplexen Umfeld tätig. Trotz der anhaltenden COVID-19-Pandemie und der wachsenden Zahl sozialer Probleme, die sich weltweit auftun, sind die Anforderungen und das Tempo des Wandels für diese Unternehmen unvermindert hoch. Viele Unternehmen stehen einer steigenden Anzahl von Prioritäten gegenüber, die potenziell miteinander konkurrieren. Diese Prioritäten werden durch zahlreiche Faktoren erschwert, unter anderem durch den Sitz der Firmenzentrale, die Präsenz und die Reichweite in der Region, die technologische Infrastruktur und die Zusammensetzung der Belegschaft.

Vor diesem Hintergrund haben wir die künftigen Prioritäten und Bedürfnisse globaler multinationaler Unternehmen untersucht, um wichtige globale Trends, Herausforderungen und potenzielle Chancen für ArbeitgeberInnen zu identifizieren.

Dazu haben wir Führungskräfte von multinationalen Unternehmen, mit Sitz in und außerhalb der USA, die weltweit mindestens 1.000 MitarbeiterInnen beschäftigen und in mindestens zwei Ländern/Regionen und zwei Kontinenten vertreten sind, zu ihren aktuellen und zukünftigen (in den nächsten ein bis zwei Jahren) Prioritäten befragt.

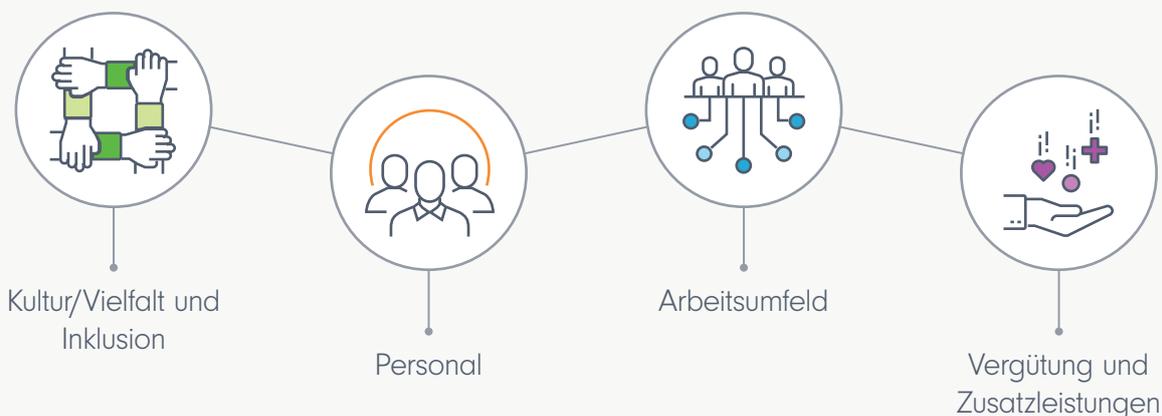
Aus ihren Antworten gingen 23 zusammenhängende Prioritäten hervor, die wir anhand von vier Kernthemen bewertet haben, um die relative Bedeutung und die Auswirkungen dieser Prioritäten zu ermitteln.

Anhand dieser Analyse möchten wir einige der größten Herausforderungen für multinationale ArbeitgeberInnen näher vorstellen. Wir zeigen auf, welche Arbeitgebermaßnahmen sich positiv auf die Unternehmensergebnisse – und die Erfahrungen der MitarbeiterInnen nicht nur am Hauptsitz, sondern auch in den Niederlassungen auf der ganzen Welt – auswirken können.

Mit dieser Umfrage können wir die Prioritäten der Unternehmen vergleichen und ermitteln, welchen Einfluss bestimmte Maßnahmen auf die Unternehmensergebnisse haben.

Die Daten für die Umfrage wurden in Zusammenarbeit mit Dynata erhoben, einem externen Marktforschungsunternehmen, das gemeinsam mit seinen Partneranbietern auf ein globales Marktforschungspanel zurückgreift. Der Zeitraum für die Datenerhebung lag zwischen dem 14. Dezember 2021 und dem 12. Januar 2022.

Prioritäten bei vier Kernthemen



Ein ganzheitlicher Blickwinkel

Im Hinblick auf die Bandbreite ihrer aktuellen und zukünftigen (in den nächsten ein bis zwei Jahren) Prioritäten müssen sich Unternehmen auf der ganzen Welt mit einem komplexen Umfeld auseinandersetzen. Um die Bandbreite und die Trends dieser Prioritäten zu verstehen, haben wir 23 zusammenhängende Punkte ermittelt, die wir anhand von vier Kernthemen bewertet haben.

Vollständige Auflistung der Prioritäten für jedes Kernthema



Kultur/Vielfalt und Inklusion

- Unternehmenskultur
- Mitarbeiterengagement
- Finanzielles Wohlbefinden der MitarbeiterInnen
- Körperliches und mentales Wohlbefinden der MitarbeiterInnen
- Nachhaltigkeit
- Integration von Vielfalt und Inklusion in Zusatzleistungen und Arbeitsplatzkultur

Personal

- Kapitalmaßnahmen
- Räumliche Mobilität der MitarbeiterInnen und damit verbundene Herausforderungen
- Externe MitarbeiterInnen/LeiharbeiterInnen
- Personalrekrutierung
- Personalentwicklung
- Mitarbeiterbindung
- Personelle Vielfalt

Arbeitsumfeld

- Krisenmanagement/Bewältigung von COVID-19
- Einführung neuer Technologien
- Risikomanagement innerhalb des Unternehmens
- Politische und regulatorische Themen
- Homeoffice/hybride Arbeitsmodelle
- Regionale Umsetzung der globalen Strategie

Vergütung und Zusatzleistungen

- Wettbewerbsfähige Vergütung und Zusatzleistungen
- Inanspruchnahme von Zusatzleistungen durch MitarbeiterInnen
- Vorbereitung der ArbeitnehmerInnen auf den Ruhestand
- Eindämmung der steigenden Kosten für Zusatzleistungen

Durchschnittliche Anzahl an Prioritäten

Obwohl die Antworten von ganz unterschiedlichen ArbeitgeberInnen aus einer Vielzahl von Branchen stammen, haben wir festgestellt, dass die Befragten im Durchschnitt 9 der 23 möglichen Prioritäten als ihre derzeit wichtigsten ansehen. Die durchschnittliche Anzahl der Prioritäten verdeutlicht die Komplexität, mit der sich die Unternehmen konfrontiert sehen.

Im Durchschnitt sahen die befragten Unternehmen 9 von 23 zur Auswahl stehenden Prioritäten als ihre aktuellen Top-Prioritäten an



Die Unternehmen, die eine höhere Anzahl von Prioritäten angaben, wiesen folgende Merkmale auf:

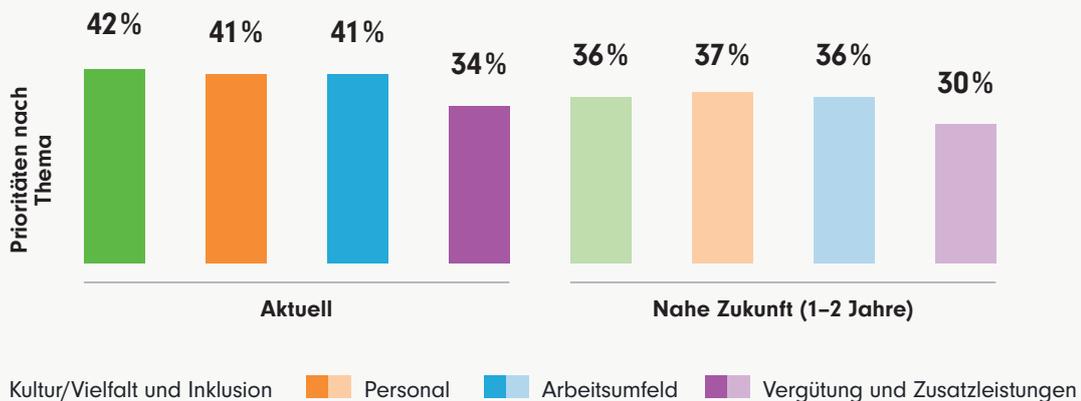
- Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA
- Unternehmen mit breiter Präsenz in den Regionen (mehr als sieben Regionen)
- Unternehmen mit Standorten in Nordamerika, Europa und Australien
- Unternehmen mit geringeren Einnahmen (weniger als 5 Mrd. US\$)

Anteil der Prioritäten nach Thema

Wir haben uns alle Prioritäten angesehen und sind zu der Erkenntnis gelangt, dass die aktuellen Prioritäten relativ gleichmäßig auf die vier Kernthemen verteilt sind (mit etwas weniger Nennungen im Bereich Vergütung und Zusatzleistungen).

Wie aus dem nachstehenden Schaubild hervorgeht, erwarten die Befragten keine Veränderung ihrer Prioritäten. Eine ähnliche Verteilung wird auch für die nahe Zukunft vorhergesagt.

Aktuelle und künftige Prioritäten



Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Welche der folgenden Themen sind für Ihr Unternehmen derzeit weltweit am wichtigsten? Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1000). Bei den Daten handelt es sich um geschätzte marginale Mittelwerte, bei denen der Sitz der Firmenzentrale, die Anzahl der Standorte, der Jahresumsatz, die Zahl der Beschäftigten und der Anteil der Beschäftigten, die von zu Hause arbeiten, berücksichtigt wurden.

Die wichtigsten globalen Prioritäten

1. Krisenmanagement/Bewältigung von COVID-19

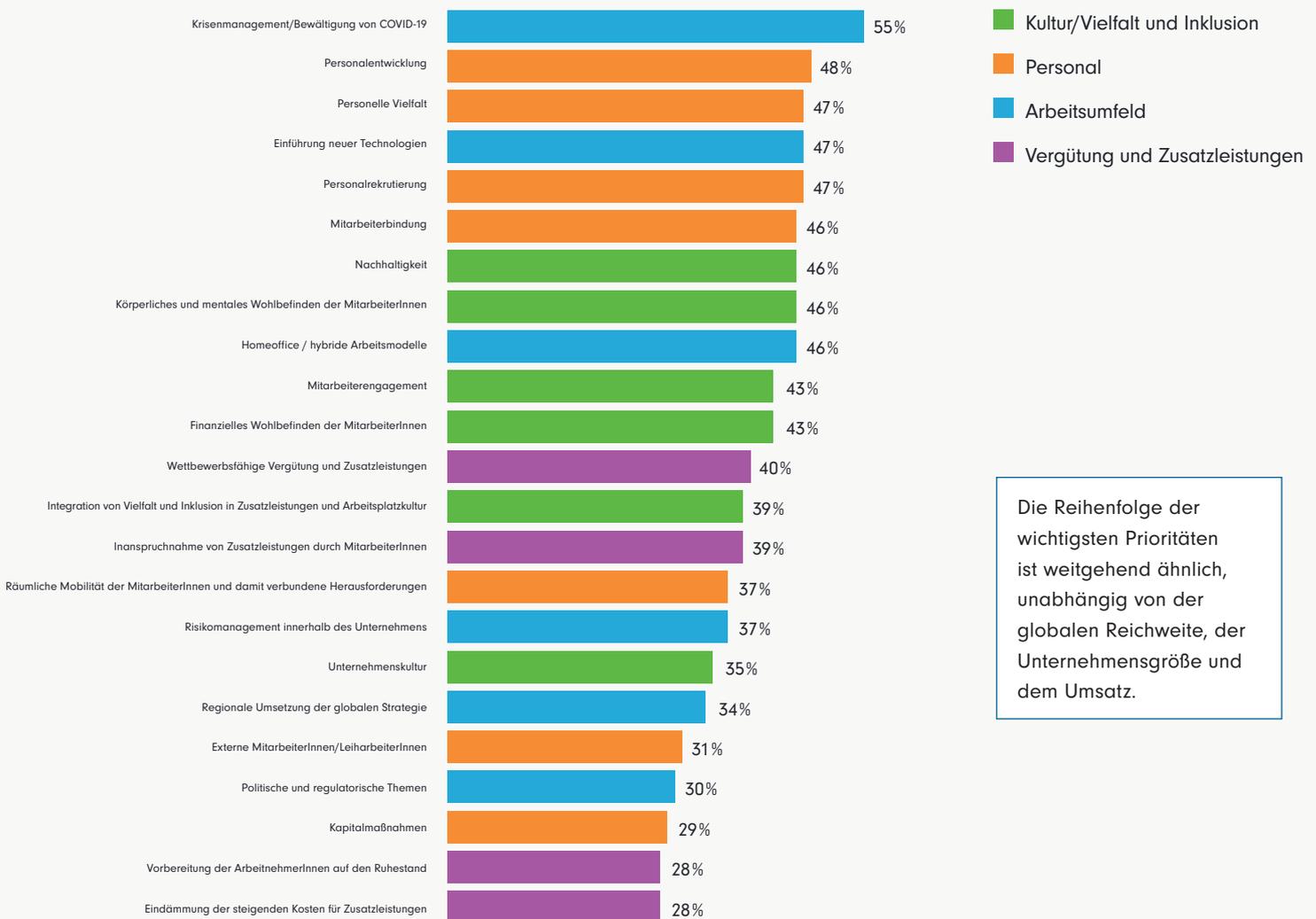
Wenn man die Prioritäten nach Themen ordnet, überrascht es nicht, dass weltweit bei vielen multinationalen Unternehmen nach wie vor Krisenmanagement und die Bewältigung der COVID-19-Pandemie ganz oben auf der Agenda stehen. Wir baten die UmfrageteilnehmerInnen, von allen Prioritäten ihres Unternehmens diejenige zu nennen, die ihrer Meinung nach die größte Herausforderung darstellt. 15% der Befragten gaben an, dass ihnen COVID-19 und die damit verbundenen Einschränkungen und Auflagen die meisten Sorgen bereiten.

2. Personal

Personalbezogene Prioritäten, insbesondere Personalentwicklung, personelle Vielfalt sowie die Bindung und Rekrutierung von MitarbeiterInnen, stehen für viele ArbeitgeberInnen ebenfalls ganz oben auf der Prioritätenliste, wie aus der nachstehenden Tabelle hervorgeht. Manche Aspekte, wie Kapitalmaßnahmen, externe MitarbeiterInnen/LeiharbeiterInnen sowie die räumliche Mobilität der Belegschaft und die damit verbundenen Herausforderungen, hatten im Allgemeinen weniger Priorität.

Aktuelle globale Prioritäten

Über die Hälfte der befragten Unternehmen befasst sich nach wie vor insbesondere mit Krisenmanagement und der Bewältigung von COVID-19



Die Reihenfolge der wichtigsten Prioritäten ist weitgehend ähnlich, unabhängig von der globalen Reichweite, der Unternehmensgröße und dem Umsatz.

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Welche der folgenden Themen sind für Ihr Unternehmen derzeit weltweit am wichtigsten? Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1000).

Künftige Prioritäten vorhersagen

Ein datengestützter Ansatz

Neben der Aufteilung der Prioritäten nach Kernthemen haben wir verschiedene Faktoren berücksichtigt, um die Prioritäten in häufigere (neu entstehende oder Dauerbrenner) und weniger häufige (abnehmende oder gleichbleibende) zu kategorisieren. So lässt sich ermitteln, welche Prioritäten die ArbeitgeberInnen für wichtig halten und welche nicht. Mit unserer Analyse können wir außerdem feststellen, welche Prioritäten, die wir als besonders kritisch erachten, die Unternehmen möglicherweise übersehen.

Objektive und subjektive Messgrößen

	Häufigere Prioritäten		Weniger häufige Prioritäten	
	Neu entstehend	Dauerbrenner	Abnehmend	Gleichbleibend
Beschreibung	Diese Prioritäten haben an Bedeutung gewonnen, sind inzwischen weit verbreitet und werden voraussichtlich auch in naher Zukunft allgemeine Gültigkeit haben	Diese Prioritäten haben Bestand, sie sind jetzt und in naher Zukunft weit verbreitet und erfreuen sich großer Beliebtheit	Diese Prioritäten sind aktuell weit verbreitet, werden aber in naher Zukunft an Bedeutung verlieren	Diese Prioritäten sind aktuell nicht besonders verbreitet und werden es voraussichtlich auch in naher Zukunft nicht sein
Veränderte Bedeutung seit 2019	Zugenommen	Stabil	Stabil oder zugenommen	Stabil oder abgenommen
Allgemeine aktuelle Priorität und Rangfolge	Ja	Ja	Ja	Ja
Allgemeine zukünftige Priorität und Rangfolge	Ja	Ja	Ja	Ja

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Zur Einteilung der Prioritäten in diese Segmente wurden folgende Faktoren herangezogen: die veränderte Bedeutung seit 2019, der Anteil der ArbeitgeberInnen, die eine Priorität aktuell als wichtig eingestuft haben, der Anteil der ArbeitgeberInnen, die eine Priorität in naher Zukunft (in den nächsten ein bis zwei Jahren) als wichtig eingestuft haben, sowie die Rangfolge der Prioritäten im Verhältnis zueinander. So wird deutlich, welche Priorität am häufigsten vorkommt und welche Prioritäten bei einem Unternehmen an die Spitze rücken.

Identifizierung von Trends

In Anbetracht der Komplexität können wir mit Hilfe eines datengestützten Ansatzes das Umfeld, in dem sich globale multinationale Unternehmen bewegen, besser verstehen und die Bereiche mit den größten Chancen identifizieren, da sich die Prioritäten in Zukunft voraussichtlich ändern werden. Bei der Auswertung der Daten sind wir auch auf Themen gestoßen, die wir für besonders kritisch halten, die viele ArbeitgeberInnen bisher aber nicht unbedingt im Blick haben. Unserer Einschätzung nach wäre es jedoch durchaus von Vorteil, wenn die Unternehmen diesen Themen Priorität einräumen würden.

Der erste wichtige Bereich, den es zu beachten gilt, betrifft das Thema Personal. Hier fällt personelle Vielfalt in die weniger häufige Kategorie „Abnehmende Priorität“. Der zweite Bereich, der besondere Aufmerksamkeit verdient, ist das Thema Kultur/Vielfalt und Inklusion. Hier fällt das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen (in finanzieller, körperlicher und mentaler Hinsicht) in die Kategorie „Abnehmend“. Auch die Unternehmenskultur sowie die Integration von Vielfalt und Inklusion in Bezug auf Zusatzleistungen und Arbeitsplatzkultur zählten zu den weniger häufigen Prioritäten. Die Bedeutung dieser Bereiche und die potenziellen Auswirkungen auf die Unternehmensergebnisse werden im nachfolgenden Abschnitt dieses Berichts ausführlicher erörtert.

Globale Prioritäten nach Segmenten

Häufiger	Neu entstehend		<ul style="list-style-type: none"> Krisenmanagement/Bewältigung von COVID-19 Einführung neuer Technologien Nachhaltigkeit
	Dauerbrenner		<ul style="list-style-type: none"> Personalrekrutierung Personalentwicklung Mitarbeiterbindung
Weniger häufig	Abnehmend	   	<ul style="list-style-type: none"> Personelle Vielfalt Finanzielles Wohlbefinden der MitarbeiterInnen Körperliches und mentales Wohlbefinden der MitarbeiterInnen Mitarbeiterengagement Homeoffice/hybride Arbeitsmodelle Wettbewerbsfähige Vergütung und Zusatzleistungen
	Gleichbleibend	  	<ul style="list-style-type: none"> Unternehmenskultur Integration von Vielfalt und Inklusion in Bezug auf Zusatzleistungen und Arbeitsplatzkultur Räumliche Mobilität der MitarbeiterInnen und damit verbundene Herausforderungen Externe MitarbeiterInnen/LeiharbeiterInnen Kapitalmaßnahmen Politische und regulatorische Themen Risikomanagement innerhalb des Unternehmens Regionale Umsetzung der globalen Strategie Inanspruchnahme von Zusatzleistungen durch MitarbeiterInnen Eindämmung der steigenden Kosten für Zusatzleistungen Vorbereitung der ArbeitnehmerInnen auf den Ruhestand

■ Kultur/Vielfalt und Inklusion
 ■ Personal
 ■ Arbeitsumfeld
 ■ Vergütung und Zusatzleistungen

 **Bereiche, die ArbeitgeberInnen besonders beachten sollten**
■  Höhere Priorität bei Unternehmen mit Sitz in den USA im Vergleich zu Unternehmen außerhalb der USA

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022.

Neu entstehend = Mehr als 50% der Befragten gaben an, dass dieses Thema seit 2019 viel wichtiger geworden ist. Für mindestens 40% ist es eine aktuelle Priorität und für mindestens 40% eine zukünftige Priorität.

Dauerbrenner = Dieses Thema hatte auch vor 2019 Bestand, ist für mindestens 40% eine aktuelle Priorität und für mindestens 40% eine zukünftige Priorität.

Abnehmend = Dieses Thema hat seit 2019 an Bedeutung gewonnen und ist für mindestens 40% eine aktuelle Priorität, aber für weniger als 40% eine zukünftige Priorität.

Gleichbleibend = Dieses Thema hat keine allgemeine aktuelle oder zukünftige Priorität, d. h. eine aktuelle Priorität von weniger als 40% und eine zukünftige Priorität von weniger als 40%.

Eine Gegenüberstellung der Prioritäten von Unternehmen mit Sitz in den USA und außerhalb der USA

Wir haben die künftigen Prioritäten von Unternehmen mit Sitz in und außerhalb der USA untersucht, um herauszufinden, ob sich bei den am häufigsten gewählten Prioritäten Trends abzeichnen und wie wichtig diese Prioritäten gegebenenfalls sind. Dies gibt Aufschluss darüber, worauf die befragten Unternehmen ihre Ressourcen konzentrieren und wo sie möglicherweise eine gezieltere Unterstützung benötigen.

Ähnlichkeiten

Viele US-Unternehmen beschäftigen sich nach wie vor mit Dauerbrenner-Themen im Bereich Personal. Diese stehen in Bezug auf die Wichtigkeit insgesamt an vierter Stelle (wenn sie ausgewählt wurden). Prioritäten im Bereich Vergütung und Zusatzleistungen (wie z. B. die Inanspruchnahme von Zusatzleistungen durch MitarbeiterInnen und wettbewerbsfähige Vergütungen und Zusatzleistungen, die in die Kategorie

„Gleichbleibende Priorität“ fallen) werden von allen Unternehmen aufgeführt, unabhängig von ihrem Sitz.

Auch die neu entstehenden Prioritäten „Einführung neuer Technologien“ und „Krisenmanagement“ wurden unabhängig vom Standort häufig gewählt und rangieren, wenn sie ausgewählt wurden, in puncto Wichtigkeit auf Platz eins und zwei.

Die am häufigsten ausgewählten Prioritäten

Unternehmen mit Sitz in den USA	
1	Mitarbeiterbindung
2	Personalentwicklung
3	Personalrekrutierung
4	Körperliches und mentales Wohlbefinden der MitarbeiterInnen
5	Inanspruchnahme von Zusatzleistungen durch MitarbeiterInnen
6	Einführung neuer Technologien
7	Personelle Vielfalt
8	Wettbewerbsfähige Vergütung und Zusatzleistungen
9	Krisenmanagement
10	Homeoffice / hybride Arbeitsmodelle

Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA	
1	Einführung neuer Technologien
2	Nachhaltigkeit
3	Krisenmanagement
4	Personalrekrutierung
5	Mitarbeiterbindung
6	Personalentwicklung
7	Körperliches und mentales Wohlbefinden der MitarbeiterInnen
8	Personelle Vielfalt
9	Homeoffice / hybride Arbeitsmodelle
10	Wettbewerbsfähige Vergütung und Zusatzleistungen

■ Kultur/Vielfalt und Inklusion
 ■ Personal
 ■ Arbeitsumfeld
 ■ Vergütung und Zusatzleistungen

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Sie gaben an, dass die folgenden Themen für Ihr Unternehmen besonders wichtig sind. Welche haben Ihrer Meinung nach die größte Dringlichkeit? Bitte ordnen Sie die Themen nach ihrer Dringlichkeit, wobei 1 das dringlichste, 2 das zweitdringlichste und 3 das drittdringlichste Thema ist.

Obwohl einige Prioritäten für Unternehmen außerhalb der USA im Vergleich zu Unternehmen mit Sitz in den USA eine höhere/niedrigere relative Position einnehmen, gab es keine Prioritäten, die ein größerer Teil der Unternehmen als wichtig einstufte.

Unterschiede

Obwohl die weltweit neu entstehende Priorität „Nachhaltigkeit“ von US-Unternehmen nicht so häufig gewählt wurde, wurde sie von denjenigen, die sie angegeben haben, als fünftwichtigste Priorität eingestuft. Im Gegensatz dazu ergab unsere Untersuchung, dass dieses Thema bei Unternehmen eine höhere Priorität hat, die außerhalb der USA ansässig sind.

Nachhaltigkeit wurde als zweithäufigste Priorität gewählt und belegte bei ArbeitgeberInnen, die diese Priorität angegeben haben, den dritten Platz in Bezug auf die Wichtigkeit. Dieses Thema sollte bei US-amerikanischen ArbeitgeberInnen mehr in den Fokus rücken, da Nachhaltigkeit vor allem bei jüngeren ArbeitnehmerInnen weiterhin eine große Rolle spielt.

Die Dauerbrenner-Themen im Personalbereich sind sowohl für US-amerikanische als auch für nicht amerikanische Unternehmen eine Priorität. Dabei zählen wettbewerbsfähige Vergütungen und Zusatzleistungen zu den am häufigsten gewählten Prioritäten, sind für Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA aber nicht am wichtigsten.

Die Mitarbeiterbindung hat für Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA nach wie vor hohe Priorität. Für Unternehmen mit Sitz in den USA spielt sie allerdings eine noch größere Rolle.

Die Inanspruchnahme von Zusatzleistungen durch MitarbeiterInnen taucht bei nicht in den USA ansässigen ArbeitgeberInnen in keiner der beiden Listen auf. Dies ist ein großer Unterschied zu den befragten Unternehmen mit Sitz in den USA.

Die wichtigsten Prioritäten (falls ausgewählt)

Unternehmen mit Sitz in den USA	
1	■ Einführung neuer Technologien
2	■ Krisenmanagement
3	■ Inanspruchnahme von Zusatzleistungen durch MitarbeiterInnen
4	■ Mitarbeiterbindung
5	■ Nachhaltigkeit
6	■ Wettbewerbsfähige Vergütung und Zusatzleistungen
7	■ Homeoffice / hybride Arbeitsmodelle
8	■ Personalentwicklung
9	■ Risikomanagement innerhalb des Unternehmens
10	■ Räumliche Mobilität der MitarbeiterInnen und damit verbundene Herausforderungen

Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA	
1	■ Krisenmanagement
2	■ Einführung neuer Technologien
3	■ Nachhaltigkeit
4	■ Homeoffice / hybride Arbeitsmodelle
5	■ Personalentwicklung
6	■ Regionale Umsetzung der globalen Strategie
7	■ Mitarbeiterbindung
8	■ Körperliches und mentales Wohlbefinden der MitarbeiterInnen
9	■ Mitarbeiterengagement
10	■ Personalrekrutierung

■ Kultur/Vielfalt und Inklusion ■ Personal ■ Arbeitsumfeld ■ Vergütung und Zusatzleistungen

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Sie gaben an, dass die folgenden Themen für Ihr Unternehmen besonders wichtig sind. Welche haben Ihrer Meinung nach die größte Dringlichkeit? Bitte ordnen Sie die Themen nach ihrer Dringlichkeit, wobei 1 das dringlichste, 2 das zweitdringlichste und 3 das drittdringlichste Thema ist.

Obwohl einige Prioritäten für Unternehmen außerhalb der USA im Vergleich zu Unternehmen mit Sitz in den USA eine höhere/niedrigere relative Position einnehmen, gab es keine Prioritäten, die ein größerer Teil der Unternehmen als wichtig einstufte.

Wie sich die globalen Prioritäten voraussichtlich verändern werden

Um herauszufinden, wie sich die Prioritäten von multinationalen Unternehmen in der Zukunft verschieben können, haben wir die relativen Veränderungen der Prioritäten erfasst und dabei einige bemerkenswerte Trends festgestellt. Manche waren zu erwarten, andere kamen eher überraschend.

Erwartet: Themen mit steigender Priorität



Neue Technologien

Da viele Unternehmen versuchen, mit dem technologischen Wandel Schritt zu halten, überrascht es nicht, dass die Einführung neuer Technologien sowohl für US-amerikanische als auch für nicht-amerikanische Unternehmen künftig Priorität hat. Für die befragten Unternehmen mit Sitz in den USA war es die wichtigste Priorität, für die Unternehmen außerhalb der USA die zweitwichtigste.



Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit war ein weiterer Bereich, der angesichts der steigenden Erwartungen an die Verantwortung, das Handeln und die Transparenz von Unternehmen immer mehr in den Vordergrund rückt. Auch dies war nicht überraschend. Für Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA war dieses Thema die drittwichtigste Priorität, für Unternehmen mit Sitz in den USA die fünftwichtigste.

Unerwartet: Themen mit abnehmender Priorität



Personelle Vielfalt

Ein eher überraschender Trend war der sinkende Fokus auf die personelle Vielfalt. Dieses Thema belegte bei Unternehmen mit Sitz in den USA den siebten und bei Unternehmen mit Sitz außerhalb der USA den achten Platz. Sortiert man die ausgewählten Prioritäten nach Wichtigkeit, erscheint dieses Thema weder bei US-amerikanischen noch bei nicht-amerikanischen Unternehmen unter den ersten zehn.



Integration von Vielfalt und Inklusion

Auch der geringe Fokus auf die Integration von Vielfalt und Inklusion in die Zusatzleistungen und die Arbeitsplatzkultur war eher unerwartet. Im Vergleich zu den aktuellen Prioritäten verzeichnete dieses Thema einen relativen Rückgang. Weder bei den US-amerikanischen noch bei den nicht-amerikanischen multinationalen Unternehmen taucht dieses Thema unter den zehn am häufigsten gewählten Prioritäten auf.

Wichtige Bereiche, die multinationale ArbeitgeberInnen besonders beachten sollten

Wichtige Trends, die sich auf die Unternehmensergebnisse auswirken können

Anhand der Umfrageergebnisse und in Anbetracht des zunehmend komplexen und dynamischen Geschäftsumfelds haben wir die wichtigsten Bereiche ermittelt, die multinationale Unternehmen besonders im Blick haben sollten. Diese Themen haben einen so großen Stellenwert, dass der Umgang mit ihnen die Ergebnisse und die Marktstellung der Unternehmen beeinflussen kann.

1. Ein Bewusstsein für Vielfalt entwickeln – es ist ein grundlegender kultureller Wandel erforderlich

Die zunehmende Globalisierung und Vernetzung in allen Lebensbereichen – auch im Arbeitsleben – hat Vielfalt und Inklusion ganz oben auf die Agenda des sozialen Wandels gesetzt. Viele multinationale ArbeitgeberInnen nannten Vielfalt als eine der wichtigsten Prioritäten, die derzeit im Vordergrund stehen. Angesichts des fortschreitenden sozialen Wandels, der zunehmenden Kenntnisse der Unternehmen über bewährte Praktiken im Bereich Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion und der Überprüfung dieser Praktiken ist es verwunderlich, dass Vielfalt in Zukunft eine relativ geringe Priorität hat. Sowohl im Bereich Personal als auch im Bereich Kultur/Vielfalt und Inklusion hat dieses Thema an Priorität verloren. Während personelle Vielfalt in das Segment mit abnehmender Priorität gerutscht ist, findet sich die Integration von Vielfalt und Inklusion in anderen Unternehmensstrategien im Segment mit gleichbleibender Priorität wieder.

36% — der UmfrageteilnehmerInnen gaben an, dass die Schaffung eines integrativen Umfelds, in dem sich alle MitarbeiterInnen zugehörig fühlen, eine große Herausforderung darstellt.

Unsere Ergebnisse belegen, dass für 36% der UmfrageteilnehmerInnen die Schaffung eines integrativen Umfelds, in dem sich alle MitarbeiterInnen zugehörig fühlen, eine große Herausforderung darstellt. Obwohl personelle Vielfalt für globale Unternehmen einen hohen Stellenwert hat, zeigen unsere Untersuchungen, dass es für ArbeitgeberInnen nach wie vor schwierig ist, integrative Strategien in der Arbeitsplatzkultur

zu verankern. Unsere Analysen deuten außerdem darauf hin, dass die individuelle Unternehmensstruktur, der Risikograd und die Rolle der Personalabteilung als operative und nicht als strategische Einheit die erfolgreiche Integration von Diversity-Strategien in die Arbeitsplatzkultur zusätzlich behindern können.

Abgesehen von den Schwierigkeiten bei der Umsetzung könnte der künftige Prioritätsverlust darauf hinweisen, dass viele ArbeitgeberInnen Vielfalt eher als ein einmaliges Infrastrukturproblem betrachten, das sich durch Maßnahmen wie die Einstellung eines Verantwortlichen für Vielfalt und Inklusion und die Einführung von Führungskräftebildungen lösen lässt. Dass Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion nur durch einen Bewusstseinswandel in die Unternehmenskultur eingebettet werden können, ist vielen offenbar nicht klar.

Aus wissenschaftlicher Sicht scheinen Maßnahmen, die einen nachhaltigen Wandel mit sich bringen, wie z.B. die Änderung von Richtlinien und Vorgehensweisen und eine kontinuierliche Datenerfassung, die größte Wirkung zu erzielen.

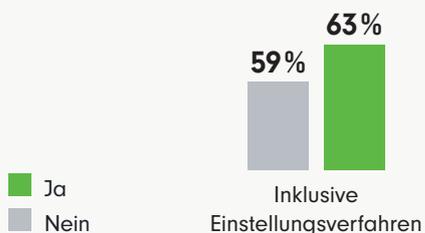
Im Durchschnitt gaben die TeilnehmerInnen an, etwa die Hälfte der 13 von uns abgefragten Maßnahmen ergriffen zu haben



Häufige Maßnahmen im Bereich Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion

	Maßnahmen	Durchgeführt von
In Bezug auf die Kultur	Verpflichtende Schulungen zu Vielfalt und Inklusion für Führungskräfte	58%
	Verankerung der Ziele für Vielfalt und Inklusion in den Grundwerten und Führungsleitlinien des Unternehmens	56%
	Etablierung eines Teams und/oder einer Führungskraft, das/die für Vielfalt und Inklusion verantwortlich ist	53%
	Einrichtung von Arbeitsgruppen, die sich mit Mitarbeiterressourcen beschäftigen	48%
In Bezug auf Personal	Einführung neuer inklusiver Einstellungsverfahren	54%
	Einführung von Maßnahmen, die eine gleichberechtigte Förderung aller Beschäftigtengruppen (z. B. Frauen, ethnische Minderheiten) gewährleisten	53%
	Erfassung der Attraktivitätsquote bei unterrepräsentierten Gruppen	51%
	Erfassung der Beförderungsquote bei unterrepräsentierten Gruppen	50%
	Erfassung der Verbleibquote bei unterrepräsentierten Gruppen	48%
In Bezug auf Vergütung und Zusatzleistungen	Auswertung der Inanspruchnahme von Zusatzleistungen in verschiedenen Beschäftigtengruppen (z. B. Altersgruppen, Frauen)	56%
	Evaluierung der Ziele/unerfüllten Bedürfnisse in den verschiedenen Beschäftigtengruppen, um Bereiche zu ermitteln, in denen Verbesserungen möglich sind	50%
	Überprüfung der Praktiken von Lieferanten/Zulieferern in Bezug auf Vielfalt und Inklusion	48%
	Überprüfung des Lohngefälles	47%

US-Unternehmen, die diese Maßnahmen ergriffen haben, meldeten höhere Verbleibquoten im Vergleich zu Unternehmen ohne diese Maßnahmen



Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Ja = Unternehmen, die diese Maßnahmen ergriffen haben. Nein = Unternehmen, die diese Maßnahmen nicht ergriffen haben.

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Welche Maßnahmen zum Thema Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion (aus einer Liste von 13 möglichen Maßnahmen) hat Ihr Unternehmen durchgeführt? Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1.000). Keine Unterschiede in der Gesamtzahl der ergriffenen Maßnahmen in Bezug auf Firmensitz, andere Regionen, Größe der Niederlassung, Umsatz oder Frauenanteil in der Belegschaft.

Auswirkung der Maßnahmen –

mehr Maßnahmen und eine strategische Denkweise können den Zielsetzungen im Personalbereich zugutekommen

ArbeitgeberInnen, die das Thema Vielfalt zu ihren Prioritäten zählen und einige dieser Maßnahmen ergriffen haben, erzielen bessere Ergebnisse in Bezug auf die Gewinnung und Bindung von MitarbeiterInnen. Zu den besonders wirksamen Maßnahmen zählen die Einstellung eines Verantwortlichen für Vielfalt und Inklusion, die Etablierung eines Teams, das für Vielfalt und Inklusion verantwortlich ist, verpflichtende Schulungen für Führungskräfte zum Thema Vielfalt und Inklusion sowie die Einführung inklusiver Einstellungsverfahren. Dies weist darauf hin, dass eine Abkehr von einem isolierten einmaligen Ansatz hin zu einer eher strategischen Denkweise für Unternehmen von Vorteil sein könnte.

2. Fokus auf Mitarbeiterbindung – Nordamerika schlägt Alarm

In Zeiten einer sich wandelnden Belegschaft spielen personalbezogene Themen eine wichtige Rolle bei den aktuellen und zukünftigen Prioritäten. Sie zählen zu den Dauerbrennern.

47% → gaben an, dass Personalrekrutierung bei ihnen weit oben im Ranking steht

46% → gaben an, dass Mitarbeiterbindung zu ihren wichtigsten Prioritäten zählt



Obwohl das Thema Personal eine hohe Priorität hat, stehen die Unternehmen bei der Gewinnung neuer und der Bindung bestehender MitarbeiterInnen vor zahlreichen internen und externen Herausforderungen. Einige Unternehmen nannten als Hauptgründe für die Schwierigkeiten bei der Gewinnung und Bindung von MitarbeiterInnen, dass **„keine qualifizierten Arbeitskräfte auf dem Markt verfügbar sind“** oder **„Löhne und Gehälter nicht wettbewerbsfähig sind“**.

48% → gaben an, dass Personalentwicklung aktuell oberste Priorität hat

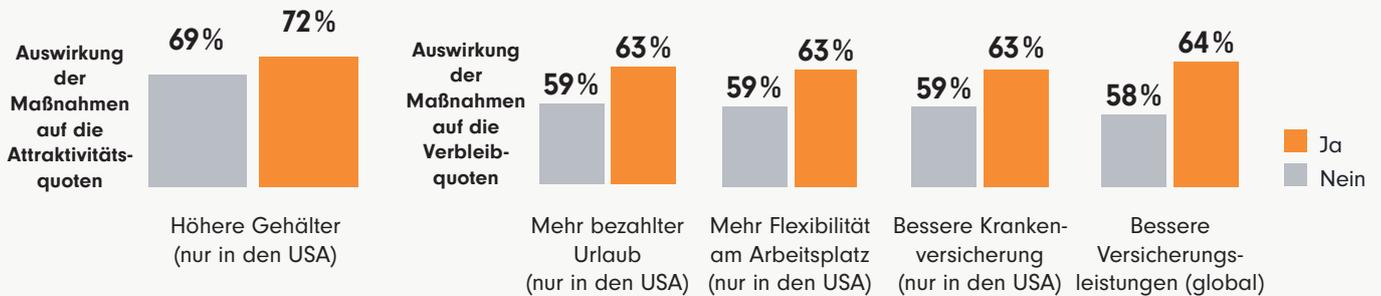
35% → halten die Schulung von Führungskräften für schwierig

Die Bindung von MitarbeiterInnen ist ein Thema, das in den USA ganz oben auf der Tagesordnung steht. Schlagworte wie „the Great Resignation“, „the Great Reshuffle“ und „the Great Renegotiation“ verdeutlichen einen signifikanten Trend bei der Arbeitnehmerbeteiligung, der allgegenwärtig ist.

Zum Zeitpunkt der Umfrage schlugen die in den USA ansässigen Unternehmen Alarm und messen dem Thema Personal eine höhere Bedeutung bei als ArbeitgeberInnen die ihren Sitz in einem anderen Land haben.

Weitere Daten deuten darauf hin, dass Unternehmen mit einer Präsenz in Nordamerika höhere Attraktivitäts- und niedrigere Verbleibquoten haben als in anderen Regionen. Ohne historische Daten lässt sich kaum feststellen, ob es sich dabei um ein neues Muster oder einen anhaltenden Trend handelt. Die Zukunft wird zeigen, ob sich ähnliche Veränderungen auch in Regionen außerhalb der USA ergeben.

Unternehmen, die diese Maßnahmen ergriffen haben, meldeten höhere Attraktivitäts- und Verbleibquoten im Vergleich zu Unternehmen ohne diese Maßnahmen



Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen ergriffen? Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1.000). Ja = Unternehmen, die diese Maßnahmen ergriffen haben. Nein = Unternehmen, die diese Maßnahmen nicht ergriffen haben.

Auswirkung der Maßnahmen –

kein alleiniger Fokus auf Vergütung und Zusatzleistungen; auch die Auswirkungen anderer Maßnahmen auf das Thema Personal müssen Berücksichtigung finden

Bei der Gewinnung von MitarbeiterInnen und der Eindämmung der Fluktuation stehen ArbeitgeberInnen eine Reihe von Vergütungs- und Leistungsoptionen zur Verfügung, die sie umsetzen können. In Anbetracht der Fülle an Optionen kann es sinnvoll sein, bestimmte Maßnahmen und ihre potenziellen Auswirkungen anhand von Fakten zu bewerten.

Im Hinblick auf die Vergütung deuten unsere Untersuchungen darauf hin, dass nur wenige Maßnahmen, die speziell zur besseren Gewinnung und Bindung von MitarbeiterInnen ergriffen werden, weltweit wirksam zu sein scheinen. Wir haben jedoch festgestellt, dass Maßnahmen im Bereich Vergütung in den USA am wirksamsten sind. Dort berichten ArbeitgeberInnen, die die Vergütung ihrer MitarbeiterInnen verbessert haben, über höhere Attraktivitätsquoten.

Auch bestimmte Zusatzleistungen können sowohl US-amerikanischen als auch nicht-amerikanischen ArbeitgeberInnen bei Personalproblemen weiterhelfen. Laut unseren Untersuchungen weisen ArbeitgeberInnen in den USA, die eine bessere Krankenversicherung, bezahlten Urlaub und flexible Arbeitsbedingungen bieten, höhere Verbleibquoten auf. Weltweit gesehen war die Verbesserung der Versicherungsleistungen die wichtigste Maßnahme, die einen erheblichen Einfluss auf die Verbleibquoten hatte.

3. Verständnis für das Wohlbefinden der MitarbeiterInnen –

ein wichtiger Indikator für Zufriedenheit und Bindung

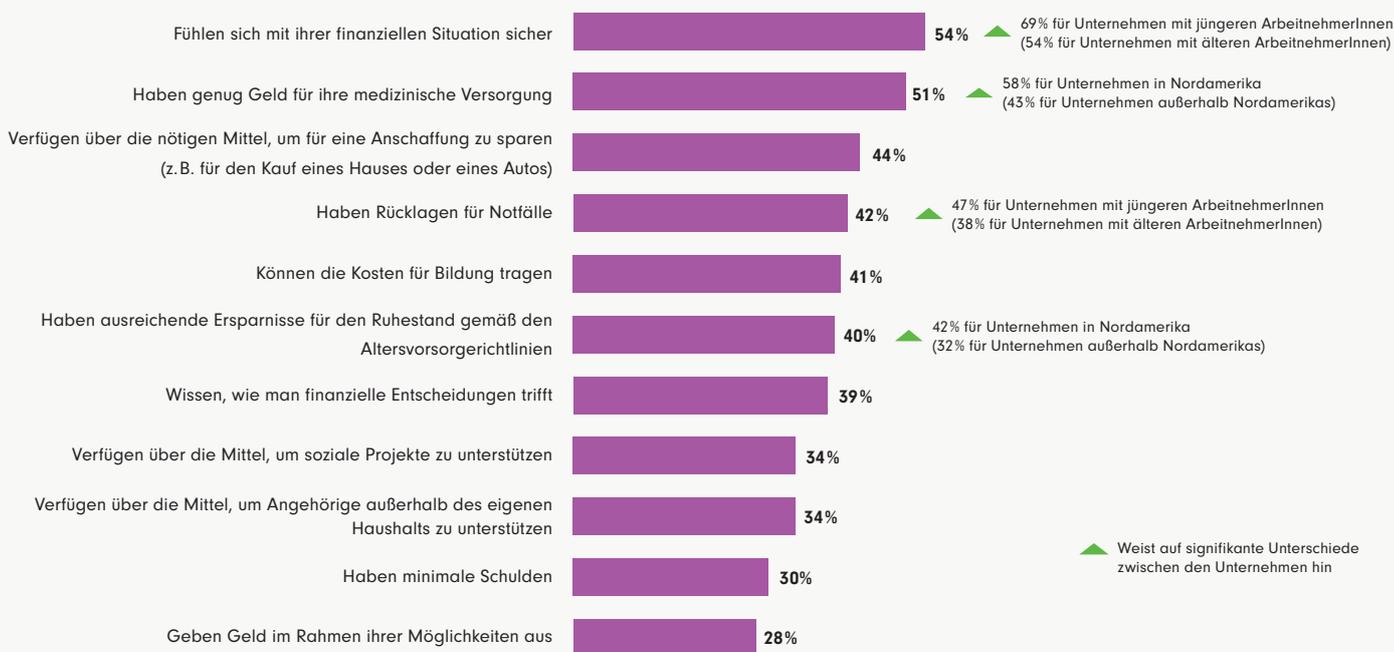
Aus unserer Umfrage geht hervor, dass ArbeitgeberInnen, die sich stärker für das Wohlbefinden ihrer MitarbeiterInnen verantwortlich fühlen, auch selbst bessere Ergebnisse erzielen. Unternehmen, die sich sehr für das finanzielle Wohlbefinden und die mentale Gesundheit ihrer MitarbeiterInnen verantwortlich fühlen, berichten, dass ihre Beschäftigten im Durchschnitt zufriedener sind als Beschäftigte in anderen Firmen. Darüber hinaus ist die Verbleibquote bei ArbeitgeberInnen, die sich sehr für die mentale Gesundheit ihrer Beschäftigten verantwortlich fühlen, höher als bei anderen ArbeitgeberInnen.

Trotz dieser Ergebnisse fühlt sich ein Drittel der befragten Unternehmen weltweit kaum für das Wohlbefinden seiner MitarbeiterInnen verantwortlich. Viele Unternehmen scheinen keinen Zusammenhang zwischen dem Wohlbefinden ihrer

MitarbeiterInnen und ihrer Verantwortung als ArbeitgeberInnen zu sehen. Wenn sie diesbezüglich umdenken und hier eine andere Rolle einnehmen, könnten sie möglicherweise ihre personalbezogenen Prioritäten verbessern.

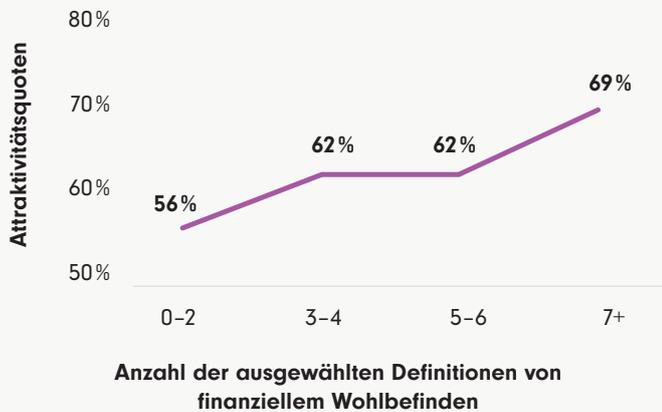
Um diesen fehlenden Zusammenhang besser zu verstehen, wollten wir wissen, was ArbeitgeberInnen unter finanziellem Wohlbefinden verstehen und wie sich diese Definition auf die Ergebnisse der Unternehmen auswirkt. Interessanterweise war die häufigste Wahrnehmung von finanziellem Wohlbefinden die eher subjektive Ansicht, dass sich die MitarbeiterInnen „mit ihrer finanziellen Situation sicher fühlen“. Einige objektivere Messgrößen, wie z. B. Ausgaben im Rahmen ihrer Möglichkeiten oder minimale Schulden, standen weiter unten auf der Liste.

ArbeitgeberInnen mit der breitesten Definition von finanziellem Wohlbefinden verzeichnen höhere Attraktivitätsquoten



Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Was versteht Ihr Unternehmen darunter, dass es den MitarbeiterInnen finanziell gut geht? Wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1.000). Die Pfeile weisen auf signifikante Unterschiede zwischen den Unternehmen hin. Keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf Firmensitz, andere Regionen, globale Reichweite, Unternehmensgröße oder Umsatz. Die Bandbreite der Definition sagt nichts über die Verbleibquoten aus.

Attraktivitätsquoten nach Bandbreite der Definition von finanziellem Wohlbefinden



Finanzielles Wohlbefinden ist weltweit eine wichtige und große Herausforderung für ArbeitgeberInnen, die einen empirisch fundierten und operativen Ansatz zur Definition und Messung von finanziellem Wohlbefinden erfordert. Weitere Informationen zu diesem Thema finden Sie unter: www.fidelity.de/financialwellness

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Was versteht Ihr Unternehmen darunter, dass es den MitarbeiterInnen finanziell gut geht? Wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus. Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1.000). Keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf Firmensitz, andere Regionen, Unternehmensgröße oder Umsatz. Das Liniendiagramm zeigt die geschätzten marginalen Mittelwerte unter Berücksichtigung der Unternehmensmerkmale.

Auswirkung der Maßnahmen –

eine breitere Auffassung von finanziellem Wohlbefinden könnte sich auf die Attraktivität der Unternehmen auswirken

Von weiterem Interesse war der Zusammenhang zwischen dem Bewusstsein der ArbeitgeberInnen für das finanzielle Wohlbefinden ihrer MitarbeiterInnen und ihrer Attraktivitätsquote. Eine enge Auffassung von finanziellem Wohlbefinden wirkte sich negativ auf die Attraktivität aus, insbesondere bei Unternehmen mit Präsenz in Nordamerika.

Im Gegensatz dazu kamen Unternehmen, die eine breitere Auffassung von finanziellem Wohlbefinden haben, insbesondere diejenigen, die sieben oder mehr Definitionen berücksichtigen, auf eine Attraktivitätsquote von 69%. Unternehmen, die finanzielles Wohlbefinden nur mit zwei oder weniger Definitionen beschreiben, hatten eine Attraktivitätsquote von 56%.

Dies lässt darauf schließen, dass ArbeitgeberInnen, die das finanzielle Wohlbefinden ihrer Beschäftigten in die Unternehmenskultur integrieren und in diesem Bereich mehr Zusatzleistungen anbieten, ihre Attraktivität für potenzielle MitarbeiterInnen steigern können.

4. Homeoffice-Regelungen überdenken – trotz schneller Anpassung bleiben Herausforderungen bestehen

Trotz der Erfahrungen, die nach über zwei Jahren mit einer weltweiten Pandemie gemacht wurden, stehen die Unternehmen bei der Gestaltung des Arbeitsumfelds immer noch vor Herausforderungen.

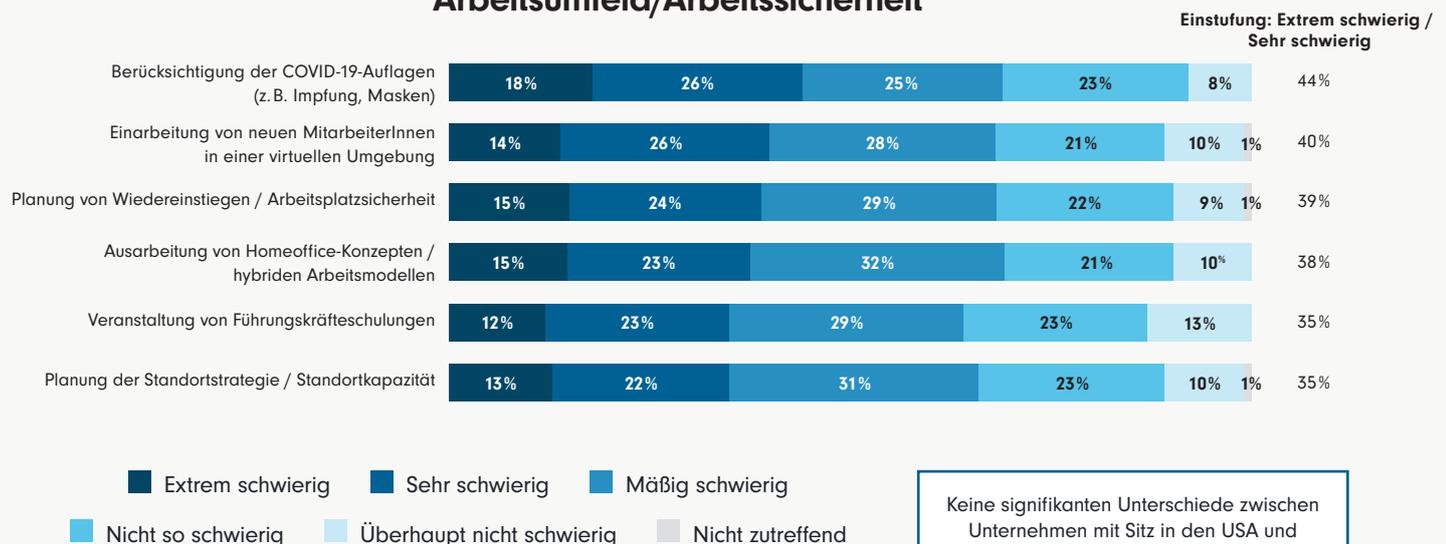
Homeoffice und hybride Arbeitsmodelle befinden sich bei vielen ArbeitgeberInnen derzeit ganz oben auf der Agenda: 46% der befragten Unternehmen gaben dies als wichtigste Priorität an. Bei den zukünftigen Prioritäten hat dieses Thema jedoch an Bedeutung verloren.

40% – gaben an, dass die Einarbeitung von neuen MitarbeiterInnen in einer virtuellen Umgebung eine ihrer größten Herausforderungen darstellt

39% – gaben an, dass die Ausarbeitung von künftigen Arbeits- und Sicherheitskonzepten extrem schwierig ist

Für ArbeitgeberInnen gibt es einen wichtigen Grund, warum das Thema Homeoffice immer mehr in den Hintergrund rückt: Manche Dinge sind in einem virtuellen Arbeitsumfeld enorm schwierig. So ist beispielsweise die Einarbeitung von neuen MitarbeiterInnen in einer virtuellen Umgebung nicht gerade einfach: 40% der Befragten gaben an, dass dies derzeit eine große oder sehr große Herausforderung darstellt. Auch die Planung von künftigen Wiedereinstiegen und Arbeitsplatzsicherheit sowie die Ausarbeitung von Homeoffice-Konzepten und hybriden Arbeitsmodellen stufen 39% bzw. 37% der Befragten als extrem/sehr schwierig ein.

Herausforderungen im Bereich Arbeitsumfeld/Arbeitssicherheit

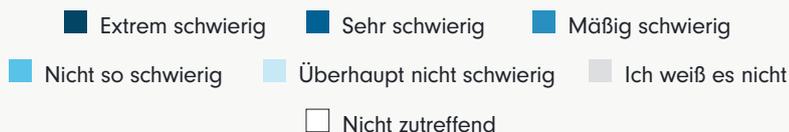
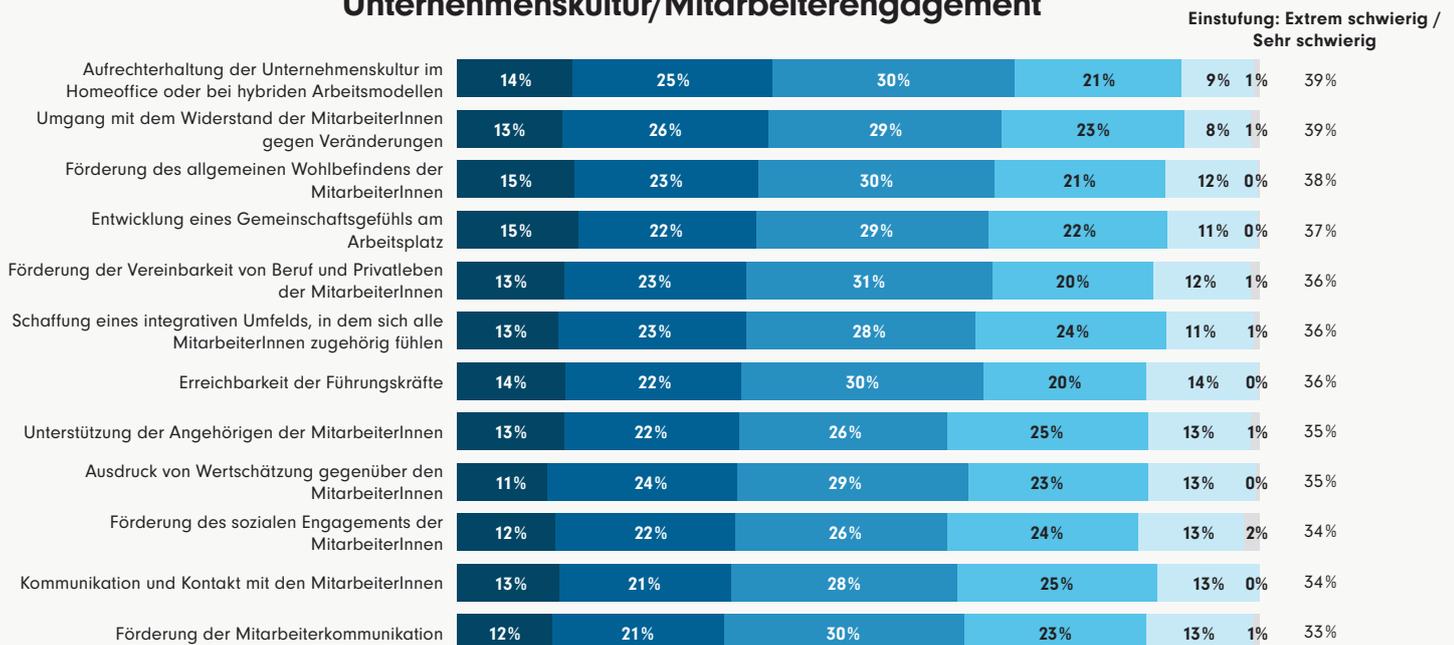


Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Inwieweit ist es für Ihr Unternehmen im derzeitigen Arbeitsumfeld eine Herausforderung, die folgenden Punkte zu erfüllen? Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1.000). HINWEIS: Aufgrund von Rundungen kann es sein, dass die Gesamtsumme der Prozentsätze nicht 100% ergibt.

Homeoffice ist eine große Belastung für die Arbeitsplatzkultur

Eine weitere Herausforderung des virtuellen Arbeitens besteht darin, die Unternehmenskultur im Homeoffice aufrechtzuerhalten und auf den Widerstand mancher MitarbeiterInnen zu reagieren. Dies galt für alle Unternehmen unabhängig von ihrem Firmensitz.

Herausforderungen im Bereich Unternehmenskultur/Mitarbeiterengagement



Keine signifikanten Unterschiede zwischen Unternehmen mit Sitz in den USA und außerhalb der USA (außer, dass die Förderung der Mitarbeiterkommunikation für US-Unternehmen ein geringeres Problem darstellt)

Quelle: Globale Arbeitgeberumfrage von Fidelity 2022. Den TeilnehmerInnen wurde folgende Frage gestellt: Inwieweit ist es für Ihr Unternehmen eine Herausforderung, im Hinblick auf die Arbeitsplatzkultur die folgenden Punkte zu erfüllen? Ausgangsbasis: Gesamtzahl der Befragten (1.000). HINWEIS: Aufgrund von Rundungen kann es sein, dass die Gesamtsumme der Prozentsätze nicht 100% ergibt.

Auswirkung der Maßnahmen – Flexibilität kann die Mitarbeiterbindung verbessern

In Bezug auf die Maßnahmen, die sich auf die Mitarbeiterbindung auswirken, gaben 41% der US-amerikanischen Unternehmen und 44% der nicht amerikanischen Unternehmen an, dass sie Maßnahmen zur Verbesserung der Flexibilität ergriffen haben, um die Mitarbeiterbindung zu erhöhen. Dies scheint sich zu lohnen: In den USA bestätigten 63% der Befragten, dass sich diese Maßnahme positiv auf die Mitarbeiterbindung ausgewirkt hat.

Ähnlich wie bei der von [Fidelity durchgeführten globalen Umfrage zur Stimmung unter ArbeitnehmerInnen](#) im Jahr 2021 wünschen sich 38% der Beschäftigten von ihrem ArbeitgeberInnen flexible Arbeitsbedingungen und 33% Unterstützung bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Diese Flexibilität kann unter anderem Homeoffice-Regelungen sowie flexible Arbeitszeiten und Bonusprogramme beinhalten.

Auswirkungen der gesetzten Prioritäten und der ergriffenen Maßnahmen auf die Unternehmensergebnisse

Die Arbeitswelt unterliegt einem stetigen Wandel. Deshalb müssen multinationale Unternehmen genau überprüfen, welche Akzente sie setzen wollen. Gemäß unserer Studie messen die UmfrageteilnehmerInnen einigen Bereichen – wie Arbeitsplatzkultur, finanziellem Wohlbefinden der MitarbeiterInnen und personeller Vielfalt – eine relativ geringe Priorität bei, da sie ihrer Meinung nach besser abschneiden, wenn sie sich auf kurzfristige Maßnahmen konzentrieren. Dennoch tun ArbeitgeberInnen gut daran, in grundlegende Themen bezüglich Arbeitsplatzkultur und Personal zu investieren und die wirkungsvollsten Maßnahmen zur Erzielung kurz-, mittel- und langfristiger Ergebnisse zu ermitteln.

Kernthemen, die die Attraktivität der ArbeitgeberInnen erhöhen

Unsere Untersuchungen zeigen, dass ArbeitgeberInnen, die in bestimmte Kernthemen investieren, positive Ergebnisse erzielen.

Themen	Auswirkung	Gründe
Kultur/Vielfalt und Inklusion	Positive Auswirkungen auf die Attraktivität als ArbeitgeberInnen	Diese Prioritäten können bei potenziellen MitarbeiterInnen, vor allem solchen, die eine Angleichung an ihre Wertvorstellungen wünschen, positiv wirken
Personal	Positive Auswirkungen auf die Mitarbeiterbindung	Diese Prioritäten sind eine Investition in die Belegschaft und können das Vertrauen in den ArbeitgeberInnen stärken

Maßnahmen für eine erfolgreiche Mitarbeitergewinnung und -bindung

Unternehmen können die Fluktuation eindämmen, indem sie ihr Wertversprechen an die MitarbeiterInnen verbessern und deren Werte vertreten. ArbeitgeberInnen, die als attraktiver gelten als ihre Mitbewerber, bieten bessere Zusatzleistungen, die

ihre Attraktivität nachweislich steigern; sie ergreifen besondere Maßnahmen für eine gerechtere und integrativere Kultur, haben ein breiteres Verständnis von finanziellem Wohlbefinden und übernehmen Verantwortung für die mentale Gesundheit ihrer MitarbeiterInnen.

Wichtige Maßnahmen für die erfolgreiche Rekrutierung und Bindung von MitarbeiterInnen

ArbeitgeberInnen können die Fluktuation der Beschäftigten durch gezielte Maßnahmen, die sich an den Werten der MitarbeiterInnen orientieren, eindämmen.

Werte	Merkmale von ArbeitgeberInnen, die bei der Rekrutierung erfolgreich sind:	Merkmale von ArbeitgeberInnen, denen es gelingt, ihre MitarbeiterInnen zu halten:
Förderung von Vielfalt und Inklusion	Sie haben ein Team und/oder eine Führungskraft, das/die für Vielfalt und Inklusion verantwortlich ist	Sie haben ein Team und/oder eine Führungskraft, das/die für Vielfalt und Inklusion verantwortlich ist
Angebot von Zusatzleistungen, die für die MitarbeiterInnen relevant sind	Sie zahlen höhere Gehälter (gilt für ArbeitgeberInnen in den USA)	Sie bieten bessere Zusatzleistungen, die ihre Attraktivität nachweislich steigern: Flexibilität, Freizeit, Gesundheitsversorgung (gilt für ArbeitgeberInnen in den USA) und Versicherungen (weltweit)
Stärkung des Wohlbefindens der MitarbeiterInnen	Sie haben eine breitere Vorstellung davon, was es bedeutet, „finanziell gut dazustehen“	Sie fühlen sich stärker für die mentale Gesundheit ihrer MitarbeiterInnen verantwortlich

Bei jedem Unternehmen gibt es besondere Hürden, die auf Faktoren wie dem Sitz der Firmenzentrale, der regionalen Präsenz, der Infrastruktur und der Zusammensetzung der Belegschaft beruhen. Ein einheitlicher Rahmen kann ArbeitgeberInnen helfen, diese Komplexität zu verstehen und Maßnahmen zu identifizieren, die je nach Unternehmenszielen in Betracht kommen.

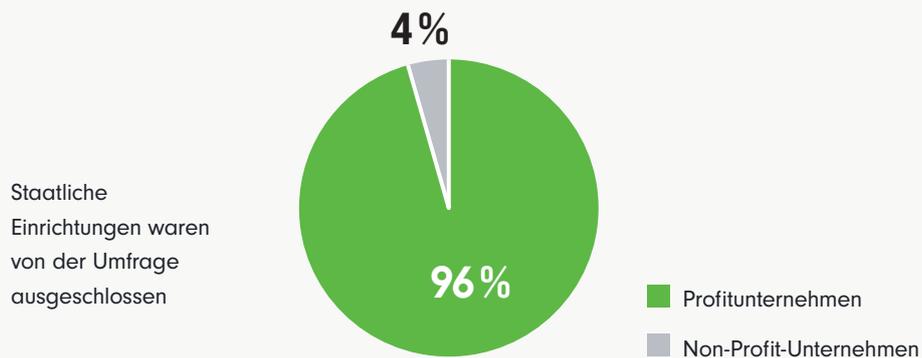
Fidelity legt ArbeitgeberInnen nahe, dieses Rahmenwerk als Orientierungshilfe zu betrachten, um ihre Ziele und Prioritäten in den Bereichen Kultur/Vielfalt und Inklusion, Personal,

Arbeitsumfeld sowie Vergütung und Zusatzleistungen zu bewerten. Anhand dieses Rahmenwerks können sie die Ganzheitlichkeit und wechselseitige Abhängigkeit der wichtigsten Prioritäten innerhalb dieser Themen erkennen und abschätzen, wie sich gewisse Maßnahmen auf die Unternehmensergebnisse und die Erfahrung der MitarbeiterInnen auswirken.

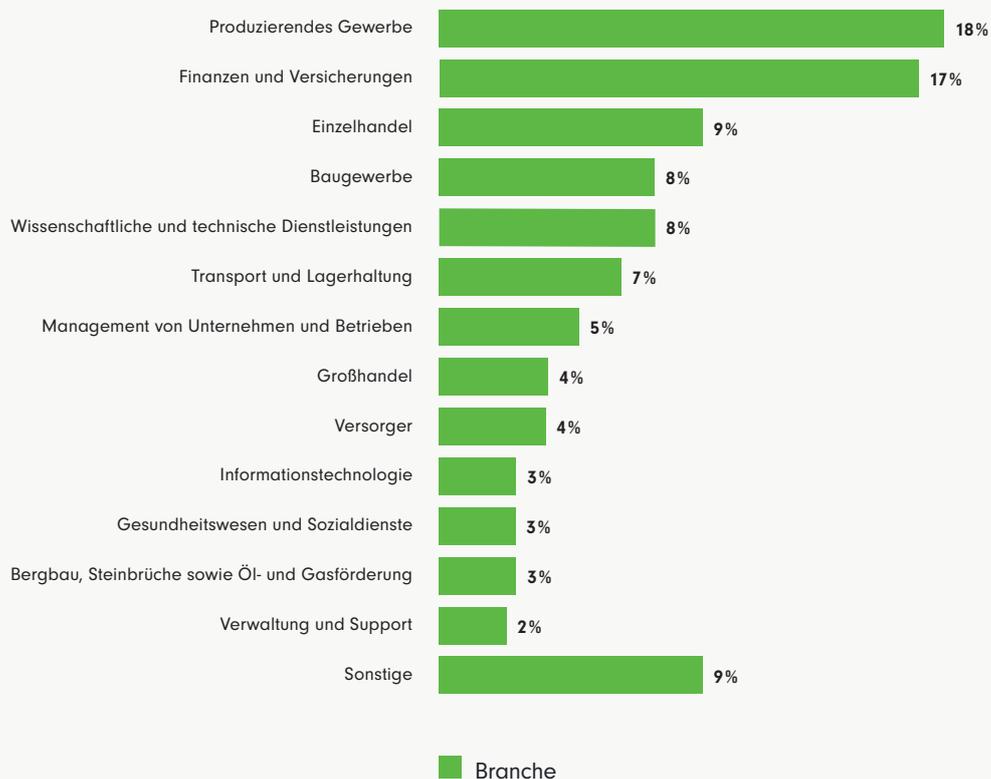
Weitere Studien von Fidelity im Hinblick auf Arbeitnehmerstimmung, finanzielles Wohlbefinden und Altersvorsorge finden Sie unter: www.fidelity.de/vorsorge, www.fidelity.de/financialwellness und www.fidelity.de/stimmungsumfrage

Merkmale der Unternehmen

Unternehmensart

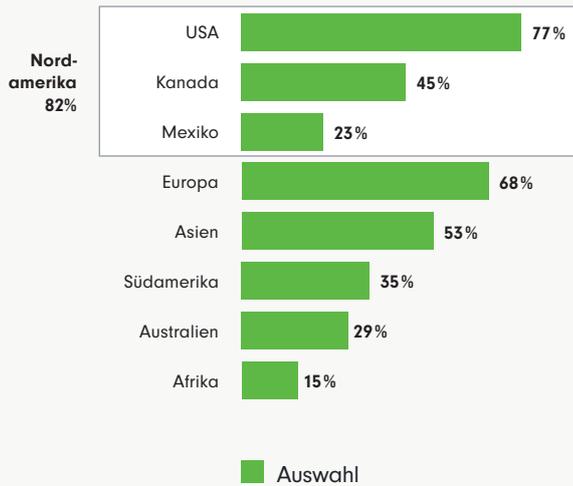


Branche

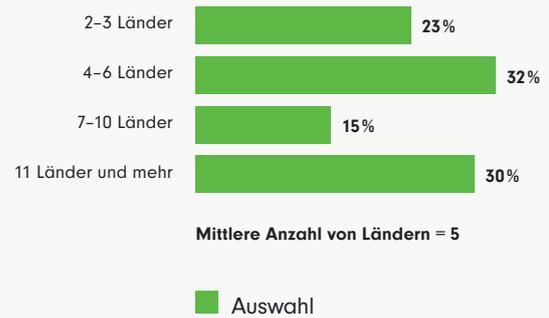


Regionale Merkmale

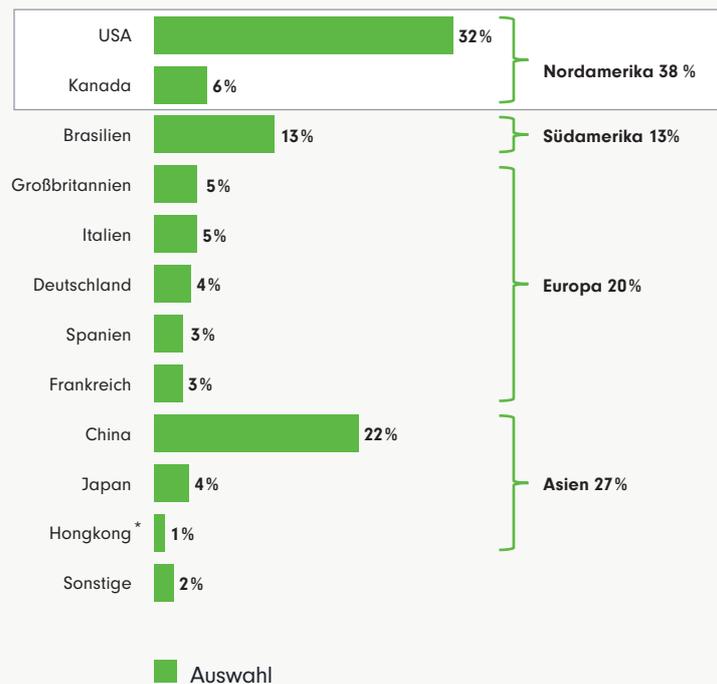
Regionale Präsenz



Anzahl an Ländern



Land/Region der Firmenzentrale

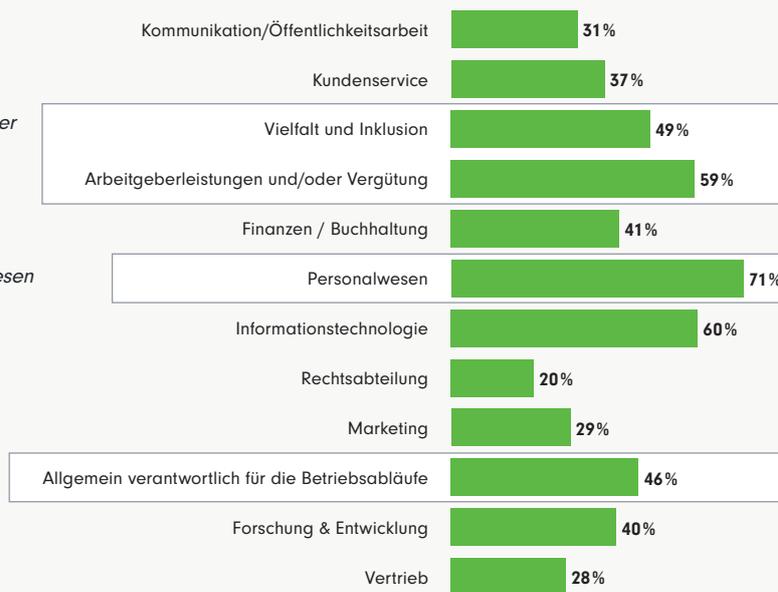


* Die Sonderverwaltungszone Hongkong (Hong Kong Special Administrative Region = HKSAR) als Teil Chinas wird in dieser Übersicht als Hongkong (HK) bezeichnet.

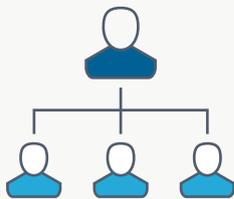
Merkmale der UmfrageteilnehmerInnen

Rolle/Verantwortlichkeiten

Die Befragten konnten mehrere Funktionen bzw. Zuständigkeiten haben. Voraussetzung für die Teilnahme an der Umfrage war jedoch die Verantwortung für die Bereiche Vielfalt und Inklusion, Zusatzleistungen und Vergütung, Personalwesen oder allgemeine Betriebsabläufe.



Rolle im Unternehmen



Leitende Angestellte / Führungskräfte (z. B. Geschäftsführer) – 77 %
 Mittleres Management – 20 %
 Operativ / Spezialist – 3 %

Entscheidungsbefugnis



Alleinige Entscheidungsträger/
 Leitungsfunktion – 73 %
 Gemeinsame Entscheidungsträger – 27 %

Zuständigkeitsbereich



Verantwortlich für mehrere Länder – 48 %
 Verantwortlich für alle oder nahezu alle Länder – 52 %

Wichtige Informationen

Diese Informationen dienen der Aufklärung und sind nicht auf die Bedürfnisse eines bestimmten Unternehmens zugeschnitten.

Ziele der Umfrage

Die erste Umfrage zur globalen Arbeitgeberstimmung von Fidelity hatte die folgenden Zielsetzungen:

- Erfassung der aktuellen Stimmung und des erwarteten Bedarfs von multinationalen Unternehmen
- Verständnis darüber, wie sich Maßnahmen in den vier Kernbereichen (Kultur/Vielfalt und Inklusion, Personal, Arbeitsumfeld sowie Vergütung und Zusatzleistungen) auf die Erfahrungen der MitarbeiterInnen in den Hauptniederlassungen und den regionalen Niederlassungen auf der ganzen Welt auswirken
- Ermittlung von Richtwerten für die besten Methoden in diesen vier Kernbereichen in den verschiedenen Regionen

Teilnahmekriterien

Befragt wurden 1.000 Führungskräfte von US-amerikanischen und nicht amerikanischen multinationalen Unternehmen, die:

- weltweit mindestens 1.000 MitarbeiterInnen beschäftigen
- in mindestens zwei Ländern/Regionen UND auf mindestens zwei Kontinenten vertreten sind
- entweder Profit- oder Non-Profit-Unternehmen sind (staatliche Einrichtungen waren von der Umfrage ausgeschlossen)

Die UmfrageteilnehmerInnen:

- waren EntscheidungsträgerInnen mit Zuständigkeiten in mindestens einem der folgenden Bereiche: Personalwesen, Vielfalt und Inklusion, Vergütung und Zusatzleistungen, allgemeine Betriebsabläufe
- hatten ihren Sitz in den USA, Kanada, Brasilien, Frankreich, Deutschland, Italien, Spanien, Großbritannien, China, Hongkong oder Japan
- führten Titel wie President, CEO, Global Head of Diversity & Inclusion, Global Head of Compensation & Benefits usw.

Ablauf der Umfrage

Die Umfrage wurde von Dynata durchgeführt, einem externen Marktforschungsunternehmen, das gemeinsam mit seinen Partneranbietern auf ein globales Marktforschungspanel zurückgreift.

- Erhebung der Daten vom 14. Dezember 2021 bis 12. Januar 2022
- Online-Fragebogen, der per Computer, Tablet oder Smartphone ausgefüllt werden konnte

Über Fidelity

Fidelity steht für Fidelity International und Fidelity Investments oder beide. Fidelity International und Fidelity Investments sind getrennte Unternehmen, die über ihre Tochtergesellschaften und verbundenen Unternehmen in verschiedenen Gerichtsbarkeiten tätig sind. Alle Markenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

Herausgegeben von:
FIL Finance Services GmbH und FIL Investment Services
GmbH, Kastanienhöhe 1, 61476 Kronberg im Taunus.
Stand: Juli 2022. MK14283.

Fidelity, Fidelity International, das Logo
FidelityInternational und das F-Symbol sind
Markenzeichen von FIL Limited.

