hokify FACHKRÄFTE REPORT 2022

Fachkräftemangel & demographischer Wandel erklärt.
Eine Arbeitsmarktanalyse für Deutschland & Österreich.

© hokify GmbH, Wien Dezember 2022

01 Introduction
Executive Summary hokify

02 Definitions
Demographischer Wandel & Fachkräftemangel

03 Stellenmarkt
Great Resignation, Stellenentwicklung & Branchenfokus

04 Ausbildungsmarkt
Status Quo & Arbeitgeberattraktivität

05 Handlungsempfehlungen
Generation Z, Employer Branding & Stelleninserat

06 Ausblick & Fazit
Das bringt 2023

hokify Fachkräfte Report 2022. Executive Summary.

Im Jahr 2022 ist Vieles passiert, das noch vor wenigen Jahren undenkbar war. Die Auswirkungen der Covid-Pandemie begleiten uns weiterhin täglich, mitten in Europa herrscht wieder Krieg und die Energiekosten sind in den letzten Monaten unverhältnismäßig gestiegen. Getrieben von all diesen Faktoren erlebt Europa ein Inflationsniveau wie seit Langem nicht mehr. Auf dem Arbeitsmarkt herrscht ein Höchststand an offenen Positionen - sowohl in Deutschland als auch in Österreich. Die Arbeitslosenzahlen sind auf Rekordtief.

Die Wirtschaft schwankt zwischen Wachstum und Angst vor einer Rezession. Die einzige Konstante: Unsicherheit. Am Arbeitsmarkt sind derzeit deutliche Umbrüche zu beobachten, die Schlagworte “Fachkräftemangel” und "Demographischer Wandel” fallen in den Personalabteilungen regelmäßig. Was sie bedeuten, wissen Recruiter:innen und Unternehmer:innen nur allzu gut: weniger Bewerbungen, weniger qualifizierte Kandidat:innen und immer mehr unbesetzte Stellen im Unternehmen.

hokify ist als Job-Plattform, die sich besonders mit der Gruppe der qualifizierten Fachkräfte beschäftigt, interessiert daran, Veränderungen und große Trends am Arbeits- & *Blue-collar* Markt zu erkennen und zu analysieren. Auf den folgenden Seiten werden der Begriff “Fachkräftemangel” und die treibenden Faktoren dahinter kritisch diskutiert. Außerdem werden Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt beleuchtet, mit dem Ziel, Ihnen konkrete Handlungsempfehlungen für 2023 zu präsentieren.

Demographischer Wandel: erklärt!

Die Zusammensetzung der Bevölkerung verändert sich. In den letzten Jahrzehnten lassen sich große Veränderungen in der Bevölkerung erkennen, die wesentlichen Einfluss auf den Arbeitsmarkt haben. Während die geburtenstarken Generationen immer älter werden und damit ihr Anteil an der Gesamtbevölkerung steigt, sinkt der Anteil der jungen Generationen.

Niedrige Fertilität	Sowohl **zunehmende Kinderlosigkeit** als auch die **sinkende Kinderzahl pro Frau** tragen dazu bei, dass **weniger junge Menschen auf den Arbeitsmarkt** strömen. Derzeit liegt die Geburtenrate in Deutschland bei 1,58 Kindern pro Frau, in Österreich ist sie mit 1,48 Kindern pro Frau noch niedriger.
Steigende Lebenserwartung	Durch verbesserte Lebensumstände, bessere medizinische Versorgung und einen gesünderen Lebensstil **steigt die Lebenserwartung an.** Lag sie für Männer in Deutschland im Jahr 1970 noch bei 67,2 Jahren, betrug sie im Jahr 2020 87,5 Jahren. Die Lebenserwartung für Frauen in Deutschland stieg von 73,4 (1970) auf 83,4 (2020) Jahre.
Zunehmende Migration	Wie in vielen anderen westeuropäischen Ländern basiert der **Bevölkerungszuwachs in Deutschland und Österreich auf Zuwanderung.** Da vor allem jüngere Personen zuwandern, bremst dies die Überalterung leicht ab. Im Jahr 2021 hatten 27,2% der deutschen Bevölkerung Migrationshintergrund, in Österreich waren es 25,4%.

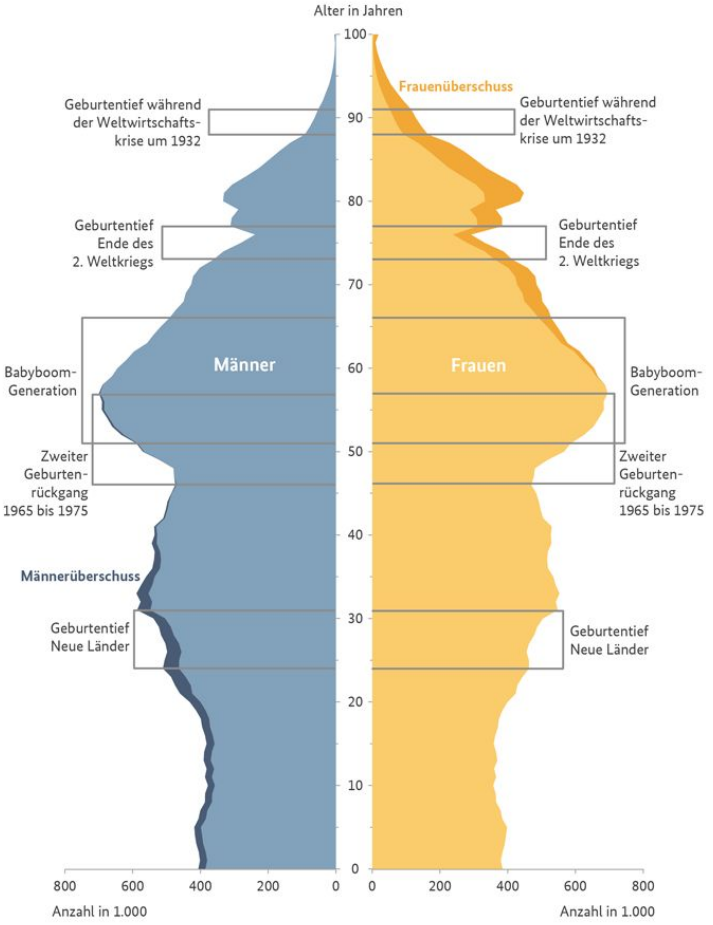
Demographischer Wandel & Arbeitsmarkt.

Umgelegt auf den Arbeitsmarkt bedeutet der demographische Wandel, **dass immer weniger junge Arbeitskräfte auf den Arbeitsmarkt nachrücken**, während eine hohe Zahl an älteren Arbeitnehmer:innen den Arbeitsmarkt in die Rente verlässt. Bei dem derzeitigen Höchststand an offenen Stellen in Deutschland und Österreich können viele Positionen nicht mehr besetzt werden.

Insgesamt hat sich der **Arbeitsmarkt zu einem Arbeitnehmer:innen-Markt entwickelt**. Wenige Kandidat:innen stehen einer Vielzahl an offenen Stellen gegenüber. Damit hat sich die Position der Arbeitnehmer:innen am Markt gestärkt. Gleichzeitig wirken diese Entwicklungen auf den Fachkräftemangel.

Fachkräftemangel bedeutet, dass **bestimmte Arbeitsstellen nicht mehr von dafür qualifizierten Arbeitnehmer:innen besetzt werden können**. Der Fachkräftemangel ist ein strukturelles Problem, das durch mehrere Faktoren beeinflusst wird: Generationen & Arbeitsleben, Urbanisierung & Landflucht, Unternehmensbekanntheit und Trend zu höheren Bildungsabschlüssen.

Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland nach demografischen Ereignissen (2021)



Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (BiB)

Datenquelle: Statistisches Bundesamt

Fachkräftemangel: Vier treibende Faktoren

Generationen & Arbeitsleben

Gute Work-Life-Balance, häufigere Jobwechsel und flache Hierarchien prägen den Arbeitsalltag der Generationen Y & Z. Durch die hohe Zahl offener Stellen am Arbeitsmarkt haben Arbeitnehmer:innen eine stärkere Position und können sich Jobs eher aussuchen.

Urbanisierung & Landflucht

Die zunehmende Urbanisierung und Landflucht verstärken den Fachkräftemangel regional. Durch den Bevölkerungsabzug bleiben viele Stellen am Land unbesetzt. Regionale Unterschiede und das Infrastruktur-Gefälle verschärfen die Situation zusätzlich.

Unternehmensbekanntheit

Im Gegensatz zu bekannten Großunternehmen & Marken sind besonders Klein- und Mittelbetriebe vom Fachkräftemangel betroffen. Sie sind als Arbeitgeber:innen weniger bekannt und müssen in Zukunft verstärkt auf Employer Branding Maßnahmen setzen.

Höhere Bildungsabschlüsse

Immer mehr junge Menschen entscheiden sich für ein Studium anstatt einer Berufsausbildung. Viele Ausbildungsstellen bleiben unbesetzt und der Anteil an Ausbildungsbetrieben sinkt. Dazu steigen die Zahlen von Schulabbrecher:innen ohne Mittelschulabschluss.

Fachkräftemangel: Sieben Lösungsansätze.

Betrieblich

Institutionell

Technologisierung
Arbeitsabläufe effizienter gestalten und Aufgaben von Menschen auslagern

Employer Branding
Aufbau einer starken Arbeitgebermarke sowie attraktive Positionierung

Active Sourcing
Aktive Mitarbeiter:innengewinnung auf Social Media & in Bewerberdatenbanken

Strategisches Recruiting
Optimierung des Recruiting-Prozesses und Bewerber:innenorientierung

Stärkung der Ausbildung
Karriereorientierung und Steigerung der Attraktivität von Ausbildungsberufen

Ausländische Fachkräfte
Vereinfachung und Anreize für die Anwerbung ausländischer Fachkräfte

Institutionelle Maßnahmen
Staatliche Förderung von Mitarbeiter:innen, Aus- & Weiterbildungen sowie schrittweise Erhöhung des Rentenalters und Gesundheitsprävention

“Der Fachkräftemangel hat den Arbeitsmarkt fest im Griff. Unternehmen müssen jetzt die richtigen Schritte setzen, um in Zukunft junge & qualifizierte Talente zu gewinnen und zu halten.”

Karl Edlbauer
Co-Founder & Geschäftsführer von hokify

Great Resignation & Quiet Quitting

Die sogenannte **“Great Resignation” ist ein Arbeitsmarkttrend, der besonders in den USA zu beobachten ist und die bisher größte gemessene Kündigungswelle** seit jeher beschreibt. Auch im DACH Raum ist dieses Phänomen zu beobachten und hat wesentlichen Einfluss auf den Arbeitsmarkt. **“Quiet Quitting” oder “stille Kündigung” bezeichnet die innere Haltung, nicht mehr für den Job zu tun, als notwendig.** Nach dem Motto “Dienst nach Vorschrift” wird der Einsatz auf ein Minimum heruntergefahren, der Job jedoch (noch) nicht gekündigt.

Great Resignation

✔ Freiwilliges Kündigen.

✔ Hintergrund: Pandemie, stagnierende Löhne, steigende Lebenskosten.

✔ Ruf nach besseren Arbeits-Bedingungen.

Quiet Quitting

✔ Unzufriedenheit im Job & am Arbeitsplatz.

✔ Hinweis auf Schieflage im Arbeitsklima.

✔ Hohe Wechselbereitschaft bei Mitarbeiter:innen.

+6%
Kündigungen i.V.m. Covid Pandemie in DE

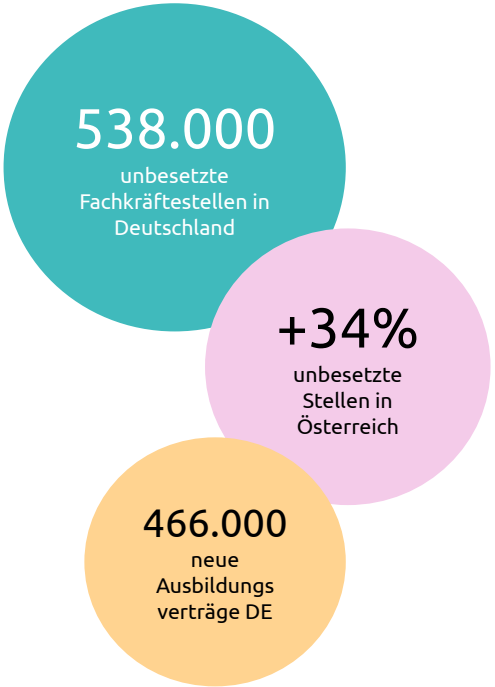
Stellenentwicklung: *Blue-Collar* Bereich.

Im **September 2022 waren 873.000 Stellen am deutschen Arbeitsmarkt unbesetzt**. Die sogenannte "Fachkräfte-Lücke" lag in Deutschland im 12-Monats-Durchschnitt Juli 2021 - Juli 2022 bei rund 538.000 Stellen. Die meisten offenen Stellen finden sich in den Bereichen Verkehr & Logistik (72.000), Verkauf (68.000) und Medizinische Gesundheitsberufe (55.000).

Die Anzahl an Ausbildungsstellen liegt nach wie vor nicht auf Vorkrisenniveau: Im Jahr **2021 wurden rund 466.000 neue Ausbildungsverträge abgeschlossen**, eine leichte Erhöhung zum Vorjahr (463.000), jedoch deutlich unter dem Niveau von 510.000 neuen Ausbildungsverträgen pro Jahr vor der Corona-Pandemie.

In Österreich wurde im 3. Quartal des Jahres 2022 ein **neuer Höchststand von 218.000 offenen Stellen gemeldet**. Am stärksten betroffen sind dabei der Dienstleistungsbereich (130.900) und der produzierende Bereich (56.000). Es wurde insgesamt ein Zuwachs im Jahresschnitt von 34 Prozent an unbesetzten Stellen in Österreich verzeichnet.

Im Jahr **2021 begannen rund 33.200 junge Menschen eine Lehre in Österreich**. Verglichen mit dem Vorjahr ist das ein Plus von 3,9 Prozent. Auch in Österreich liegt die Zahl der Lehranfänger:innen noch leicht unter Vorkrisenniveau (33.900).



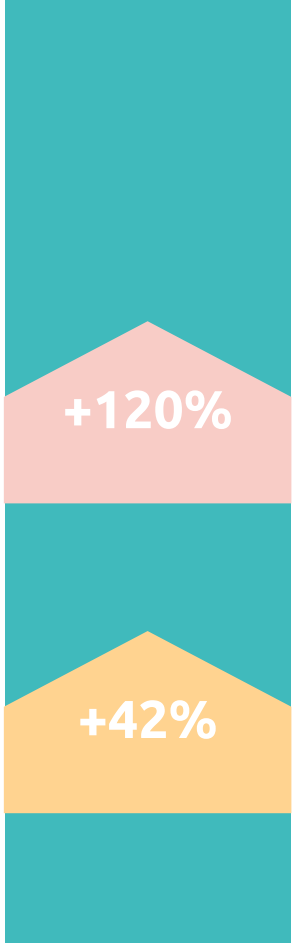
Stellenentwicklung: Branchenfokus hokify.

Die Logistikbranche in Deutschland ist vom Fachkräftemangel besonders betroffen. Das zeigt sich auch in der Zahl der veröffentlichten Stellen der Job-Plattform hokify: Im Bereich **Lager und Logistik hat sich im Zeitraum Juli 2021 bis Juli 2022 die Anzahl der veröffentlichten Stellen mehr als verdoppelt** (+120%).

Ein Grund dafür ist der boomende Versand- und Onlinehandel. Durch erhöhtes Liefer- und Versandaufkommen ist der Bedarf an Fachkräften in der Branche deutlich gestiegen. Die Arbeitsbedingungen und vergleichsweise niedrigen Gehälter hindern Kandidat:innen an einem Wechsel in die Branche.

Auch in Österreich zeigt sich ein Zuwachs an unbesetzten Stellen über alle Branchen hinweg: Besonders betroffen ist die Gastronomie. Im ersten Halbjahr 2022 stieg die durchschnittliche Anzahl der monatlich ausgeschriebenen Stellen um rund 42% verglichen zum ersten Halbjahr 2021.

Der Zuwachs an offenen Stellen in der Gastronomie ist einerseits bedingt durch die Nachwirkungen der Corona-Krise: In der lang anhaltenden Unsicherheit haben viele Fachkräfte die Branche verlassen. Andererseits fehlt der Nachwuchs: junge Menschen entscheiden sich immer seltener für eine Ausbildung im Gastronomiebereich.



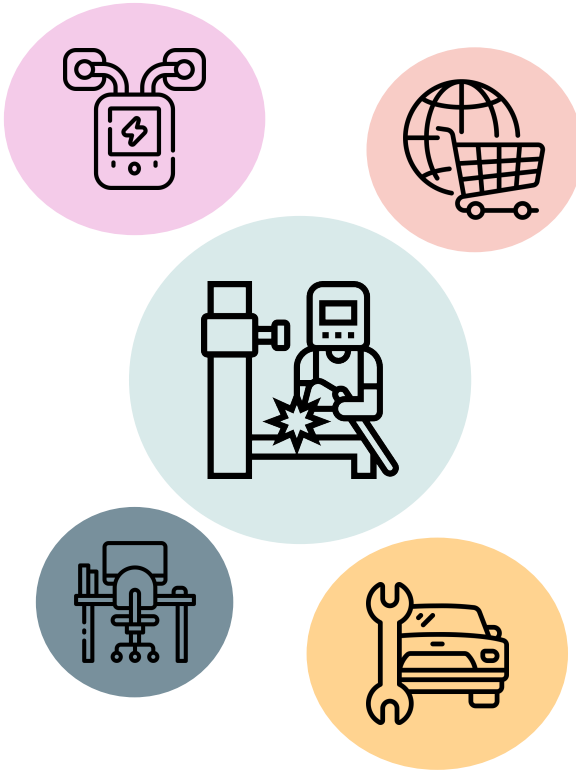
Ausbildung & Lehre: Status quo.

Ausbildungsberufe kämpfen nicht erst in den letzten Jahren mit einem schlechten Image. Der **Trend zu höheren Bildungsabschlüssen und die unsichere Lage am Arbeitsmarkt während der Corona-Pandemie** haben dazu geführt, dass weniger Kandidat:innen eine Ausbildung beginnen und immer weniger Betriebe Azubis & Lehrlinge ausbilden. Das wirkt auf den Fachkräftemangel.

Ein Großteil der Ausbildungs- & Lehrberufe ist in technisch-produzierenden Branchen verankert. In dieser Wirtschaftssparte herrscht ein deutlicher Überhang an männlichen Bewerbern. Auf der anderen Seite findet sich besonders im Handel & Büro ein Überhang an weiblichen Bewerberinnen. **Insgesamt sind trotzdem rund ⅔ aller Auszubildenden im DACH Raum männlich**.

Dazu **konzentriert sich ein Großteil aller Auszubildenden & Lehrlinge auf wenige beliebte Ausbildungsberufe**. In Österreich gibt es knapp 200 verschiedene Lehrberufe, jedoch starten in den zehn beliebtesten Lehrberufen rund 80 Prozent der Auszubildenden.

Zu den beliebtesten Ausbildungs- & Lehrberufen in Deutschland und Österreich zählen: Metalltechnik, Elektrotechnik, Kraftfahrzeugtechnik, Einzelhandel und Büro.



Arbeitgeberattraktivität: Schwerpunkt Generation Z.

Die Generation Z, geboren zwischen 1997 und 2012, hat andere Erwartungen, Wünsche und Bedürfnisse an Arbeitgeber:innen als ihre Vorgängergenerationen. Unter anderem sind für Angehörige der Gen Z **Flexibilität, eine Tätigkeit mit gesellschaftlichem Mehrwert und gute Work-Life-Balance** wichtig.

Junge Talente legen Wert auf eine bestimmte Unternehmenskultur: **Kommunikation auf Augenhöhe, wertschätzender Umgang und ein diverses Team**. Daneben eine offene Fehler- und Konfliktkultur sowie keine Ellbogen-Mentalität zwischen Kolleg:innen. Auch Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility spielen eine Rolle bei der Arbeitgeber:innenwahl.

Ein attraktives Gehalt und ein hohes **Einkommen in den darauffolgenden Jahren sowie vielfältige Arbeitsaufgaben** sind die drei obersten Prioritäten von jungen Kandidat:innen. Sie erwarten 2022 rund sechs Prozent mehr Gehalt als noch im Vorjahr. Auch flexible Arbeitsbedingungen und die Möglichkeit, remote zu arbeiten, werden immer wichtiger.

Beim Blick auf die Attraktivität einzelner Branchen zeigt sich deutlich, dass vo**r allem Verwaltung und elektrotechnische Berufe bei der Gen Z beliebt sind**. Im Gegensatz dazu sind die Gastronomie und die Baubranche eher unbeliebt bei der jungen Generation. Eine vergleichsweise schlechte Bezahlung, ungeregelte Arbeitszeiten und die saisonale Komponente machen Jobs in diesen Branchen unattraktiv. Die offensichtliche Unsicherheit durch die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass sich viele Mitglieder der Gen Z in andere Richtungen orientiert haben.

Handlungsempfehlung: Generation Z erreichen?!

Als Digital Natives verbringen die Mitglieder der Gen Z mehrere Stunden am Tag auf Social Media & am Smartphone. **Die beliebtesten Plattformen sind vorrangig Instagram und TikTok**, aber auch Youtube und Linkedin. Die Präsenz eines Unternehmens auf Instagram ist der Generation besonders wichtig. Sie informieren sich hier aktiv über potenzielle Arbeitgeber:innen und suchen gezielt nach Informationen zum Arbeitsalltag, Wertegerüst und Kultur des Unternehmens. Klassische TV-Präsenz von Unternehmen ist der Generation Z hingegen nicht wichtig. *

Eine attraktive und gut gepflegte Online-Präsenz auf den oben genannten Kanälen und **eine strategische Positionierung als attraktive:r Arbeitgeber:in ist der erste Schritt, um die Generation Z zu erreichen**. Zusätzlich zu organischen (also "unbezahlten") Aktivitäten, sind auch Social Media Ads mit gezieltem Targeting eine effiziente Option.

Doch auch **online Job-Plattformen, wie hokify, spielen eine zentrale Rolle** bei der Jobsuche dieser Jahrgänge: Stellenausschreibungen müssen klar formuliert sein, Diversity widerspiegeln und die Unternehmenswerte müssen sichtbar sein, um Mitglieder der Gen Z anzusprechen.

Wichtig ist es dabei, stets die **Sprache und Werte der Zielgruppe zu berücksichtigen**. Je nach Branche und Beruf müssen andere Strategien und Maßnahmen gesetzt werden. Geschätzt wird jedenfalls eine direkte und persönliche Kommunikation.

*) FHWien der WKW & hokify: Next Generation Recruiting. 07/22.

Handlungsempfehlung: Employer Branding für Fachkräfte.

Sensibilisierung für Employer Branding	Authentische Einblicke in den Arbeitsalltag	Attraktivität als Arbeitgeber:in zeigen	Multi Channel Employer Branding
✔ Externes und internes Employer Branding als Teil der HR-Strategie. ✔ Mitarbeiter:innen sensibilisieren und zur Weiterempfehlung ermutigen.	✔ Wechselwillige Kandidat:innen wollen Einblicke in ihren potentiellen Arbeitsalltag. ✔ Unterhaltungswert und Authentizität stehen im Fokus.	✔ Welche Benefits bietet das Unternehmen? ✔ Welche Werte werden gelebt? ✔ Was unterscheidet das Unternehmen von anderen Arbeitgeber:innen?	✔ Zielgruppengerechte Ansprache durch diverse Kanäle. ✔ Stringentes Auftreten über alle Kanäle hinweg. ✔ On- und offline Kanäle ergänzen einander.

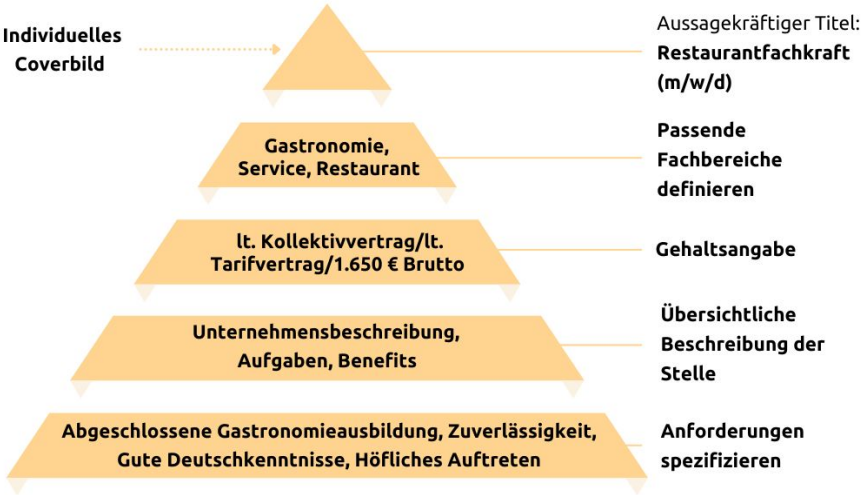
Handlungsempfehlung: Stelleninserat Fachkräfte.

Stelleninserate müssen vor allem eines sein: Übersichtlich. Denn **Jobsuchende entscheiden sich innerhalb von 30 Sekunden, ob Sie sich für eine Stelle bewerben** oder nicht.

Eine andere Grundbedingung für den Erfolg in der Bewerber:innenansprache ist eine schnelle Rückmeldung auf eine Bewerbung: hier **erwartet ein Großteil der Bewerber:innen eine Rückmeldung innerhalb einer Woche**.

Die drei wichtigsten Faktoren für eine gute Stellenanzeige im Fachkräfte-Segment, wie eine hokify Umfrage im Mai ergeben hat, sind: **Eine detaillierte Aufgabenbeschreibung, eine klare Gehaltsangabe und eine direkte Ansprechperson**.

Diese Faktoren decken sich mit den Aspekten, die jungen Talenten wichtig sind: **abwechslungsreiche Tätigkeiten, ein gutes & sicheres Gehalt sowie Kontakt auf Augenhöhe mit Kolleg:innen und Vorgesetzten**.



Fazit & Ausblick 2023.

Getrieben durch den demographischen Wandel und das Nachwirken der Corona-Pandemie war das **Jahr 2022 kein leichtes Recruiting-Jahr für Unternehmen auf Mitarbeiter:innensuche**. Die Anzahl der offenen Stellen steigt rasant an, die Fachkräfte-Lücke wird in den nächsten Jahren nicht geschlossen.

Eine Besserung der Situation ist nicht in Sicht, im Gegenteil: Auch 2023 wird der Fachkräftemangel den deutschen und österreichischen Arbeitsmarkt fest im Griff haben. Die Lücke zwischen offenen Stellen und qualifizierten Fachkräften wird größer werden. **Der Arbeitnehmer:innenmarkt wird es für Unternehmen notwendig machen, aktiv auf Jobsuchende zuzugehen**. Employer Branding muss fester Bestandteil in jeder Kommunikations- und HR-Strategie sein. Denn auf institutioneller Ebene sind die Lösungsansätze zwar bekannt, doch noch weit entfernt von einer konkreten Umsetzung.

Der Aufbau einer starken Arbeitgebermarke steht bei den betrieblichen Lösungsansätzen im Mittelpunkt. Die Nutzung verschiedener Kanäle, sowohl online als auch offline, ermöglicht es, potenzielle Kandidat:innen zielgruppengenau anzusprechen. Dabei müssen Unternehmen die Kommunikation auf die junge Generation Z zuschneiden, die vorrangig online auf Social Media Plattformen anzutreffen ist. Flexibilität, gute Work-Life-Balance und eine zeitgemäße Unternehmenskultur sind jungen Talenten wichtig, dafür kann im Fachkräfte-Sektor mit einem guten Gehalt und einem sicheren Arbeitsplatz für offene Positionen geworben werden.

Über hokify.
Get in contact.

hokify ist die mobile Job-Plattform in Deutschland und Österreich, mit derzeit 55.000 registrierten Unternehmen und monatlich mehr als 750.000 Jobsuchenden, vor allem in den Branchen Gastronomie, Handel, Handwerk & Büro. Durch einen mobilen Bewerbungsprozess ermöglicht hokify Jobsuchenden eine Bewerbung am Smartphone in nur 3 Minuten und ist damit Vorreiter im Bereich Social Media und Mobile Recruiting.

Sie haben Fragen zu unseren Studien und Whitepapers oder möchten mehr über hokify erfahren? Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme - unsere Expert:innen beraten Sie gerne unverbindlich und kostenlos.

Rufen Sie uns an unter
DE: +49 800 000 8061
AT: +43 (1) 9346 898 0
oder schreiben Sie uns an **info@hokify.com**