

## Presseinformation

### **Weltweit letzter Platz: 82 Prozent der deutschen Bewerber haben keine Ahnung, was Unternehmen ihnen bieten**

- Löhne sind hierzulande immer noch ein Tabuthema
- Deutsche nur beim Thema Unternehmensmarke vorn
- Studie unter 14.000 Arbeitnehmern weltweit

**Eschborn, 27. April 2017 – Bewerber auf der ganzen Welt haben immer bessere Vorstellungen von Unternehmen, bei denen sie sich bewerben. Nur die Deutschen nicht – zumindest, was Bezahlung und Sonderleistungen potenzieller Arbeitgeber betrifft. Lediglich 18 Prozent der Befragten zwischen Flensburg und Füssen wissen, welche Arbeitnehmervorteile sie neben der normalen Vergütung bei einer neuen Firma erwarten. Damit belegt Deutschland weltweit den letzten Platz unter 19 Ländern mit bedeutenden Arbeitsmärkten.**

**+++ Eine Infografik und detaillierte Studienergebnisse finden Sie über diesen [Link](#) +++**

Ähnlich schlecht sieht es mit dem Wissen um Extras nur in Schweden (24 Prozent), Spanien (25 Prozent) und den Niederlanden aus (27 Prozent). Gut informiert zeigt sich hingegen die Mehrheit der Arbeitnehmer in Südamerikas größter Volkswirtschaft Brasilien (58 Prozent), im aufstrebenden Peru (58 Prozent) und in China (55 Prozent). Der globale Durchschnitt liegt hier bei 41 Prozent. Zu diesen Ergebnissen kommt die repräsentative Studie „Global Candidate Preferences“ von ManpowerGroup Solutions, für die weltweit fast 14.000 Arbeitnehmer im Alter zwischen 18 und 65 Jahren befragt wurden.

### **„Wenige Deutsche wissen etwas über die Bezahlung“**

Für 59 Prozent der Bewerber auf der ganzen Welt ist die Bezahlung der Hauptfaktor, sich bei einem Unternehmen zu bewerben. Doch in Deutschland sind Informationen darüber nur schwer zu bekommen. Lediglich 36 Prozent der befragten Arbeitnehmer hierzulande geben an, über die in einer Firma gezahlten Löhne Bescheid zu wissen. „Das Thema Vergütung ist in Deutschland traditionell schwierig“, sagt Herwarth Brune, Vorsitzender der Geschäftsführung der ManpowerGroup Deutschland. „Man spricht eigentlich nicht über das Gehalt. Dadurch wissen auch nur wenige Deutsche etwas über die Bezahlung in Unternehmen, bei denen sie sich bewerben.“

## Presseinformation

Mit diesem Wert liegen die Deutschen im globalen Maßstab im unteren Mittelfeld. Der weltweite Durchschnittswert beträgt 44 Prozent. Am unteren Ende der Rangliste stehen Norweger (17 Prozent), Schweden (19 Prozent) und Briten (28 Prozent). Dahingegen haben 81 Prozent der Chinesen, 73 Prozent der Japaner und 59 Prozent der Mexikaner viele Informationen über das Gehaltsgefüge eines Unternehmens, bevor sie sich dort bewerben. Sie bilden damit die Top drei.

### **Bewerber interessieren sich nicht nur für das Gehalt**

Doch ist das Gehalt nicht das Einzige, mit dem Unternehmen punkten können. Positiv bewerten Arbeitnehmer auch die Entfaltungs- und Entwicklungsmöglichkeiten bei einem neuen Arbeitgeber. Im globalen Durchschnitt ist die Art der Tätigkeit für 53 Prozent der Bewerber wichtig. Die Aufstiegsmöglichkeiten, die eine Firma bietet, beeinflussen 39 Prozent der Befragten in ihrer Entscheidung vor und während des Bewerbungsprozesses. 38 Prozent der Studienteilnehmer entscheiden sich anhand von Unternehmensleistungen wie zum Beispiel einer Fahrkarte für den Nahverkehr oder einer zusätzlichen Altersversorgung. Auch die Möglichkeit, die Arbeitszeit flexibel einzuteilen, ist für 38 Prozent von Bedeutung.

Einen Trend, wie man in Deutschland bei dieser anspruchsvollen und gut informierten Generation der Arbeitnehmer für sich als Unternehmen werben kann, sieht Silke Meyer, Director Operations bei ManpowerGroup Solutions. „Viele Unternehmen in Deutschland fangen an, mit Stellenbeschreibungen per Video zu experimentieren“, sagt sie. „Ein Beispiel dafür sind etwa Youtube-Kanäle, auf denen Mitarbeiter den ausgeschriebenen Job vorstellen und Bewerbern die Möglichkeit geben, den möglichen Arbeitsplatz zu sehen. Das ist eine tolle Art, die Unternehmenskultur zu transportieren. Die Menschen bekommen dadurch ein Gefühl für die Firma“, sagt Meyer.

### **Deutsche wissen viel über Marke**

Für die Marke eines Unternehmens haben die Deutschen mehr als nur ein Gefühl, nämlich handfeste Informationen. 34 Prozent der Bewerber haben Informationen über den Ruf einer Firma, bevor sie ihren Lebenslauf abschicken. Mit ihrem Wissen landen die Deutschen damit in der weltweiten Spitzengruppe auf Platz 5. Besser informierte Bewerber finden sich nur in China (44 Prozent), Norwegen (40 Prozent), Indien (37 Prozent) und Schweden (35 Prozent). Der weltweite Durchschnitt liegt bei 28 Prozent.

# Presseinformation

## Hintergrundinformation

### Über die Studie

Die Studie „Global Candidate Preferences“ basiert auf den Antworten von fast 14.000 Arbeitnehmern zwischen 18 und 65 Jahren aus 19 Ländern weltweit. Die Studie wurde im Auftrag von ManpowerGroup Solutions im vierten Quartal 2016 durchgeführt.

Eine Infografik und den Bericht mit detaillierten Studienergebnissen erhalten Sie unter <https://www.manpowergroupsolutions.de/neuigkeiten/studien-und-research/candidate-preferences>

## Über die ManpowerGroup

Die ManpowerGroup ist weltweit führend in der Bereitstellung innovativer Lösungen und Dienstleistungen, mit denen Unternehmen in der sich verändernden Welt der Arbeit erfolgreich sein können. Mit mehr als 27.000 Mitarbeitern zählt die ManpowerGroup zu den drei größten Personaldienstleistern in Deutschland. Unter dem Dach der Unternehmensgruppe agieren an bundesweit 360 Standorten die Gesellschaften Manpower, Stegmann, Experis, ManpowerGroup Solutions, Proservia, Right Management sowie spezialisierte Einzelmarken.

Mehr Informationen erhalten Sie unter <http://www.manpowergroup.de>.

---

### Unternehmenskontakt ManpowerGroup:

Manpower GmbH & Co. KG  
Personaldienstleistungen  
Sonja Christ-Brendemühl  
Düsseldorfer Straße 9  
65760 Eschborn  
Tel.: +49 69 153 03-100  
E-Mail: [sonja.christ@manpowergroup.de](mailto:sonja.christ@manpowergroup.de)

### Pressekontakt:

Faktenkontor GmbH  
Lars Reppesgaard  
Ludwig-Erhard-Straße 37  
20459 Hamburg  
Tel.: +49 40 253 185-127  
E-Mail: [lars.reppesgaard@faktenkontor.de](mailto:lars.reppesgaard@faktenkontor.de)